



Orange donne une nouvelle dimension à sa stratégie entreprise

Trente mois après le lancement d'Orange Business Services, qui a renforcé sa position dominante sur le segment B2B et affiche une croissance rentable, le groupe France Télécom crée l'**entreprise line of business (e-lob)**.

L'e-lob est la nouvelle force motrice du déploiement de la stratégie de convergence du Groupe dans les activités B2B des pays Orange.

L'e-lob fédère la forte dynamique d'Orange Business Services et des activités B2B des pays Orange.

Agenda

- Juin 2006 / Déc 2008 : 30 mois pour faire d'Orange le « Meilleur Opérateur Mondial ». P1
- 2008 : Orange donne une nouvelle dimension à sa stratégie entreprise. P2
- Orange : des atouts de premier plan au service des entreprises. P3
 - o des actifs sans équivalent P4
 - o plus de 6 millions* de clients entreprise P5
 - o les 3 dimensions de l'innovation B2B P6
 - o la satisfaction des clients au cœur de notre stratégie P8
- L'e-lob : fertiliser toutes les synergies pour déployer la stratégie de convergence d'Orange dans les activités B2B de nos pays P9

Juin 2006 / Déc 2008 : 30 mois pour faire d'Orange le « Meilleur Opérateur Mondial »

1^{er} juin 2006 : lancement d'Orange Business Services comme nouvelle bannière fédérant Equant et les activités de France Télécom et d'Orange sur le marché mondial **des entreprises** ; cette nouvelle signature vise essentiellement les multinationales et les grands comptes nationaux.

* Chiffre non audité, non publié

Depuis, Orange Business Services a confirmé et renforcé sa position de « Meilleur Opérateur Mondial », reconnu par de nombreuses récompenses et distinctions.

En 2008, pour la troisième année consécutive, Orange Business Services s'est vu attribuer le prix de « Meilleur Opérateur Mondial » par les World Communication Awards, *une référence dans le secteur*, tandis qu'Orange a été primé en tant que « Meilleur Opérateur Mobile ».

Le chiffre d'affaires d'Orange Business Services, établi à plus de 7,7 milliards d'euros en 2007, a augmenté de 2,3 % (5,7 milliards d'euros) au cours des 9 premiers mois de 2008. Orange Business Services a mené avec succès et cohérence sa stratégie de transformation, passant d'un simple fournisseur de réseau à un opérateur de communication intégré, permettant à ses clients de bénéficier d'applications « real-time business ».

Orange Business Services propose une palette toujours plus large d'applications critiques de communication : gestion de la relation client (*CRM*), messagerie unifiée, collaboration, machine-to-machine entre autres. Grâce à ces nouveaux services de « real-time business », les clients ont la possibilité de lancer de nouveaux services et de développer de nouvelles sources de revenus, de garantir flexibilité et réactivité, d'optimiser leurs coûts.

Le chiffre d'affaires généré par ces nouveaux services a fortement progressé au cours des 9 premiers mois de 2008 :

- +8,0 % à périmètre comparable pour les Services de Réseaux Avancés Entreprises, à savoir les services accompagnant la transformation IP de nos clients (tels que *VoIP*, *services de convergence*, *Telepresence* ...) ;

- +16,1 % à périmètre comparable sur les 9 premiers mois de 2008 pour les Services d'Intégration et d'Infogérance, nos nouveaux services « real-time business » (*tels que Machine to Machine (M2M)*, *e-paiement*, *virtualisation* ...) permettant à nos clients de lancer de nouvelles offres et de développer de nouvelles sources de revenus.

Par conséquent, 30 mois après son lancement, Orange Business Services a réussi son extension dans les services, en termes de portefeuille (*palette toujours plus large d'applications critiques de communication*) et sur le plan géographique (*présence accrue sur les nouveaux marchés*). Il a su tirer parti de ses compétences de base (le réseau) pour dépasser le rythme de croissance du marché en matière de services d'intégration et de « real-time business ».

2008 : Orange donne une nouvelle dimension à sa stratégie entreprise

En 2008, Orange a décidé de créer l'e-lob pour accélérer le déploiement de la stratégie de convergence du Groupe dans ses activités B2B et fédérer la forte dynamique B2B d'Orange Business Services et des pays Orange.

Ces activités B2B dans les pays Orange sont cruciales : les « pros » et les petites entreprises représentent le premier segment de clientèle chez Orange, réparti sur une douzaine de pays, et équivalant à plus de 8 milliards d'euros* de chiffre d'affaires.

Grâce à l'entreprise line of business, l'implantation B2B d'Orange sera l'une des plus importantes du secteur, à l'échelon mondial.

Orange : des atouts de premier plan au service des entreprises

Ce nouveau pôle d'actifs B2B est unique à l'échelle mondiale :

- En termes de chiffre d'affaires

- Le chiffre d'affaires B2B représente 30 % du chiffre d'affaires total du Groupe, soit environ 16 milliards d'euros* ;
- Le taux de croissance actuel de ce chiffre d'affaires lié au B2B s'élève à plus de 2 % ;
- Une rentabilité suffisante, gage d'une stabilité à long terme (*au cours des 9 premiers mois de 2008, la marge opérationnelle brute à l'échelle du Groupe a augmenté de 3,3%*).

- En termes de portefeuille de services

- Par le biais de notre stratégie articulée autour de 3 axes (*connectivité / transformation IP / applications « real-time business »*), nous proposons la gamme complète de solutions B2B, des services de réseau aux applications critiques de communication.

- En termes d'expérience client

- Notre palette de services est en mesure de répondre à tous les types d'exigences, qu'il s'agisse de petites entreprises locales ou de multinationales. Les « pros » et les PME représentent plus de 60 % de notre chiffre d'affaires B2B.

- En termes de présence géographique

- 30 000 collaborateurs dédiés à nos services B2B - disponibles dans 220 pays et territoires - sont répartis dans 166 pays ;
- Nous occupons une position d'acteur local clé dans 27 pays.

* Chiffre non audité, non publié

- Une approche dynamique sur les marchés émergents : forte présence dans les pays BRIC (*Brésil, Russie, Inde, Chine*), et leader dans 6 pays africains en termes de parts de marché.

L'e-lob favorise ces ambitions en développant une vision commune des activités B2B dans l'ensemble de ces pays.

1/ Des actifs sans équivalent

Mobiles

- des réseaux mobiles dans 27 pays ;
- 3,7 millions de mobiles pro vendus en 2007 ;
- 1 million de cartes SIM "machine to machine" en 2008.

IP

- 340 000 IP Phones & 314 000 connexions IP VPN installés

Accès internet entreprises

- + de 2 millions

Réseau mondial

Le réseau le plus étendu pour les multinationales :

- IP VPN dans 151 pays
- WiFi Business Everywhere dans 150
- Telepresence dans 104
- "on-net" VoIP dans 102
- accès DSL dans 70

2/ Plus de 6 millions* de clients entreprise

En outre, les 7,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires (2007) générés par Orange Business Services avec sa clientèle de multinationales et de grands comptes nationaux, l'activité B2B est répartie sur plusieurs marchés domestiques d'Orange.

	<i>nb d'entreprises clientes</i>	<i>Principale activité</i>
Orange France	+ 500 000 entreprises + 2 millions de « pros »	Téléphonie fixe, mobile, données, services
Orange Switzerland	+ 110 000 entreprises et « pros »	Téléphonie mobile
Orange Spain	2 100 entreprises	Téléphonie mobile
Mobistar	+ 130 000 entreprises et « pros »	Téléphonie mobile
Orange UK	+ 100 000 entreprises et « pros »	Téléphonie mobile
Orange Poland & Telecom Polska	+ 1 million, « pros » essentiellement	Téléphonie fixe, mobile
Orange Romania	+ 200 000 entreprises et « pros »	Téléphonie mobile
Orange Slovakia	+ 190 000 « pros » essentiellement	Téléphonie mobile
Mobinil	+ 12 000 entreprises	Téléphonie mobile

Cette liste n'indique que les activités domestiques B2B les plus importantes : il en existe dans d'autres pays tels que la Moldavie, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, sans oublier le potentiel des expansions récentes du Groupe comme :

- le Togo, où le Groupe a entrepris fin novembre des négociations exclusives en vue de l'attribution d'une licence ;
- l'Ouganda, où Orange a lancé des services de télécommunication en octobre ;

* Chiffre non audité, non publié

- o l'Arménie, où Orange a acquis une licence d'opérateur mobile début octobre.

3/ Les 3 axes de l'innovation B2B

Orange Business Services mène avec succès et cohérence sa stratégie de transformation, passant d'un simple fournisseur de réseau à un opérateur de communication intégré, permettant à ses clients de bénéficier d'applications « real-time business ».

Cette évolution s'articule en 3 vagues :

1^{ère} vague : notre métier de base, bien en place, est celui d'opérateur de réseaux.

2^{ème} vague : depuis plus de 7 ans, nous anticipons la vague IP en étant au cœur de la transformation IP des entreprises, avec un réel succès : IPT (340 000 IP Phones managés par Orange chez nos clients entreprises), convergence (850 000 utilisateurs de Business Everywhere) ...

3^{ème} vague / depuis 3 ans, nous montons en puissance sur les applications « real-time business » (M2M,) avec déjà de belles références (AXA, ...).

	1^{ère} vague / connectivité	2^{ème} vague / transformation IP	3^{ème} vague / « real- time business »
Priorités de l'e-lob	<ul style="list-style-type: none"> → connectivité fixe : accès fixes, accès large bande, ethernet, IP VPN → connectivité mobile : service de base, service large bande 	<ul style="list-style-type: none"> → services IP de base : Internet, VoIP → équipements IP managés : PBX, centrex, LAN, serveur → terminaux mobiles données 	<ul style="list-style-type: none"> → environnement de travail : PC, communication unifiée (Business Together) → applications temps réel et process métier : M2M, CRM, e-payment, SAAS ...

	1 ^{ère} vague / connectivité	2 ^{ème} vague / transformation IP	3 ^{ème} vague / « real- time business »
Les premières réalisations avec l'e-lob	<ul style="list-style-type: none"> → renforcement des services de couverture "indoor" en Suisse, Royaume Uni et France → lancement d'offres de roaming data en France → lancement de l'I-Phone 3G en France, Belgique, Roumanie, Suisse, Autriche, Slovaquie et Pologne 	<ul style="list-style-type: none"> → lancement de services de VoIP SMEs en France, Espagne, Belgique, Pologne, bientôt en Russie → lancement de la Livebox / Flybox pour les entreprises en France, mais aussi en Belgique, en Roumanie et bientôt en Pologne & dans des pays d'Afrique 	<ul style="list-style-type: none"> → lancement du modèle "PC for Business" au Royaume Uni, en Pologne, Slovaquie, Suisse, Roumanie, Moldavie et bientôt en Espagne et en France → lancement d'applications métier sur BlackBerry™ → pré-commercialisation du Forfait Informatique hors de France
quelques projets de l'e-lob pour le 1 ^{er} semestre 2009	<ul style="list-style-type: none"> → poursuite du déploiement des offres de roaming data 	<ul style="list-style-type: none"> → mise en place d'une stratégie multi-pays pour les offres convergentes → extension de la gamme des offres Unik avec un volet multi-FAI 	<ul style="list-style-type: none"> → poursuite du déploiement du modèle PC for Business → lancement de solutions M2M dédiées à des marchés verticaux → extension de la gamme de solutions mail mobile

Les partenariats sont importants pour la mise en place de la 3^{ème} vague. Parmi nos principaux partenaires :

- Lotus sur les solutions de mail mobile ;
- Cisco sur les vagues « transformation IP » et applications « real-time business » ;
- Alcatel, collaboration en Pologne et en Espagne dans les domaines de la VoIP et des PBX ;
- RIM, collaboration dans le domaine applicatif ;
- Fabricants de terminaux comme Apple (lancement de l'iPhone dans 7 pays Orange), Nokia (projets de messagerie électronique en Espagne et en Pologne), Samsung ... ;
- Constructeurs informatiques, impliqués sur plusieurs projets de cartes SIM intégrées (ex : HP...) et sur des modèles de distribution ;
- Microsoft : pour la clientèle d'entreprise, Orange et Microsoft ont conclu un partenariat stratégique en vue de proposer des solutions de groupware et des communications unifiées. Orange Business Services a également le statut de Microsoft Gold Partner pour les applications en mode hébergé (ASP), ainsi que pour une vaste gamme de services d'infogérance basés sur les applications Microsoft.

Acquisitions : nous continuerons d'envisager des acquisitions ciblées dans des domaines spécifiques, sur le mode des acquisitions récentes de Néoclès, Diwan, Silicomp en France, et de GTL en Inde. En Espagne, nous avons acquis Alpi en raison de ses compétences en matière de gestion de réseaux. Par ailleurs, nous souhaitons entrer progressivement dans le monde du Software as a Service (SaaS) ou service applicatif hébergé.

4/ La satisfaction des clients au cœur de notre stratégie

Orange s'efforce en permanence d'offrir la meilleure expérience client possible.

Notre premier objectif est l'amélioration des prestations de services via :

- notre modèle de services évolutif orienté client (*4 principaux centres de service + structure régionale et présence locale*) établi depuis maintenant deux ans ;
- le lancement d'un programme pragmatique et ciblé de transformation "Quote to Bill" couvrant de A à Z le processus du devis à la facturation ;

- l'évaluation des principaux éléments de la chaîne de prestation de services : ressources humaines, processus, outils, usages commerciaux, indicateurs/objectifs clés de performance et pratiques ;
- pour chacun de ces éléments, le repérage des opportunités d'amélioration par rapport à nos ambitions et mise en œuvre des changements qui sous-tendent la transformation.

L'entreprise line of business : fertiliser toutes les synergies pour déployer la stratégie de convergence d'Orange dans les activités B2B de nos pays.

La mission de l'e-lob est de déployer la stratégie de convergence du Groupe dans les activités B2B des pays Orange :

- sur tous les segments de marché, des professionnels aux multinationales ;
- sur tous les produits et services, incluant la voix fixe, Internet, les données, les mobiles, les services à valeur ajoutée
- sur toutes les fonctions support, incluant vente et avant vente, marketing, analyse de performance.