



Orange lance sa marque en Sierra Leone

- **Ce lancement confirme l'ambition d'Orange dans la zone subsaharienne, où la marque est présente dans 16 pays et compte plus de 50 millions de clients**

Orange, l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, annonce aujourd'hui le lancement de sa marque en Sierra Leone. A compter de cette date, Airtel Sierra Leone devient Orange Sierra Leone. L'acquisition de l'opérateur mobile Airtel Sierra Leone a été conclue en [Juillet 2016](#), avec son partenaire Sénégalais Sonatel, permettant au Groupe de renforcer ses positions en Afrique de l'Ouest.

Suite à ce rebranding, Orange Sierra Leone rejoindra l'une des marques les plus puissantes au monde¹ et bénéficiera de la force d'un Groupe de dimension internationale, notamment en termes de savoir-faire technique et d'un vaste portefeuille de produits et de services. Fort de sa présence sur le continent africain, une priorité stratégique pour le Groupe, Orange offre un fort potentiel de croissance pour son opération Sierra-Léonaise.

Pour Orange, chaque client est unique. C'est pourquoi, au cœur du plan stratégique Essentials2020, l'ambition est d'écouter chaque client afin de mieux répondre à ses besoins en offrant une expérience inégalée au quotidien.

Des investissements dans le réseau pour offrir une expérience client unique

Avec une population de plus de sept millions de personnes, la Sierra Leone offre un potentiel de croissance important dans les services mobiles. Suite à l'acquisition de la société, Orange s'est engagé à améliorer la qualité et la disponibilité de ses services en étendant sa couverture dans des zones géographiques inexploitées et mal desservies, offrant à la population sierra-léonaise l'innovation qu'offre Orange partout ailleurs.

Orange Sierra Leone a dévoilé plus tôt cette année un plan de modernisation et d'expansion visant à améliorer la fiabilité, la couverture et la qualité de son réseau ainsi que des services voix et données. Depuis l'acquisition, 33 millions de dollars US ont été investis à cet effet et à la mi-octobre, la majorité des projets ont déjà été réalisés avec 30 nouveaux sites radio et plus de la moitié de l'ensemble du réseau mobile.

¹ ¹ Orange est valorisée à 21.526 millions de dollars US : 51ème marque la plus puissante au monde et la 7ème marque de télécoms la plus puissante au monde. Source: Brand Finance's 2017 'Telecom 500' report

Bruno Mettling, Directeur Général Adjoint du Groupe Orange et Président-Directeur Général d'Orange MEA (Afrique et Moyen-Orient), a déclaré : « *Nous sommes très heureux d'annoncer l'arrivée de la marque Orange en Sierra Leone, et de renforcer notre présence déjà forte en Afrique de l'Ouest. Le lancement de la marque Orange confirme notre confiance dans la reprise économique en cours du pays et notre engagement à apporter tous les avantages des nouveaux services numériques aux Sierra Léonais dans le cadre d'un partenariat juste, transparent et clair qui permettra de conforter la position de l'opérateur sur le marché.* »

Sekou Drame, Directeur Général d'Orange en Sierra Leone, a ajouté : « *Le lancement de la marque Orange permettra de répondre aux besoins émergents des clients en leur proposant des solutions innovantes, abordables et pertinentes. Nous souhaitons offrir un large choix aux consommateurs en leur donnant les outils nécessaires pour relever les défis quotidiens de la vie. Nous restons engagés à étendre notre réseau et nos services, jusqu'aux portes de chaque Sierra-Léonais, dans le but de réduire la fracture numérique dans le pays. Avec le soutien d'Orange et de la Sonatel, nous pouvons aujourd'hui répondre à ce besoin. Je suis convaincu qu'au cours des prochains mois, Orange saura conquérir le cœur des clients en Sierra Leone et émerger comme l'une des marques les plus admirées du pays.* »

Orange est présent dans 21 pays en Afrique et au Moyen-Orient et compte plus de 127 millions de clients (fin juin 2017). 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, appelée Orange Money, est disponible dans 17 pays et compte plus de 34 millions de clients. La stratégie du Groupe en Afrique et au Moyen-Orient est de se positionner comme partenaire de la transformation numérique 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 153 000 salariés au 30 juin 2017, dont 94 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 269 millions de clients dans le monde au 30 juin 2017, dont 207 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 : +33 1 44 44 93 93

Nathalie Chevrier ; nathalie.chevrier@orange.com

Tom Wright ; tom.wright@orange.com