



Orange Business Services & Orange Cyberdefense Day, 30 juillet 2021 Helmut Reisinger, script FR

Bonjour,

Je suis heureux de partager avec vous une synthèse de notre présentation au « briefing day » B2B du 30 juillet : à savoir notre vision de l'écosystème B2B, notre entreprise Orange Business Services, ses ambitions et sa stratégie.

1 - A quoi ressemble le paysage B2B aujourd'hui et où nous situons-nous dans ce paysage ?

C'est tout d'abord un marché extrêmement prometteur (évalué à 930 milliards de dollars) pour la connectivité et les services digitaux... Et nous opérons sur ces deux domaines.

La connectivité présente une dynamique contrastée avec des segments qui stagnent ou diminuent (comme la voix RTC ou le Contact Center) mais aussi d'autres en croissance et très porteurs (comme le SD-WAN, le SASE, la fibre ou la 5G).

Dans le même temps, la croissance attendue des services digitaux tels que le Cloud, la cybersécurité, la data et l'IoT sera à deux chiffres.

Orange Business Services est très bien positionné sur ces segments et marchés porteurs et le B2B et la cybersécurité sont au cœur de notre plan stratégique. Orange Business Services profite également de la convergence telco/IT pour accélérer sa croissance dans ces domaines stratégiques.

L'écosystème B2B est de plus en plus compétitif avec l'arrivée de nouveaux acteurs, mais nous faisons partie des quelques protagonistes qui occupent une position unique.

Alors que la plupart d'entre eux sont soit centrés sur les télécoms, soit intégrateurs de systèmes, soit fournisseurs d'équipements de réseaux, soit « hyper-scalers », nous - en tant qu'opérateur de télécommunications de premier plan avec une présence mondiale - sommes en mesure de couvrir tout le spectre entre la connectivité et les services digitaux.

2 - Qui sommes-nous dans un environnement aussi complexe ?

Nous sommes clairement une entreprise globale de services digitaux née du réseau.

Ainsi Orange Business Services est un leader européen de 8 milliards d'euros avec une présence mondiale et... une présence locale. Nous opérons dans 92 pays, comptons plus de 40 000 clients, dont 100 génèrent plus de 10 millions d'euros de revenus. Nous disposons de 8 grands centres de services situés sur tous les continents et disponibles 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et aujourd'hui, 30 % de nos 28 500 employés sont des experts du digital.

En 2020, 41% de notre chiffre d'affaires provient de ce que nous appelons notre segment de "croissance" : digital, services d'intégration et services de nouvelle connectivité (tels que SD-WAN, SASE ou nouveaux services mobiles).

De 2006 à 2020, nous sommes passés de 14 % à 41 % de revenus pour ce segment de "croissance", grâce à une stratégie organique et inorganique. C'est une preuve concrète de la manière dont notre portefeuille se rééquilibre fortement vers les segments de croissance !

3- Comment voulons-nous devenir un leader ?

Tout d'abord, nous nous appuyons sur des actifs différenciés et nous sommes reconnus comme un leader sur des segments de marché stratégiques.

Notre expertise combinée en cloud + Analytics & AI + réseau nous permet de fournir une data de confiance à nos clients : cyber-sécurisée de bout-en-bout. Par ailleurs, avec notre activité de conseil, nous leur assurons également l'intégration et l'orchestration.

Quels sont nos principaux différentiateurs ?

Notre présence mondiale et notre proximité locale, notre expertise approfondie reconnue en matière de technologie IT, notre maîtrise des réseaux et notre modèle opérationnel holistique combinant les deux.

Grâce à cette combinaison, nous sommes capables à la fois de créer de la valeur pour nos clients, mais aussi de générer des opportunités de création de valeur pour nous avec un go to market unifié et une orchestration de bout-en-bout...

4 - Notre stratégie de croissance est claire.

Notre stratégie est claire et repose sur trois piliers :

- Transformer et tirer parti de l'activité historique d'OBS dans le domaine des télécommunications ;
- Accélérer la croissance du segment digital ;
- Améliorer la rentabilité d'OBS.

Transformer et tirer parti de l'activité télécom d'Orange Business Services : dans un contexte de rupture technologique, nous transformons l'activité Télécom d'OBS.

Comment ?

- En transformant notre infrastructure de base (transition voix IP, fibre, nouvelle génération de réseau international...).
- En accélérant la mise en place de services de nouvelle connectivité (SD-WAN, SASE, communication unifiée, opportunités pour les « smart industries »...).
- Et enfin en préparant et monétisant la 5G (accélération du déploiement en France, partenariats dans l'industrie 4.0, développement de cas d'usage...).

Accélérer sur le segment de croissance digital, comme le cloud et le Digital & Data.

Comment ?

- En développant notre expertise et l'écosystème de nos partenaires sur les domaines prioritaires : Cloud, analytique & IA, cybersécurité, IoT.

- En tirant parti de la capacité de notre réseau pour vendre de nouveaux services de manière croisée.
- En nous appuyant sur nos capacités de conseil & d'intégration devenant le partenaire de la transformation digitale sur l'ensemble de l'écosystème digital.
- Sans oublier notre stratégie de fusion & acquisition : nous poursuivrons des acquisitions ciblées afin d'accélérer notre business mix.

Améliorer la rentabilité d'OBS : c'est évidemment crucial et il en va de notre rentabilité.

Comment ? En suivant trois grands axes, tous composés de programmes opérationnels concrets.

- Piloter la performance des services digitaux et d'intégration.
- Développer les synergies Telecom & Digital.
- Et enfin, maintenir un contrôle global des coûts et du cash.

En conclusion, c'est ainsi que nous voyons l'avenir d'Orange Business Services et nous mettons tout en œuvre pour transformer nos ambitions en réalité.