



Orange lance sa marque au Liberia et renforce sa présence en Afrique de l'Ouest

Orange, l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, annonce aujourd'hui le lancement de sa marque au Liberia. A compter de cette date, Cellcom Liberia devient Orange Liberia. L'[acquisition de l'opérateur mobile Cellcom](#) a été conclue par Orange, par l'intermédiaire de sa filiale Orange Côte d'Ivoire, le 6 avril 2016, permettant au Groupe de renforcer ses positions en Afrique de l'Ouest.

Conformément à son plan stratégique Essentiel2020, Orange bénéficie d'une présence significative dans cette région, avec un fort potentiel de croissance, et constitue une priorité stratégique pour le développement du Groupe.

Suite à ce rebranding, Orange Liberia rejoindra l'une des marques les plus puissantes du monde et bénéficiera de la force d'un Groupe de dimension internationale. Orange contribuera par son expertise marketing, commerciale et technique au développement de l'important réseau de l'opérateur libérien et à l'amélioration des services aux clients.

Avec plus de 1,6 million de clients à fin février 2017, Orange Liberia est le principal opérateur mobile au Liberia en nombre d'abonnés. Créée en 2004, l'opérateur mobile a joué un rôle pionnier dans la démocratisation de l'accès aux services de télécommunication dans le pays, malgré des conditions de marché difficiles. Précurseur en matière de déploiement réseau, en 2012 il a été le premier opérateur à lancer la 3G (HSPA +), suivie de la 4G-LTE en 2016. Orange poursuivra cette stratégie et continuera son développement dans ces domaines, où il est leader incontesté.

Avec 4,6 millions d'habitants, et un taux de pénétration mobile relativement faible (70% de la population), le Liberia présente un potentiel de croissance important pour Orange. Pour soutenir ce développement, le Groupe s'efforcera de renforcer la qualité de l'accès dans plusieurs domaines :

- Investir dans l'extension du réseau, à l'instar de la construction de 39 sites en 2016 et de 65 sites supplémentaires prévus pour 2017. L'ambition est d'accélérer le déploiement de large bande et étendre la couverture de la 4G à travers le pays.
- Améliorer la qualité de l'Internet en fournissant l'accès aux réseaux câblés sous-marins et internationaux du Groupe. Orange Liberia bénéficiera de deux points de connexion sécurisés supplémentaires, à Abidjan et à Paris, ce qui permettra d'augmenter la connectivité du réseau par quatre.

Bruno Mettling, Directeur Général Adjoint du Groupe Orange et Président-Directeur Général d'Orange MEA (Afrique et Moyen-Orient) a déclaré : « *Avec cette nouvelle implantation au Liberia, Orange étend son empreinte en Afrique de l'Ouest. L'arrivée de la marque Orange témoigne de notre confiance dans la reconstruction du pays et de notre engagement à apporter tous les bénéfices du numérique aux libériens* ».

Mamadou Coulibaly, Directeur Général d'Orange au Liberia, a ajouté : « *Même en 2017, une part importante de la population libérienne attend toujours les services de télécommunications de base. Nous investirons de manière significative dans le déploiement du réseau dans l'ensemble du pays, nous développerons les e-recharge afin de réduire les contraintes du chargement des cartes à gratter, lancerons Orange Money, un nouveau service puissant pour stimuler les services bancaires mobiles dans le pays. Nous allons également présenter de nouvelles offres hautement compétitives ainsi que des smartphones à faible coût afin de stimuler l'inclusion numérique. D'ici 2020, nous avons l'intention de positionner Orange Liberia comme un véritable catalyseur de la digitalisation de la société libérienne* ».

Orange est présent dans 21 pays en Afrique et au Moyen-Orient et compte plus de 120 millions de clients. Avec 5,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016 (soit 12% du total), cette zone est une priorité stratégique pour le Groupe. Son offre phare de transfert d'argent et de service financiers sur mobile, appelé Orange Money, est disponible dans 17 pays et compte plus de 31 millions de clients. La stratégie du Groupe en Afrique et le Moyen-Orient est de le positionner comme partenaire de la transformation digitale et d'apporter son savoir-faire international pour accompagner le développement de nouveaux services digitaux.

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 40,9 milliards d'euros en 2016 et 154 000 salariés au 31 mars 2017, dont 95 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 265 millions de clients dans le monde au 31 mars 2017, dont 203 millions de clients mobile et 19 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.

Contacts presse :

Orange Liberia

+231 777 777 007

M. Tal Hendler ; tal.hendler@orange.com

Groupe Orange

+33 1 44 44 93 93

Nathalie Chevrier ; nathalie.chevrier@orange.com

Tom Wright ; tom.wright@orange.com