



Communiqué de presse

Paris, le 5 juillet 2010

Orange dévoile son nouveau projet : « conquêtes 2015 »

Stéphane Richard, Directeur Général de France Télécom-Orange, a dévoilé lundi 5 juillet devant la presse son projet d'entreprise: un plan d'action à 5 ans intitulé « conquêtes 2015 », destiné à définir les enjeux et perspectives du Groupe, clarifier ses métiers, et retrouver un esprit de conquête et la fierté d'appartenance à Orange.

conquêtes 2015 : la réponse aux grands enjeux

Ce projet a été façonné par trois enjeux majeurs :

- **une crise sociale** sans précédent en France,
- **un écosystème en pleine mutation** avec l'accélération du développement des technologies et des usages notamment autour de l'image : 50 milliards de terminaux connectés sur la planète en 2020, 6 milliards de milliards d'octets transportés chaque mois par internet, 2 000 ans de vidéos sur YouTube,... et des clients qui attendent une qualité de service irréprochable, mais aussi des tarifications adaptées, la sécurité de leurs données, etc.
- **un environnement concurrentiel et réglementaire tendu**: intermédiation des nouveaux acteurs de l'Internet, impact des baisses des prix régulés sur les marchés de gros, etc.

conquêtes 2015 : une méthodologie innovante de co-construction

Pour répondre à ces enjeux, Orange a fait le choix d'une démarche inédite de co-construction, à la fois géographique et par métiers. A partir du mois de mars, des réunions d'environ 50 personnes ont été organisées avec les différents pays et métiers du Groupe pour définir des orientations, qui ont été retravaillées ensuite à 500. Ces 500 managers de tous les métiers et pays ont ensuite partagé les réflexions avec leurs équipes. C'est la convergence de tous ces partages de points de vue et retours de réflexion qui a abouti au projet « conquêtes 2015 ».

conquêtes 2015 : un projet décliné en 4 axes

Avec « conquêtes 2015 », Orange s'adresse simultanément à ses salariés, à ses clients, à ses actionnaires et plus largement à la société dans laquelle l'entreprise évolue, et s'engage concrètement en s'appuyant sur des plans d'actions.

- **La conquête de l'engagement des salariés du Groupe** : pour Orange, la priorité, la première conquête, ce sont les femmes et les hommes d'Orange. L'entreprise s'engage à être un groupe où il fait bon travailler grâce à une nouvelle vision des Ressources Humaines, un nouveau style de management et des valeurs communes. Un engagement qui a déjà été initié avec notamment la création d'Orange campus, pour fédérer une communauté de managers dès janvier 2011 à Paris, puis au printemps, à Serock en Pologne, Madrid, Bordeaux, Marseille, Nancy, Rennes, et 6 sites hors d'Europe (Atlanta, Dakar, Nairobi, New Delhi, Rio et Singapour). Les systèmes d'information, qui s'étaient beaucoup complexifiés au fil des années, seront largement simplifiés, jusqu'à la refonte totale de certaines parties. En France, pour faire face à son défi démographique, le Groupe prévoit de recruter 10 000 salariés sur la période 2010-2012, l'ensemble des mesures prévues dans le nouveau contrat social en France représentant une enveloppe de 900 millions d'euros sur cette même période, hors économies attendues sur le programme TPS (temps partiel seniors) et départs naturels.



- **La conquête des réseaux** : Orange réaffirme qu'ils constituent son cœur de métier et son avenir. C'est sur son réseau et le savoir-faire de ses techniciens que le Groupe s'est construit, c'est aussi la fierté de ses salariés. La conquête des réseaux passe par un accroissement de la couverture et du débit, fixe comme mobile, dans les pays matures comme dans les pays émergents. D'ici 2015, Orange investira 2 milliards d'euros dans le déploiement de la fibre optique en France, garantissant la couverture de 40% des foyers et en étant présent dans toutes les régions de métropole d'ici 2012, et dans tous les départements d'ici 2015 (y compris 3 départements d'outre mer). Par ailleurs, l'opérateur se tient prêt d'un point de vue technique et technologique à lancer le LTE dès que la réglementation le permettra. Orange investira également dans la monétisation du trafic de données sur les mobiles ou le déploiement de réseaux « verts », comme le programme Oryx d'antennes de téléphonie mobile fonctionnant à l'énergie solaire en Afrique.
- **La conquête du client** : Orange est l'opérateur « universel », populaire et ambitionne de devenir l'opérateur de confiance. Pour reconquérir la confiance de ses clients, il faut d'abord améliorer la qualité de service et la relation client, en valorisant notamment davantage la fidélité des clients existants. L'ambition d'Orange est d'offrir à ses clients la meilleure expérience parmi tous les opérateurs, et ceci à chaque étape de la relation : analyse des besoins, préconisations, assistance à l'usage, migrations, maîtrise des dépenses, etc. Orange doit devenir le « coach multimédia » de ses clients en les accompagnant et en facilitant leur vie numérique. Orange poursuivra sa stratégie de croissance par l'innovation, que ce soit par l'optimisation de la qualité de la voix, l'enrichissement de la carte SIM, mais aussi le développement de nouveaux services tels qu'Orange Care (garantie, assurance, aide en ligne) et des offres dans les domaines de la santé, de l'éducation ou encore des services de paiement ou de transfert (programme Orange Money en Afrique)..
- **La conquête de l'international** : l'ambition du Groupe est de retrouver aussi un esprit de conquête dans le domaine du développement international, sur la base d'une politique d'acquisition inchangée dans laquelle aucune opération « transformante » n'est envisagée. Dans les pays émergents, il est en particulier prévu un doublement du chiffre d'affaires d'ici 5 ans.

Enfin, sur l'ensemble de ses marchés, Orange ambitionne de passer de près de 200 millions de clients aujourd'hui à 300 millions d'ici 2015.

Par l'excellence de l'exécution de ce projet, le Groupe entend démontrer qu'il est capable de tirer parti de la croissance numérique et relever ainsi le défi de la conquête des investisseurs. Le suivi de la mise en oeuvre des quatre directions stratégiques de ce projet s'appuiera sur un chiffrage des plans d'actions jusqu'à 2015 qui constitue la phase 2 du projet de mi-juillet à l'automne 2010.

France Télécom réitère sa guidance de génération de 8 milliards d'euros de cash-flow organique pour 2010 et 2011, hors acquisition de spectre et de licences, hors litige sur la Taxe Professionnelle, et y compris les bénéfices et coûts net de « conquêtes 2015 ». Les autres éléments constituant la politique financière du Groupe restent inchangés.

A propos de France Télécom

France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, a réalisé un chiffre d'affaires de 45,9 milliards d'euros en 2009 et de 10,9 milliards d'euros au premier trimestre 2010. Au 31 mars 2010, le Groupe servait 183,3 millions de clients dans 32 pays, dont près de 131 millions de clients Orange, la marque unique du Groupe pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. Au 31 mars 2010, le Groupe comptait 123,7 millions de clients du mobile et 13,5 millions de clients ADSL dans le monde. Orange est le troisième opérateur mobile et le deuxième fournisseur d'accès internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un écosystème en pleine mutation.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com, www.orange-innovation.tv

Contact presse :

Béatrice Mandine – 01 44 44 93 93 – service.presse@orange-ftgroup.com