



Une nouvelle expérience à vivre

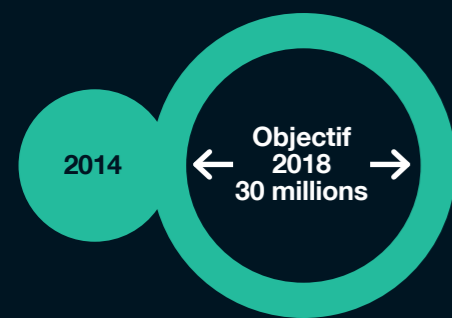


N° 4 Les essentiels

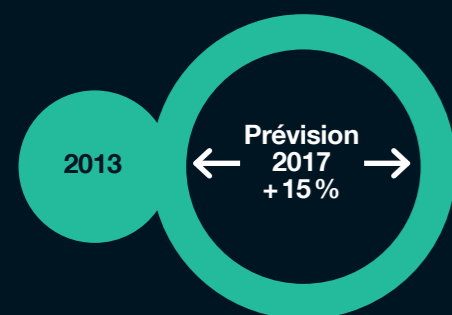
Orange 2014 – 2015

L'explosion du commerce en ligne et la généralisation des smartphones promettent un bel avenir aux **services financiers mobiles**. Aujourd'hui, les usages évoluent et les écosystèmes se mettent en place.

En 2014, avec Orange, vous avez expérimenté de nouveaux services sur mobile.



12,6 millions de clients Orange Money en Afrique et au Moyen-Orient fin 2014.



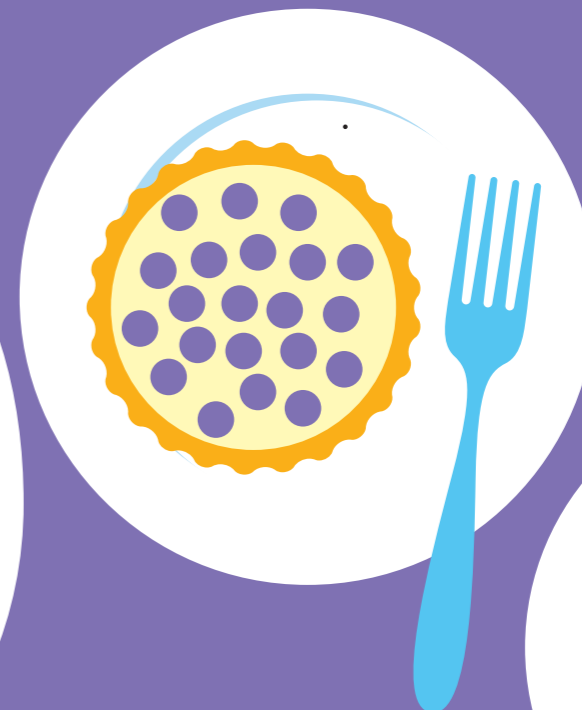
7,5% des revenus de l'e-commerce sont effectués sur mobile en 2013.

NFC

10 millions de téléphones NFC vendus par Orange dans le monde (à fin janvier 2014).

4,5 milliards d'euros de transactions par an avec Orange Money en Afrique et au Moyen-Orient.

C'est innovant



Payer ses repas avec son mobile en France

Trois grands acteurs se sont associés pour offrir une nouvelle expérience dans la restauration. Orange, MasterCard et Edenred, le leader mondial des solutions prépayées, déploient un test autour du paiement mobile pour Ticket Restaurant® grâce à la technologie sans contact NFC et sécurisée dans la carte SIM. Le paiement se fait instantanément en posant le mobile sur le

terminal du commerçant. Le célèbre Ticket Restaurant®, passé à la carte en 2014 en France, s'apprête à intégrer votre smartphone. En plus de payer votre repas avec votre téléphone, vous pourrez géolocaliser les restaurants affiliés à proximité, recevoir des offres promotionnelles et connaître votre solde à tout moment.



Orange, BNP Paribas, Bank of Africa et Ecobank proposent, via le mobile de leurs clients, un accès direct entre leur compte bancaire et Orange Money pour effectuer des transactions simplement et en toute sécurité.

Orange co-pilote, avec l'association mondiale d'opérateurs et d'acteurs majeurs du mobile (GSMA), le déploiement d'une interface commune pour simplifier l'accès à la technologie NFC et accélérer l'arrivée des services associés.



En Pologne,

Orange propose un compte bancaire 100% mobile avec mBank : Orange Finance, pour toujours plus de facilité et en toute sécurité.



Toutes les raisons d'y croire

Aujourd'hui, Orange compte jouer un rôle majeur dans les services financiers mobiles. En plein essor, ils accompagnent la montée en puissance de nouveaux usages...

Des usages qui évoluent

Au quotidien, l'e-paiement est bien présent. Intimement lié à l'explosion du commerce en ligne, son essor ne fait que débuter. Proche de 1000 milliards d'euros en 2013, les revenus mondiaux générés par l'e-commerce devraient avoisiner 1600 milliards d'euros en 2017. Dans le même temps, le nombre d'acheteurs en ligne passera de 925 millions à 1,3 milliard.

Grâce au développement des smartphones, les transactions en ligne se réalisent sur le mobile (m-commerce), elles représentent déjà un tiers du e-commerce selon Cap Gemini, soit deux fois plus qu'en 2009. Les habitudes de consommation sont bouleversées. Ces expériences mobiles, qui facilitent le quotidien, séduisent de plus en plus. Le Groupe, qui incarne la mobilité, a anticipé cette tendance en allant plus loin : le téléphone mobile n'est plus un canal mais devient, aussi lui-même, LE moyen de paiement. Fort de son expérience de paiement mobile en Afrique avec Orange Money lancé en 2008, Orange a développé en Europe ses propres solutions de paiement basées sur la technologie NFC avec Orange Cash en France et Orange Finance

en Pologne. Ces offres permettent aux utilisateurs de payer chez les commerçants avec leur smartphone de façon simple et sécurisée. Par ailleurs, Orange travaille avec de nombreux partenaires, dont près de 20 banques, pour le développement d'offres de paiement mobile dans toute l'Europe. Orange coopère aussi avec la SNCF, en France, pour faciliter le parcours du voyageur lors de l'achat ou de la validation de son ticket et en lui offrant un accès aux informations en temps réel. Avec l'Internet des objets, le m-paiement constitue pour Orange un vrai relai de croissance.

Un marché mondial

NFC, QR code, RFID... : si les technologies rivalisent pour s'imposer, le mobile reste un vecteur en devenir. En effet, les paiements par mobile représentent moins de 1 % du total des règlements dans le monde. Avec la généralisation des smartphones, le cabinet Gartner estime que le marché mondial des paiements mobile progressera de 35 % par an d'ici à 2017, horizon auquel il devrait peser 721 milliards de dollars. La bataille est mondiale, les protagonistes sont nombreux et leurs profils variés. On y trouve les géants de l'Internet comme Google et Apple, Facebook, Amazon (GAFA), les opérateurs télécom, les constructeurs de téléphones mobiles et, bien entendu, les banques. Aux États-Unis, où la fraude à la carte bancaire est 40 % plus importante qu'en France en raison de l'usage de la bande magnétique, la NFC est perçue comme un moyen de sécurisation de paiement... Au-delà du paiement mobile, la plupart des acteurs ambitionnent d'élargir l'offre de paiement aux services financiers. Un marché

peut en effet en cacher un autre. C'est, par exemple, la stratégie de Square, fournisseur de solutions de paiement, qui a lancé Square Capital, une banque de prêts pour financer les PME.

Les banques, elles aussi, lancent leur propre solution de paiement mobile tout en maintenant une relation directe avec leurs clients. Avec elles, Orange collabore étroitement pour leur assurer un niveau de sécurité très élevé, grâce à la carte SIM où sont stockées les informations. L'explosion de la téléphonie mobile (60 % des habitants sont équipés de mobile en Afrique subsaharienne) et la sous-bancarisation dans les pays émergents (moins de 24 % de la population y dispose d'un compte bancaire) ouvrent de belles perspectives. Ecobank estime que les revenus tirés des services financiers sur mobile, dans les pays situés entre le Sahara et l'Afrique du Sud, devraient passer de 657 millions de dollars à 3,53 milliards en 2017. Fort de sa base clients, de ses réseaux et de son expertise, Orange commercialise avec succès sa solution Orange Money. Cette dernière compte près de 13 millions de clients dans 13 pays africains. Le Groupe mise notamment sur le transfert d'argent de mobile à mobile entre les pays africains, et sur l'ouverture de nouveaux corridors entre l'Afrique et l'Europe au bénéfice des diasporas.

Et demain ?

Le déploiement à grande échelle du paiement mobile est une question de temps. Si l'Afrique n'a pas attendu, des pays comme les États-Unis sont promis à un bel avenir. Quant à l'Europe, la démocratisation de ce service se fera à deux conditions. La première est celle de la sécurité

absolue afin de lever les craintes des consommateurs. En cela, la carte SIM est un maillon essentiel puisqu'elle dispose d'un niveau de sécurité aussi fiable que la puce des cartes bancaires. La seconde condition tient à l'arrivée sur le marché de solutions de paiement mobile innovantes, ergonomiques, faciles d'utilisation, que ce soient les solutions déjà proposées par Orange telles que Orange Cash en France ou Orange Finance en Pologne, ou des solutions proposées par les banques. Plus les clients auront le choix de solutions sécurisées et pratiques, plus l'adoption du paiement mobile sera massive. La récente décision d'Apple d'opter pour la technologie NFC devrait donner un coup d'accélérateur à cette technologie choisie par Orange. 60 opérateurs mobile et plus de 70 banques ont lancé des services basés sur cette technologie dans le monde. Et demain, nos enfants ne payeront peut-être même plus avec leur smartphone mais avec la dernière montre connectée. Qui sait ?

Orange Finance

Vous rêvez d'un compte bancaire 100 % mobile ? Il existe déjà en Pologne pour les particuliers et les entreprises. Développé avec mBank, il transforme votre mobile en un vrai compte bancaire : compte courant, dépôt, transfert d'argent, paiement NFC, demande de prêt instantané, paiement en ligne, retrait d'argent à l'aide du mobile, gestion de compte... Orange Finance rend la banque plus facile, plus instantanée et toujours aussi sûre.

Orange Cash

À Caen, Strasbourg, Nice, Lille ou encore Rennes, les clients Orange peuvent déjà régler leurs achats avec l'application Orange Cash. Celle-ci est le fruit d'un partenariat scellé avec Visa début 2014, qui fait d'Orange le premier opérateur en France à proposer à ses clients équipés d'un smartphone NFC une nouvelle expérience de paiement mobile. Au-delà de 20 euros, un code confidentiel est demandé. Sécurité oblige.

Mobile Connect

Lassé de jongler avec vos mots de passe et de devoir passer par la case réinitialisation à chaque achat en ligne ? Orange a pensé à vous en créant Mobile Connect. Avec cette application, vous n'avez qu'un seul mot de passe à retenir pour toutes vos transactions en ligne. Crypté sur votre carte SIM, vous êtes le seul à le connaître. Aucune information personnelle ou numéro de mobile ne transite par le site commerçant.

Afrimarket

Ce site permet de transférer depuis l'Europe la somme que vous souhaitez directement chez un commerçant africain. Informé par SMS, votre proche peut retirer directement ses achats prépayés. Un bon moyen de faire des cadeaux sans payer des frais d'acheminement et de douane. Et bientôt, Afrimarket sera disponible depuis la plateforme Orange Money.

5 minutes pour...

tout comprendre sur la technologie NFC

Le « Near Field Communication » est une technologie sans fil à courte portée qui permet l'échange de données entre deux terminaux : téléphones ou même un simple support papier avec un tag NFC imprimé. Une technologie simple et intuitive.

- Pour les particuliers, il suffit de poser son mobile pour déclencher instantanément une action : paiement, validation d'un titre de transport, d'une carte de fidélité, lecture d'une étiquette interactive... le NFC offre un accès simple et immédiat à des services souvent quotidiens depuis son mobile même éteint ou sans batterie.

- Pour les entreprises, elle ouvre un nouveau monde d'interaction entre les objets connectés et leurs clients, que ce soit dans la distribution, l'affichage extérieur, etc... Avec le NFC, on entre dans l'ère du Machine to Machine et du marketing relationnel. Combinée à la réalité augmentée, elle enrichit le parcours clients et donne naissance au géomarketing!



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

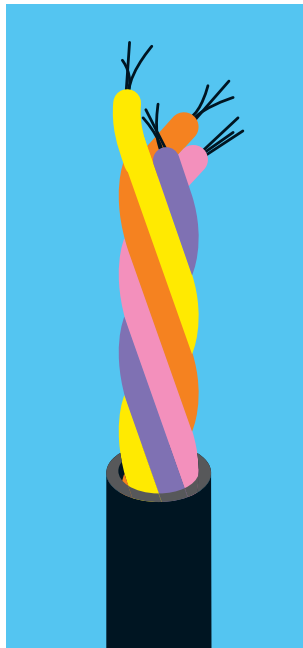


L'atout Orange

Le wholesale

Orange est un acteur de rang mondial sur le marché du wholesale. Celui-ci regroupe les activités de vente et d'achat en gros de transport de communications entre opérateurs.

Il assure la continuité des communications – Internet, voix et mobile – dans le monde entier.



Le n° 2 mondial

Le wholesale consiste à vendre et à acheter en gros le transport des millions de minutes de communication, de SMS ou de gigabits d'Internet à des opérateurs fixes et mobiles dans le monde entier. Forts de la puissance de nos réseaux, avec plus de 450 000 kilomètres de câbles sous-marins et de fibres optiques, nous sommes le numéro 2 mondial avec plus de 31 milliards de minutes transportées en 2014. Notre réseau international permet de proposer à nos clients d'étendre leur couverture à plus de 1 000 destinations en bénéficiant d'un support technique 24 heures sur 24 et d'une surveillance en temps réel. 2014 a été notre cinquième année consécutive de croissance dans ce domaine.

L'innovation au service de l'expérience client, de la sécurité et de la qualité

Avec son service de repérage SS7 et LTE, Orange propose aux opérateurs mobile de suivre leurs clients en roaming partout dans le monde et de leur offrir une expérience 4G. Pour cela, nous avons conçu Multiservice IP eXchange.

Au menu : davantage de bande passante, un temps de latence réduit et une interopérabilité améliorée. La sécurité est ici encore une priorité absolue dans notre activité. Nous l'assurons en tant que propriétaire de nos réseaux. Pour nos clients opérateurs internationaux, nous avons conçu @first, une solution antifraude innovante et à large spectre qui assure un niveau de protection élevé. Enfin, pour améliorer la portée et l'interopérabilité des réseaux, nous avons signé un accord avec Barhi Airtel et Ooredoo, respectivement opérateurs indien et qatari. Unique dans l'histoire de notre industrie, cet accord vise à améliorer la qualité, la fiabilité et la continuité du service au bénéfice des clients. L'opérateur norvégien Telenor a ensuite rejoint notre initiative.

N° 2

mondial du wholesale

Au service des MVNO

Orange compte 185 millions de clients mobile, marché sur lequel nous sommes leaders en France. Nous mettons à la disposition de nos partenaires un réseau mobile ultraperformant – l'ARCEP, pour la quatrième année consécutive, l'a d'ailleurs classé en 2014 numéro 1 pour sa qualité – et un large choix de produits et services utiles, comme l'interconnexion, le roaming et l'itinérance mobile.

31

milliards de minutes transportées en 2014

