

# Onze kernwaarde: respect

“Respect voor al onze belanghebbenden is onze kernwaarde, het hart van onze strategie.”

Johan Deschuyffe



## Beste collega's, aandeelhouders, partners en klanten,

2019 was een intens jaar, daarom zou ik graag eerst het woord tot onze medewerkers richten. We zijn er ons van bewust dat we veel van jullie vragen, dat we werken in een wereld die voortdurend in verandering is en dat dit bakken flexibiliteit vergt. Daarom willen we jullie bedanken voor jullie werk, jullie inspanningen en niet in het minst jullie steun. Samen met

jullie willen we de ingeslagen weg met diepgeworteld respect verderzetten. Onze belanghebbenden verdienen het volste respect en dat is niet iets wat enkel in 2019 hoog op onze agenda stond. Respect is een kernwaarde, die we toepassen in alles wat we doen: de prijzen voor onze klanten niet verhogen, hen niet laten betalen voor diensten die ze niet gebruiken, ook dat is een vorm van respect.

In al onze handelingen laten we ons leiden door dat respect, want dat is de enige garantie dat een strategie zich op lange termijn kan ontplooiën. Maar vooral, er zijn geen tegenstrijdigheden in de belangen van onze belanghebbenden: wanneer we onze medewerkers, partners en klanten respect bewijzen, creëert dat ook waarde voor onze aandeelhouders.

Ook qua operationele prestaties was 2019 een topjaar, onder andere met een opmerkelijke inkomstengroei. Maar we beperken ons niet enkel tot het verbeteren van wat we al goed doen. We laten ons ook leiden door onze ambitie om steviger voet aan wal te krijgen op de b2b-markt, waar de overname van BKM misschien wel het mooiste voorbeeld van is.

Medewerkers, klanten, aandeelhouders, partners: wij zien Orange Belgium als een ecosysteem, een community. En ons doel is duidelijk: tegemoetkomen aan de verwachtingen van alle leden die deel uitmaken van die community.

In 2020 zullen we op die weg verdergaan, maar we zullen ook bijzondere aandacht besteden aan kwesties zoals maatschappelijk verantwoord ondernemen door ook onze planeet het respect te geven dat ze verdient.

Ik sta erop nogmaals onze medewerkers, onze partners en onze investeerders te bedanken voor hun steun.

Boldly yours,  
Johan Deschuyffe

# Bevestiging van onze positionering als bold challenger

**Durven. Anders handelen, maar vooral voldoen aan de reële verwachtingen van de klanten. Ook in 2019 gaf Orange Belgium het goede voorbeeld door gedurfde aanbiedingen te lanceren, in innovatie te investeren en zich voor te bereiden op een steeds meer geconnecteerde toekomst. Samen met CEO Michaël Trabbia blikken we terug op wat we het voorbije jaar allemaal hebben verwezenlijkt.**



**In 2019 deed Orange Belgium een driedelige belofte: geen prijsverhogingen, de lancering van een breedbandaanbieding zonder televisie en de garantie van een uitstekende mobiele dekking binnenshuis. Heeft Orange zich aan die beloftes gehouden?**

Ja, ja en ja. Niet één van onze klanten heeft het voorbije jaar meer moeten betalen. Integendeel, we joegen niet onze prijzen maar wel de inbegrepen datavolumes de hoogte in. Zo hebben we bijvoorbeeld het downloadvolume van onze Cheetah-abonnementen uitgebreid van 8 naar 15 GB en zelfs naar 30 GB voor onze Love-klanten. Zodra de wet dat toeliet, lanceerden we in juli 2019 het Love Duo-pack voor de klanten die niet traditioneel tv-kijken. Tot slot kwamen we met oplossingen zoals Voice over WiFi en

Femtocell tegemoet aan onze klanten die een betere mobiele dekking binnenshuis wensen.

**Welke strategische keuzes werden gemaakt voor ons netwerk?**

Het netwerkverkeer neemt fors toe, met 50 à 70 % op jaarbasis. Dat is toch wel een uitdaging. In november 2019 sloten we een overeenkomst om het mobiele toegangsnetwerk met operator Proximus te delen. Die overeenkomst zal vanaf 2020 geleidelijk worden uitgevoerd. De gevolgen? Een betere algemene mobiele ervaring voor onze klanten en een snellere uitrol van 5G in België. Tegelijkertijd willen we onze positie als challenger consolideren en de differentiatie tussen operatoren in stand houden, onder andere door de controle over onze frequenties en ons corenetwerk niet uit handen te geven.



Michaël Trabbia

“We koesteren grote ambities op de b2b-markt, want ons groeipotentieel daar is enorm.”

**Orange Belgium tekende nog een andere overeenkomst die richtinggevend is voor de professionele markt...**

Dat klopt. We koesteren grote ambities op de b2b-markt, want ons groeipotentieel daar is enorm. Zo hebben we in juli 2019 de acquisitie afgerond van BKM, een erkend Belgisch specialist in UC&C-oplossingen (Unified Communications & Collaboration), zodat we onze b2b-klienten een geheel van ICT-diensten kunnen aanbieden boven op onze connectiviteitsdiensten. Een sterk signaal van ons engagement op de bedrijvenmarkt.

“We hebben andermaal bewezen dat we het in ons hebben om de conventies van de Belgische telecomoperatoren te doorbreken.”

Orange Belgium is ook leider in de ontwikkeling van diensten voor het segment Internet of Things (IoT). Vandaag vereenvoudigen we al het beheer van meer dan één miljoen machine-to-machine simkaarten in België en in het buitenland. Daarenboven zijn we pioniers op het gebied van 5G voor bedrijven: de lancering van onze Campus Industry 4.0 in de haven van Antwerpen is daarvan het beste bewijs.

**Wat is de strategie van Orange Belgium op de b2b-markt, die steeds reactiever wordt en almaar sneller evolueert?**

Onze doelstelling is om meer agile te worden, zodat we onze rol als challenger kunnen blijven spelen en steeds beter zullen tegemoetkomen aan de verwachtingen van onze klanten. We willen de digitale contactpunten en nieuwe services sneller ontwikkelen en onze teams meer speelruimte geven om te beantwoorden aan de behoeften van onze klanten. Daarom lanceerden we in 2019 het transformatieplan van ons bedrijfsmodel, Bold Inside, dat gebaseerd is op drie essentiële principes: vereenvoudiging, digitalisering en empowerment.

**Hoe past u als bold challenger vereenvoudiging, digitalisering en empowerment toe?**

Deze concepten liggen echt in de lijn van onze waarden. Voor onze klanten willen we onze aanbiedingen zo eenvoudig mogelijk maken. We willen dat niemand van onze klanten zich zorgen hoeft te maken over eventuele onaangename verrassingen. We hebben ook de installatieprocedure voor onze Love-klienten vereenvoudigd met het systeem van de single installer.

Intern hebben we de organisatiestructuur van onze teams verduidelijkt en we hebben ze end-to-endverantwoordelijkheid gegeven. We hebben ook de beslissingsniveaus zo laag mogelijk gelegd om onze teams meer speelruimte te geven, met name op het vlak van dienstverlening aan onze klanten.

**Welke waarden behartigen de werknemers van Orange in 2019?**

Betrokkenheid, solidariteit en trots. De kwaliteit van onze dienstverlening is onlosmakelijk verbonden met de inzet van onze teams. Bij Orange heeft iedereen het gevoel deel uit te maken van dezelfde familie. Vriendschap tussen collega's wordt enorm gewaardeerd en iedereen is er bijzonder trots op dag in dag uit het verschil voor onze klanten te kunnen maken. In het kader van onze empowerment dynamiek hebben we ook onze lokalen heringericht om samenwerken verder te bevorderen.

**Ook de wetgeving heeft invloed op het doen en laten van Orange Belgium. Waren er op dat vlak grote evoluties in 2019?**

De uitvoering van een belangrijke regelgevende beslissing uit 2018 over de wholesaletoeegang tot de kabelnetwerken kreeg in 2019 een concrete invulling, met name met de verbeterde installatie bij onze klanten dankzij de single installer en de toelating om Love Duo te lanceren. In 2019 werkten de regulatoren overigens aan een kostenmodel dat de definitieve groothandelsprijzen in 2020 zal kunnen definiëren, wat essentieel is om een billijke concurrentie te garanderen. Vandaag betalen we immers nog te veel om toegang te krijgen tot de kabelnetwerken.

**Van 2018 werd gezegd dat het een gewaagd jaar was. Hoe zou u 2019 omschrijven?**

2019 was een intens jaar! Orange Belgium is trouw gebleven aan zijn strategie, vastberaden en met kennis van zaken. We hebben andermaal bewezen dat we het in ons hebben om de conventies van de Belgische telecomoperatoren te doorbreken. Daarnaast lanceerden we een groot verbeteringsprogramma voor ons bedrijfsmodel: Bold Inside.

**Welke uitdagingen liggen in het verschieft?**

De grootste uitdaging voor 2020 zal te maken hebben met de hangende vragen over 5G. We hebben de meest ambitieuze testen in België gelanceerd, waar de

Belgische zakenwereld met meer dan gewone belangstelling naar kijkt. Maar we blijven wel afhankelijk van de overheid en van wanneer zij groen licht zal geven voor de veiling van de frequenties. Bovendien hebben we nood aan een emissienorm. Er moeten dringend knopen doorgehakt worden: sommige van onze sites zullen vanaf 2021 verzadigd zijn en de uitrol van 5G gaat niet van de ene dag op de andere.

In 2020 zullen we ook onze beslissingen en overeenkomsten verder uitvoeren: de mobiele netwerktoegang delen met Proximus, en onze aanbiedingen voor bedrijven verder upgraden door connectiviteit en ICT-diensten te combineren, als gevolg van de acquisitie van BKM.

Tot slot hebben we besloten om, in overeenstemming met het Engage 2025-plan van de Orange Groep, ons duurzaam in te zetten voor onze planeet. Zoals elk bedrijf hebben ook wij een rol te spelen in de klimaatverandering. We willen onze verantwoordelijkheid ten volle opnemen door op drie zeer concrete pijlers te werken. Ten eerste zullen we de ecologische voetafdruk blijven verkleinen van de producten en diensten die we onze klanten aanbieden. De opening van ons nieuwe ultraperformante datacenter in 2019 maar ook de gedeelde mobiele netwerktoegang en de komst van 5G moeten ons in staat stellen om energiezuiniger te werken. We zetten ook fors in op de circulaire economie door mobiele telefoons, modems en decoders een tweede leven te geven of ze te recycleren. In dat opzicht werken we al aan een opvolger van onze decoder, een milieuvriendelijke versie met ecologische materialen en een laag energieverbruik. Ten tweede gaan we samen met onze medewerkers om de tafel zitten om een ecologisch actieplan op bedrijfsniveau op te maken om onze manier van werken en onze dagelijkse activiteiten aan te passen, inclusief afvalverwerking en mobiliteit. En ten derde hebben we beslist om onze werknemers te steunen in hun projecten en initiatieven. Zo kan iedere werknemer twee dagen per jaar vrij krijgen om zich in te zetten, alleen of met collega's, voor concrete acties voor het milieu.