

annexes



# principales caractéristiques par pays

- Europe centrale et orientale
  - Moldavie
  - Roumanie
  - Slovaquie
- Afrique, Moyen-Orient et République dominicaine
  - Botswana
  - Cameroun
  - République dominicaine
  - Egypte
  - Côte d'Ivoire
  - Jordanie
  - Kenya
  - Madagascar
  - Mali
  - Ile Maurice
  - Niger
  - Sénégal

# Europe centrale et orientale

### profil du pays



▪ population	3,4m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 2 708
▪ taux de pénétration mobile	45 % mi-2007
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	29,7 %
▪ utilisateurs internet <sup>(3)</sup>	22,8 %
▪ abonnés haut débit <sup>(3)</sup>	4,8 %

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population <sup>(3)</sup> en pourcentage des foyers

source: Orange Moldavie & FMI

### Orange Moldavie

#### personnel

▪ part de marché (abonnés) 65 % mi-2007	N°1
▪ abonnés <sup>(1)</sup> 1,125m	+41 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup> € 74m	+36,5 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - lancement du 3<sup>e</sup> opérateur mobile (Unite) en mars 07 avec < 15k abonnés 6 mois après le lancement
  - lancement prévu du 4<sup>e</sup> opérateur (Eventis) en décembre 2007, pratiquant une politique des prix agressive
  - marché à faible ARPU sans subventions pour les terminaux
- réglementation
  - Orange Moldavie déclaré opérateur « dominant » sur le plan de la terminaison d'appel mobile ; aucune contrainte directe nouvelle sur le marché de détail
  - octroi des licences 3G prévu début 2008

### réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - lancement de la nouvelle marque Orange Moldavie le 25 avril 2007 qui rencontre un grand succès
  - lancement des offres segmentées (jeunes, ...), solutions de services de données mobiles avec Business Everywhere, Internet Everywhere (nov. 07)
- stratégie
  - objectif haut débit mobile avec acquisition prévue d'une licence 3G
  - diversification du chiffre d'affaires de la téléphonie mobile en mettant fortement l'accent sur les services mobiles hors voix

### profil du pays



▪ population	21,57m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 9 446
▪ taux de pénétration mobile	91 % mi-2007
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	19,5 %
▪ utilisateurs internet	3,3m
▪ abonnés haut débit	1,3m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: Orange Roumanie & FMI, ANRCTI

### Orange Roumanie

#### personnel

▪ part de marché (abonnés)	44 %	N°1
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	9,310m	+24 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 904m	+24 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - marché valant actuellement €4,2 milliards, mais dont le TCAM devrait progresser de 6,6 % d'ici à 2010
  - 5 opérateurs mobiles : Orange, Vodafone, Cosmote, Zapp, avec le lancement anticipé de RCS/RDS au T4 07
  - Orange a maintenu son leadership du S1 07 en termes de part de marché (43,9 %), de part de valeur (44,8 %) et du marché entreprises
- réglementation
  - introduction de la portabilité du numéro mobile mi ou fin 2008
  - taux national de terminaison d'appel fixé par l'autorité de réglementation contesté en justice par RomTelecom

### réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - lancement du HSDPA fin juin 2007, couverture de 42 villes fin 2007
  - lancement de la proposition d'offres convergentes en novembre avec la solution HSDPA Box, qui fournit aux clients des services haut débit fixe et voix via le réseau mobile HSDPA
  - lancement de la stratégie clientèle entreprises en juin 07
- stratégie
  - consolidation de la position en tant que premier opérateur mobile de Roumanie
  - en passe de devenir le premier opérateur triple play sur le marché entreprises (mobile, fixe, internet)

### profil du pays



▪ <b>population</b>	<b>5,4m</b>
▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>	<b>USD 17 239</b>
▪ <b>taux de pénétration mobile</b>	106 % mi-2007
▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>	22,4 %
▪ <b>abonnés haut débit</b>	0,4m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population

sources: Orange Slovaquie & FMI, Idate

### Orange Slovaquie

#### personnel

- part de marché (abonnés) 53 % s1 07
- abonnés<sup>(1)</sup> 2,769m
- chiffre d'affaires<sup>(2)</sup> € 547m

N°1

+6,5 %

+6 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - Orange Slovaquie a surperformé la croissance du marché mobile ces 2 dernières années avec une part de marché de 57,7 % en 2006
  - Telefonica O2 est entré sur le marché en février 2007 ; la concurrence de T-Mobile & O2 repose essentiellement sur une politique des prix agressive
- réglementation
  - au cours des 3 prochaines années, les taux de terminaison d'appel mobile baisseront de 8 % en moyenne par an en Slovaquie
  - en 2008, la réglementation européenne aura un impact sur le chiffre d'affaires de l'itinérance

### réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - lancement réussi par Orange Slovaquie de son offre commerciale FTTH en sept. 07
  - déploiement du réseau HSDPA et HSUPA
- stratégie
  - maintien de la position de leader sur le marché mobile
  - construction et exploitation du réseau FTTH comme pièce maîtresse de la stratégie de convergence d'Orange Slovaquie

# Afrique, Moyen-Orient et République dominicaine



### profil du pays



▪ population	1,8m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 12 131
▪ taux de pénétration mobile	58 %
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	8 %
▪ utilisateurs internet	0,01m
▪ abonnés haut débit	0,01m

tous les chiffres s'entendent pour 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

### Orange Botswana

#### personnel

▪ part de marché (abonnés)	48 %	N°2
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	0,510m	+26 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 49m	+41 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)  
<sup>(1)</sup> T3 2007  
<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - taux élevé de pénétration de la téléphonie mobile, relais de croissance internet attendu
  - 2 opérateurs mobiles: Orange et MASCOM (changement prévu de marque à MTN)
  - lancement par BTC (opérateur fixe en place) d'opérations mobiles en 2008
- réglementation
  - octroi de licences publiques d'opérateurs de télécommunications à BTC et Orange en avril 2007, probablement sous peu à Mascom, ce qui leur permettra de proposer des offres fixes, mobiles et internet

### réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - Orange Botswana a gagné 8 points de part de marché en 2006 et vise à accroître sa part de valeur grâce aux offres entreprises segmentées, au développement du réseau de distribution directe et à des opérations commerciales très dynamiques
- stratégie
  - accroissement du chiffre d'affaires des services de données grâce au portail Orange World et au déploiement de l'accès GPRS/EDGE
  - lancement d'offres internet en Wimax en 2008

### profil du pays



▪ <b>population</b>	<b>17,4m</b>
▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>	<b>USD 2 507</b>
▪ <b>taux de pénétration mobile</b>	22 %
▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>	1 %
▪ <b>abonnés internet</b>	nd.
▪ <b>abonnés haut débit</b>	nd.

tous les chiffres s'entendent pour 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

### Orange Cameroun

#### personnel

▪ <b>part de marché (abonnés)</b>	47 %	N°2
▪ <b>abonnés<sup>(1)</sup></b>	1,786m	+50 %
▪ <b>chiffre d'affaires<sup>(2)</sup></b>	€ 156m	+19 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - marché en essor avec une forte augmentation du volume qui compense la baisse de l'ARPU
  - fort relais internet par le biais du Wimax et de l'ADSL
  - forte concurrence entre les 2 opérateurs mobiles Orange et MTN
- réglementation
  - 3<sup>e</sup> concurrent mobile potentiel lié à la privatisation de CAMTEL (opérateur fixe en place), pour l'instant retardée

### réalisations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - Orange Cameroun demeure le challenger, mais il a gagné des parts de marché importantes ces derniers mois (+ 2 points depuis fin 2006) grâce au renouvellement de sa gamme de produits et services
- stratégie
  - poursuite de l'élargissement de la couverture réseau
  - lancement d'offres internet en 2008 sur ADSL (partenariat en cours avec Camtel) et Wimax

### profil du pays



▪ population	9,4m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 8 018
▪ taux de pénétration mobile	52,2 % mi-2007
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	10 %
▪ utilisateurs internet <sup>(3)</sup>	2 %
▪ abonnés haut débit <sup>(3)</sup>	0,1 %

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population <sup>(3)</sup> en pourcentage des ménages

sources: Orange Dominicana et Fonds monétaire international

### Orange Dominicana

#### personnel

▪ part de marché (abonnés) 40.8 % (août 07)	N°2
▪ abonnés <sup>(1)</sup> 1,874m	+43 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup> € 307m	+46 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - 4 opérateurs mobiles: Orange, Claro (Telmex), Centennial et Tricom
  - Orange (marque la plus forte sur le marché) et Claro détiennent à eux deux 87 % de part de marché (août 07)
  - Claro a lancé son réseau GSM en mai 07
- réglementation
  - enquête en cours sur les questions liées à portabilité du numéro à l'horizon 2009
  - tarif des terminaison d'appel mobile en cours d'examen en vue d'une orientation vers les coûts en 2009

### réalisations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - dans un environnement fortement concurrentiel, Orange a accru sa part de marché de 36,5 % au début de l'année à 40,8 % en août 2007
  - optimisation des capacités et de la couverture du réseau
  - développement d'offres segmentées pour capturer les segments à la croissance la plus rapide
- stratégie
  - innovation sur le marché hors voix avec des offres internet et des offres convergentes

### profil du pays



▪ population	73m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 4 535
▪ taux de pénétration mobile	31,5 % mi-2007
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	15 % mi 07
▪ utilisateurs internet	7m mi-2007
▪ abonnés haut débit	0,36m mi-2007

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: Mobinil & FMI, NTRA

### mobinil

#### personnel

- part de marché (abonnés) 51 % mi-2007
- abonnés<sup>(1)</sup> 9,776m
- chiffre d'affaires<sup>(2)</sup> € 567m

N°1

+69 %

+31 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 71,25 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - fort potentiel de croissance mobile en Egypte avec un taux de pénétration attendu de 65 % en 2010
  - mobinil conserve sa position de leader sur un marché de trois opérateurs (aux côtés de Vodafone et Etisalat, lancé au 2T 07) grâce à une marque forte en Egypte et est perçu comme l'opérateur proposant les meilleures offres
- réglementation
  - mobinil a signé un accord de licence 3G en octobre 2007 après l'acquisition par Vodafone d'une licence 3G en janvier 07
  - l'accord de licence 3G permet à Mobinil d'utiliser des technologies telles qu'EDGE, UMTS, HSxPA

### réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - forte croissance du CA et de la base d'abonnés grâce à des initiatives commerciales telles que des offres à validité illimitée, des offres prépayées avec facturation à la seconde en tarif heures creuses, un programme de rétention des clients résidentiels de premier plan et offres de services de données innovantes
- stratégie
  - maintien du leadership en termes de part de marché tout en protégeant la part de valeur
  - poursuite de la stratégie adressant à la fois le haut et bas de marché
  - amélioration continue de la couverture et de la qualité du réseau

### profil du pays



▪ population	19,7m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 1 548
▪ taux de pénétration de mobile	26 %
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	1 %
▪ utilisateurs internet	0,03m
▪ abonnés haut débit	0,02m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population

sources: FMI; estimations d'Informa & Telecom & FT

### Orange

#### personnel

▪ part de marché (abonnés)	43 %	N°1
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	2,203m	+35 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 207m	-4 %

#### résidentiel

▪ part de marché	92 %	N°1
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 133m	+8,5 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - marché mobile toujours en croissance qui est caractérisé par une concurrence intense débouchant sur une guerre des prix
  - 4 opérateurs mobiles, Orange & MTN détenant >75 % de part de marché
  - lancement prévu d'un 5<sup>e</sup> concurrent
- réglementation
  - marché mobile atomisé avec l'octroi de 7 licences
  - fixe/internet: forte pression sur les tarifs d'interconnexion

### réalisations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - politique d'innovation destinée à fidéliser le clients haut de marché, lancement du programme de fidélité au T3 2007
  - programmes d'optimisation des coûts en cours
- stratégie
  - renforcement de la stratégie d'opérateur intégré et lancement d'offres convergentes afin de maintenir le leadership sur le marché mobile

## profil du pays



▪ population	7,0m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 5 197
▪ taux de pénétration mobile	73 %
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	10 %
▪ utilisateurs internet	0,1m
▪ abonnés haut débit	0,1m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population

sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

## Orange

### personnel

▪ part de marché (abonnés)	34 %	N°2
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	1,705m	+33 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 141m	+41 %

### résidentiel

▪ part de marché	92 %	N°1
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 201m	+1 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

## aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - le marché mobile est proche de la maturité, taux élevé de multi-équipement SIM
  - substitution fixe-mobile et forte croissance du trafic VoIP
  - 3 opérateurs mobiles: Orange, Fastlink (N°1 avec 51 % de part de marché) rebrandé Zain (nouvelle marque de MTC), Umniah (N°3) entré sur le marché en 2005 avec une politique de prix agressifs
- réglementation
  - l'autorité de réglementation a lancé une consultation destinée à favoriser les MVNO qui a été rejetée par tous les opérateurs

## réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - rebranding réussi mi-2007
- stratégie
  - maintien d'une solide activité de vente de gros pour la région du Moyen-Orient
  - lancement des offres d'abondance mobile pour accroître l'utilisation et optimiser la charge du réseau
  - promotion de la pénétration du haut débit pour bénéficier de la très forte croissance attendue d'internet

## profil du pays



- |  |                  |
|--|------------------|
| ▪ <b>population</b>                              | <b>37m</b>       |
| ▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>   | <b>USD 1 587</b> |
| ▪ <b>taux de pénétration mobile (sept. 2007)</b> | 27 %             |
| ▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>  | 0,8 %            |
| ▪ <b>abonnés haut débit</b>                      | ~0,02m           |

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population

sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

## Telkom Kenya

- Telkom Kenya, l'opérateur fixe en place, dessert plus de 280 000 abonnés fixes et a commencé à déployer une offre CDMA
- chiffre d'affaires de Telkom Kenya au 30 juin 2007: 170m d'USD en base annuelle
- FT va acquérir une participation de 51 % dans Telkom Kenya pour un montant d'USD 390m (~ €270m). La transaction devrait être conclue d'ici à fin 2007. FT s'est associée à Alcazar Capital Limited qui a souscrit une part de 15 % dans le consortium

## aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - avec un taux de pénétration de moins de 30 %, le marché mobile du Kenya présente toujours un fort potentiel de croissance
  - 2 opérateurs mobiles à l'heure actuelle sur le marché: Safaricom (Vodafone) avec ~70 % de part de marché et Celtel
  - forte atomisation du marché internet entre fournisseurs de petite taille et offrant une qualité de service médiocre
- réglementation
  - Telkom Kenya a obtenu une nouvelle licence de téléphonie mobile

## objectifs et stratégie d'Orange

- développement et lancement d'un réseau 2.5G à court terme soutenu par l'infrastructure existante de Telkom Kenya
- développement de services de télécommunications convergents
- ambition de devenir le leader du marché internet haut débit grâce à la mise en place prévue de câbles sous-marins en 2009
- l'objectif de FT est de commercialiser les services de Telkom Kenya sous la marque Orange, permettant ainsi à ses clients de bénéficier des services développés par le groupe France Télécom

### profil du pays



▪ <b>population</b>	<b>18m</b>
▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>	<b>USD 965</b>
▪ <b>taux de pénétration mobile</b>	10 %
▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>	1 %
▪ <b>abonnés internet</b>	0,003m
▪ <b>abonnés haut débit</b>	0,003m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population

sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

### Orange

#### personnel

▪ <b>part de marché (abonnés)</b>	66 %	N°1
▪ <b>abonnés<sup>(1)</sup></b>	1,087m	+111 %
▪ <b>chiffre d'affaires<sup>(2)</sup></b>	€ 63m	+40 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)

<sup>(1)</sup> T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - potentiel de croissance du marché toujours élevé
  - lancement par l'opérateur en place d'opérations mobiles (N°3) fin 2006
- réglementation
  - application de la nouvelle loi des télécoms attendu mi-2008 qui permettra aux opérateurs mobiles existants de déployer des solutions haut débit

### réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - optimisation de la distribution par le biais d'un concept de franchise novateur (plus de 75 « Botikas » dans le pays)
- stratégie
  - développement des offres internet:
    - première étape = accès internet par le biais du réseau mobile (GPRS/Edge)
    - 2<sup>e</sup> étape = lancement des offres Wimax (acquisition des fréquences nécessaire)
  - développement de synergies entre les filiales Orange de l'Océan indien (câble sous-marin, itinérance)

### profil du pays



▪ population	14m
▪ PIB par habitant en ppa <sup>(1)</sup>	USD 1 229
▪ taux de pénétration mobile	15 %
▪ taux de pénétration fixe <sup>(2)</sup>	<1 %
▪ utilisateurs internet	0,01m
▪ abonnés haut débit	0,01m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

### Orange

#### personnel

▪ part de marché (abonnés)	80 %	N°1
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	1,7m	+73 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 154m	+35 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 40 %)

<sup>(1)</sup> estimations du T3 2007

<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 200, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

### aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - très forte croissance ces deux dernières années → la croissance se poursuivra, mais devrait ralentir dès lors que l'on adresse des segments à très faible ARPU
  - 2 opérateurs mobiles, Orange détenant 80 % de part de marché

### réalisations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - impact positif du rebranding Orange qui a eu lieu fin 2006
- stratégie
  - augmentation de la couverture pour développer la pénétration

## profil du pays



▪ <b>population</b>	<b>1,3m</b>
▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>	<b>USD 13 508</b>
▪ <b>taux de pénétration mobile</b>	67 %
▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>	30 %
▪ <b>utilisateurs internet</b>	0,1m
▪ <b>abonnés haut débit</b>	0,02m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

## Mauritius Telecom

### personnel

▪ part de marché (abonnés)	59 %	N°1
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	0,198m	+9 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 17m	+11 %

### résidentiel

▪ part de marché	93 %	N°1
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 31m	+5,5 %

données consolidées du groupe (intégration en %: 40 %)  
<sup>(1)</sup> T3 2007  
<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

## aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - 3 opérateurs mobiles sur un marché mature: Cell + (Orange), Emtel N°2, MTVL N°3

## réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - forte politique d'innovation (IPTV) pour accroître la valeur de marché
- stratégie
  - développement de synergies entre les filiales Orange de l'Océan indien (câble sous-marin, itinérance)

## profil du pays



▪ <b>population</b>	<b>13m</b>
▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>	<b>USD 928</b>
▪ <b>taux de pénétration mobile (sept. 2007)</b>	<b>5 %</b>
▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>	<b>0,2 %</b>

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire

<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat

<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population

sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

## acquisition de la licence

- France Télécom a obtenu du gouvernement du Niger une nouvelle licence globale fixe-mobile-internet pour un montant de € 48m
- avec des taux de pénétration inférieurs à 5 %, le marché du Niger offre un énorme potentiel de croissance dans la perspective d'atteindre un niveau d'équipement équivalent à celui de pays voisins où France Télécom est déjà présent (par ex, Mali)

## profil du pays



▪ <b>population</b>	<b>11,9m</b>
▪ <b>PIB par habitant en ppa<sup>(1)</sup></b>	<b>USD 1 841</b>
▪ <b>taux de pénétration mobile</b>	29 %
▪ <b>taux de pénétration fixe<sup>(2)</sup></b>	2 %
▪ <b>utilisateurs internet</b>	0,04m
▪ <b>abonnés haut débit</b>	0,04m

tous les chiffres s'entendent au 31 décembre 2006, sauf indication contraire  
<sup>(1)</sup> en parité de pouvoir d'achat  
<sup>(2)</sup> en pourcentage de la population  
 sources: FMI; estimations d'Informa, Telecom et FT

## Orange

### personnel

▪ part de marché (abonnés)	72 %	N°1 +41 %
▪ abonnés <sup>(1)</sup>	2,4m	
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 252m	+39 %

### résidentiel

▪ part de marché	99 %	N°1 +4 %
▪ chiffre d'affaires <sup>(2)</sup>	€ 297m	

données consolidées du groupe (intégration en %: 100 %)  
<sup>(1)</sup> T3 2007  
<sup>(2)</sup> 9 premiers mois de 2007, croissance sur 12 mois à base comparable, données sociales

## aspects clés du marché

- environnement concurrentiel
  - forte croissance du taux de pénétration mobile au cours des 2 dernières années sans modification notable des parts de marché
  - 2 opérateurs mobiles: Orange, Tigo (groupe Millicom)
  - progression du trafic VoIP se traduisant par une baisse sensible du trafic pour les télécentres (marché des lignes fixes)
- réglementation
  - 3<sup>e</sup> licence accordée à Sudatel début 2007

## réalizations et stratégie d'Orange

- réalisations
  - déploiement de la téléphonie en zone rurale
- stratégie
  - développement d'offres transversales au sein de l'Afrique de l'Ouest (itinérance)
  - poursuite du renforcement de la qualité du service
  - mise en place d'un programme de fidélité pour retenir les utilisateurs haut de gamme