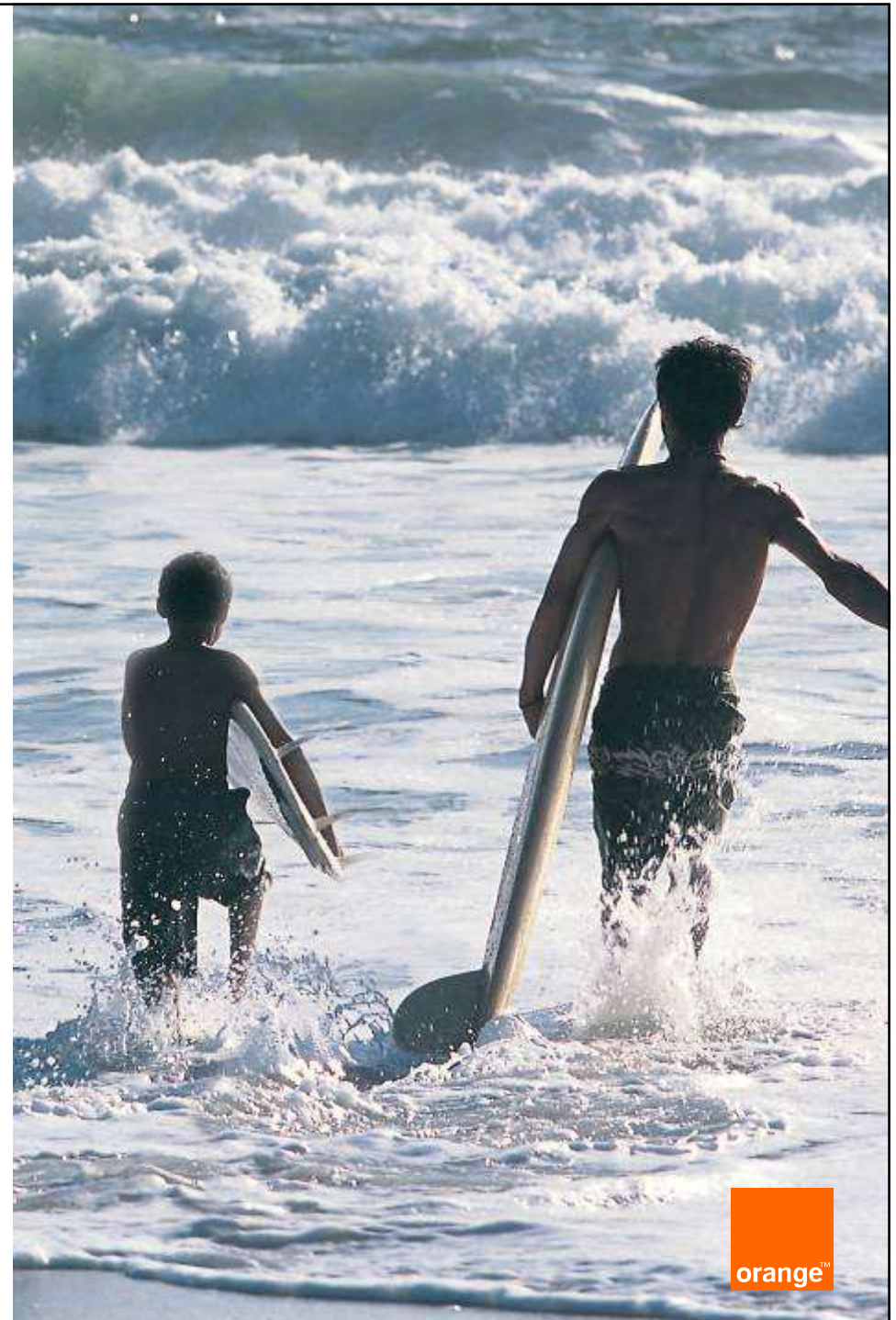


France Télécom résultats du S1 09

30 juillet 2009

traduction de la version anglaise



avertissement

- cette présentation contient des informations concernant les objectifs de France Télécom, notamment pour l'exercice 2009. Bien que France Télécom estime que ses objectifs reposent sur des hypothèses raisonnables, ces informations sont soumises à de nombreux risques et incertitudes, y compris des risques que nous pouvons actuellement ignorer ou considérer comme non significatifs, et il n'existe pas de certitude que les événements attendus auront lieu ou que les objectifs énoncés seront effectivement atteints. Les facteurs importants susceptibles d'entraîner des différences entre les objectifs énoncés et les réalisations effectives comprennent notamment l'évolution globale de l'activité économique et des marchés de France Télécom, l'efficacité de la stratégie d'opérateur intégré y compris le succès de la marque Orange, le succès du plan de transformation Orange 2012 et des autres initiatives stratégiques, opérationnelles et financières, la capacité de France Télécom de s'adapter à la transformation continue du secteur des télécommunications, l'évolution et les contraintes réglementaires ainsi que le résultat des litiges, les risques et incertitudes concernant les opérations internationales, et les fluctuations des taux de changes.
- des informations plus détaillées sur les risques potentiels qui pourraient affecter les résultats financiers de France Télécom sont disponibles dans le Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers et dans le rapport 20-F enregistré auprès de la U.S. Securities and Exchange Commission. France Télécom ne prend aucun engagement de mettre à jour les informations prospectives sous réserve de la réglementation applicable notamment les articles 223-1 et suivants du règlement général de l'Autorité des marchés financiers

S1 09

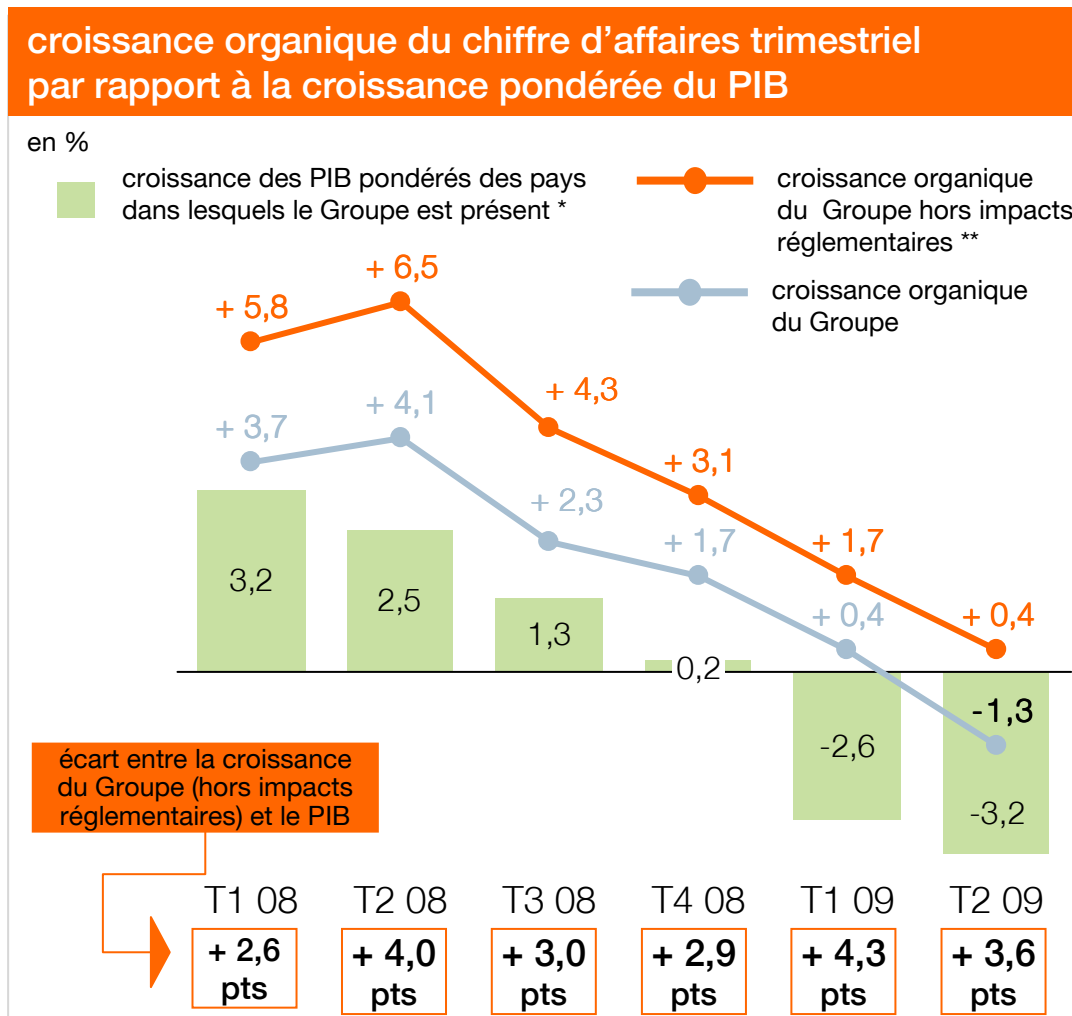
faits marquants

S1 09 - principaux indicateurs financiers

résistance du chiffre d'affaires,
cash flow organique en ligne avec l'objectif annuel grâce à une gestion rigoureuse des coûts et des investissements

en millions d'euros	S1 08 BC	S1 09 réalisé	var. base comparable	points clés
chiffre d'affaires	25 581	25 458	- 0,5 %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ accentuation du ralentissement au T2 dans la plupart des pays du fait de la dégradation de l'environnement économique ▪ l'évolution du CA du groupe reste supérieure à celle du PIB
EBITDA	9 058	8 821	- 2,6 %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ maîtrise des coûts renforcée ▪ amélioration de la marge d'EBITDA au T2 (+ 0,2 pt sur un an) par rapport au T1 (-1,7 pts)
en % du CA	35,4 %	34,7 %	- 0,7 pt	
investissements	3 069	2 528	- 17,6 %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ réduction des investissements pour s'ajuster au niveau d'activité ▪ - 13 % sur un an hors opération immobilière intervenue au S1 08 (163 m€)
en % du CA	12,0 %	9,9 %	- 2,1 pts	
cash flow organique	3 645	4 096	+ 12,4 %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ génération de cash flow en ligne avec l'objectif annuel, en avance par rapport à l'année dernière en raison d'un cadencement différent d'un semestre à l'autre

la croissance du chiffre d'affaires du Groupe reste supérieure à l'évolution du PIB sur ses marchés



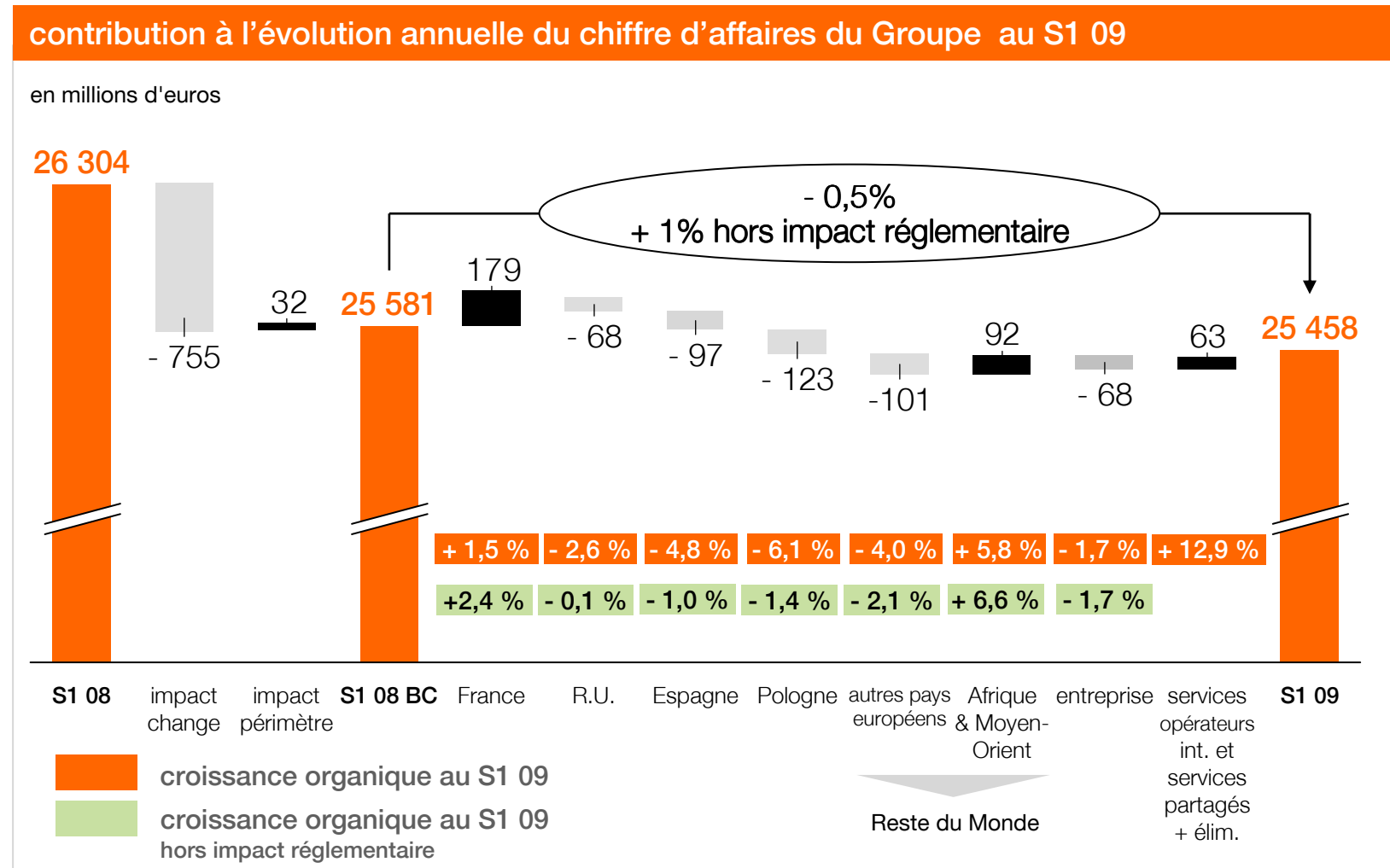
points clés

- la plupart des pays où le Groupe est présent a subi une accentuation de la dégradation de l'environnement économique au T2 09
- la France, l'Afrique et le Moyen-Orient continuent de croître et résistent mieux que les autres régions
- l'Espagne, le Royaume-Uni et certains pays d'Europe de l'Est sont davantage affectés par le ralentissement économique

* source : FMI, estimations France Télécom

** impacts réglementaires : baisse des taux de terminaison d'appel (mobile), prix de vente en gros

la croissance du chiffre d'affaires en France, Afrique, au Moyen-Orient et des services aux opérateurs internationaux compense en grande partie la baisse dans les autres régions

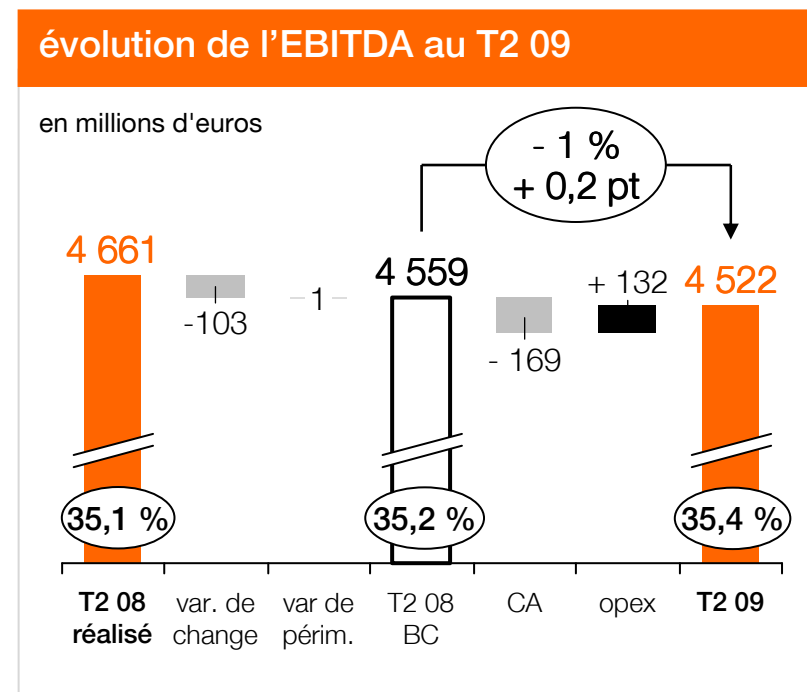
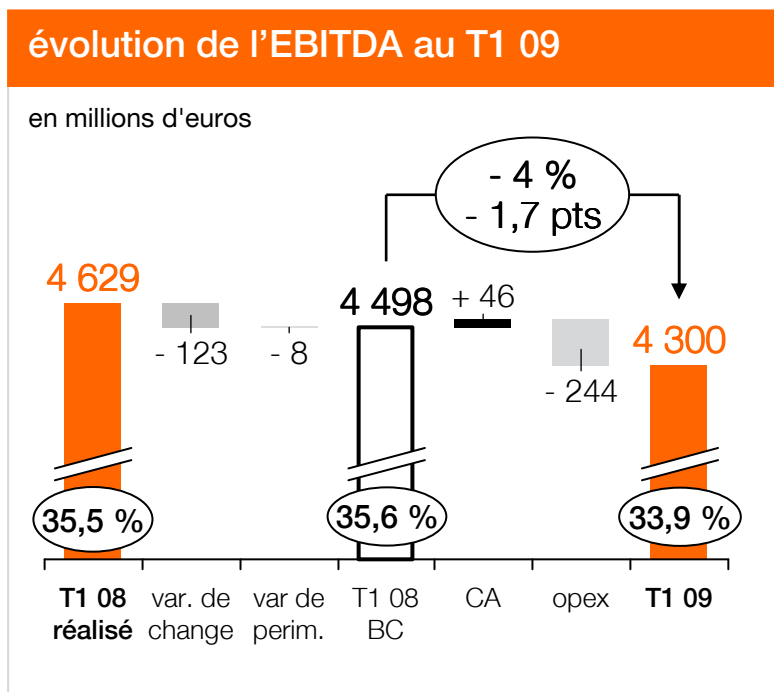


évolution du chiffre d'affaires par région

dans un environnement dégradé, les changements de tendance au T2 09 sont liés aux baisses des TA mobiles*, excepté pour l'activité Entreprise

en millions d'euros	T1 09	var. annuelle (base comp.)	T2 09	var. annuelle (base comp.)
chiffre d'affaires du Groupe	12 685	+ 0,4 %	12 773	-1,3 %
France	5 912	+ 2,1 %	5 928	+ 1,0 %
mobile	2 645	+ 7,4 %	2 728	+ 5,5 %
résidentiel	3 559	- 1,2 %	3 514	- 1,7 %
éliminations	- 292		- 314	
Royaume Uni	1 253	- 0,6 %	1 288	- 4,5 %
mobile	1 208	+ 0,4 %	1 243	- 4,0 %
résidentiel	60	- 18,3 %	60	- 15,5 %
éliminations	- 14		- 15	
Espagne	954	- 4,1 %	966	- 5,5 %
mobile	783	- 5,4 %	795	- 5,6 %
résidentiel	171	+ 2,4 %	171	- 5,3 %
Pologne	960	- 4,7 %	940	- 7,4 %
mobile	445	- 4,5 %	439	- 8,4 %
résidentiel	575	- 1,8 %	563	- 3,3 %
éliminations	- 60		- 62	
Reste du monde	2 028	- 0,4 %	2 084	0,0 %
Entreprise	1 926	+ 0,4 %	1 910	- 3,8 %
Services opérateurs int. et S.P.	337	+ 12,3 %	350	+ 13,5 %
éliminations	- 686		- 694	

malgré la baisse du chiffre d'affaires, un contrôle strict des coûts a permis le redressement de la marge d'EBITDA au T2



points clés

- amélioration de la marge d'EBITDA au T2 09 en raison de la baisse des charges de restructuration (+ 67 m€ sur un an) et de la maîtrise des coûts, et ce malgré :
 - la baisse de l'activité
 - l'augmentation des coûts liés aux achats de contenus (- 67 m€ sur un an)
 - l'impact de la taxe sur l'audiovisuel et de la loi Chatel (- 49 m€ sur un an)

amélioration des marges en Espagne et rentabilité soutenue de l'activité Entreprise, des activités mobiles en France et au R.U.

en millions d'euros	S1 09		évolution organique sur un an *	
	<i>m€</i>	<i>% du CA</i>	<i>m€</i>	<i>en pts de %</i>
EBITDA consolidé	8 821	34,7 %	- 236	- 0,7 pt
France	4 913	41,5 %	- 46	- 1,0 pt
Royaume-Uni	499	19,6 %	- 19	- 0,2 pt
Espagne	349	18,2 %	+ 77	+ 4,7 pts
Pologne	721	38,0 %	- 171	- 6,1 pts
reste du monde	1 677	40,8 %	- 62	- 1,4 pts
Entreprise	781	20,4 %	- 8	+ 0,2 pt
services opérateurs int. et S.P.	- 119	- 17,3 %	- 8	- 0.9 pt

strict contrôle des coûts avec une réduction des frais généraux et des dépenses commerciales

en millions d'euros et en % du CA	1H08 CB	1H09
chiffre d'affaires	25 581	25 458
charges de personnel	(4 501) 17,6 %	(4 487) 17,6 %
dont participation et rémunération en actions	(186)	(174)
interconnexion	(3 727) 14,6 %	(3 809) 15,0 %
autres IT&N	(1 406) 5,5 %	(1 436) 5,6 %
frais généraux, immobilier et autres	(3 073) 12,0 %	(2 995) 11,8 %
dont restructuration	(201)	(118)
dont cessions et résultats des SME	(4)	4
EBITDA avant dépenses commerciales et contenus	12 875 50,3%	12 731 50,0 %
dépenses commerciales et coûts des contenus	(3 817) 14,9 %	(3 909) 15,4 %
EBITDA	9 058 35,4 %	8 821 34,7%

- impacts réglementaires : - 383 m€
- hors impacts réglementaires, le chiffre d'affaires est en hausse de + 260 m€
- charges de personnel contenues grâce à la réduction des effectifs en 2008
- **baisse des tarifs réglementés (+ 229 m€)** compensée par la hausse de l'usage et le développement des offres d'abondance (- 306 m€)
- augmentation des coûts des nouvelles opérations dans les marchés émergents
- hausse des prix de l'énergie au R.U., en Pologne et en Afrique
- **impact de la taxe audiovisuelle et de la loi Chatel (- 81 m€)**
- baisse des charges de restructuration (+ 83 m€)
- plan de réduction des coûts en place : baisse des frais de consultant, de sous-traitance et d'intérim
- gestion rigoureuse des dépenses commerciales
- impact plein au S1 09 des investissements de contenus dans les achats de droits de du football et du cinéma (- 156 m€)

baisse de l'EBITDA au S1 09 en raison d'un impact réglementaire* global de - 235 m€

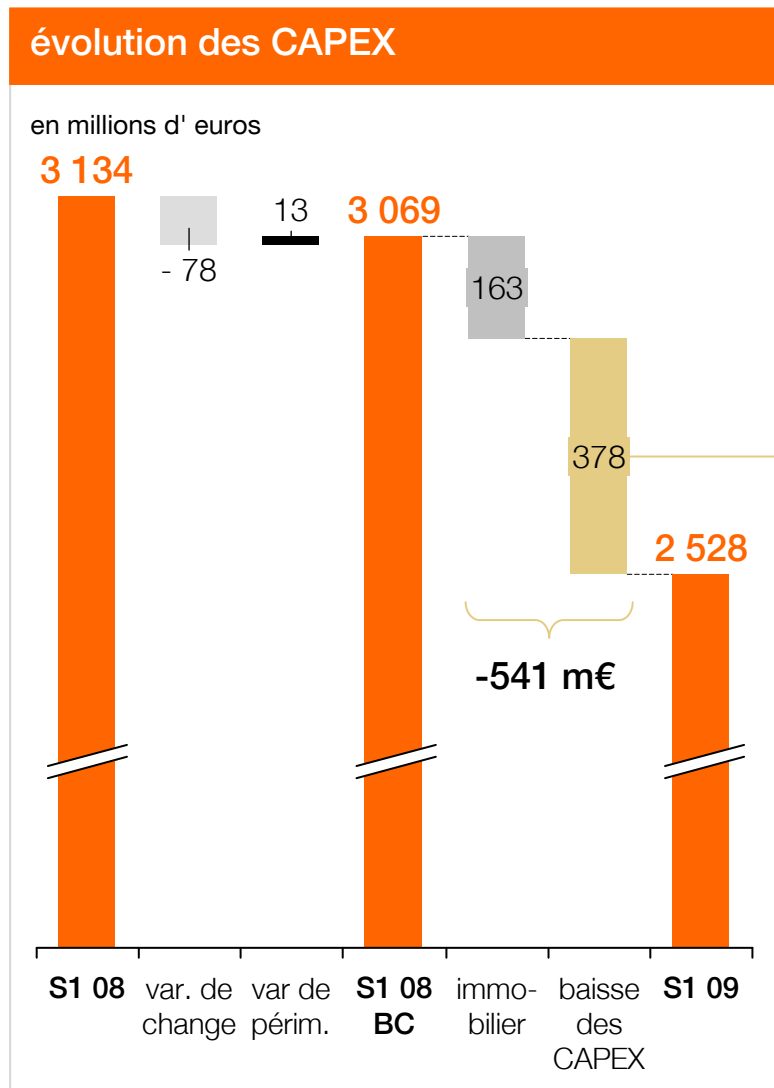
résultat net stable grâce à une réduction des dépréciations & amortissements et des intérêts financiers

en millions d'euros	S1 08 réalisé	S1 09 réalisé
EBITDA	9 290	8 821
dépréciations & amortissements	- 3 841	- 3 598 ¹
dépréciation des écarts d'acquisition et autres immobilisations	22	- 14
résultat d'exploitation	5 471	5 209
résultat financier	- 1 209	- 1 137 ²
impôt sur les sociétés	- 1 266	- 1 269
intérêts minoritaires	- 321	- 244
résultat net part du Groupe	2 675	2 559
plus-values de cessions d'actifs	- 10	18
dépréciation des écarts d'acquisition	0	- 36
éléments exceptionnels d'impôts différés	- 170	9
provisions liées au programme d'actions gratuites pour les employés	27	29
résultat net part du Groupe en termes comparables*	2 522	2 579

- 1**
- réduction des dépréciations et amortissements grâce à un impact positif de change de 162 m€
 - baisse des amortissements des activités résidentielles et mobiles en France

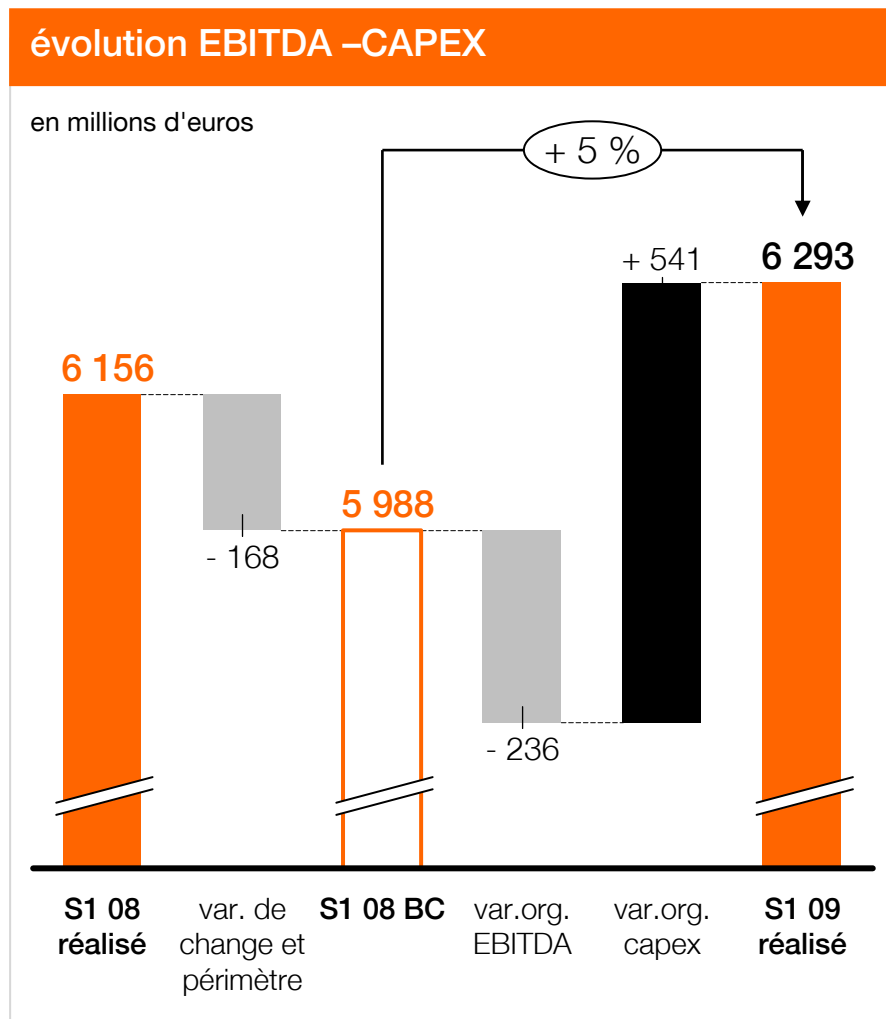
- 2**
- les intérêts financiers ont bénéficié de la réduction de l'endettement net par rapport au S1 08
 - le coût moyen de la dette a été réduit à 6,61 % au S1 contre 6,66 % à fin 2008

grâce à un niveau élevé réalisé ces 3 dernières années, la réduction actuelle des investissements n'obère pas la croissance future



	m€	points clés
haut débit (3G & DSL)	- 120	<ul style="list-style-type: none"> France : ralentissement du marché ADSL et du rythme de déploiement de la TV sur IP investissements 3G soutenus en France, au R.U. et en Espagne autres pays Européens: ajustement des CAPEX 3G à l'environnement de marché Espagne : fin du programme de couverture ADSL
bas débit (2G et RTC)	- 139	<ul style="list-style-type: none"> forte baisse des investissements résultant de la maturité des marchés d'Europe de l'Ouest et d'ajustements en Europe de l'Est augmentation des investissements dans les nouvelles activités en Ouganda et au Kenya mais également optimisation dans les autres pays africains
FTTH	- 17	<ul style="list-style-type: none"> ralentissement des investissements du fait des incertitudes réglementaires
service & innovation	- 59	<ul style="list-style-type: none"> ralentissement saisonnier du déploiement des plateformes de services
backbone & backhaul	+ 60	<ul style="list-style-type: none"> soutien de la hausse du trafic IP dans les principaux pays
IT & autres (boutiques)	- 103	

EBITDA - CAPEX : en hausse de 5 % et supérieur au niveau du S1 08

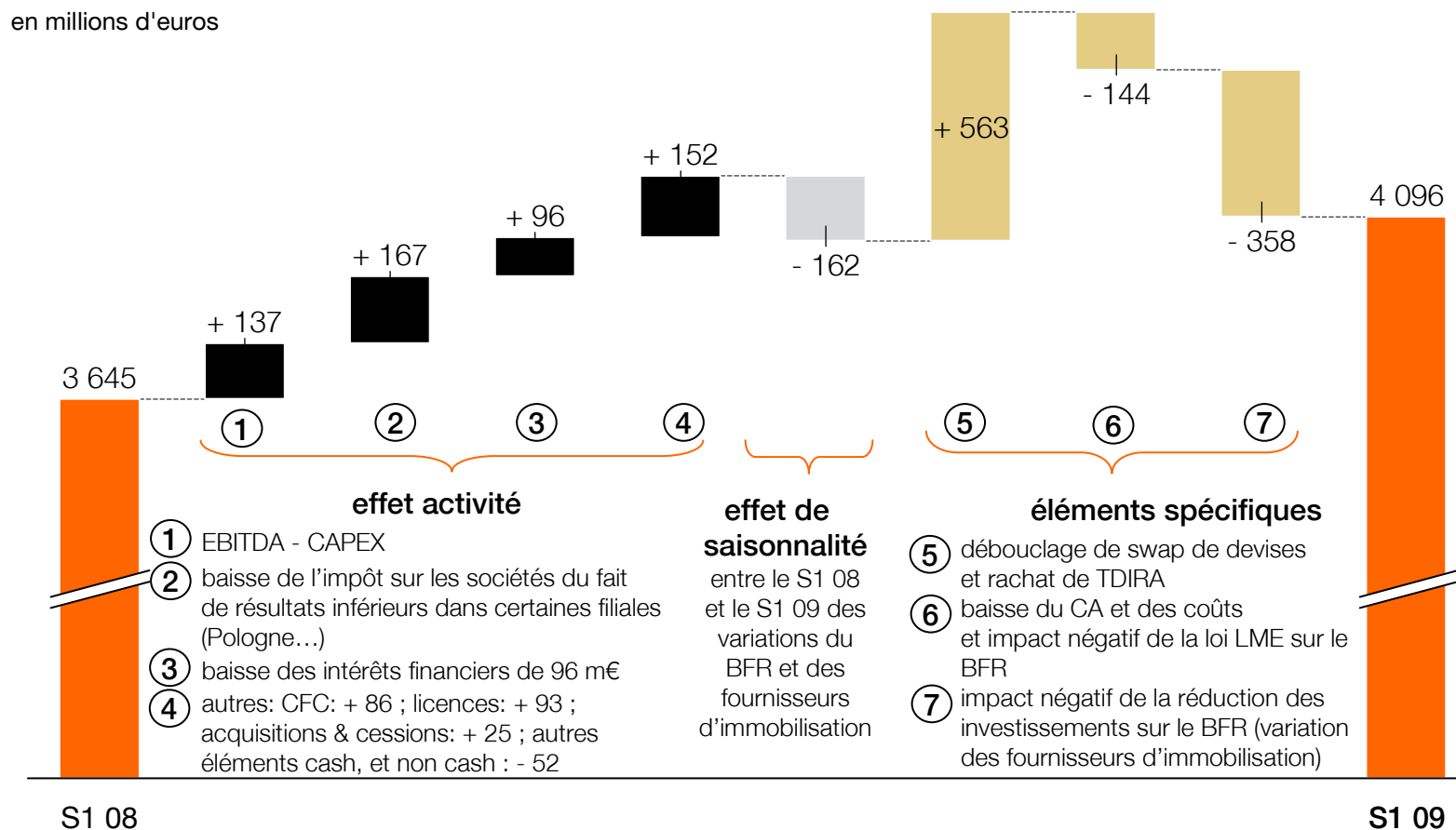


points clés

- impact significatif des variations de change nettes des couvertures en sterling et zloty
- EBITDA-CAPEX en hausse de 5 % à base comparable
 - baisse de l'EBITDA en raison principalement de coûts de contenus additionnels, de la taxe audiovisuelle et des impacts réglementaires
 - compensée par une gestion rigoureuse et adaptée à nos besoins des investissements
- EBITDA-CAPEX en hausse de 137 m€ par rapport au S1 08 réalisé

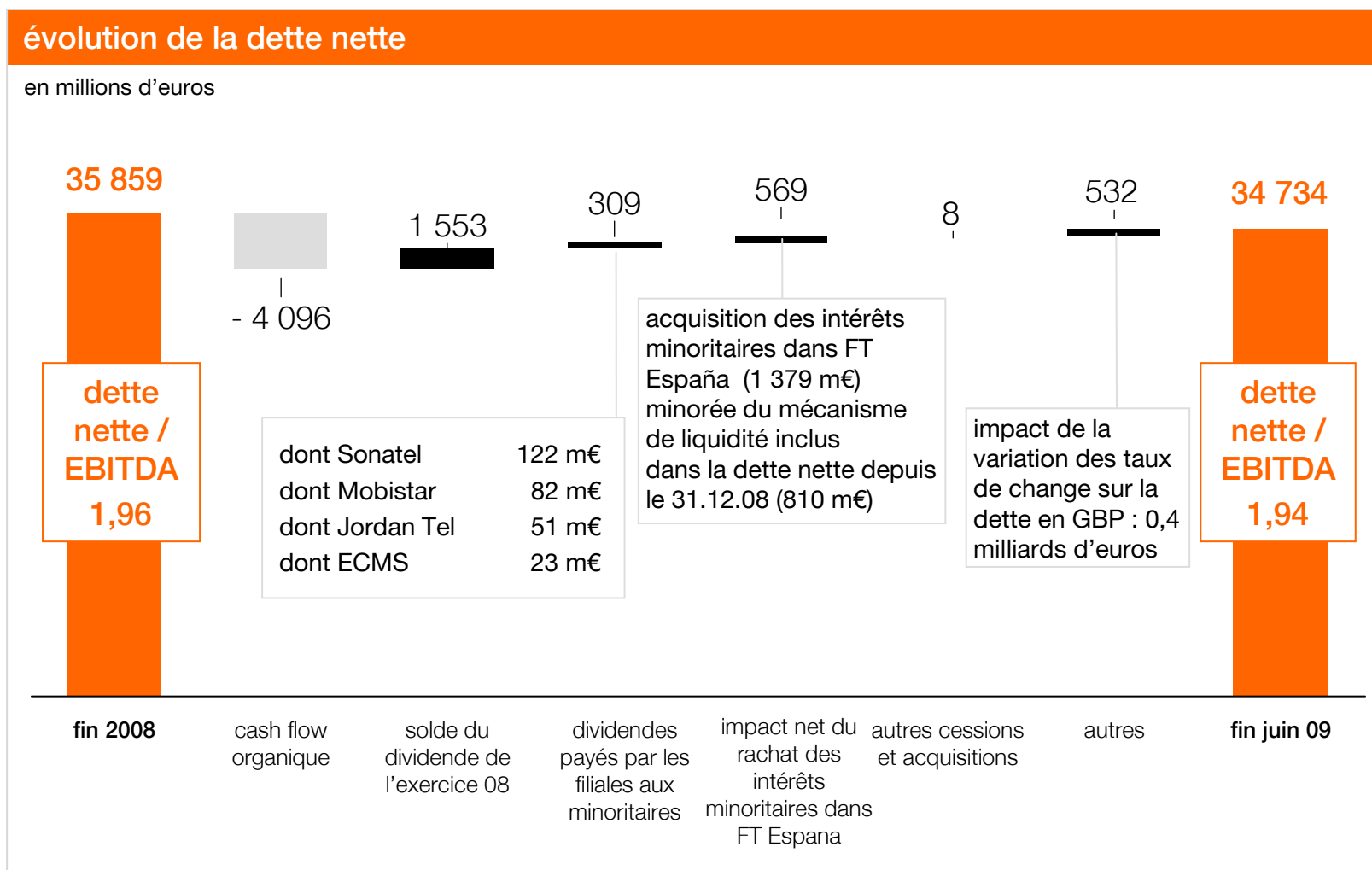
au S1 09, génération de cash flow organique supérieure à l'année précédente en raison d'un cadencement différent, en ligne pour atteindre l'objectif annuel

détail de l'évolution du cash flow organique entre S1 08 – S1 09



Les éléments spécifiques exceptionnels ont un impact total de + 61 m€ sur le cash-flow organique du S1 09

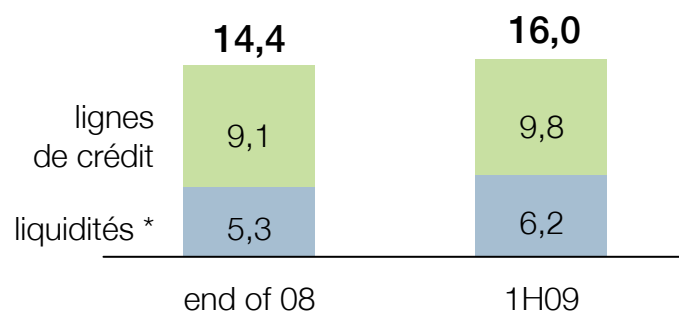
la génération de cash flow est en ligne avec les attentes et a permis de réduire la dette nette du groupe



gestion de la dette : France Telecom continue d'optimiser sa dette et de bénéficier d'une solide position de liquidité

position de liquidité du Groupe

en milliards d'euros



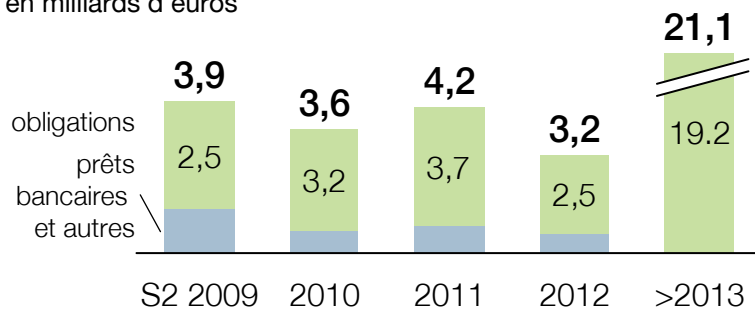
* net des découverts bancaires

points clés

- **position de liquidité renforcée (16 Mds€)**
- **meilleures conditions de refinancement du secteur**
 - 4,8 Mds€ levés au S1 à un coût moyen de 4,9 %
 - bonne diversification: 66 % de la dette obligataire levée au S1 a été émise dans des devises autres que l'euro
- **optimisation de la dette**
 - 1,4 Mds€ de rachat de TDIRA au S1 (1,5 % de dilution potentielle future éliminée)

échéances des remboursements de la dette brute* à fin juin

en milliards d'euros



*dette brute hors TDIRA et hors refinancements courants (environ 2,5 Mds€ en billets de trésorerie, titrisation et découverts bancaires) et produits dérivés

structure de la dette brute

notations Moody's / S&P	A3/A-
% de la dette nette à taux fixe	83 %
% de la dette nette en EUR	78 %
% de la dette brute en obligations	82 %
maturité moyenne de la dette nette	7,2 ans
coût moyen de la dette au S1 09	6,61 %
	(6,66 % en 2008)

S1 09

performance par activité

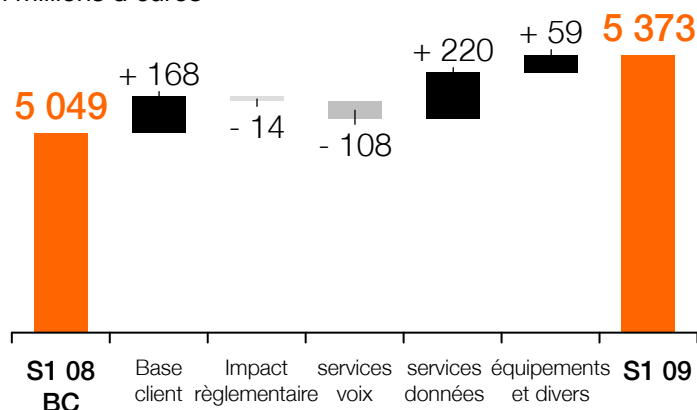
NB : les informations par pays présentées ci-après intègrent des informations publiées par TP group ainsi que des informations additionnelles relatives aux contributions des services mobiles et fixes aux EBITDA de la France, de l'Espagne et du Royaume- Uni utilisées par le marché dans une logique de comparaison.

S1 09 résultats financiers des activités mobiles France

rentabilité préservée grâce à la forte croissance du CA et au contrôle des coûts

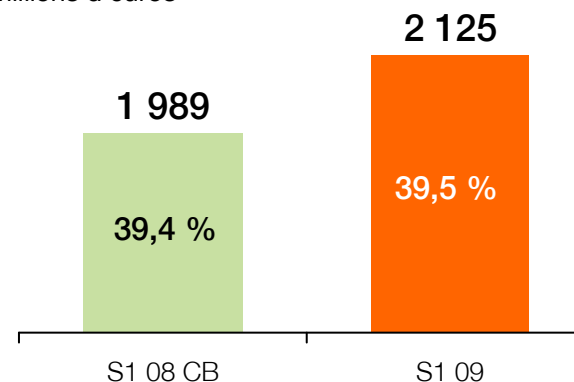
chiffre d'affaires mobiles : + 6,4 % sur un an

en millions d'euros



EBITDA mobile : + 6,8 % sur un an

en millions d'euros



points clés

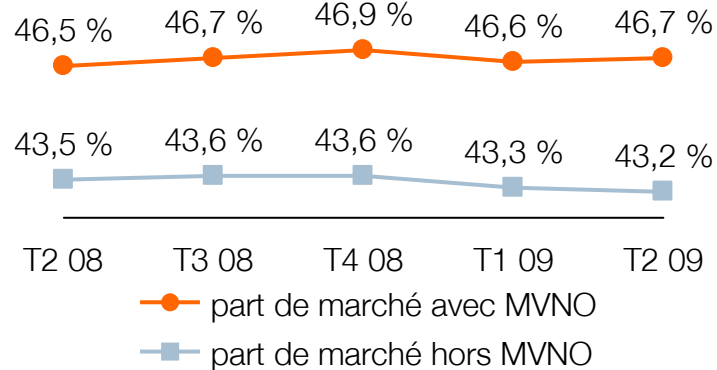
- croissance annuelle du CA de + 6,4% soutenue par l'augmentation de la base client et des services de données
 - augmentation annuelle de la base client (+4 %), tirée par l'augmentation continue du nombre de clients contrats
 - développement des services de données : chiffre d'affaires en hausse de 26 % sur un an, soutenu par la base de clients haut débit (+ 34 % sur un an) et l'ARPU "données" (+ 27 % sur un an)
 - léger impact négatif de la baisse des tarifs d'itinérance
- contribution à l'Eb itda France +136 m€ grâce à :
 - la croissance rentable du chiffre d'affaires
 - la gestion efficace des frais généraux et des coûts commerciaux, qui compense largement l'impact des achats des droits de football et les coûts d'interconnexion plus élevés, et permet pour l'instant de compenser la taxe audiovisuelle

mobile

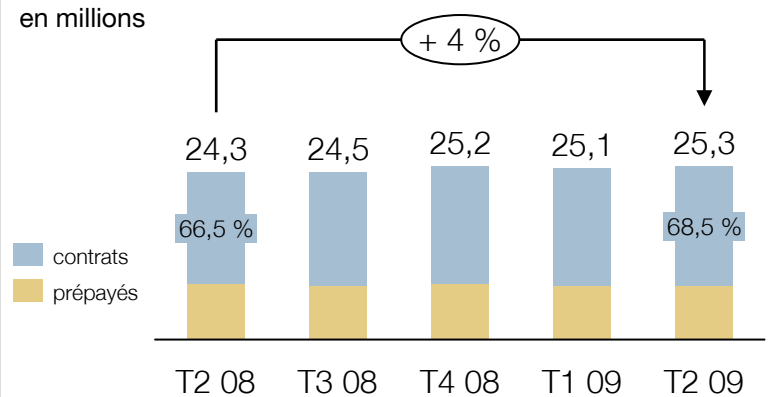
S1 09 KPIs des activités mobiles en France

part de marché stable grâce à la stratégie de valeur axée sur les clients contrats et aux MVNO

évolution de la part de marché Orange*



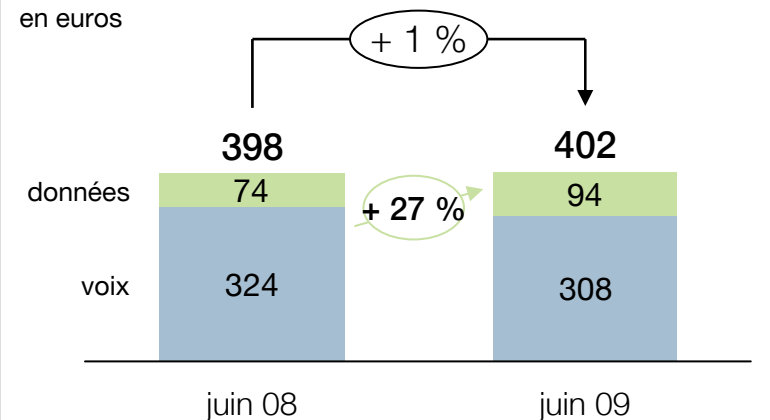
mix et base client mobiles



points clés

- + 211k nouveaux clients au T2 09 (dont 213k nouveaux clients contrats)
- amélioration de la part de marché avec MVNO (2 millions de clients MVNO)
- 24,2 % de CA données **:
 - maintien du succès des sms (augmentation du trafic de + 75 % sur un an)
 - chiffre d'affaires données hors sms soutenu par la navigation sur internet et le streaming
- amélioration du mix de clients contrat grâce au succès des offres origami et de l'iPhone

évolution de l'ARPU sur 12 mois glissants

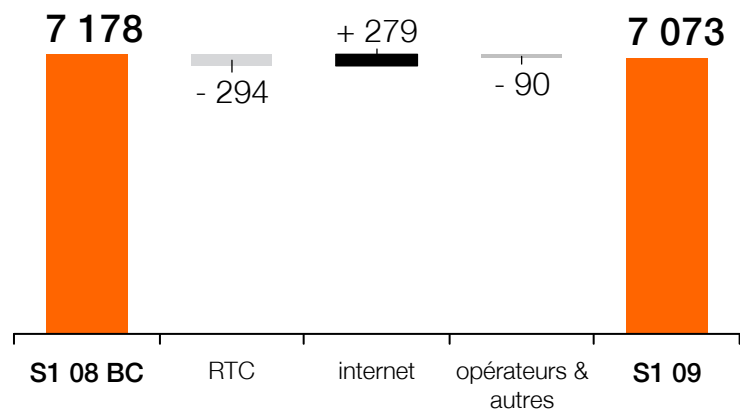


S1 09 résultats financiers des activités résidentielles en France

la croissance de l'internet continue de compenser la baisse du RTC
mais l'EBITDA est affecté par de fortes contraintes réglementaires

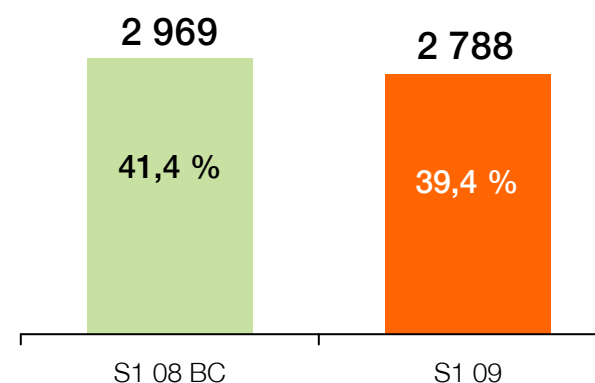
CA résidentiel : - 1,5 % sur un an
(- 0,3 % hors impacts réglementaires)

en millions d'euros



EBITDA résidentiel : - 6,1 % sur un an
(- 4,1 % hors impacts réglementaires)

en millions d'euros



points clés

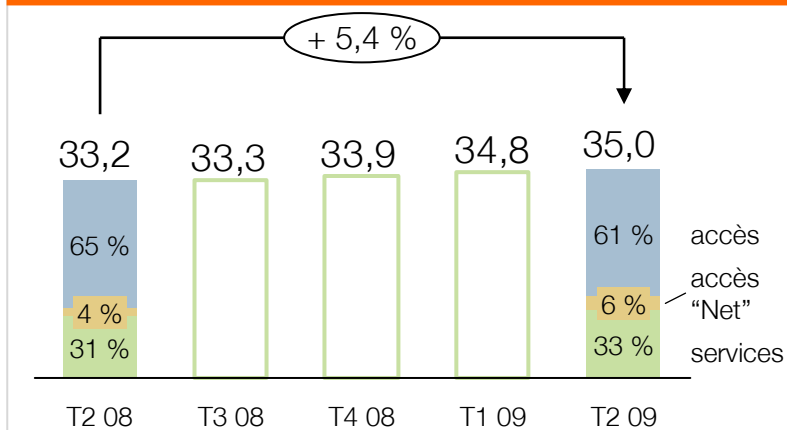
résidentiel

- baisse du chiffre d'affaires de - 1,5 % sur un an
 - croissance du CA internet continue de compenser la baisse du RTC
 - baisse du CA en raison, principalement, de la baisse des tarifs de gros d'accès haut-débit et de l'impact de la loi Chatel (- 99 m€)
- contribution à l'EBITDA France en baisse de -181 m€:
 - impacts réglementaires (incluant la taxe audiovisuelle) : - 90 m€
 - coût des contenus (effet année pleine) : - 97 m€

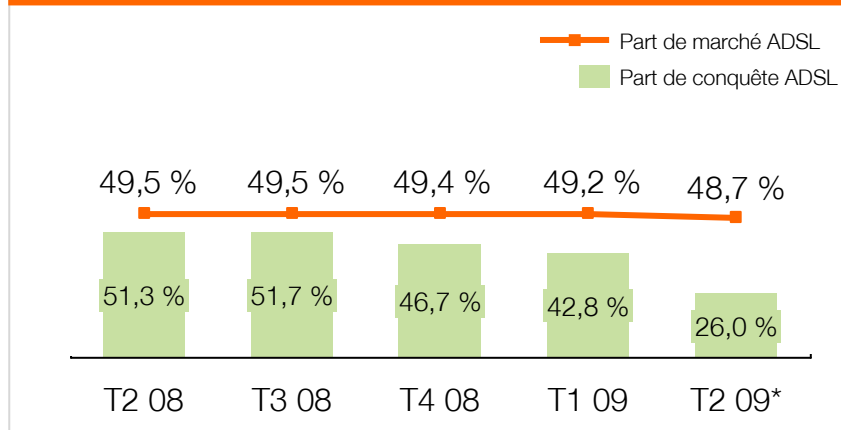
S1 09 KPIs des activités résidentielles en France

l'ARPU haut-débit continue de croître dans un contexte plus difficile sur l'ADSL

ARPU haut débit trimestriel (en euros)



part de marché ADSL

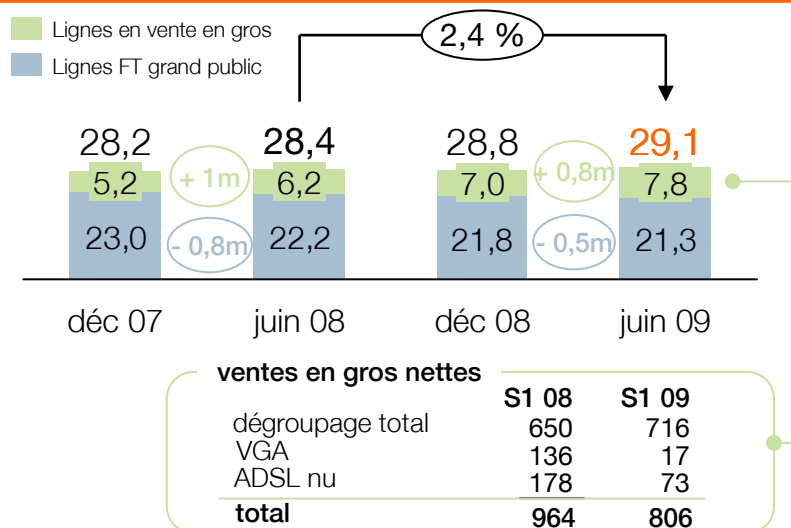


points clés

- baisse de la part de conquête ADSL au T2 en raison de :
 - différentiel de prix lié aux contraintes réglementaires
 - développement par nos concurrents de leur capacité de distribution directe et de ventes croisée
- ARPU haut débit en hausse de 5 % sur un an à 35 €
 - évolution du mix avec plus de clients " Net "
 - 73 % des clients haut débit utilisant la VoIP
 - base de clients IPTV à 2,3m soutenue par la TV par satellite et la stratégie de contenus (~400k souscriptions aux chaînes Orange Cinéma Séries et Orange Sport)
- marché des lignes fixes toujours en croissance : + 2,4 % avec un ralentissement des pertes de lignes fixes FT grand public

résidentiel

marché des lignes fixes



priorités et plan d'actions en France pour le S2 09

extension de la segmentation sur les offres mobiles et renouvellement des offres Internet haut-débit

contexte du marché

- le marché est plus sensible au prix et tend à devenir de plus en plus un marché de rétention
- décollage rapide de l'utilisation de données en mobilité
- pression continue sur l'Internet haut-débit avec une réduction du nombre de primo-accédants dû au taux d'équipement élevé du marché
- polarisation du marché mobiles entre les offres et terminaux d'entrée et de haut de marché
- baisse des terminaisons d'appels de 30 % depuis le 1^{er} juillet 2009

plan d'actions pays

- poursuite du plan de réduction de coûts
- mesures visant à s'assurer d'une égalité de traitement réglementaire entre les différents acteurs de marché

plan d'actions des activités mobiles

- lancement d'offres prépayées segmentées
- accroître la durée d'engagement de la base clients contrats grâce à l'optimisation des plans de renouvellement de terminaux et de meilleures offres
- poursuite de la politique d'offres d'entrée de gamme via les MVNO

plan d'actions des activités résidentielles

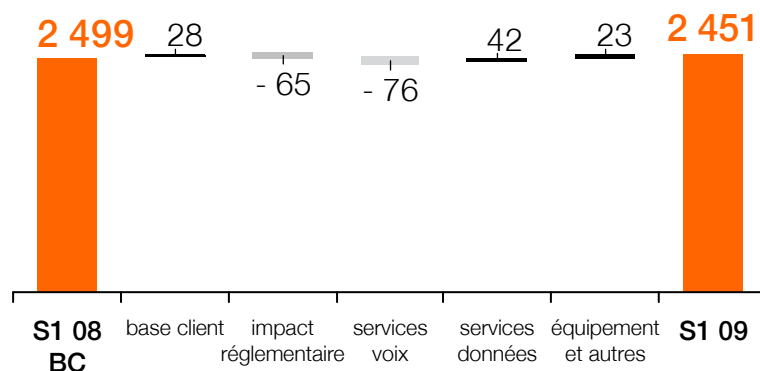
- renouvellement des offres triple play pour améliorer le positionnement concurrentiel
- lancement de services supplémentaires sur la VoIP (y compris des appels simultanés)

S1 09 résultats financiers du Royaume-Uni

amélioration de la marge d'EBITDA des activités mobiles malgré un chiffre d'affaires impacté par la baisse des terminaisons d'appel

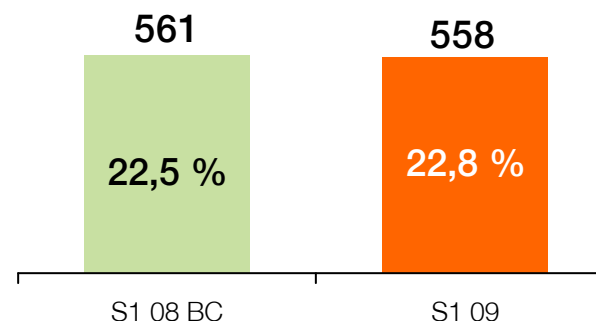
CA mobile : - 1,9 % sur un an
(+ 0,7 % hors impacts réglementaires)

en millions d'euros



EBITDA mobile : - 0,5 % sur un an
(+ 2,3 % hors impacts réglementaires)

en millions d'euros



points clés

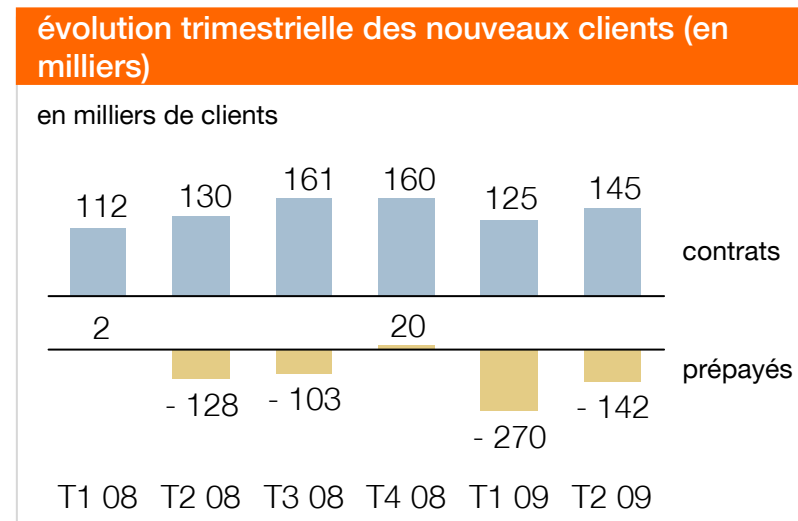
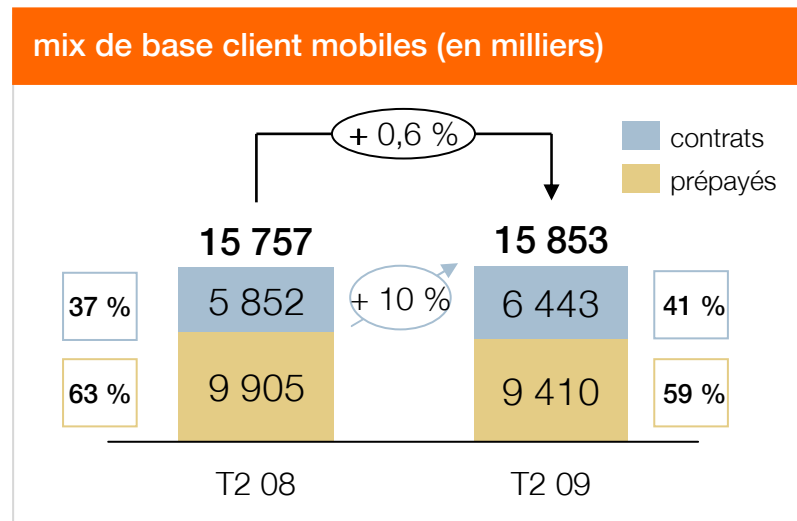
- le chiffre d'affaires du T2 09 (- 4,0 % sur un an) a été impacté par la diminution des tarifs de terminaisons mobiles intervenue le 1^{er} avril :
 - hors impact réglementaire, la tendance au T2 09 (+ 0,1 %) reste identique au T1 09 (+ 0,4 %)
- chiffre d'affaires des " services données " est en hausse de +5% sur un an et compense un chiffre d'affaires voix en baisse en raison de la détérioration de la situation économique et de l'adoption d'offres de gamme inférieures
- légère amélioration de la marge d'EBITDA des activités mobiles grâce à des coûts commerciaux contenus et au développement de la distribution directe
- 45 % de la base internet haut débit dégroupées contre 40 % au T2 08, avec une base de clients haut-débit stable autour d'1 million

mobile

résidentiel

S1 09 KPIs du Royaume-Uni

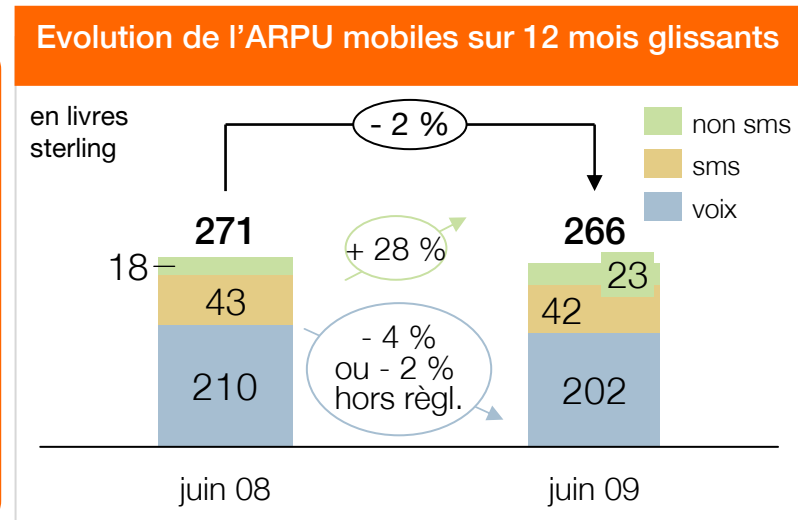
bonne performance commerciale dans un marché difficile



points clés

mobile

- amélioration du mix clients avec 41 % de clients contrats :
 - maintien d'une position de N°1 ou N°2 des ventes d'offres contrat *
 - lancement de nouvelles offres à bas prix avec une période d'engagement plus longue
 - 48 % des ventes au T2 09 avec un engagement de 24 mois contre 11 % au T4 08
- 277k cartes 3G mobile contre 102k au T2 08
- baisse de l'ARPU voix en raison de la baisse des terminaisons d'appel



priorités et plan d'actions du Royaume-Uni pour le S2 09

maintenir une forte performance sur le marché à travers le lancement de nouvelles offres mobile vouées à augmenter l'adoption du multimédia

contexte du marché

- forte pression concurrentielle :
 - fort impact de l'iPhone
 - baisse de prix agressives sur le marché
 - le haut-débit mobile et les offres sans terminaux (SIM only) continue de se développer

plan d'actions pays

- réalisation des plans de transformation tels que de la sous-traitance réseau, la restructuration des effectifs et l'amélioration dans la gestion des centres de services
- vers une stratégie de distribution plus équilibrée (augmentation des points de vente directs et partenariats avec HMV et Barclays)

plan d'actions activités mobiles

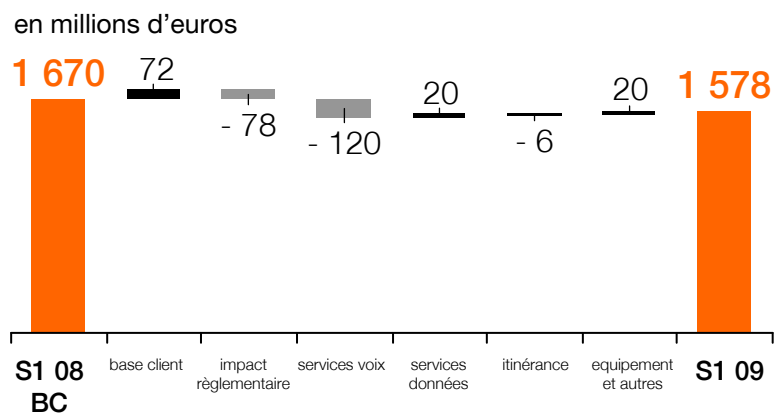
- offres innovantes adaptées au contexte de récession économique et à la stratégie valeur (nouvelle offre contrat sur 36 mois à partir de £5 par mois)
- lancement de nouvelles offres incluant des services multimédia telle que "Monkey Music"

plan d'actions activités résidentielles

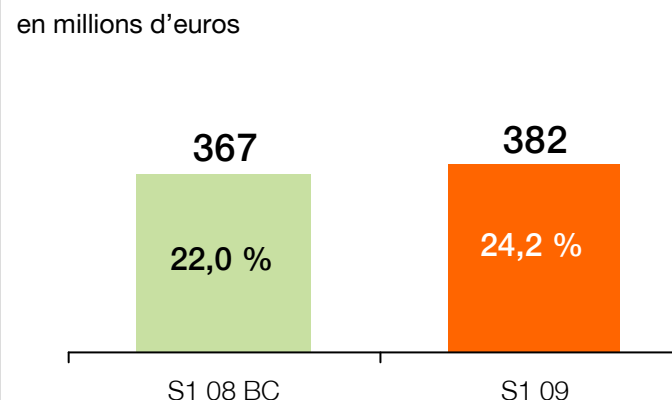
- lancement d'un service Internet de 20Meg (ADSL2+)
- amélioration continue de la qualité de service

S1 09 résultats financiers des activités mobiles en Espagne augmentation de la rentabilité dans un environnement difficile

**CA mobile : - 5,5 % sur un an
(- 0,9 % hors impacts réglementaires)**



**EBITDA mobile : + 4,1 % sur un an
(+ 10.1 % hors impacts réglementaires)**



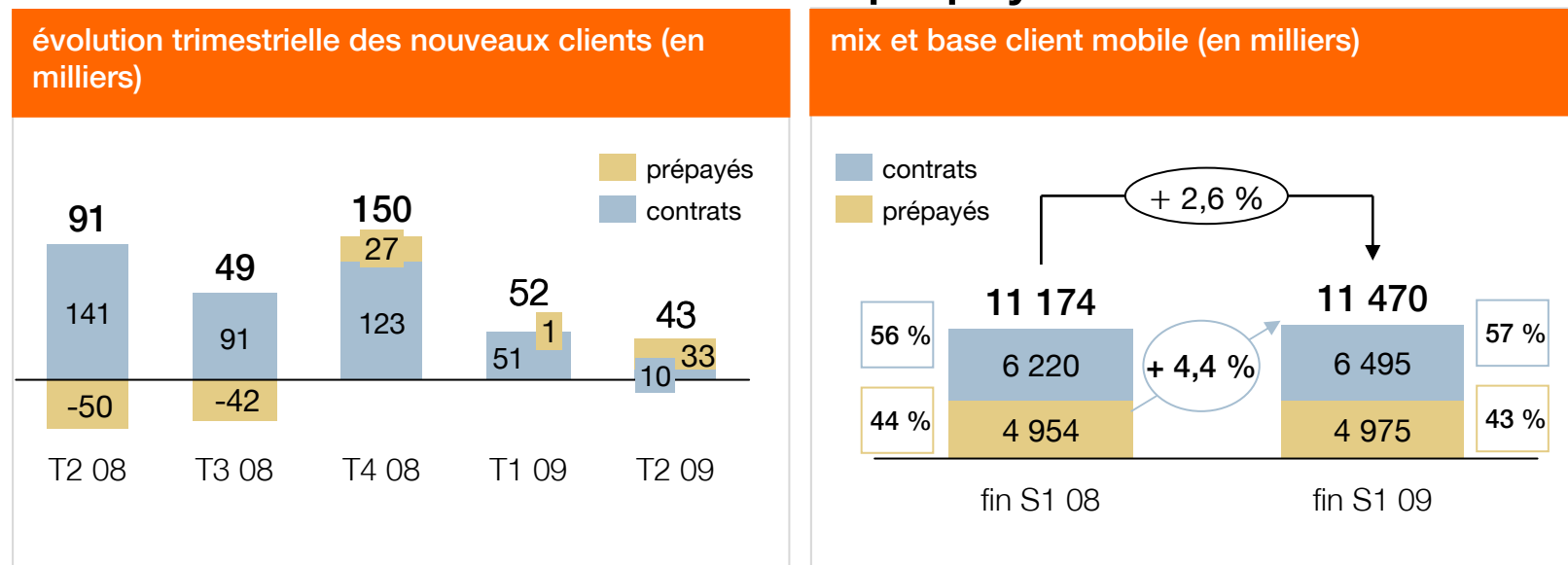
points clés

- dans un marché en ralentissement, la baisse du CA s'est stabilisée au T2 09
- le CA a été affecté par les baisses des tarifs de terminaisons d'appels et par des réductions de prix des "services voix" pour s'adapter au marché et aux besoins des consommateurs
- maintien de la forte performance des "services de données" avec une augmentation du CA données de + 9 % au S1
- ARPU global en baisse de 7.1% sur un an (hors impact réglementaire, l'ARPU baisse de 2.7%) soutenu par l'utilisation des données et l'augmentation de l'usage (AUPU : +3.5%)
- croissance de l'EBITDA notamment grâce à l'optimisation des dépenses commerciales et la mise en place de programmes de transformation

mobile

S1 09 KPIs des activités mobiles en Espagne

croissance de la base avec une inversion de tendance depuis le T1 des clients contrats vers les clients prépayés



points clés

- 294k nouveaux clients sur un an grâce à la bonne performance des contrats (94 % des nouveaux clients)
- augmentation des nouveaux clients prépayés au T2 suite au succès de la nouvelle offre lancée en avril
- nombre de clients haut-débit mobiles x 1,7 sur un an (4,2 m en juin 09) et nombre de clients IEW x 2,2 (246k fin S1 09)
- Orange est leader sur le marché MVNO avec 650k abonnés (x 1,6 sur un an) et héberge 7 MVNO sur son réseau

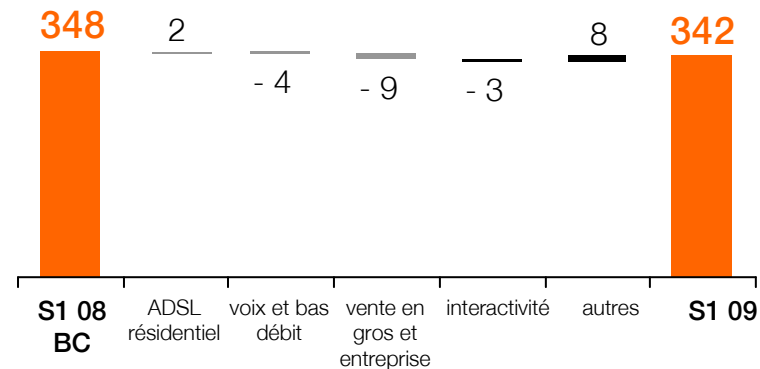
mobile

S1 09 activités résidentielles en Espagne

les programmes d'amélioration de la rentabilité portent leurs fruits

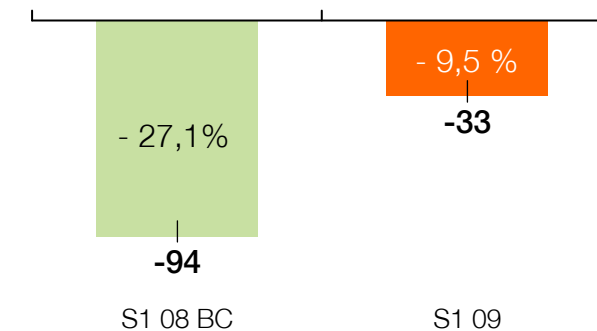
CA résidentiel : - 1,6 % sur un an

en millions d'euros



EBITDA résidentiel : + 62 M€

en millions d'euros

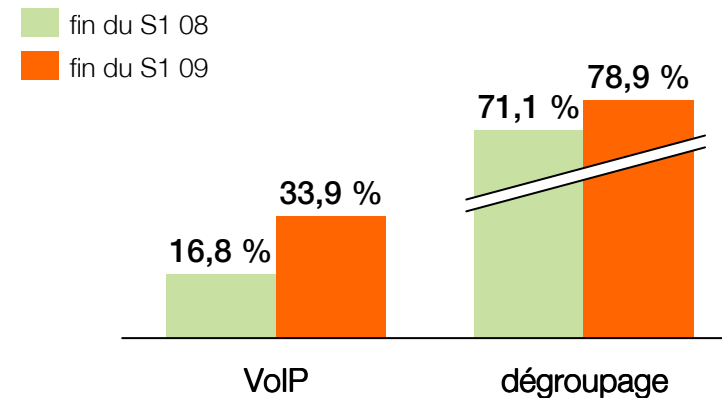


points clés

- la croissance de la base de clients dégroupés a permis à Orange d'augmenter son chiffre d'affaires haut débit de +1%
- les services de VoIP ont augmenté de +93% sur un an, soutenus par la croissance de la base client dégroupée
- la crise a particulièrement impacté la vente en gros et le segment entreprise
- hausse de l'EBITDA de +62 m€ grâce à la mise en œuvre de programmes de transformation et à de meilleurs processus opérationnels avec l'opérateur historique

résidentiel

services internet en % de la base ADSL



priorités et plan d'actions en Espagne pour le S2 09

focus sur la croissance en valeur et l'amélioration de la rentabilité

contexte du marché

- marchés mobile et résidentiel fortement impactés par la récession économique entraînant une prudence accrue des consommateurs quant à leurs dépenses de télécommunication.
- glissement de la croissance du marché mobile des contrats vers le prépayé
- actions commerciales ayant pour ambition d'augmenter le CA données pour compenser la baisse du CA voix

plan d'actions pays

- poursuite de la réalisation des programmes de transformation
- concentration sur l'expérience client et l'amélioration de la satisfaction client

plan d'actions activités mobiles

- accent maintenu sur la stratégie de valeur
- utiliser les programmes de fidélité pour améliorer la rétention
- enrichir le portefeuille d'offres entrée de gamme
- réaménagement des offres données afin d'offrir une expérience enrichie avec de nouveaux services

plan d'actions activités résidentielles

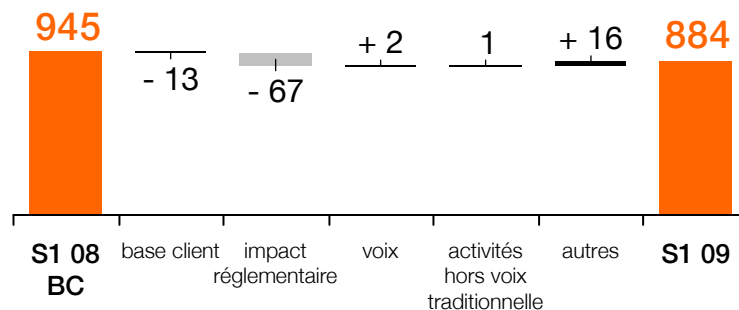
- reprendre des parts de conquête et accroître la pénétration et les usages des offres triple-play grâce au lancement de nouveaux services
- améliorer encore la qualité de services et l'expérience client

S1 09 résultats financiers des activités mobiles en Pologne

la chute des prix et la baisse des tarifs de terminaisons d'appel ont impacté le CA et le niveau des marges d'EBITDA

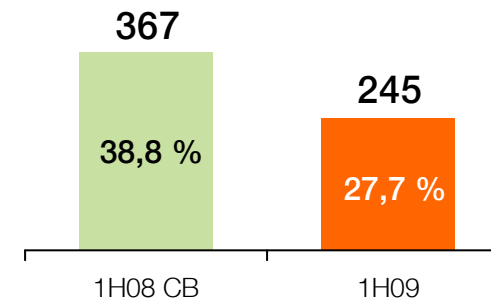
CA mobile : - 6,5 % sur un an
(+ 0,7 % hors impacts réglementaires)

en millions d'euros



EBITDA mobile : - 33 % sur un an
(- 27 % hors impacts réglementaires)

en millions d'euros



points clés

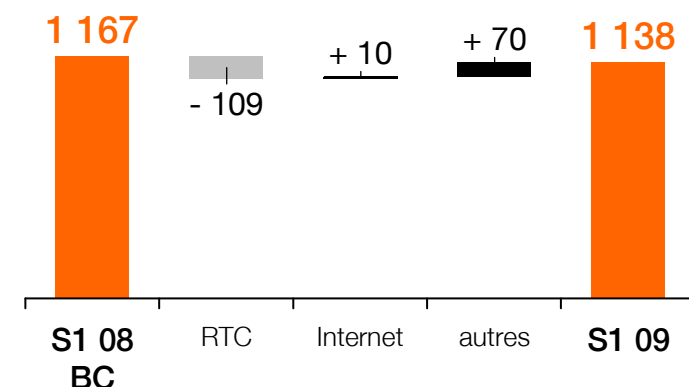
- baisse de - 6,5 % du chiffre d'affaires principalement liée à :
 - les baisses des terminaisons d'appel en mai 2008 et mars 2009 impactent l'ARPU du T2 de -8.3% (hors impacts réglementaires, l'ARPU augmente de 0.4%)
 - guerre des prix sur le segment du prépayé, initiée par les concurrents, conduisant à une augmentation des usages (AUPU trimestriel + 21 % sur un an) du fait de l'élasticité des prix
- la chute de l'EBITDA s'explique principalement par :
 - l'augmentation des coûts d'interconnexion (-54 M€ hors impacts réglementaires) dus à des coûts de réseau plus élevés
 - des effets réglementaires (-30 M€)
 - des coûts commerciaux plus importants (- 23 M€, principalement liés aux taux de change)

S1 09 résultats financiers pour les activités résidentielles en Pologne

la croissance du haut-débit, de la vente en gros et des réseaux entreprise compense partiellement la baisse des prix et les pertes en lignes fixes

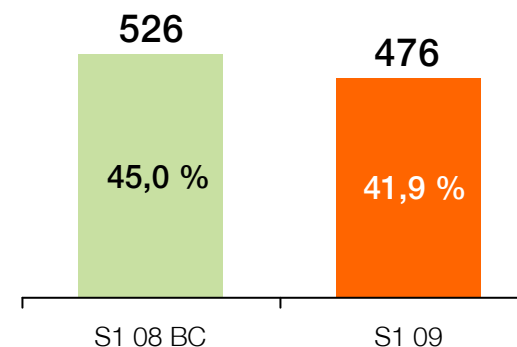
CA résidentiel : - 2,5 % sur an

en millions d'euros



EBITDA résidentiel : - 9,4 % sur un an

en millions d'euros



points clés

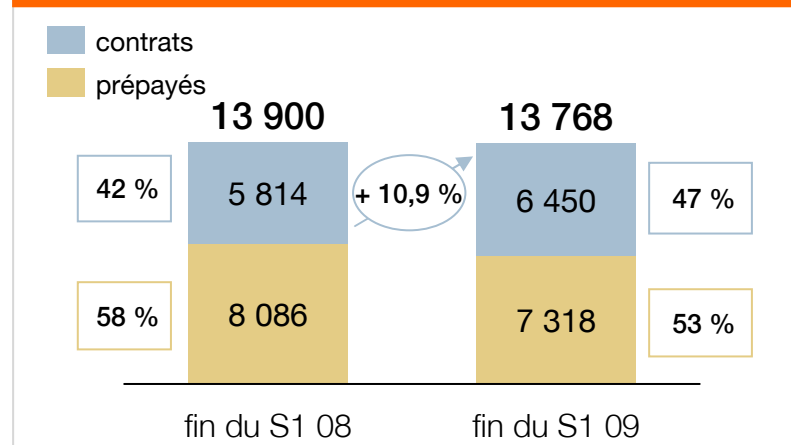
fixes

- la baisse de -109m€ du CA RTC est principalement due à de moindres volumes (- 15,3 %) et des prix plus bas (baisse de - 33 % du volume des appels fixe vers mobile depuis le T1 08)
- croissance du chiffre d'affaires haut-débit de +12,6 %, grâce à une augmentation de la base clients (+ 6,8 %)
 - Le chiffre d'affaires internet grand public augmente de 10 m€, soutenu par l'augmentation de la base (+2 %) et de l'ARPU (+9.5%)
- tendance à la hausse des autres CA grâce aux activités de gros (VGA, ABS* & transit) et de B2B
- la baisse du CA combinée à des coûts immobiliers plus importants ont été les principaux contributeurs de la baisse de - 3,1 pts de la marge EBITDA à 41,9 %

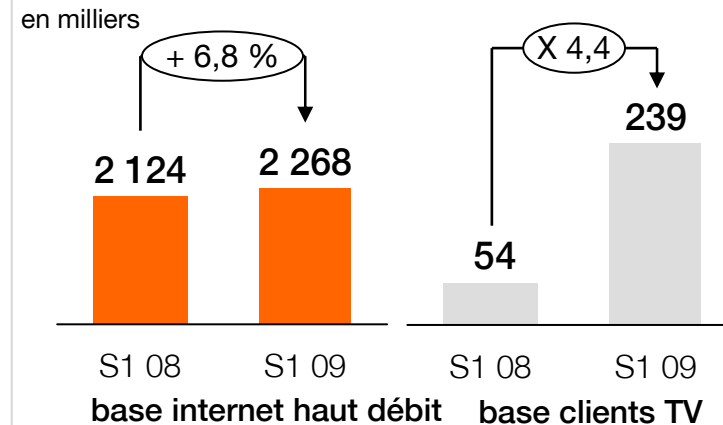
S1 09 KPIs en Pologne

amélioration du mix de la base client mobiles et pression sur les pertes de lignes fixes

mix base clients mobiles (en milliers)



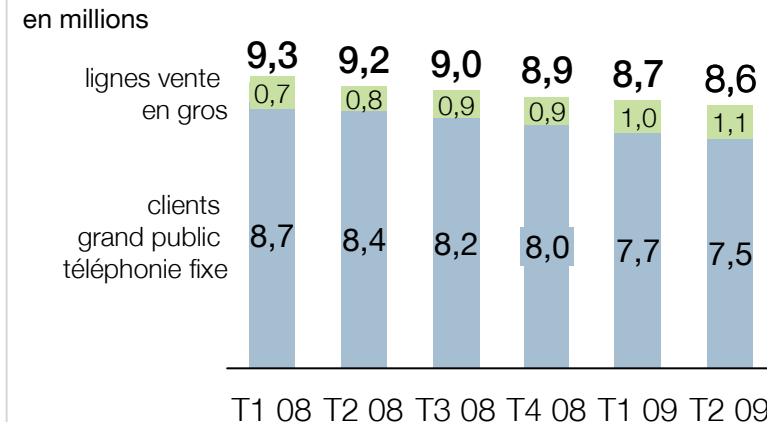
clients internet haut débit, base clients TV



points clés

- mobile**
 - croissance de + 11 % du nombre de clients contrats reflétant notre stratégie de valeur (47% de clients contrats)
- résidentiel**
 - l'accès internet haut débit continue sa progression, grâce à l'offre Orange Bit Stream
 - effet positif de l'intégration de la TV (IPTV et DTH) dans les offres internet haut débit
 - la guerre des prix sur le segment du prépayé a eu pour effet l'augmentation du taux de résiliation des lignes fixes

nombre total de lignes fixes



priorités et plan d'actions en Pologne pour S2 09

adapter les offres de services mobiles et résidentiels dans un contexte de plus en plus concurrentiel

contexte du marché

- guerre des prix sur le marché du prépayé : les concurrents ont lancé des tarifs mobiles agressifs à la fin du T1 09
- le 4ème opérateur mobile continue d'étendre son réseau tandis qu'un 5ème opérateur mobile a récemment démarré ses activités
- le marché Internet haut-débit augmente avec une forte concurrence des opérateurs du câble dans les grandes villes et des opérateurs ABS

plan d'action du pays

- lancement des projets de transformation et mise en place d'un plan marketing révisé

plan d'actions activités mobiles

- optimisation des subventions de terminaux de manière à offrir des avantages supplémentaires pour le même prix
- optimisation des coûts grâce à de meilleures offres de rétention en alternative au remplacement des terminaux et développement de la vente d'offre sans terminaux (SIM Only)
- préservation de notre part de marché en volume sur le marché du prépayé en s'appuyant sur nos offres actuelles et en lançant une campagne marketing "les surprises d'Orange"

plan d'actions activités résidentielles

- minimiser le taux de résiliation des clients RTC en lançant des programmes de fidélité attractifs
- poursuivre le déploiement très fructueux des services TV vers notre base haut-débit
- augmenter les offres packagées RTC et haut-débit et faire de la vente croisée et/ou additionnelle pour augmenter l'ARPU

S1 09 résultats financiers reste du monde

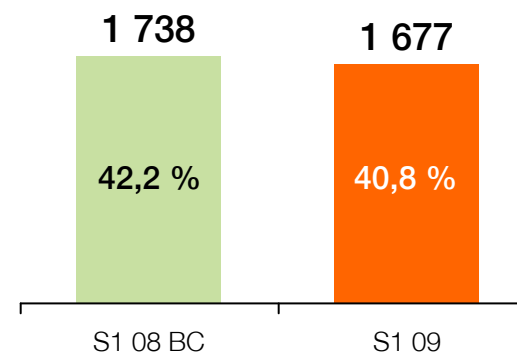
chiffre d'affaires stable grâce à une croissance soutenue en Afrique et au Moyen-Orient, compensant le ralentissement prononcé en Roumanie

CA : - 0,2 % sur un an

in millions of euros	S1 08 BC	S1 09	var
Total reste du monde	4 121	4 112	- 0,2 %
<i>total reste du monde hors Roumanie</i>	<i>3 494</i>	<i>3 582</i>	<i>+ 2,5 %</i>
▪ Afrique & Moyen-Orient	1 601	1 694	+ 5,8 %
▪ pays européens	2 286	2 197	- 3,9 %
▪ autres	275	268	- 2,4 %
▪ éliminations	- 41	- 46	

EBITDA : - 3,5 % sur un an

en millions d'euros



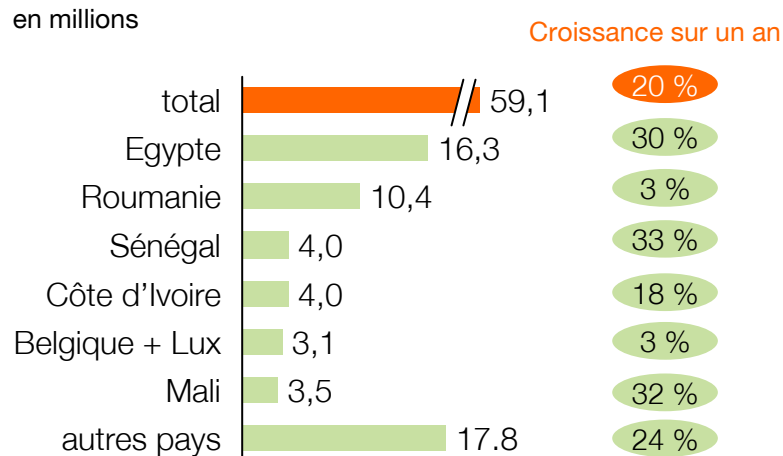
points clés

- **Afrique & Moyen-Orient** : croissance du CA de + 5,8 % sur un an grâce notamment à une croissance à deux chiffres en Egypte, au Mali et au Botswana, compensée par une contraction du CA de Madagascar (instabilité politique récente)
- **pays européens**: baisse du CA de - 3,9 % sur un an, du fait de la régulation et de la situation économique difficile :
 - baisse du CA de - 15,4 % sur un an en Roumanie en raison de la situation économique locale (hors effet de change sur la facturation, baisse du CA de - 6,0 %)
 - augmentation du CA en Moldavie et de Mobistar compensant une légère baisse de CA en Suisse et en Slovaquie
- en dépit d'un contrôle continu des coûts, la marge d'EBITDA a baissé de - 1.4 points principalement en raison de la réglementation (-30 M€), du ralentissement en Roumanie (environ -40 M€*)- et des coûts induits par le lancement de nouvelles opérations (Kenya, Ouganda, Arménie, ...)

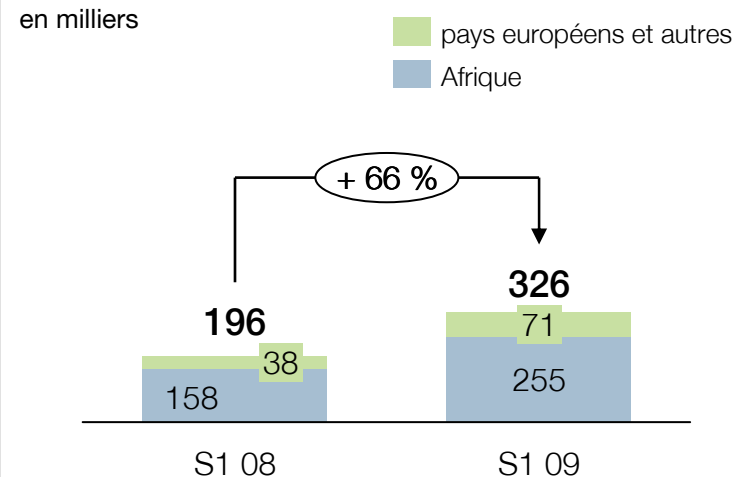
S1 09 KPIs reste du monde

croissance à deux chiffres de la base d'abonnés mobiles et base client internet haut débit toujours en forte croissance

base clients mobiles



base clients haut débit

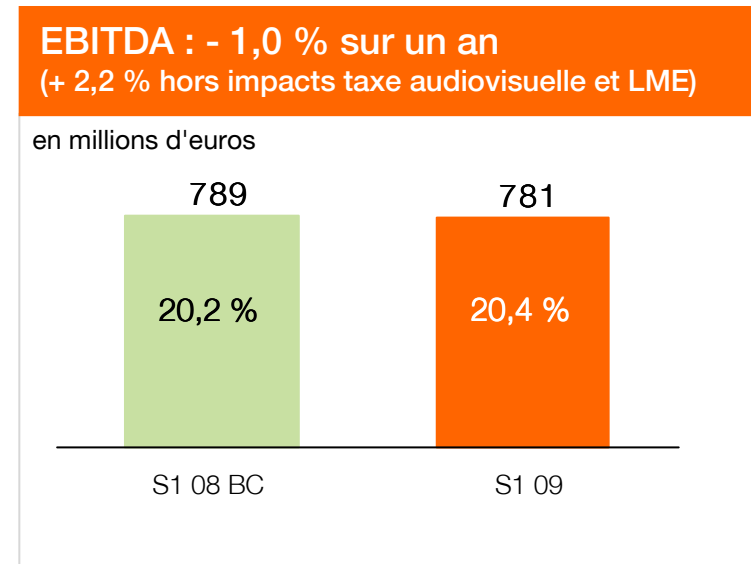
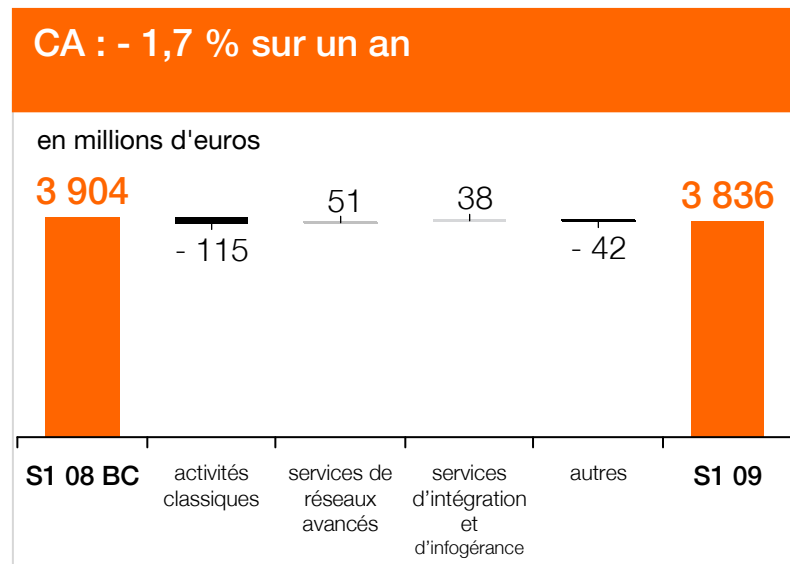


points clés

- forte croissance de la base client mobile tirée par les activités hors d'Europe telles que l'Egypte, le Groupe Sonatel, le Kenya, et la Côte d'Ivoire
- nouveaux services : déjà 30k clients "Orange Money" en Côte d'Ivoire et lancement du service "Sesolo Zone" par Orange Botswana
- développement des offres ADSL favorisé par de nouveaux raccordements optiques au backbone international de Madagascar (opérationnel) et du Kenya (opérationnel au S2 09)
- nouvelles opérations : lancement d'Orange Ouganda au T1, lancement d'Orange Arménie prévu au T4 et acquisition d'une nouvelle licence en Tunisie avec un partenaire local

S1 09 résultats financiers Entreprise

stabilisation de l'EBITDA, malgré une détérioration des conditions de marché pesant sur l'évolution du chiffre d'affaires



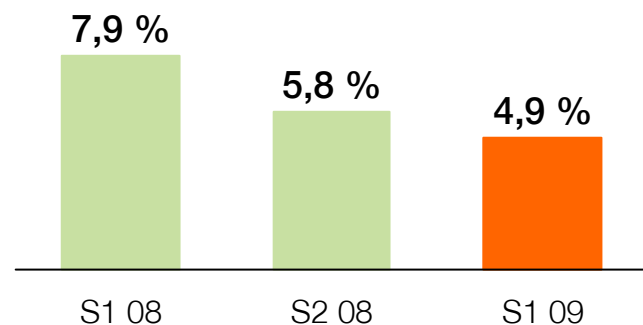
points clés

- baisse du chiffre d'affaires de - 1,7 % sur un an (- 0,4 % hors revente d'équipements) en raison de la détérioration accélérée du marché au T2 09
 - **activités classiques** : fort déclin du CA voix mais érosion limitée du CA données
 - **services de réseau avancés** : bonne croissance malgré la pression sur les prix alors que le marché devient mature
 - **services d'intégration et d'infogérance** : croissance supérieure à la moyenne du secteur, mais qui ralentie en raison de projets retardés et de résiliations de contrats non rentables
- augmentation du taux de marge d'EBITDA pour le troisième semestre consécutif, malgré la taxe audiovisuelle et la loi de modernisation de l'économie (LME), grâce à :
 - l'amélioration des marges des activités de services
 - la priorité donnée à la réduction des charges d'exploitation

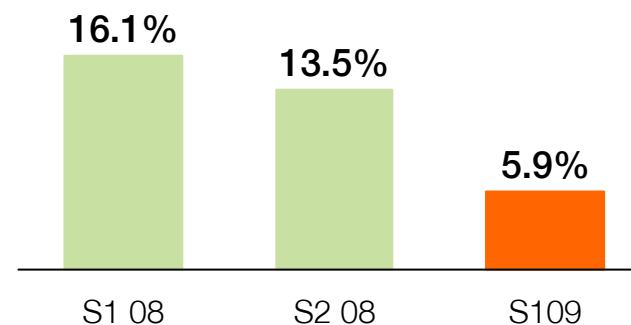
S1 09 KPIs du segment Entreprise

les services à valeur ajoutée croissent toujours malgré une conjoncture qui se détériore

croissance du CA des services de réseaux avancés *

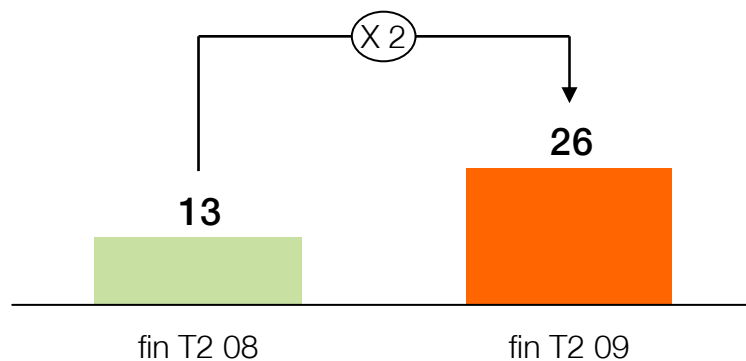


croissance du chiffre d'affaires des services d'intégration et d'infogérance *



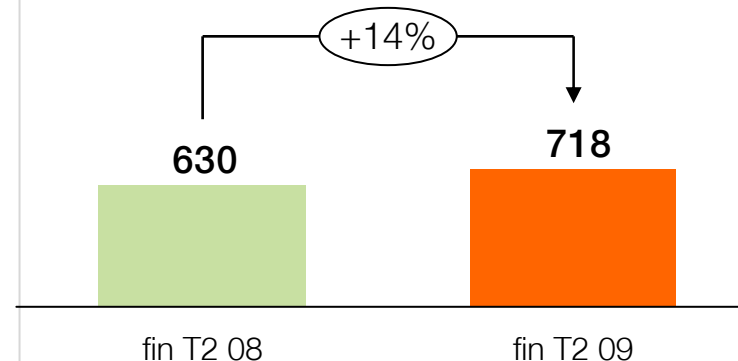
Sites XoIP en France

en milliers



utilisateurs "business everywhere" en France

en milliers



priorités et plan d'action pour Entreprise au S2 09

gestion opérationnelle renforcée pour préserver la rentabilité

plan d'actions général

- aider nos clients à réduire leurs coûts (vidéoconférence, outils de collaboration...) et à renforcer leur productivité en proposant de nouvelles façons de travailler dans ce contexte difficile (real-time business, M2M)
- développer plus fortement les services basés sur les réseaux, en cherchant à améliorer les marges
- rester leader en terme de qualité de service
- garantir l'efficacité opérationnelle en déployant des plans de transformation pour maîtriser les coûts

plan d'actions international

- augmenter notre part de marché données (IP VPN) et renforcer notre présence dans le domaine de la gestion des relations avec les clients et des services informatiques
- continuer à élargir notre portefeuille de services vocaux et vidéo en exploitant nos compétences réseaux

plan d'actions France

- limiter l'érosion du CA des activités traditionnelles en proposant des offres convergentes et en aidant les clients à migrer vers l'IP
- promouvoir les services à valeur ajoutée (real-time business, M2M...)

perspectives

France Telecom adapte sa stratégie marketing au ralentissement économique

principales conséquences du ralentissement économique sur le secteur

- **importance accrue des segments d'entrée et de haut de marché**
- **demande soutenue pour les nouveaux usages et les services et produits innovants**
- **baisse du trafic de l'itinérance**
- **ralentissement de la fréquence de renouvellement des terminaux mobiles**
- **pression accrue sur les prix** dans certains pays (Pologne, Roumanie, ...)
- **les clients optimisent leurs usages** et limitent les consommations hors-forfait
- **pression à la renégociation de contrats des clients entreprises** (téléphonie mobile, systèmes traditionnels,...)

plan marketing de France Telecom Orange

- **nouvelle approche segmentée** pour attirer de nouveaux clients et fidéliser la clientèle existante (forfaits bloqués et offres de cartes SIM sans terminaux mobiles (« SIM-only »))
- **innovation** orientée vers la simplicité des offres et des services (Hello, livebox 2, Orange Money ...)
- **extension des formules illimitées** pour la voix, les données et les sms
- **développement du programme « Orange Care »** avec notamment en France :
 - 40 € en espèces à la place d'un renouvellement de terminal mobile + 5 € reversés au WWF
 - offre d'abonnement à 10 € /mois destinée aux bénéficiaires du RSA
- vente de **téléphones d'occasion** en France, progressivement étendu dans les autres pays
- **démarche proactive auprès des entreprises** afin de leur proposer des modalités de paiement étendues et des formules optimisées

tendances de l'activité au S2 09

le Groupe est bien armé pour continuer à limiter l'impact du ralentissement économique, même si la pression réglementaire s'accroît

pression sur le chiffre d'affaires

- le FMI prévoit une baisse de 2,6 % du PIB au S2 09 sur les marchés d'Orange contre - 2,9 % au S1 09
- l'impact réglementaire sur le chiffre d'affaires devrait être deux fois plus important qu'au S1 09, en raison des baisses des tarifs de terminaisons d'appel notamment en France (- 30%), en Pologne (- 23%) et en Espagne (- 11%)
- hors baisses de terminaisons d'appel mobiles, le niveau d'activité devrait être en léger retrait compte tenu de l'évolution du PIB et des indicateurs de consommation

érosion limitée de la marge d'EBITDA

- en dépit d'une pression réglementaire accrue, les mesures permettant de limiter l'érosion de l'EBITDA sont en place:
 - plan de réduction des coûts lancé au T1 09
 - plan de transformation Orange 2012 monte en puissance au cours de l'année 2009 et au-delà

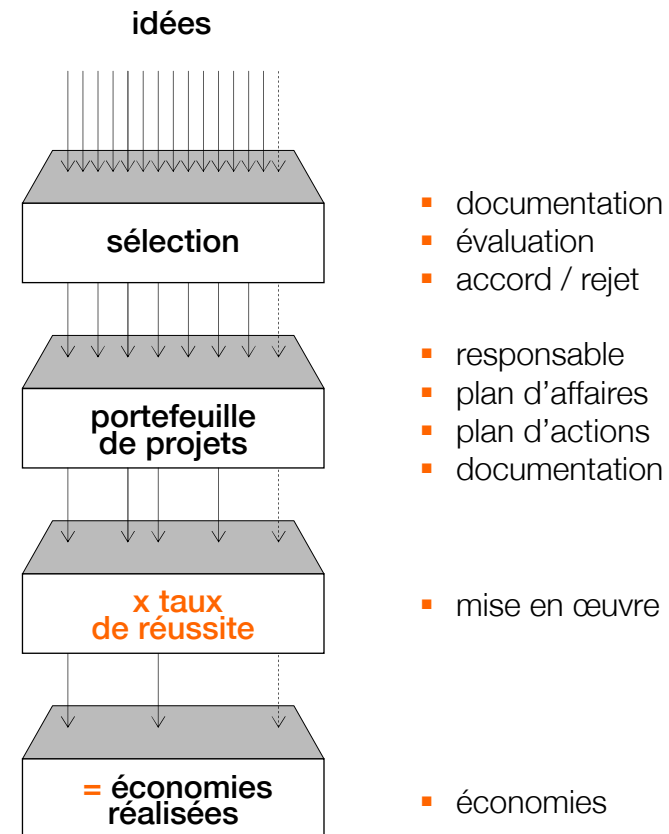
gestion rigoureuse des investissements

- hausse anticipée des dépenses d'investissement au S2 09 en raison des variations saisonnières mais le niveau de baisse devrait être similaire au S1
- méthodologie en place pour gérer les dépenses d'investissement tout en préservant notre croissance future

transformation Orange 2012 : le plan d'économies de 1.5 Mds€ entre 2009 et 2011 est atteignable

gouvernance et principes

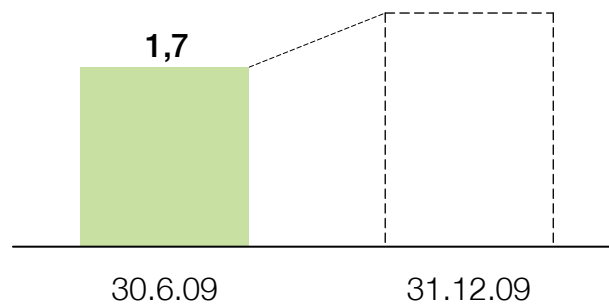
- plan de transformation **géré au niveau Groupe**, avec des équipes dédiées par pays
- revue mensuelle par le comité de direction
- la transformation va au-delà d'un plan de réduction de coûts et se traduit par un changement structurel des processus sur le long terme
- les économies réalisées en termes de coûts et d'investissements sont mesurées par rapport aux chiffres de l'année 2008 (les coûts, les volumes, et les mix), et ajustés des coûts de transformation



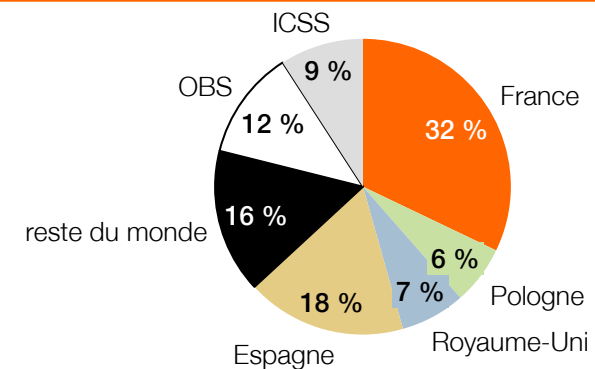
les processus sont en place pour augmenter le portefeuille des projets d'économie à l'avenir

portefeuille actuel de projets d'économies

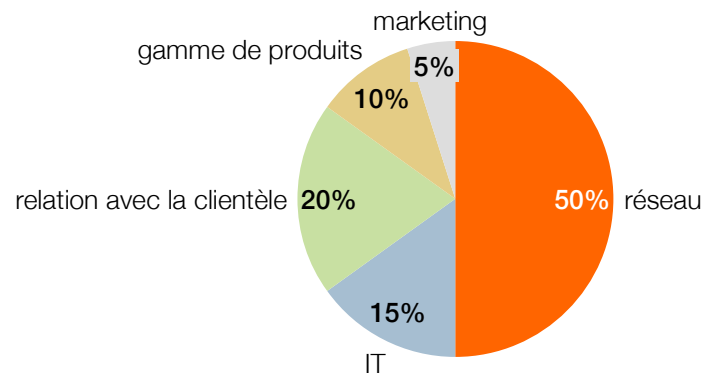
en milliards d'euros



répartition du portefeuille de projets actuel par pays



répartition du portefeuille de projets actuel par nature



points clés

- groupes de travail en place chargés d'alimenter le portefeuille de projets d'économies dans différents domaines : simplification de la gamme de produits, rationalisation de l'offre de terminaux, etc.
- les économies anticipées proviennent à 80 % de la baisse des charges d'exploitation
- des économies significatives sont attendues dès 2009

l'objectif de cash flow pour 2009 est confirmé et un acompte sur dividende de 0.6€ / action sera payé le 2 septembre

objectif annuel de cash flow organique

- maintien du niveau de cash flow généré en 2008, soit 8 Mds d'euros (avant éventuelle acquisition de fréquences)
- le ratio CAPEX / CA devrait être légèrement inférieur à 12 %

dividende

- un acompte sur dividende de 0,6 € par action sera versé le 2 septembre 2009
 - date de détachement du coupon : 28 août 2009
 - date d'enregistrement : 1er septembre 2009
- début 2010, le conseil d'administration décidera du montant total du dividende pour l'exercice 2009

dette nette

- continuer à réduire la dette avec un ratio de dette nette / EBITDA inférieur à 2 pour préserver l'indépendance financière et la flexibilité du Groupe
- refinancement proactif pour réduire le coût de la dette

annexes

glossaire (1)

part de marché ADSL	<ul style="list-style-type: none">▪ nombre de clients Internet DSL de France Telecom divisé par le nombre d'utilisateurs Internet DSL sur le marché
ARPU (Average Revenues Per User)	<ul style="list-style-type: none">▪ lignes mobiles : chiffre d'affaires (CA) du réseau au cours des 12 derniers mois (hors CA des opérateurs de réseaux virtuels mobiles - MVNO) divisé par la moyenne pondérée du nombre de clients pendant la même période▪ lignes fixes : total du CA de lignes fixes sur le trimestre divisé par la moyenne pondérée du nombre de clients pendant la même période▪ Internet haut débit : moyenne mensuelle du CA du haut débit au cours du trimestre divisé par la moyenne pondérée du nombre de clients pendant la même période
AUPU (Average Usage Per User)	<ul style="list-style-type: none">▪ pour les lignes mobiles : consommation totale en minutes sur les 12 derniers mois (appels entrants, appels sortants et itinérance, hors trafic des opérateurs mobiles virtuels - MVNO) divisée par la moyenne pondérée du nombre de clients pendant la même période. L'AUPU est exprimée en minutes de consommation moyenne par client.
CAPEX (CAPital EXpernditures)	<ul style="list-style-type: none">▪ charges d'investissements corporels et incorporels, hors licences GSM et UMTS et investissements financés par crédit-bail
B.C. (base comparable)	<ul style="list-style-type: none">▪ données présentées pour la période comptable précédente sur la base de méthodes comparables, avec un périmètre de consolidation et des taux de change identiques à ceux utilisés pour la période en cours
taux de résiliation	<ul style="list-style-type: none">▪ nombre total de clients qui se déconnectent ou sont considérés comme s'étant déconnectés du réseau, volontairement ou involontairement (hors connexions frauduleuses et remboursements) au cours des 12 derniers mois, divisé par la moyenne pondérée du nombre de clients pendant la même période<ul style="list-style-type: none">– pour R.U. mobile, les clients migrant entre les forfaits et les offres prépayées sont inclus dans le taux de résiliation par produit, mais pas dans le taux de résiliation global. Les déconnexions de clients survenant pendant la période d'essai de 14 jours durant laquelle le remboursement est garanti et les déconnexions frauduleuses ne sont pas incluses dans le taux de résiliation. Les clients ayant prépayé sont considérés comme ayant résilié s'ils n'ont effectué aucun appel et s'ils ont reçu moins de quatre appels au cours des trois derniers mois.
EBITDA (résultat d'exploitation avant dotation aux amortissements et dépréciation)	<ul style="list-style-type: none">▪ correspond au résultat opérationnel avant dépréciation et dotation aux amortissements et avant dépréciation des écarts d'acquisition et des actifs non courants

glossaire (2)

endettement financier net	<ul style="list-style-type: none">▪ total de l'endettement financier hors passif d'activités (au taux de change en vigueur à la fin de la période comptable), moins i) les instruments dérivés détenus à des fins spéculatives, de couverture de flux de trésorerie ou de couverture de juste valeur, ii) les dépôts en numéraire effectués à titre de garantie d'instruments dérivés, iii) la trésorerie et les équivalents de trésorerie et les actifs financiers, à leur cours de marché, et iv) certains dépôts effectués au titre de certaines transactions (si la dette associée est incluse à l'endettement financier brut)
effectifs	<ul style="list-style-type: none">▪ nombre d'employés actifs le dernier jour de la période comptable concernée, sous contrat à durée indéterminée (CDI) ou sous contrat à durée déterminée
coût d'acquisition d'un abonné (CAA)	<ul style="list-style-type: none">▪ pour le mobile : total du coût d'acquisition des téléphones portables vendus et des commissions versées aux détaillants, moins chiffre d'affaires de la vente des téléphones portables, par nouveau client
coût de rétention d'un abonné (CRA)	<ul style="list-style-type: none">▪ pour le mobile : total du coût d'acquisition du téléphone portable vendu et de la commission versée aux détaillants, moins chiffre d'affaires de la vente du téléphone portable, par client renouvelant son contrat
charges commerciales et coûts de contenus	<ul style="list-style-type: none">▪ achats externes, comprenant les achats de téléphones portables et autres produits vendus, les frais et les commissions de distribution et les dépenses de publicité, de promotion, de parrainage et d'image de marque▪ coûts de contenus
coûts d'IT&N	<ul style="list-style-type: none">▪ achats externes, comprenant les commissions de services et les versements aux opérateurs, les coûts d'externalisation relatifs aux opérations et à l'entretien techniques, et les dépenses informatiques
coûts de main d'œuvre	<ul style="list-style-type: none">▪ salaires et charges, intéressement et participation des salariés, et rémunération en actions