



comunicado de prensa

París, 5 de julio de 2010

Orange desvela su nuevo proyecto: "conquests 2015"

El pasado lunes 5 de julio, Stéphane Richard, Director General de France Télécom-Orange, desveló a la prensa su proyecto empresarial: un plan de acción a 5 años titulado "Conquests 2015" (Conquistas 2015), el cual tiene como finalidad definir los desafíos y objetivos del Grupo, aclarar sus actividades y reencontrar un espíritu de conquista, así como el orgullo de pertenecer a Orange.

conquests 2015: las respuestas a los grandes desafíos

Este proyecto se elaboró en torno a tres desafíos importantes:

- **Una crisis social** sin precedentes en Francia.
- **Un ecosistema en constante proceso de cambio** con la aceleración del desarrollo de las tecnologías y de los usos, especialmente en torno a la imagen. 50 mil millones de terminales conectados en todo planeta en 2020, 6 trillones de bytes transmitidos cada mes a través de internet, 2000 años de vídeos en YouTube... y clientes que esperan una calidad de servicio impecable, pero también tarifas adaptadas, seguridad de sus datos, etc.
- **Un entorno competitivo y normativo complejo**: la aparición de nuevos actores de Internet, el impacto de las reducciones de precio reguladas en los mercados mayoristas, etc.

conquests 2015: una metodología innovadora de co-construcción

Para responder a estos desafíos, Orange ha optado por un método innovador de co-construcción, tanto en el aspecto geográfico como en el de empresas. Desde el mes de marzo, se organizaron reuniones, para definir el rumbo, que contaron con la participación de unas 50 personas de los diferentes países y empresas del Grupo. Estas reuniones se volvieron a realizar con 500 directores de todas las actividades y países, quienes compartieron las reflexiones con sus equipos. El proyecto "conquests 2015" nació a partir del intercambio de todos estos puntos de vista y reflexiones.

conquests 2015: un proyecto basado en 4 ejes

Con "conquests 2015", Orange se dirige al mismo tiempo a sus empleados, clientes, accionistas y, de modo más amplio, a la sociedad en la que evoluciona la empresa, apoyando su compromiso en planes de acción.

- **La conquista del compromiso de los empleados del Grupo**: Para Orange, la prioridad, la primera conquista, son las mujeres y los hombres de Orange. La empresa se compromete a ser un grupo con un buen ambiente de trabajo gracias a una nueva visión por parte de Recursos humanos, un nuevo estilo de gestión y valores comunes. Un compromiso que ya se inició con la creación del campus Orange, el cual pretende construir una comunidad de directores a partir de enero de 2011 en París, continuándose en primavera en Serock, Polonia, y Madrid, Burdeos, Marsella, Nancy, Rennes y 6 lugares más fuera de Europa (Atlanta, Dakar, Nairobi, Nueva Delhi, Río y Singapur). Se simplificarán los sistemas de información, que se han vuelto muy complejos con el paso de los años, llegando a ser reemplazados en determinados casos. En Francia, para hacer frente a su desafío demográfico, el Grupo prevé contratar a 10.000 empleados en el período 2010-2012. El conjunto de medidas previstas en el nuevo contrato social del Grupo para Francia representa un presupuesto de 900 mil millones de euros para este mismo período, aparte de los ahorros esperados en el programa TPS (tiempo parcial para jubilados) y por las bajas habituales.
- **La conquista de las redes**: Orange reafirma que constituyen su actividad principal y su futuro. El Grupo se construye sobre su red y el saber hacer de sus técnicos, lo que se traduce en orgullo



para sus empleados. La conquista de las redes significa un aumento de la cobertura y del volumen, tanto fijo como móvil, tanto en los países maduros como en los emergentes. Hasta el año 2015, Orange invertirá 2 mil millones de euros en el desarrollo de la fibra óptica en Francia, lo que garantizará la cobertura del 40% de los hogares y la presencia en todas las regiones metropolitanas en 2012 y en todos los departamentos en 2015 (incluidos 3 departamentos de ultramar). Asimismo, el operador se encuentra técnica y tecnológicamente preparado para lanzar el LTE en cuanto la legislación lo permita. Orange también invertirá en la monetización del tráfico de datos en móviles y en el desarrollo de las redes "verdes", como el programa Oryx de antenas de telefonía móvil que funcionan con energía solar en África.

- **La conquista del cliente:** Orange es el operador "universal" y desea convertirse en el operador de confianza. Para reconquistar la confianza de sus clientes, en primer lugar debe mejorar la calidad del servicio y la relación con el cliente, especialmente, valorando la fidelidad de los ya existentes. La ambición de Orange es ofrecer a sus clientes la mejor experiencia de entre todos los operadores, incluyendo en cada etapa de la relación: análisis de necesidades, recomendaciones, asistencia al uso, migraciones, control de los gastos, etc. Orange debe convertirse en el "asesor multimedia" de sus clientes, acompañándolos y facilitando su vida digital. Orange continuará con su estrategia de crecimiento a través de la innovación, sea con optimización de la calidad de los servicios de voz, mediante el enriquecimiento de la tarjeta SM, o por el desarrollo de nuevos servicios como Orange Care (garantía, seguro, ayuda en línea) y ofertas en los sectores de la sanidad, la educación e, incluso, en los servicios de pago o de transferencias (Programa Orange Money en África).
- **La conquista del desarrollo internacional:** la ambición del Grupo es encontrar un espíritu de conquista en el campo del desarrollo internacional, basándose en la misma política de adquisición, en la cual no se plantea ninguna operación de "transformación". En los países emergentes, se prevé una duplicación del volumen de negocios en un plazo de 5 años.

Finalmente, en el conjunto de sus mercados, Orange trabaja para pasar de sus cerca de 200 millones de clientes actuales a los 300 millones en 2015.

A través de la excelencia en la ejecución de este proyecto, el Grupo pretende demostrar que es capaz de sacar provecho del desarrollo digital, de cara a la captación de nuevos inversores. La puesta en práctica de las cuatro direcciones estratégicas de este proyecto se realizará con una cuantificación de los planes de acción hasta 2015 y se trabajará con estos datos financieros en la fase 2 del proyecto, desde mediados de julio hasta otoño de 2010.

France Télécom reitera su objetivo de generar 8 mil millones de euros de flujo de caja en 2010 y 2011, además de la adquisición de espectro y licencias, excluyendo el litigio sobre el impuesto de sociedades, e incluyendo los beneficios y los costes netos de "conquests 2015". Los demás elementos que constituyen la política financiera del Grupo se mantienen invariables.

acerca de Orange

France Telecom Orange, uno de los principales operadores en telecomunicaciones del mundo, con unas ventas consolidadas por 50.900 millones de euros en 2009 en todas las actividades, incluidas las del Reino Unido. Al 31 de diciembre de 2009, contaba con 193 millones de clientes en 32 países, de los cuales 131,8 millones eran suscriptores de Orange, la marca exclusiva del Grupo para Internet, televisión y servicios móviles en la mayoría de los países donde opera la empresa. A 31 de diciembre de 2009, el Grupo contaba con 132,6 millones de clientes móviles y 13,5 millones de clientes de banda ancha (ADSL) a escala mundial. Orange es el tercer operador móvil y el proveedor número uno de servicios de Internet de banda ancha en Europa y, bajo la marca Orange Business Services, es uno de los líderes mundiales en suministro de servicios de telecomunicación a empresas multinacionales.

La estrategia del Grupo, que se caracteriza por hacer énfasis en la innovación, la convergencia y la gestión rentable, apunta a establecer a Orange como un operador integral y como una referencia para los nuevos servicios de telecomunicaciones en Europa. Hoy en día el Grupo permanece enfocado en sus actividades principales como operador de redes y al mismo tiempo trabaja en el desarrollo de su posicionamiento en actividades de nuevo crecimiento. Para satisfacer las expectativas de los clientes, el Grupo se esfuerza por proporcionar productos y servicios que sean sencillos y cómodos para el usuario,

manteniendo al mismo tiempo un modelo comercial sostenible y responsable que se pueda adaptar a los requisitos de un ecosistema cambiante que se mueve rápidamente.

France Telecom (NYSE:FTE) cotiza en Euronext Paris (compartimento A) y en la bolsa de valores de Nueva York.

Para obtener más información (en la Web o en su móvil): www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

contacto de prensa:

Béatrice Mandine – +33 (0)1 44 44 93 93 – service.presse@orange-ftgroup.com