



Introduction

Transformer France Telecom pour réaliser NEXt

Résultats 2005 et objectifs 2006

Résultats 2005

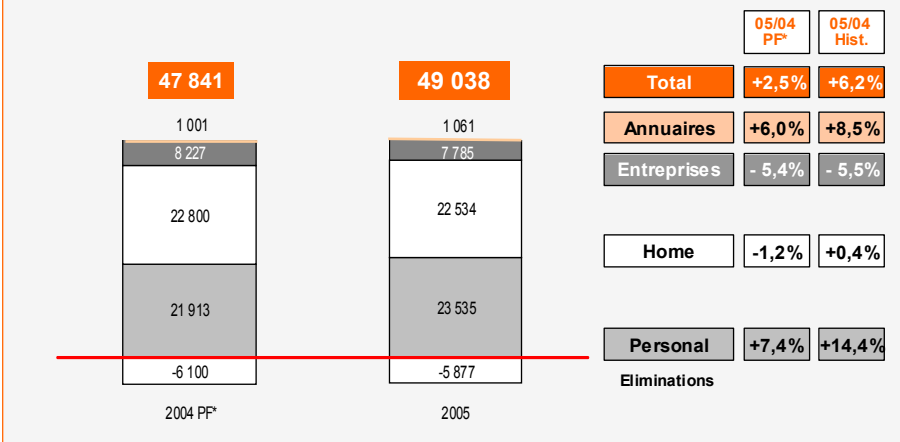
Utilisation du cash et conclusion

Chiffre d'Affaires consolidé 2005 par segment

€49 038m / + 6,2% historique / + 2,5% pro-forma*



En million d'euros

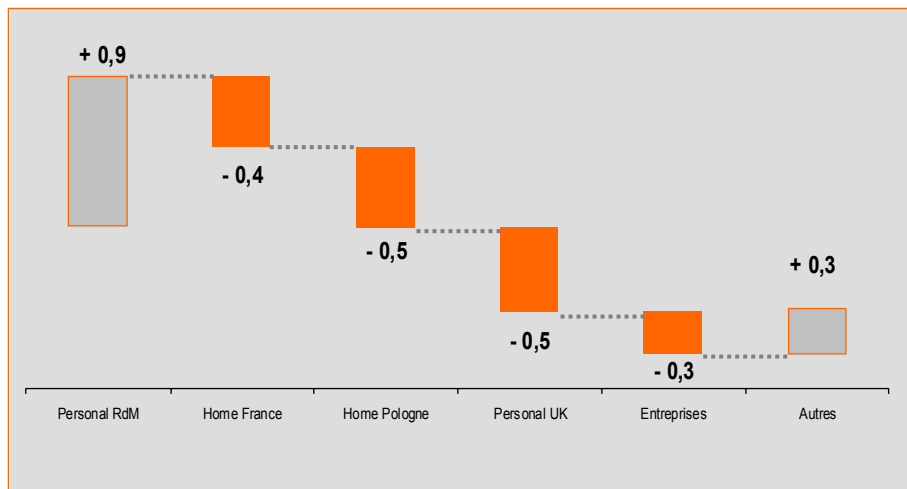


* Voir glossaire

Analyse des variations des marges opérationnelles sur 2004-2005



Variations organiques

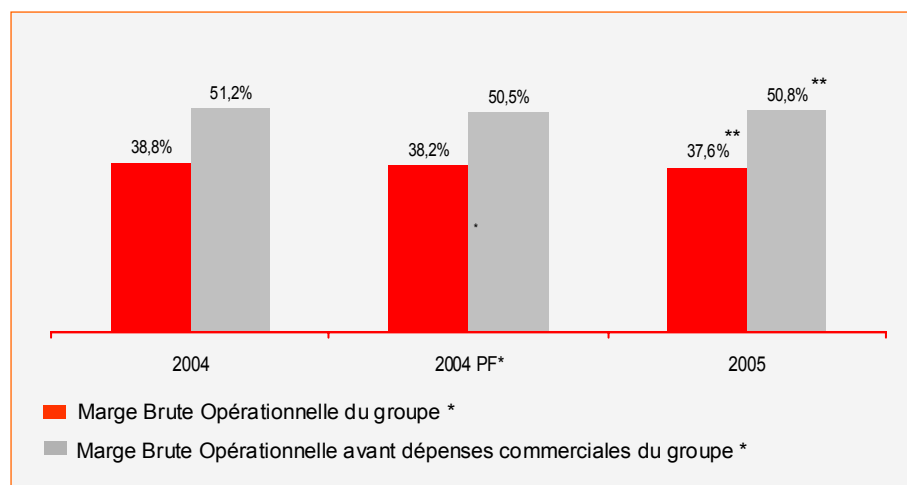


* Taux de MBO hors amende mobile et reprise de provision du Liban

36

Marges opérationnelles 2005 :

Maintien des taux de MBO



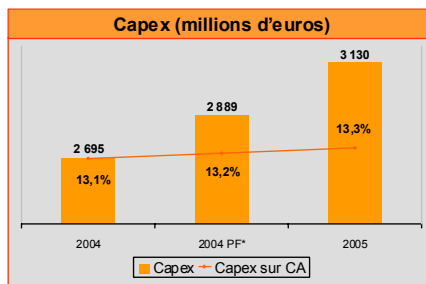
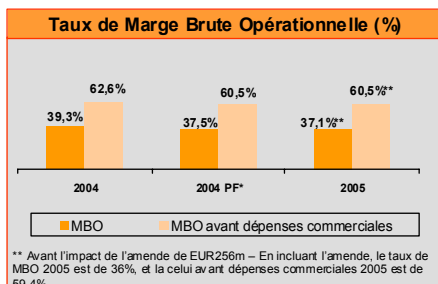
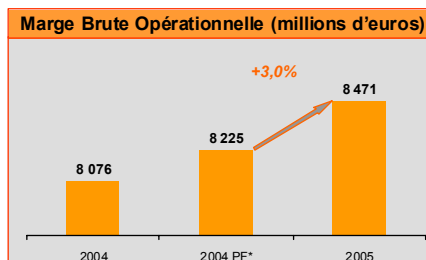
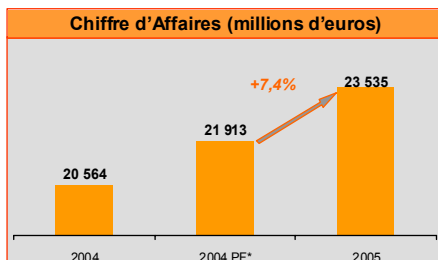
* Voir glossaire;

** Après impact de l'amende de €256m – En excluant l'amende, le taux de MBO 2005 est de 38,1% et la MBO avant dépenses commerciales de 51,4%

37

Personal en 2005 :

Croissance soutenue du Chiffre d'Affaires



** Avant l'impact de l'amende de EUR256m – En incluant l'amende, le taux de MBO 2005 est de 36%, et la celui avant dépenses commerciales 2005 est de 59,4%

* Voir glossaire

38

Personal en 2005 :



France

- Croissance soutenue du CA pro-forma**** au T405: +7,0% de hausse annuelle hors BTA***
- 22,430m de clients, en hausse annuelle de +5,6%; amélioration du mix clients (les contrats passent de 60,6% à 61,8%)
- 184K clients MVNO* (plus de 50% de part de marché mobile de vente en gros)
- Confirmation du succès du Haut-Débit mobile**: 1 040k clients fin 2005
- ARPU: -0,9% à 424€
 - ARPU Voix (-2,4%) impacté par les BTA***, croissance de l'ARPU Données (+9,3%)
 - ARPU total: +0,6% hors BTA***

* Non inclus dans le nombre de clients - ** 3G+Edge - *** Baisse de la Terminaison d'Appel - **** Voir glossaire

39

Personal en 2005 :



UK

- Croissance du CA de +5.1% hors BTA*** pour 2005, forte croissance du CA pro-forma**** au T405: +5,6% de hausse annuelle
- 14,858m de clients, en progression annuelle de +4,5%
 - 343k nouveaux clients prépayés nets au T405
- ARPU: -4% à 263£, +0,3% de croissance annuelle hors BTA***
- Leader des opérateurs mobiles UK en terme d'ARPU Contrats à 563£.

Espagne

- 10.301m clients, +11,1% de croissance annuelle
 - 449K nouveaux clients nets durant les 2 derniers mois de 2005, supérieur aux 227k de la même époque en 2004 (pro forma****)
 - Forte part de conquête au T405 (38% estimé)

** Non inclus dans le nombre de clients - ** 3G+Edge - *** Baisse de la Terminaison d'Appel - **** Voir glossaire*

40

Personal en 2005 :



Pologne

- Croissance du marché mobile Polonais: 76,7% de taux de pénétration à fin décembre.
- Très forte augmentation du nombre de clients (+33,3% de hausse annuelle) avec 9,9m de clients
- Hausse de la part de marché totale à 33,9%, vs 32,2% au T404
 - Part de conquête de 41,3% au T405

RdM

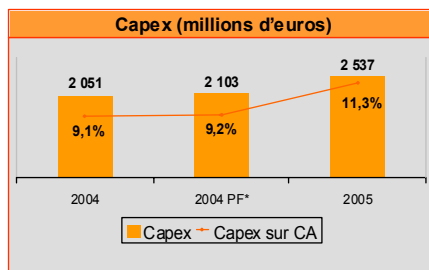
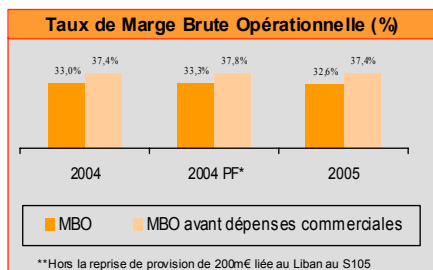
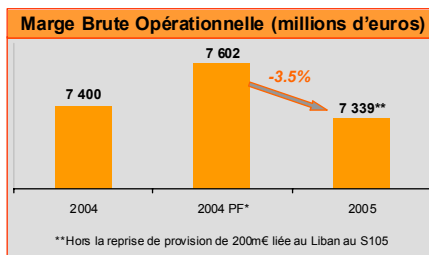
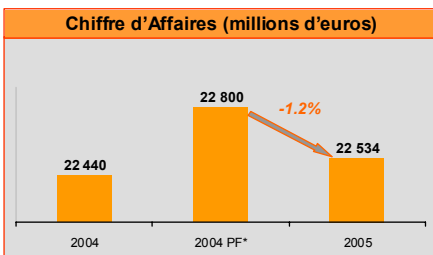
- 26.8m de clients mobile RdM, +31,3% croissance annuelle pro-forma*
 - Forte croissance annuelle du nombre de clients en Egypte, en Cote d'Ivoire et en Roumanie (respectivement +66,7%, +50.0% et +38,2%)
- Forte progression annuelle du chiffre d'affaires Personal RdM (+15,9% pf*) accompagnée d'une amélioration de la rentabilité
 - Croissance annuelle dynamique du chiffre d'affaires en Roumanie (+39,2% pf*), Sénégal (+46%)
 - MBO total RdM en hausse de 22% en pro-forma*

** Voir glossaire*

41

Home en 2005 :

Maintien des parts de marché mais marges sous pression



* Voir glossaire

42

Home France en 2005 : Renforcement du leadership sur le Haut-Débit dans un marché concurrentiel



Services Grand Public	→ Hausse séquentielle de l'ARPU pour le 3ème trimestre consécutif à 27,0€
	<ul style="list-style-type: none"> → Quasi stabilisation du nombre total de lignes à 27,5m (-0,2% de progression annuelle). → Impact de la hausse de l'abonnement: + EUR178m → Confirmation du succès des services liés à l'accès: 10,4m (+13,0% de croissance annuelle)
Services Aux Opérateurs	<ul style="list-style-type: none"> → Communications <ul style="list-style-type: none"> ● Confirmation de l'impact positif des nouvelles offres sur les parts de marché ● Impact négatif des baisses de terminaisons d'appels fixe à mobile sur le CA: -EUR168m sur l'année 2005 → Services en ligne et internet <ul style="list-style-type: none"> ● Confirmation de l'amélioration de la part de marché ADSL en 2005 à 47,5% (+1pt vs 04) ● 1 559k Livebox louées avec un enrichissement permanent des offres ● Accélération de la VOIP depuis le T305: 830k clients fin 2005
	→ Accélération du dégroupage, de l'accès IP ADSL et des services de données aux opérateurs sur le marché domestique compensée par l'impact des effets volume et prix sur les autres services aux opérateurs.

43

Home en 2005 :



Pologne

- Migration du CA de communications en CA d'accès: les abonnements représentent 46% du CA voix fixe total (contre 40.5% au T105)
- Développement important de la base des Nouveaux Plans Tarifaires (3,5 millions de clients activés) en réponse à la substitution fixe à mobile
- Chute de la part de marché des appels locaux (de 99,7% au T404 à 82.3% au T405) en raison de l'introduction du plan de préselection
- Poursuite de la hausse du nombre de clients ADSL: 1,14 million (+81,2% de croissance annuelle)

RdM

- Nombre total de clients DSL dans le RdM en hausse annuelle de 48% à 1,8m de clients, ré-accélération de l'acquisition de nouveaux clients au T405 (138k vs 67k au T305)
- Forte croissance annuelle pro forma* du chiffre d'affaires à +9,9%
- **UK**
 - Succès de la VOIP avec 80k clients et plus de 100k Livebox commercialisées. Parts de marché sous pression avec l'intensification concurrentielle
- **Espagne**
 - Part de conquête maintenue autour de 20% malgré les réponses agressives des concurrents.
 - Hausse de l'ARPU grâce aux offres dualplay Naveghable
- **Pays-Bas**
 - 506K clients Haut-Débit avec 111k Livebox louées et 60k clients en VOIP

* Voir glossaire

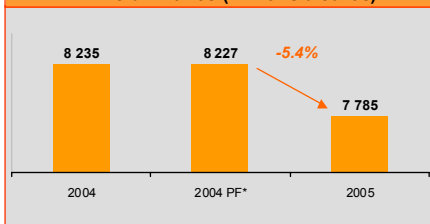
44

Entreprises en 2005 :

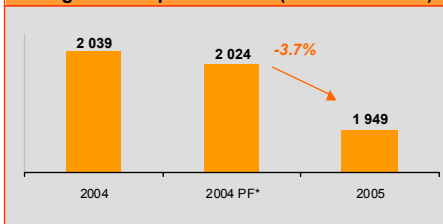


En ligne avec les attentes – Taux de marge maintenu malgré une baisse du CA

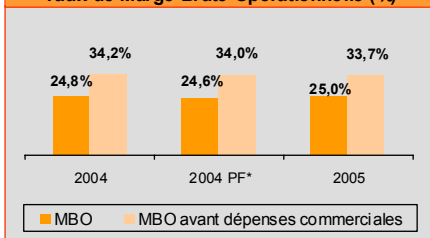
Chiffre d'Affaires (millions d'euros)



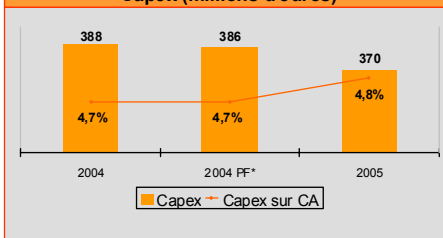
Marge Brute Opérationnelle (millions d'euros)



Taux de Marge Brute Opérationnelle (%)



Capex (millions d'euros)



* Voir glossaire

45

Entreprises en 2005 :



Voix

- Ralentissement de la baisse du chiffre d'affaires Voix en France au T405 malgré:
 - La pression concurrentielle
 - La pression du régulateur avec la baisse de la tarification fixe – mobile en Janvier 2005

Réseaux d'entreprise

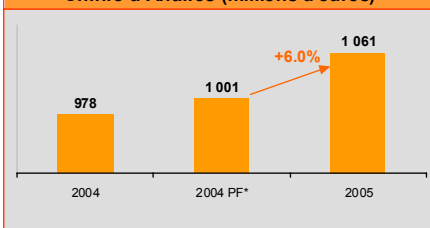
- Poursuite du développement de la convergence vers l'IP: +57% de croissance annuelle des accès IP-VPN en 2005
- Convergence Fixe-Mobile : +27% de croissance annuelle du nombre d'utilisateurs finaux Business Everywhere en France
 - Extension de Business Everywhere aux PDAs en France
 - Lancement de Business Everywhere en Pologne & au UK
 - Lancement des offres Business Talk en France
- Confirmation de l'évolution technologique avec la poursuite du développement du DSL et l'accélération des migrations vers l'IP en France
 - Les connections DSL représentent aujourd'hui 67% des accès pour les Entreprises en France contre 51% en 2004
- Croissance maintenue des activités d'outsourcing et de services à valeur ajoutée

Annuaire en 2005:

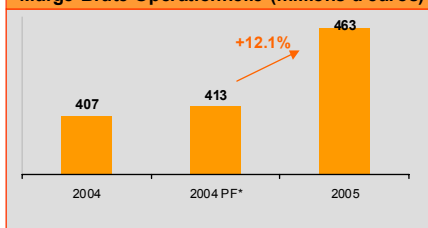
Accélération de la conquête de nouveaux annonceurs



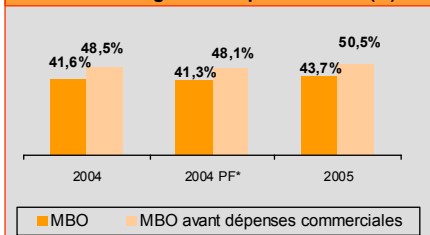
Chiffre d'Affaires (millions d'euros)



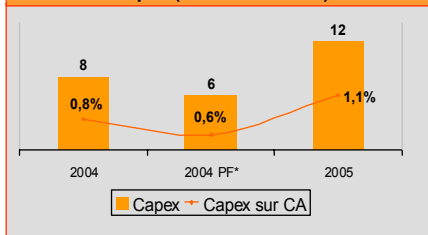
Marge Brute Opérationnelle (millions d'euros)



Taux de Marge Brute Opérationnelle (%)



Capex (millions d'euros)



* Voir glossaire



→ Hausse de la pénétration du marché

- +6,1% de progression annuelle du nombre total d'annonceurs en France pour Pages Jaunes (619,5 K)

→ Stratégie d'expansion commerciale principalement via Internet:

- l'ARPA* de pagesjaunes.fr en hausse annuelle de 23,5% et nombre d'annonceurs en hausse annuelle de 10,3%

→ Pas de substitution entre les annuaires imprimés et en ligne:

- 65% des clients sont des annonceurs pour annuaires imprimés et en ligne

*Average Revenue Per Advertiser

Du Chiffre d'Affaires à la Marge Brute Opérationnelle



<i>En millions d'euros</i>	2004	2004 Pro-forma*	2005
Chiffre d'affaires	46 158	47 841	49 038
Charges, hors charges de personnel	19 385	20 669	21 860
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	42%	43,2%	44,6%
Dont charges externes	17 870	19 169	20 149
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	38,7%	40,1%	41,1%
Charges de personnel	8 850	8 908	8 762
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	19,2%	18,6%	17,9%
Marge Brute Opérationnelle	17 923	18 264	18 416
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	38,8%	38,2%	37,6%

* Voir glossaire

Analyse des CAPEX



CAPEX* (principaux postes)

<i>En millions d'euros</i>	2004 pro forma*	2005	2005/2004 pro forma*
Total des capex du groupe	5 384	6 045	+12,3%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,3%</i>	<i>12,3%</i>	
Réseaux Mobile	2 099	2 206	+5,1%
<i>dont 2G - 3G et réseaux d'accès radio</i>	<i>1 575</i>	<i>1 635</i>	<i>+3,8%</i>
Réseaux Fixe	1 286	1 438	+11,8%
<i>dont ADSL</i>	<i>212</i>	<i>213</i>	<i>+0,7%</i>
IT & Plate-forme de services clients	1 363	1 506	+10,5%
Autres	636	895	+40,7%
<i>Dont LiveBox</i>	<i>38</i>	<i>179</i>	<i>+371%</i>

* Voir glossaire

50

De la Marge Brute Opérationnelle au Résultat d'exploitation



<i>En millions d'euros</i>	2004	2005	Var en EURm	Variation PF* en %
Marge Brute Opérationnelle	17 923	18 416	+ 493	+0,8%
Participation des salariés	- 280	- 382	- 102	
Rémunération en action	- 399	- 178	+ 221	
Dotations aux amortissements	- 7 990	- 7 034	+ 956	
Perte de valeur des écarts d'acquisition	- 534	- 11	+ 523	
Perte de valeur des immobilisations	- 179	- 568	- 389	
Résultat de cessions d'actifs	922	1 475	+ 553	
Coûts de restructuration	- 181	- 454	- 273	
Résultat des sociétés mises en équivalence	30	20	20	
Résultat d'exploitation	9 312	11 284	+ 1 972	+40,8%

* Voir glossaire

51

Du Résultat d'exploitation au Résultat Net



<u>En millions d'euros</u>	2004	2005
Résultat d'exploitation	9 312	11 284
Total des charges financières nettes	-3 625	-3 356
Impôt sur les sociétés	-2 477	- 1 568
Résultat Net	3 210	6 360
Intérêts minoritaires	-193	- 651
Résultat Net, Part du Groupe	3 017	5 709

52

Financement 2005 : De la MBO au flux net de trésorerie généré par l'activité



<u>En millions d'euros</u>	2004	2005
Marge Brute Opérationnelle	17 923	18 416
Charges financières nettes * (cash)	-3 078	-3 074
Neutralisation de l'effet de change inclus dans la MBO	-20	-15
Impôt sur les sociétés (cash)	- 762	-811
Plans de Congé Fin de Carrière (cash)	-791	-918
Participation des salariés (compte de résultat)	- 280	- 382
Autres (dont coûts de restructuration)	- 864	- 839
Variation du besoin en fond de roulement d'exploitation (stocks+créances-dettes)	796	783
Variation du besoin en fond de roulement hors exploitation	-227	214
Flux net de trésorerie généré par l'activité	12 697	13 374

*Charges financières nettes hors actualisation, hors résultat de cession et dépréciation des actifs financiers, et hors résultat de change (gain ou perte)

53

Financement en 2005

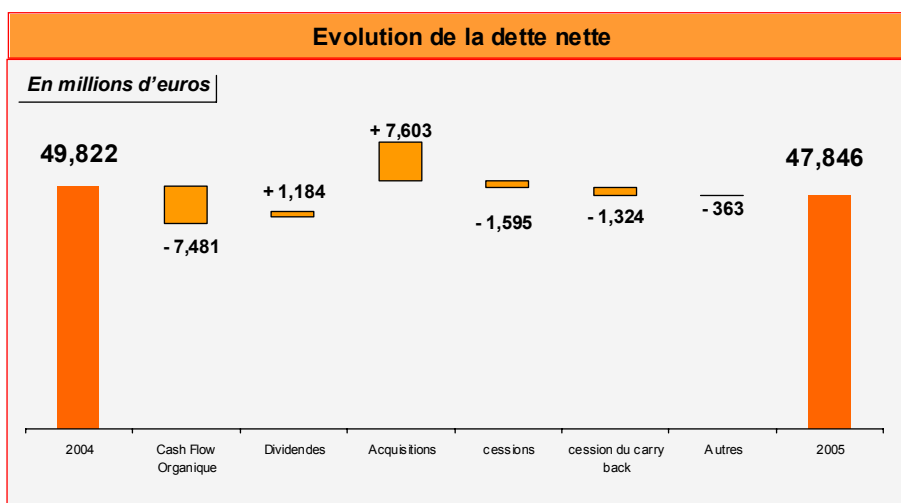


<u>En millions d'euros</u>	2004	2005
Flux Net de trésorerie généré par l'activité	12 697	13 374
Acquisitions d'actifs corporels et incorporels, nettes de la variation des fournisseurs d'immobilisations	- 5 208	- 6 108
Dont Capex	- 5 134	- 6 045
Produits de cessions d'actifs corporels et incorporels	199	215
Cash Flow Organique*	7 688	7 481

* Voir glossaire

54

Dette Nette – fin 2005

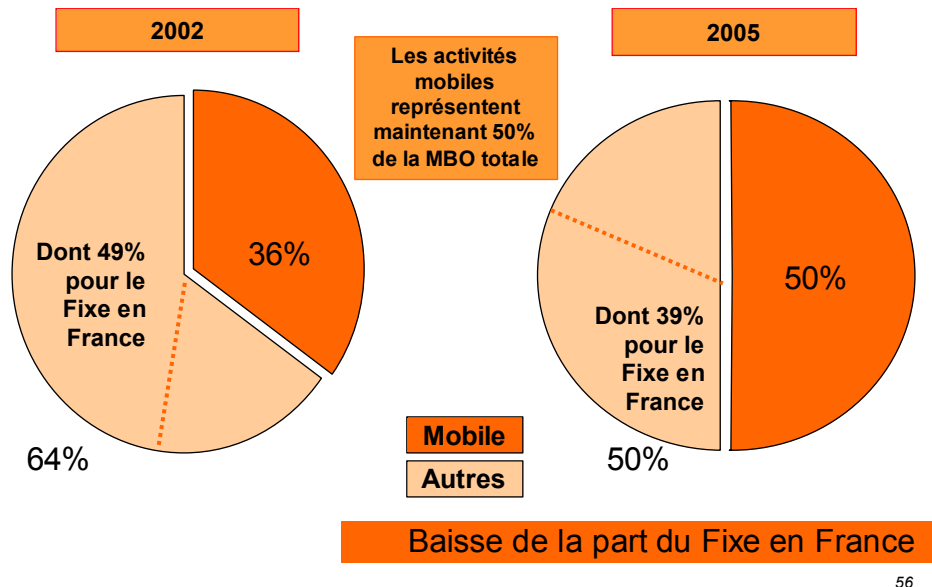


* Voir glossaire

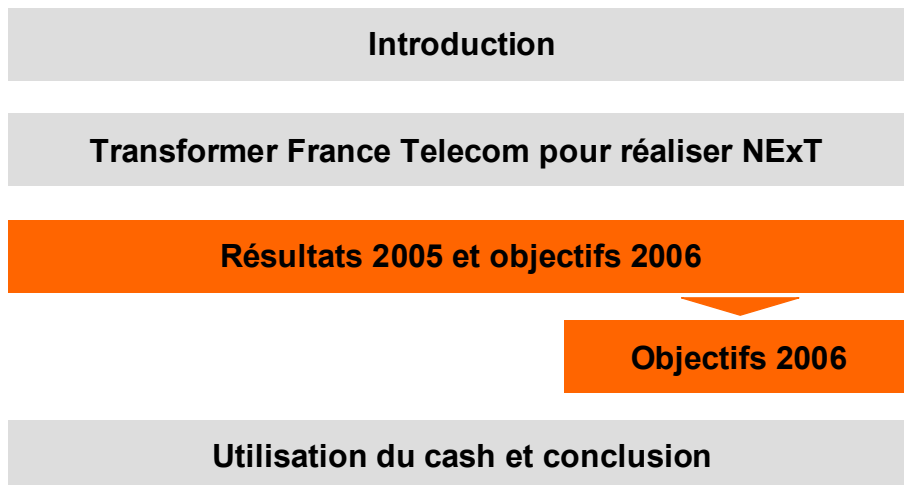
55



Mobile vs autres activités



Réaliser NEXt



2006 – France / Personal



Principaux défis ...

- **Pression réglementaire**
 - Baisse de la terminaison d'appel (-24% au 01/01/2006)
→ Plus de €350m d'impact négatif sur le chiffre d'affaires
 - Baisse de la terminaison d'appel SMS
 - Nouvelle taxe liée à la licence 2G
- **Croissance globale du marché soutenue par les MVNO**

... et opportunités

- **Maintien du leadership sur les MVNO avec une hausse de la part de marché sur la vente en gros**
- **2,5m de clients haut débit mobile Orange d'ici fin 2006**
 - S'appuyer sur le haut-débit pour développer l'usage des données
- **Intégrer la dimension NEXt dans la "culture" Orange afin d'accroître l'usage et la fidélité des clients**

Principal objectif opérationnel



Maintenir la part de marché en valeur

58

2006 – France / Home



Principaux défis ...

- **Accès**
 - Marché résidentiel: nombre de lignes impacté par le dégroupage total et la vente en gros de l'abonnement
 - Vente en gros: réduction du prix du dégroupage total (9.3 euros vs 9.5 euros)
- **Voix**
 - Impact de la BTA: -180m EUR
 - Hausse continue de la VoIP (30% à 40% du trafic total fin 2006)
 - Impact négatif estimé pour 2006 à environ 150m EUR sur le CA
- **ADSL**
 - Poursuite de la pression concurrentielle sur les prix

... et opportunités

- **Piloter la convergence fixe - internet à travers l'ARPU total de Home**
- **Accès**
 - Marché résidentiel: impact positif de la hausse de l'abonnement (+1 euro en juillet)
 - Vente en gros: Hausse des volumes (Nombre de lignes totalement dégroupées fin 2006 estimé à plus de 1,4m)
- **Voix RTC**
 - Tirer parti de l'attractivité des nouvelles offres voix RTC (ATOUT) et favoriser la migration des clients
- **Le haut-débit compense partiellement la baisse de CA RTC avec des offres HD multiservices, incluant la VoIP**
 - Tirer avantage de l'attractivité de la VoIP pour:
 - Augmenter la PdM de France Telecom sur la VoIP
 - Maintenir la PdM ADSL dans un marché toujours en croissance
 - Développer des nouveaux services innovants à valeur ajoutée avec la Livebox

Principal objectif opérationnel



Maintien de la part de marché ADSL grand public

59



Principaux défis ...

- Une pénétration de marché de 110%
- Compétitivité sur les offres contrats
- Mix entre distribution directe et indirecte

... et opportunités

- Devenir le leader du marché en tant qu'opérateur intégré UK
- Dynamique constante du marché prépayé
- Renforcer notre position sur le marché des contrats
- Continuer les investissements réseau dans la 3G et la gestion client (CRM)

Principal objectif opérationnel



Maintenir la rentabilité tout en soutenant la croissance

60



Principaux défis ...

- Environnement concurrentiel hostile
 - Arrivée de grandes marques sur le marché du haut-débit : Talk-Talk, Sky, Tesco, ...
 - Les prix de marché vont continuer à baisser (£14.99 va devenir la référence)

... et opportunités

- Capitaliser sur les offres de VoIP
 - Ligne principale vs deuxième ligne
 - Qualité
- Lancement de la TV sur ADSL
 - Impact positif sur l'ARPU et sur la fidélisation des clients
- Tirer parti du changement de marque pour accroître les parts de marché
- Exploiter les opportunités de ventes croisées avec Orange
- Tirer parti du développement rapide du dégroupage

Principal objectif opérationnel



Accélérer la migration des clients ADSL vers le dégroupage

61

2006 - Espagne / Personal



Principaux défis ...

- **Forte intensité concurrentielle...**
 - Impact de la portabilité des numéros
 - Introduction des MVNO, lancement prévu de Xfera
- ... et environnement règlementaire hostile...
- Impact des Baisse de Terminaison d'Appels sur la Voix (-10%)

... et opportunités

- **Leader des opérateurs défendant le modèle intégré en Espagne**
- **Tirer parti du bon positionnement d'Amena** sur les clients contrats et les PME, et développer la distribution indirecte
- **Augmenter la valeur des clients prépayés** (segmentation de l'offre)
- **Tirer parti du changement de la marque Amena en Orange**
- **Diminuer les résiliations** par des efforts de fidélisation et de rétention des clients

Principal objectif opérationnel



Accroître la part de marché de conquête

62

2006 – Espagne/ Home



Principaux défis ...

- **Environnement concurrentiel plus difficile ...**
 - Baisse des prix liée à la consolidation parmi les opérateurs alternatifs (T-Online/Albura, Tele2/Comunitel, Opérateurs Cable)
 - L'opérateur historique met l'accent sur le triple-play
 - Conditions de dégroupage inférieures aux standards européens

... et opportunités

- **Tirer parti de la croissance du marché haut-débit (+30% estimés)**
 - France Telecom Espagne est l'opérateur alternatif le plus important
- **Concentration sur la stratégie de dégroupage**
 - Lancement de services innovants
 - TV sur IP et VOD
 - ADSL2+: la meilleure couverture parmi les opérateurs alternatifs
- **Améliorer la rentabilité en tant qu'opérateur intégré**
- **Capter les synergies de la fusion avec Amena**

Principal objectif opérationnel



Augmenter la part de marché ADSL et le nombre d'abonnés

63

2006 – Pologne / Personal



Principaux défis ...

- Intensité concurrentielle élevée...
 - 4ème opérateur opérationnel à partir du S206
- Pression réglementaire

... et opportunités

- Réussir le **changement de marque** de Centertel à Orange
- Confirmer le **leadership sur le haut-débit mobile** grâce à l'**avantage compétitif** procuré par la couverture Edge/Wifi et au déploiement de la 3G
- Lancement et extension de **contenus innovants** (musique, vidéo et TV) et de **produits convergents** (Messagerie, Business Everywhere)

Principal objectif opérationnel



- Orange, leader du marché en volume et en valeur
 - Forte augmentation de la base d'abonnés
 - plus de 11,5m de clients

64

2006 – Pologne / Home



Principaux défis ...

- Pression concurrentielle
 - Wimax, VoIP
 - Substitution fixe à mobile
- Environnement réglementaire

... et opportunités

- Accélérer la **pénétration de l'accès à l'ADSL**
 - Capitaliser sur la **pénétration relativement faible du haut-débit en Pologne**
- Introduire des **produits convergents et innovants** (Livebox, VoIP, TV sur ADSL, VOD, Business Everywhere)

Principal objectif opérationnel



Base d'abonnés haut-débit de plus de 1,6m fin 2006

65



Principaux défis ...

- Impacts défavorables des Baisse des Terminaisons d'Appels sur la Voix
- Intensité concurrentielle accrue sur tous les marchés européens
 - Suisse, Belgique, Pays-Bas, Roumanie

... et opportunités

- Garder le leadership dans les marchés d'Europe centrale et améliorer les parts de marché dans les marchés de plus en plus matures de l'Europe de l'Ouest
- Lancement de la 3G aux Pays-Bas, en Roumanie et en Slovaquie
- Amélioration des réseaux de distribution en Europe
- Les marchés émergents deviennent le principal vecteur de croissance

Principal objectif opérationnel



Maintenir la croissance et la rentabilité



Principaux défis ...

- Pays émergents
 - Hausse de l'intensité concurrentielle dans les pays importants (Cote d'Ivoire, Jordanie, ...)

... et opportunités

- Pays émergents
 - Mettre en place des services adaptés (Offres prépayées Voix en Cote d'Ivoire et au Sénégal)
 - Tirer parti de la convergence et de l'intégration
 - Déploiement continu du haut-débit fixe (Sénégal)

Principal objectif opérationnel



Continuer de tirer parti du fort potentiel de croissance des marchés émergents



Principaux défis ...

- **Déclin de la voix par accès traditionnel** partiellement compensé par la croissance des Données du fait des migrations vers l'IP en France
- **Pression sur l'ARPA Données** limitée par l'augmentation des débits et par de plus en plus de services à forte valeur ajoutée en France
- **Pression réglementaire continue** due à la baisse de tarification du fixe à mobile en France en Janvier 06

... et opportunités

- **Feuille de route innovante sur la transformation IP**
- **Développement des offres d'abondance en France**
- **Développer les offres convergentes voix/données/mobile en Europe (Livebox Pro)**
- **Solutions de mobilité - Business Everywhere:** extension de notre présence géographique et des technologies associées
- **Améliorer la fidélité de nos clients par un service client intégré**
- **Tirer parti de la convergence Telecom et IT pour développer l'outsourcing, les services aux professionnels et les services IT**

Principal objectif opérationnel



Confirmer notre leadership sur la transformation IP en offrant des nouveaux services IT et convergents

Objectifs 2006 des principaux pays



France

Améliorer la structure de coûts, renforcer les offres commerciales et lancer des produits innovants

UK

Tirer parti du changement de marque et de la convergence pour faire face à la pression concurrentielle des marchés mobile et du haut-débit

Espagne

Réussir l'intégration

Pologne

Mettre en place une stratégie marketing d'opérateur intégré

2006 : prévisions

telles que communiquées le 11 janvier 2006



Cash Flow
Organique

7 Mds d'Euros

Chiffre
d'affaires

Une croissance réelle
supérieure à 7%*

Taux
de MBO

Entre -1 et -2 points sur le CA

Capex

Environ 13% du Chiffre d'Affaires

* environ + 2% en base comparable

70

Réaliser NExT



Introduction

Transformer France Telecom pour réaliser NExT

Résultats 2005 et objectifs 2006

Utilisation du cash et conclusion

71



→ Risque d'exécution sous contrôle

- Équipes de transformation, marketing stratégique, équipe de direction réorganisée et contrôle financier du budget 2006

→ Objectifs financiers clairs

- Guidance 2006 confirmée
- Perspectives 2007-2008 permettront une génération de cash soutenue

Devenir l'entreprise leader dans les services de télécommunication en Europe

72

Politique d'utilisation du cash



Objectif de réduction de dette maintenu

→ Ratio dette nette/EBITDA inférieur à 2 d'ici fin 2008

Forte augmentation de la rémunération des actionnaires

→ EUR1 confirmé pour le dividende 2005 payé en 2006
→ Objectif de distribution pour les années suivantes: entre 40% et 45% du cash flow organique
→ Dividende par action pour l'année financière 2006 payé en 2007: indication de EUR1,2
→ Utilisation très sélective des actions de France Télécom

Croissance externe

→ Stratégie très sélective et prudente pour la politique d'acquisition
→ France Telecom examinera les opportunités dans les pays à forte croissance

73

NExT :

Des atouts majeurs pour maintenir notre avance



- ▶ **Une vision stratégique : convergence et intégration**
- ▶ **Des positions décisives: ADSL, Mobile Haut Débit, Livebox**
- ▶ **Une stratégie contenu TV sur tous nos réseaux**
- ▶ **“Technocentre” : lancer la bonne offre au bon moment**
- ▶ **Un réseau intégré de pointe**
- ▶ **Une politique de marque intégrée**
- ▶ **Une présence internationale équilibrée dans des marchés en croissance**
- ▶ **Respect d’une trajectoire financière pluriannuelle**