



communiqué de presse  
Paris, le 22 février 2012

## premier bilan du lancement du 4<sup>ème</sup> opérateur mobile pour Orange en France

Faisant suite à de nombreux commentaires et informations contradictoires sur le marché du mobile en France, Orange tient à apporter quelques données factuelles sur l'impact de l'arrivée du 4<sup>ème</sup> opérateur.

Dans les premières 48 heures après le 10 janvier 2012, Orange a constaté un pic des demandes de RIO (relevé d'identité opérateur, permettant de demander la portabilité de son numéro mobile qui ne correspond pas à une résiliation effective) à plus de 150 000 en une journée. Ce chiffre a aujourd'hui été divisé par 10.

Au 15 février 2012, la base d'abonnés mobiles d'Orange a baissé de 201 000 abonnés, représentant environ 0,7 % de son parc mobile qui comptait plus de 27 millions d'abonnés en France au 31 décembre 2011.

Ce chiffre se décompose en :

- 1, 038 million de résiliations mobiles vers la concurrence du 1er janvier au 15 février 2012
- et 837 000 acquisitions de nouveaux clients sur la même période.

Ce niveau soutenu des acquisitions tient à 3 facteurs : la riposte commerciale d'Orange, la qualité de ses réseaux et l'amélioration continue de sa relation client.

La riposte commerciale anticipée par Orange lui a permis de réagir très vite en adaptant d'une part les tarifs de sa marque low cost Sosh, lancée en septembre à cet effet ; et d'autre part, en enrichissant l'offre quadruple play Orange Open. Les nouveaux tarifs de Sosh répondent à la nouvelle donne du marché, proposant 3 offres « sim only » sans engagement entre 9,90€ (2h de voix, sms /mms / wifi illimités) et 24,90€ tout illimité. Ils ont permis d'accélérer les acquisitions, séduisant 90 000 abonnés Sosh au 15 février 2012. De son côté, la gamme Orange Open a été enrichie et atteint 1,4 million d'abonnés au 15 février 2012. Les offres Origami ont pour leur part contribué significativement aux acquisitions sur la période.

Pour ce qui est de la qualité des réseaux, le rapport officiel de l'ARCEP du 4 novembre 2011 confirme qu'Orange offre le meilleur réseau mobile, le plaçant numéro 1 pour les débits (jusqu'à 5 fois plus rapide que la concurrence), numéro 1 sur la qualité de la voix du service mobile et enfin 1<sup>er</sup> ou 1<sup>er</sup> ex-æquo sur le plus grand nombre de critères (1er ou 1er ex-æquo sur 57 des 61 critères).

Orange travaille parallèlement depuis plus d'un an à la qualité de sa relation client grâce à la mobilisation des 35 000 hommes et femmes qui y sont dédiées. Ainsi en 2011, le pourcentage de clients très satisfaits à l'issue de leur contact avec Orange a progressé de 14 %, tandis que le pourcentage de clients peu ou pas satisfaits baissait de 26 % par rapport à 2010.

Enfin, faisant preuve de pragmatisme, Orange a signé en mars dernier un contrat d'itinérance 2G et 3G avec Free mobile dont les revenus, fonction du trafic, étaient estimés à l'époque à 1 milliard d'euros sur 6 ans. Le trafic généré par les abonnés de Free mobile pourrait être substantiellement plus élevé que prévu, sans que cela ne nuise à la qualité de service des clients d'Orange.

#### A propos d'Orange

France Télécom-Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec 172 000 salariés au 31 décembre 2011, dont 105 000 en France, et un chiffre d'affaires de 45,3 milliards d'euros en 2011. Présent dans 35 pays, le Groupe servait 226 millions de clients au 31 décembre 2011, dont 147 millions de clients Orange, la marque unique du Groupe pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. Au 31 décembre 2011, le Groupe comptait 167 millions de clients du mobile et 14 millions de clients ADSL et fibre dans le monde. Orange est l'un des principaux opérateurs européens du mobile et de l'accès internet ADSL et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

Avec son projet d'entreprise « conquêtes 2015 », Orange s'adresse simultanément à ses salariés, à ses clients, à ses actionnaires et plus largement à la société dans laquelle l'entreprise évolue en s'engageant concrètement sur des plans d'actions. Ceux-ci concernent les salariés du Groupe grâce à une nouvelle vision des Ressources Humaines ; les réseaux, avec le déploiement des infrastructures du futur sur lesquelles le Groupe bâtira sa croissance ; les clients, avec l'ambition de leur offrir la meilleure expérience parmi les opérateurs grâce, notamment, à l'amélioration de la qualité de service ; et l'accélération du développement international.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : [www.orange.com](http://www.orange.com), [www.orange-business.com](http://www.orange-business.com), [www.orange-innovation.tv](http://www.orange-innovation.tv)

*Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques déposées appartenant à Orange Brand Services Limited, Orange France ou France Télécom.*

**Contact presse : 01 44 44 93 93**

**Béatrice Mandine, [beatrice.mandine@orange.com](mailto:beatrice.mandine@orange.com)**

**Jean-Bernard Orsoni, [jeanbernard.orsoni@orange.com](mailto:jeanbernard.orsoni@orange.com)**