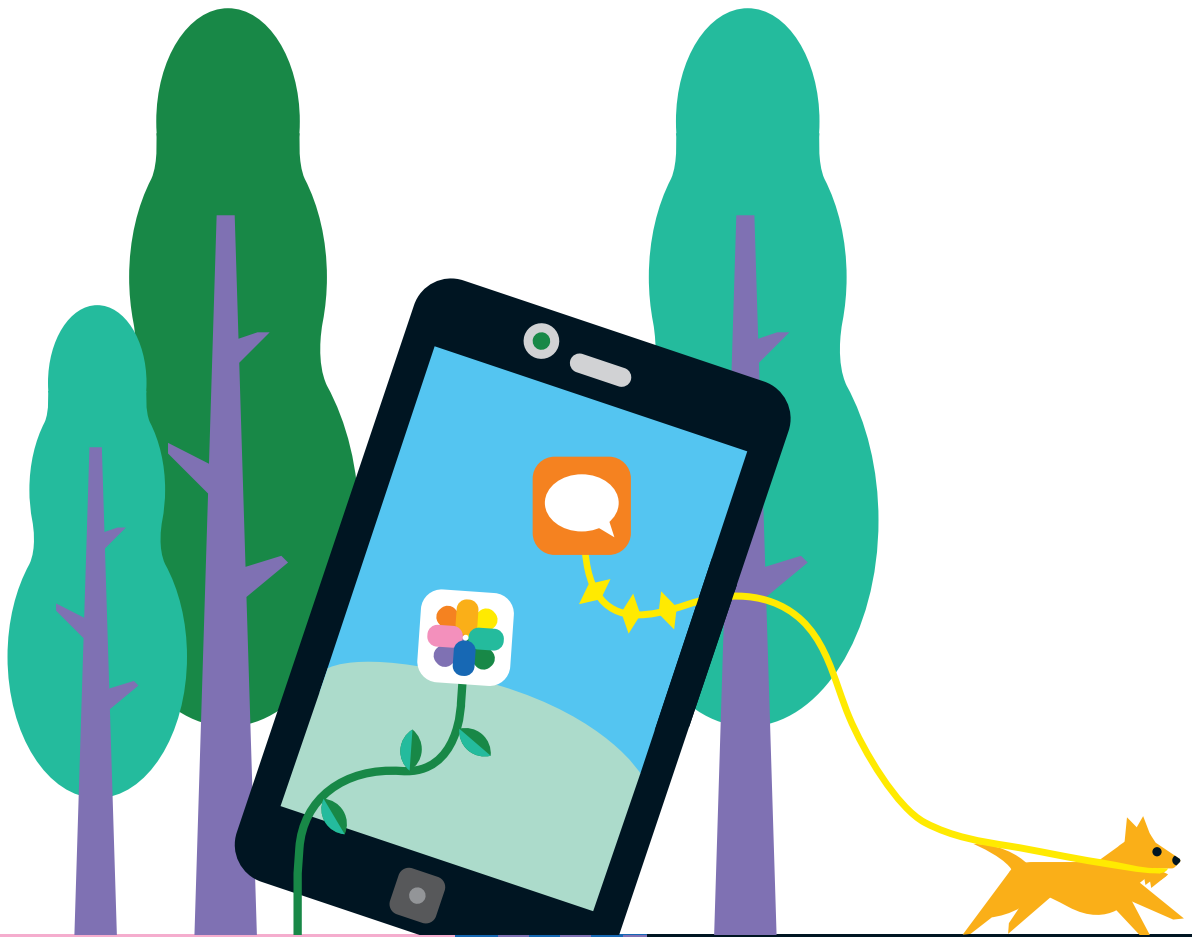




Souriez, vous êtes connectés



N° 6 Les essentiels

Orange 2014 – 2015

Depuis quelques années, le numérique change notre quotidien. **Vidéo, musique, jeu...** il est ludique, culturel et surtout de plus en plus « social ». Avec Orange, mettez du fun dans votre vie.

En 2014, vous vous êtes divertis avec Orange.

Facebook

Nombre d'utilisateurs actifs Facebook

1,2 milliard

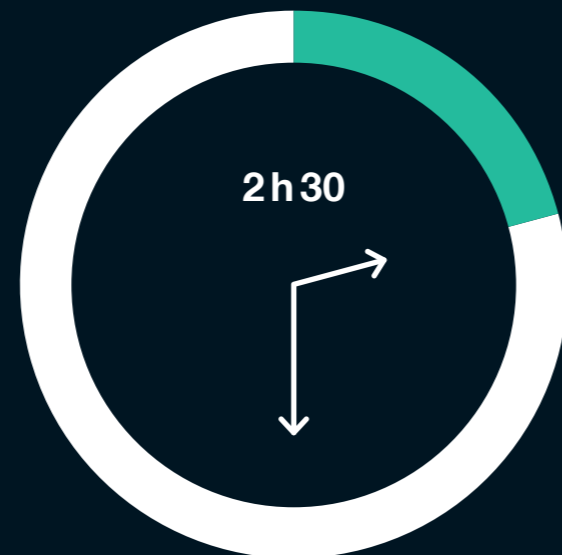
Nombre de personnes qui s'y connectent chaque jour

556 millions

672 millions de tweets échangés pendant la Coupe du monde de football 2014.

7,2

millions de clients TV Orange.



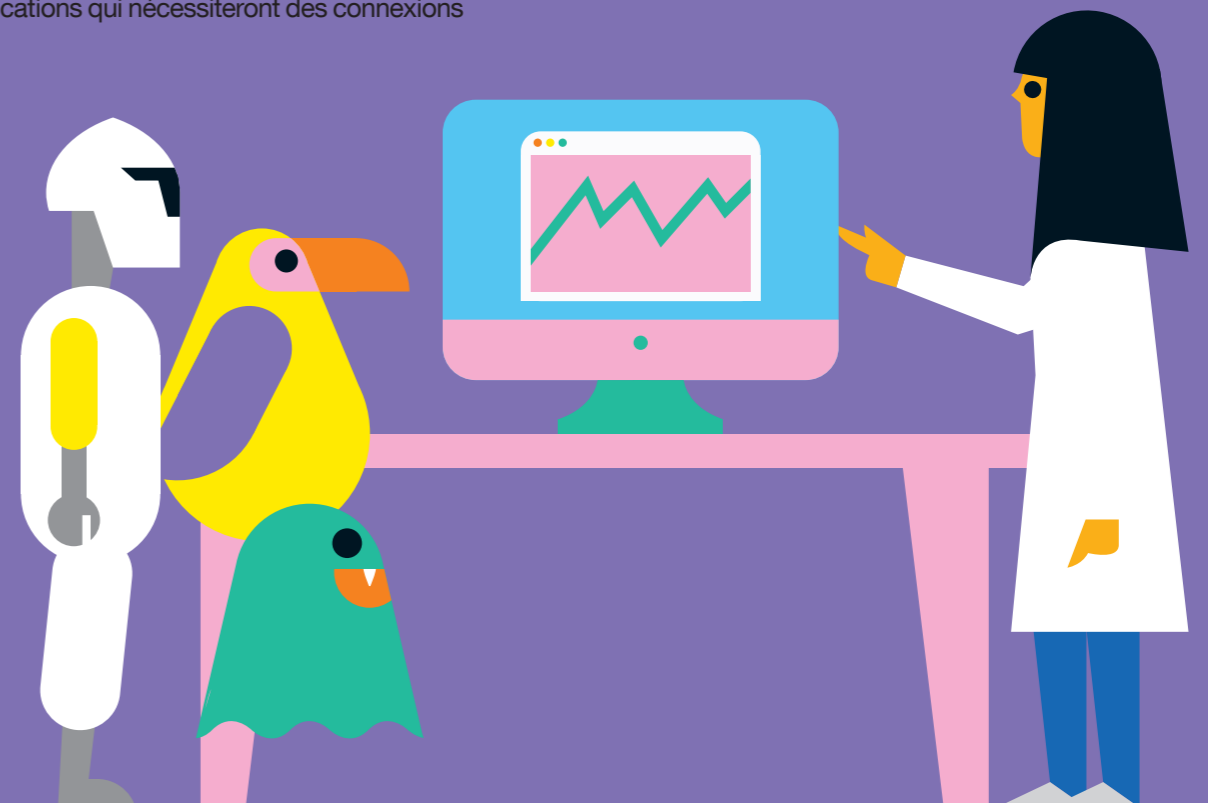
par jour en moyenne sur son smartphone.

C'est innovant

GigaStudio, c'est parti!

Ce véritable banc d'essai a été lancé par Orange Silicon Valley pour explorer et évaluer les applications très haut débit et encourager l'innovation. Le principe ? « Penser utilisateur » en aidant les acteurs de l'ultra-haut débit à imaginer les applications de demain. Des applications qui nécessiteront des connexions

gigabit et des performances, comme un infime temps de latence pour les jeux vidéo. Les start-up peuvent y tester leurs futurs services dans un studio offrant un débit de 1Gbit/s.

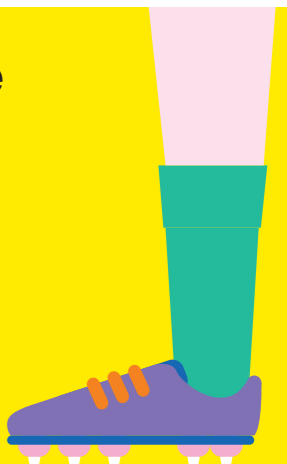


« Have a nice day » (HAND). En Belgique, Mobistar, dans le cadre de son programme de fidélité, invite ses clients à des concerts. Le 18 septembre 2014, 2000 d'entre eux applaudissaient Mika. Le 22 septembre, ils étaient 5 000 à danser sur la musique de Lady Gaga, à Bruxelles. Pour ce dernier concert, Mobistar a été primé lors des Public Buzz Awards.

Orange a été le partenaire de Videogame Story, événement emblématique dans le monde du jeu vidéo, organisé à Paris du 30 juin au 7 septembre 2014. Une occasion pour le Groupe de présenter son offre Cloud gaming multi-écrans.

À l'occasion de la Coupe du monde 2014 à Rio,

le Groupe a lancé l'application mobile Orange Football Club. Grâce à elle, les passionnés suivent en direct toute l'actualité du foot, comme lors de la Coupe d'Afrique des Nations, dont Orange est le sponsor titre pour la quatrième fois.



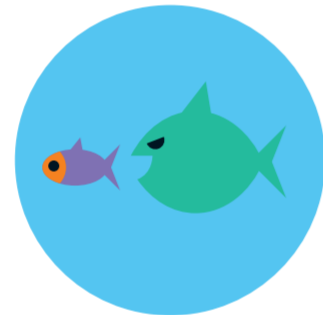
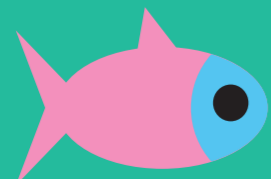
La musique, la vidéo et les jeux sont de plus en plus sociaux

Le secteur des loisirs numériques se porte bien. Portés par la dématérialisation des contenus, les marchés de la musique, du cinéma, des jeux et celui des livres, se structurent et gagnent en maturité.

1994/2014 Ce qui a changé...

En 1994, vous consultiez l'annuaire papier pour chercher le numéro d'un garagiste, vous achetiez une carte routière que vous consultiez à chaque arrêt pour vous orienter, vous faisiez la queue au cinéma pour acheter votre billet, vous passiez un coup de fil à votre ami pour raconter une blague, vous jouiez à Pacman sur votre console, vous écriviez une carte postale à votre grand-mère, vous achetiez le dernier CD à la mode chez votre disquaire préféré, vous changiez quatre fois par jour d'objectif sur votre appareil photo en voyage et vous

gardiez précieusement une pièce de monnaie dans votre poche pour passer un coup de fil. Aujourd'hui, votre smartphone vous sert d'annuaire téléphonique illimité, de GPS, de billetterie, de messagerie instantanée, de boîte aux lettres, de console de jeu, de playlist, d'appareil photo... et de mille autres choses, dont, accessoirement, de téléphone. Qui l'aurait cru ?



Orange est au cœur de cette révolution numérique des loisirs. Sa stratégie : nouer des partenariats avec les éditeurs de contenus et proposer une expérience multi-écrans sans couture.

Le jeu vidéo poursuit sa course en avant

Toujours plus spectaculaires, les jeux vidéo offrent des expériences incroyables aux joueurs. On joue désormais partout, depuis son smartphone ou sa tablette. Le marché est colossal et les leaders du secteur se livrent une concurrence acharnée. Plus de 50 % des revenus du jeu vidéo proviennent maintenant de la vente dématérialisée. En 2017, cette part devrait atteindre près de 70 %. Pour les opérateurs de télécommunications, ils représentent un levier de fidélisation.



Pour Orange, ils sont une composante importante de sa stratégie dans les contenus. Le Groupe parie notamment sur le cloud gaming. Concrètement, le jeu n'est pas logé dans une console ni dans votre Livebox mais dans le datacenter d'Orange. Ainsi, vous pouvez commencer une partie immédiatement sur votre télé en quelques clics, sans téléchargement, ni installation... Le catalogue, de plus de 190 jeux différents, est à louer ou à acheter après avoir pu les tester gratuitement via la TV d'Orange. Avec le Pass Famille, enfants et parents ont accès à plus de 150 jeux adaptés à leurs attentes. Et pour sensibiliser les parents sur les pratiques de jeux vidéo chez les jeunes, Orange, en partenariat avec PédagoJeux, a enrichi son programme de formation « cours des parents » avec de nouveaux ateliers en boutique Orange et des vidéos en ligne. Début 2014, Orange est aussi entré dans le capital du japonais G-cluster, affirmant ainsi ses ambitions dans le cloud gaming.

Ma télévision, que deviens-tu ?

La multiplication des écrans bouleverse l'usage du poste noir : même s'il trône encore dans le salon, il ne dicte plus ses horaires à ses utilisateurs. La TV devient une boîte à contenus qu'on utilise quand on veut en la consommant comme on veut. Ainsi, le nombre d'écrans devrait passer de 6 en 2013 à 13 par foyer en 2022. Aujourd'hui, on échange et on regarde ses contenus multimédias sur son smartphone et, de plus en plus, sur sa tablette. Surtout, on y choisit ses contenus et on les crée. L'industrie de la télévision est de fait bouleversée. Par exemple, Netflix, service de vidéo à la demande par abonnement, est



proposé depuis novembre 2014, sur la TV d'Orange, dans le cadre de la nouvelle interface Polaris. Fin 2014, la TV Orange comptait plus de 7 millions d'abonnés en Europe. En France, elle propose jusqu'à 160 chaînes incluses dont 30 en HD. Par ailleurs, et pour répondre aux passions des clients, elle dispose de bouquets thématiques : famille, sport, cinéma. Depuis 2012, OCS travaille à l'élargissement de son bouquet 100 % cinéma et séries. Disponible aujourd'hui chez tous les FAI en France, OCS comptait 2,3 millions d'abonnés fin 2014.

La musique : un marché en recomposition

Téléchargement, streaming, concerts... Elle se consomme autrement avec la montée en puissance du streaming. Le mobile est aujourd'hui au cœur des usages culturels liés à la musique.

On l'écoute en faisant son jogging ou on identifie en direct un artiste avec des applications comme Shazam ou MusicWatch. En 2014, Orange et Deezer ont reconduit leur partenariat, pour quatre ans, en France, afin de poursuivre leur objectif de conquête d'abonnés payants. Surtout, on partage ses goûts et ses artistes préférés via les réseaux sociaux. Avec 128 millions de visiteurs uniques par mois, au-delà de la musique, Dailymotion noue des partenariats de prestige dans le sport comme avec le FC Barcelone, l'Olympique de Marseille et le Paris Saint-Germain. Et, pour ceux qui veulent suivre en direct le Classico français ou d'autres matchs du championnat français, Orange a lancé sa nouvelle application Ligue 1®, Ligue 2®, proposée à tous depuis le début de la saison, en août 2014.

Orange Beacon

La visite enrichie. Cette balise permet d'envoyer sur un smartphone des contenus exclusifs et personnalisés en relation avec l'endroit où le visiteur se trouve. Le château de Versailles, ou encore, le musée des Beaux-Arts de Dijon sont partenaires. Début 2015, Orange a lancé Orange Beacon Tag, équipé d'un détecteur de mouvement, et destiné à des événements ou des manifestations de courte durée.

Express Download Station

Avec Express Download Station, actuellement en expérimentation, il est possible de télécharger très rapidement ses journaux et films avant, par exemple, de monter dans le train ou l'avion. Finies les zones blanches qui vous privent de vos contenus : vous les embarquez avec vous. Une innovation signée Orange, coconstruite avec ses partenaires.

L'achat définitif de VoD

Orange France propose, depuis février 2014, une offre VoD à l'achat sur les films des plus prestigieux studios de cinéma américains et européens. Cette offre permet aux clients de regarder leurs films préférés ou les plus récents à volonté sur leur TV, tablette, smartphone, mais aussi de les télécharger définitivement sur leur ordinateur!

Orange Sport Clubs

Orange Polska a lancé un nouveau programme à destination des enfants, des parents, des enseignants et des entraîneurs. Objectif : les accompagner matériellement via des équipements ou des e-programmes d'entraînement... pour monter un club de sport. Plus de 100 Orange Sport Clubs ont déjà vu le jour en Pologne.

La HD+ débarque

Vous connaissiez la HD, voici la HD+. Possible grâce à la fibre Orange dont sont déjà équipés 563 000 clients en France, elle offre une qualité d'image deux fois supérieure à la HD. Plus de 12 chaînes sont déjà disponibles en HD+ via la TV Orange.

La convergence à 360°

Changer d'écran sans changer de configuration, c'est possible. Avec la nouvelle interface Polaris conçue par Orange, chacun bénéficie d'une navigation intuitive et de services unifiés, quel que soit l'écran utilisé (smartphone, tablette, ordinateur ou TV). Vous avez tous vos contenus sous la main, et sans rupture d'expérience!

5 minutes pour...

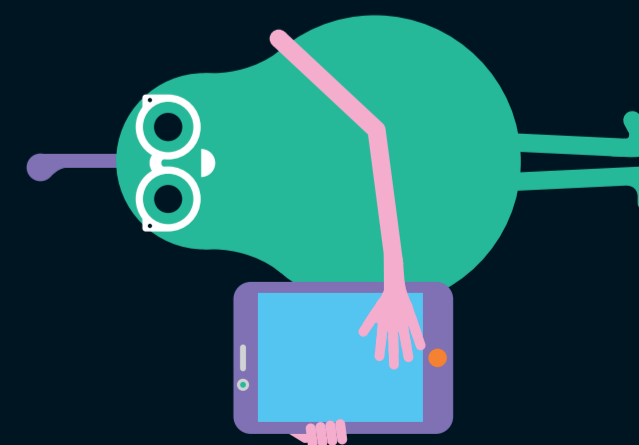
apprendre en s'amusant

Le numérique n'est pas que travail ou jeu. Il peut être les deux à la fois. Si les Massive Open Online Courses (ou MOOC) démocratisent l'enseignement, ils restent de l'apprentissage. Idem pour les tablettes quand elles remplacent les cartables.

De plus, de nombreuses applications ludiques sont développées pour

apprendre. Des professeurs s'associent avec des développeurs pour créer des contenus interactifs et enrichissants pour les plus jeunes. Un marché en forte croissance et qui attise les convoitises.

Avec le numérique, un apprentissage personnel se développe ; il permet d'accéder au savoir de manière moins cloisonnée. Il tisse un lien nouveau entre la science, l'art, l'histoire et les individus. C'est le cas des musées qui numérisent leur communication pour garder le lien avec les visiteurs. Il suffit de se rendre à la Cité des sciences à Paris pour constater l'étroite imbrication entre nouvelles technologies et savoirs. Pour le plus grand plaisir des enfants.



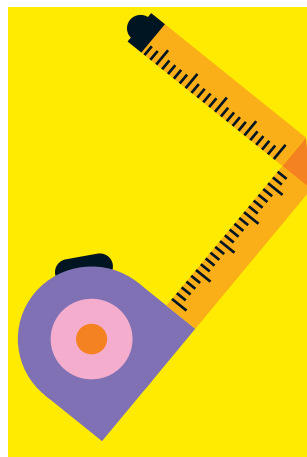
Dans la même collection, retrouvez Bien-être, Famille, Travail, Argent et Maison.



L'atout Orange

La qualité de service : notre atout cœur

Dans un monde de plus en plus numérique où la relation est souvent dématérialisée, le contact avec le client et la qualité de service sont déterminants. L'ambition d'Orange, avec son plan « Essentiels 2020 », est de faire vivre à ses 244 millions de clients une expérience incomparable au quotidien. Le Groupe s'appuie sur la disponibilité de ses équipes dans plus de 29 pays et sur la qualité de ses réseaux. Objectif : rendre la relation client plus accessible et plus efficace en la personnalisant, en simplifiant les interactions et les offres et en nous appuyant sur la complémentarité de nos salariés en boutique, au téléphone ou par tchat, avec les canaux 100 % numériques.



Une relation adaptée à chaque client

Chez Orange, nous offrons à nos clients le choix de leur relation. Elle peut-être 100 % numérique, comme avec Sosh en France, nju.mobile en Pologne ou amena.com en Espagne, ou avec l'application Orange et moi. Elle peut être aussi téléphonique, par e-mail ou SMS, ou encore en face à face avec des conseillers dédiés dans nos très nombreuses boutiques. Elle est surtout flexible : on repère une offre sur les portails Orange, on va en boutique y souscrire et on la poursuit au téléphone ou par tchat avec un conseiller Orange. Grâce à l'amélioration de l'expérience client et à la montée en puissance de la relation numérique, les centres d'appels d'Orange ont connu une baisse de trafic de 10 % par an, soit 13 millions d'appels en moins en 2014.

Une expérience client exemplaire

Celle-ci revêt plusieurs formes. Elle se traduit au niveau de la connectivité par le développement du haut et très haut débit et la fiabilité de ses réseaux. Elle est aussi une affaire de sécurité des données et de respect de la vie privée de nos clients. L'adoption de la charte de protection des données personnelles en témoigne. Enfin, et surtout, elle est un défi quotidien dans l'accueil et la relation avec les clients. Ainsi, en 2014, Orange Pologne et Orange Moldavie ont obtenu la certification COPC 5.1 qui reconnaît la performance et la qualité des services clients. Lors de la cérémonie des AfricaCom Awards, Orange a remporté le premier prix dans la catégorie Excellence in Customer Experience Management pour sa gamme de services « 100 % des appels réussis ». En permanence, nous testons la conception de nos offres et produits – 600 tests réalisés en 2014 – et nous auditons les parcours clients pour leur apporter la meilleure expérience possible. Plus de 60 audits ont été menés en 2014.

600

tests réalisés en 2014

Expérience collaborateur, expérience client

L'expérience client est notre priorité. Elle n'est possible qu'en construisant une expérience salarié à la hauteur de l'expérience client. Cela passe par la mise en place de programmes de formation massifs aux outils numériques pour tous les salariés. C'est aussi porter une attention toute particulière à nos conseillers en boutique. Le bien-être au travail des collaborateurs est également essentiel dans l'image qu'ils renvoient à l'extérieur. C'est pourquoi nous mesurons deux fois par an le climat social auprès de 4000 d'entre eux. Le baromètre, réalisé en juin 2014 par l'institut CSA, indiquait que 92 % des salariés considèrent que la qualité de vie au travail chez Orange est identique ou meilleure que dans les autres entreprises.

