

Orange
et le groupe France Télécom
en 2007



bonjourhello salut^{cześć}holanangadêf dag

Le groupe France Télécom est un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. En 2007, il a investi de nouveaux territoires en étendant sa présence géographique et en développant son offre de services à d'autres secteurs d'activité comme les contenus, la santé et l'audience.

Le Groupe sert ainsi plus de 170 millions de clients dans le monde, dont les deux tiers sous la marque Orange, qui est désormais la marque unique pour l'Internet, la télévision, le mobile et tous les services numériques dans la majorité des pays où il est présent.

plus de **170**
millions de clients
dans le monde

52,96
milliards d'euros
de chiffre d'affaires

109,7
millions de clients
du mobile

47,4
millions de clients
du fixe

13
millions de clients
du haut débit mobile

11,7
millions de clients
du haut débit ADSL

4,8
millions de clients de
la téléphonie sur Internet

1,2
million de clients de
la télévision sur ADSL

le Groupe en 2007

n° 3
européen du mobile

n° 1
européen de l'Internet
haut débit ADSL

n° 1
européen de la téléphonie
sur Internet

n° 1
européen de la TV
sur ADSL

accompagner nos clients

à la maison

les services à domicile

Le Groupe propose des services de communication résidentiels essentiellement en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient. Au-delà de la téléphonie fixe, c'est tout l'éventail des services haut débit portés par l'Internet, la télévision sur ADSL ou la téléphonie sur Internet qui tirent la croissance du Groupe dans ce domaine. Ce marché bénéficie de l'essor de la convergence, à travers notamment la Livebox, véritable passerelle des services haut débit, qui équipe désormais plus de 50 % des clients de ces offres et leur permet d'accéder à des services de nouvelle génération, tels que Live phone, Live télésurveillance, Live plug ou Live radio.

en déplacement

les services mobiles

Les services de communication personnels du Groupe sont disponibles dans 24 pays à travers le monde avec un fort développement dans les pays en croissance d'Europe centrale, du Moyen-Orient et d'Afrique alors que les pays matures connaissent un taux de croissance plus modéré. Les offres du Groupe recouvrent toute une palette de services mobiles de voix et de données, des offres illimitées et à valeur ajoutée, comme des services convergents qui combinent fixe et mobile...

Porté par les investissements réalisés ces dernières années dans les réseaux dits de 3^e génération (3G et 3G+), le haut débit mobile ouvre tout un nouvel univers de services et permet l'émergence de nouveaux usages comme l'accès à la télévision ou le téléchargement de musique ainsi que l'accès à Internet.

au travail

les services aux entreprises

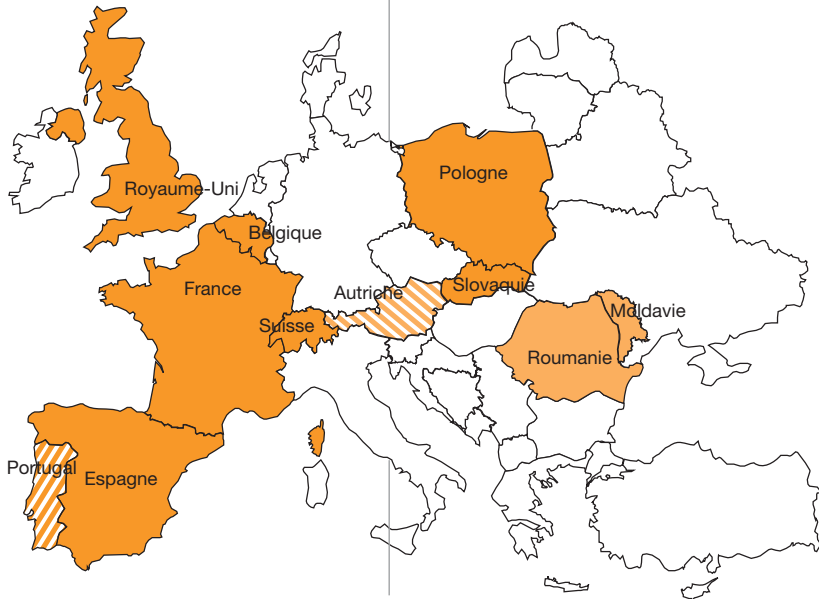
Au-delà des services traditionnels aux entreprises que sont la téléphonie et les services de données, le Groupe a renforcé ses activités dans les nouveaux domaines tels que les réseaux IP, les services d'intégration et l'ensemble des services associés à valeur ajoutée : solutions nomades, téléphonie sur Internet, travail collaboratif, sécurité...

Intégrateur de services de communication pour les entreprises, le Groupe propose une relation de partenariat à ses clients, des PME aux multinationales, en prenant en charge la complexité des nouvelles technologies pour leur permettre de se concentrer sur leur cœur de métier.

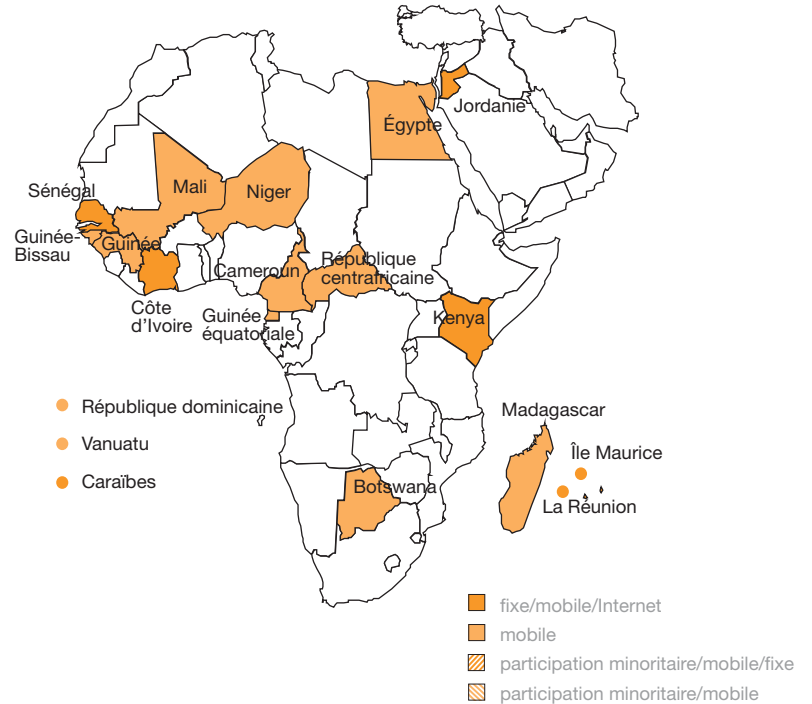
L'offre phare de mobilité Business Everywhere comptait près de 870 000 utilisateurs dans le monde à fin 2007 !

un groupe international

Europe de l'Ouest | Europe Centrale



Afrique, Moyen-Orient



un groupe responsable

Vecteur d'innovation, le développement durable s'inscrit au cœur des valeurs du Groupe et de la marque Orange : les télécommunications ont un rôle à jouer dans la lutte contre les changements climatiques et dans l'amélioration de la vie des personnes. Premier utilisateur de ses produits et services, Orange recourt le plus possible aux applications réseaux et aux systèmes d'information les plus « verts » ; il s'efforce aussi de populariser auprès de ses clients les solutions qui limitent les déplacements, réduisent la consommation d'énergie ou renforcent les liens sociaux.

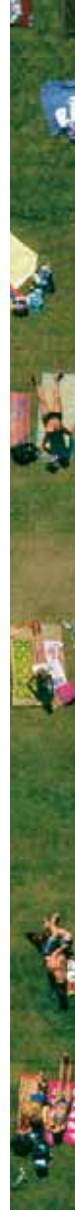
La Fondation Orange a fêté ses 20 ans en 2007. Deux décennies d'engagements et des centaines d'actions soutenues dans trois domaines : le handicap (autisme, déficiences visuelles et auditives), la lutte contre l'illettrisme et pour l'éducation des filles dans les pays en développement et enfin la culture, avec un soutien à la pratique collective de la musique vocale.

audace, dynamisme, simplicité,
proximité et transparence,
telles sont les 5 valeurs qui guident
les actions du Groupe.

un pionnier de la convergence

Proposer une expérience des services et des contenus Orange à chaque client pour lui offrir une abondance de services, qu'il se connecte à l'Internet par le fixe ou le mobile, c'est la stratégie mise en place depuis 2005 à l'échelle du Groupe. Elle repose sur quatre piliers :

- **l'innovation** : le Groupe est aujourd'hui le seul opérateur de télécoms à posséder une chaîne de l'innovation intégrée à l'échelle internationale, depuis la R & D jusqu'à la mise sur le marché des nouvelles offres développées en interne ou issues de partenariats. Le réseau mondial des Orange Labs fait collaborer les équipes impliquées dans la recherche, le développement, le déploiement des réseaux et la commercialisation des nouveaux produits et services de convergence ;
- **la marque** : la marque Orange fédère clients et salariés autour de valeurs communes et d'une même vision de la relation et des services. Elle est également un facteur fort de dynamisme commercial. C'est enfin un actif que le Groupe fait fructifier et qui lui permet de développer ses offres de nouveaux services. Elle a été classée 50^e marque au monde par Millward Brown Optimor en mai 2008 ;
- **les réseaux et les systèmes d'information** intégrés sont un atout majeur dans la stratégie de convergence mise en place par le Groupe. Ils permettent à la fois de fournir du haut débit, tant fixe que mobile, dans tous les pays où il est présent et de préparer les évolutions technologiques futures, entre autres à travers le prédéploiement de la fibre optique ;
- **la qualité de service** est fondamentale pour fidéliser les clients qui sont désormais au centre de ce nouvel univers des télécommunications. L'enjeu est à la fois de les accompagner dans la prise en main des nouveaux services et d'en garantir la disponibilité et la fiabilité.

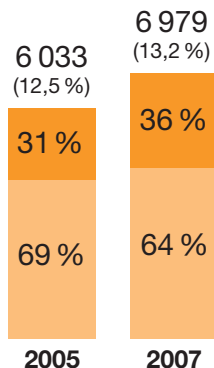


des investissements qui accompagnent la croissance

Les investissements assurent le déploiement et le maintien des réseaux fixe et mobile et préparent les nouveaux relais de croissance dans les contenus, la santé et l'audience. Les investissements sur les réseaux existants reculent en part relative au profit des investissements sur les activités en croissance : réseaux de nouvelle génération, haut débit mobile et investissements dans la fibre.

7 milliards d'euros
pour les dépenses
d'investissement

13,2 %
taux d'investissement
rapporté au
chiffre d'affaires



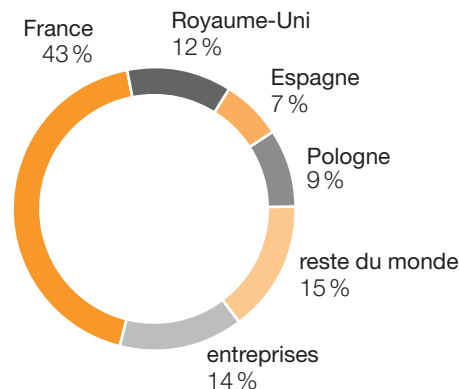
**évolution et tendance
des investissements**
(en millions d'euros et en % du CA)

- investissements sur les activités en croissance
- investissements traditionnels

repères et chiffres clés

52,96 milliards d'euros
de chiffre d'affaires

répartition géographique du chiffre d'affaires



187 300 collaborateurs
dans le monde

repères et chiffres clés

éléments financiers

marge brute

opérationnelle (MBO)

MBO/CA

19,1

milliards d'euros

36,1%

cash-flow organique

7,8

milliards d'euros

résultat net

part du Groupe

6,3

milliards d'euros

dividende

1,30

euro par action

contacts



L'essentiel sur mobile : orange.mobi

Ceci est un flashcode.

En scannant ce code barre 2D via l'appareil photo de son téléphone mobile, l'accès à des informations ou des contenus multimédias se fait en un flash! (fonction disponible avec Orange sur certains terminaux mobiles en France).

Pour en savoir plus, www.orange.com/flashcode

le Groupe

www.orange.com

www.francetelecom.com

pour toute question ou demande relative à ce document :

infos.groupe@orange-ftgroup.com

Orange
et le groupe France Télécom
en 2007

