

Se donner les moyens de collaborer, de créer et d'attirer



Donner le meilleur de soi-même. Ce n'est possible que si l'on se sent responsabilisé, soutenu, accompagné. Ce processus de valorisation, Orange Belgium l'a à cœur pour chacun, qu'il soit collaborateur, client ou partenaire. Pour être au plus près des besoins, la société n'hésite pas à investir dans l'humain et l'innovation. En tant que bold challenger, l'entreprise ose surtout faire différemment, même en interne.

Power to the teams

Une évolution à la taille de l'audace d'un *bold challenger*. En 2019, Orange Belgium a consacré une large partie de son énergie à son plan de transformation interne. Pour que celui-ci se solde par un succès, une vision et une stratégie claire ont permis de définir des objectifs à atteindre. Leur implémentation opérationnelle est en cours et se poursuit en veillant à valoriser chaque collaborateur. Et l'engagement de chacun et de tous est essentiel. Orange Belgium nourrit une culture d'entreprise réellement positive.



Orange Belgium vise cinq jours de formation par an par collaborateur.

Se former à la nouveauté

Le développement des compétences est un important vecteur d'*empowerment*, et Orange Belgium n'hésite dès lors pas à dépasser la norme de deux jours de formation par an par personne. Si aujourd'hui, la société enregistre déjà trois jours en moyenne, elle en vise cinq à l'avenir. Elle encourage aussi la mobilité interne pour stimuler la motivation et l'engagement de chacun.

Cette dynamique d'*empowerment*, comme toute évolution structurelle, s'intègre peu à peu dans les mentalités et les manières d'être et d'agir. Pour faciliter cette transition, Orange Belgium a mis en place toute une série de formations qui s'adressent tant aux collaborateurs qu'aux managers. « Diriger en temps de transformation » et « Manager de manière authentique à l'ère digitale » sont parmi les thèmes proposés. Définir le cadre pour chacun, stimuler la prise d'initiatives, encourager l'épanouissement sont les principes directeurs de cette volonté de repenser le fonctionnement global de l'entreprise.

Innover dans l'agencement de l'espace

La flexibilité, un critère essentiel ? Chez Orange Belgium, cette réalité s'exprime notamment par une refonte en profondeur des espaces de travail. En 2019, l'agencement d'une partie des bureaux a été entièrement repensé pour que le lieu de travail puisse faire écho aux nouvelles dynamiques mises en place. Alcôves, petites salles, grande table d'échanges et de discussion... ces aménagements « pilotes » offrent des possibilités diversifiées d'usage. Certaines zones sont dédiées au calme, à la concentration. D'autres sont prévues pour la collaboration, la socialisation. Toutes répondent à l'agilité qui se dégage

du fonctionnement de l'entreprise et sont un support à l'*empowerment* d'une équipe dynamique. *This is the Orange way of working*. Un concept qui se traduit par les 3 B: *bricks, bits et behaviours*. Orange Belgium s'engage donc à offrir un environnement propice au travail, une digitalisation optimale en interne et une stimulation des règles de savoir-vivre. Surtout, cette évolution est directement basée sur l'approche « Listen & Respond » de l'entreprise, qui sonde régulièrement les besoins et envies de ses collaborateurs pour réinventer ensemble le vivre/travailler ensemble.

Reprendre le contrôle

Dans sa volonté de revoir ses processus internes, Orange Belgium a accordé une importance majeure à un élément : permettre à ses équipes, ses collaborateurs, de jouir d'une responsabilité de bout en bout sur leurs projets. Une volonté qui s'est traduite par des changements au sein de la structure de certaines divisions et une révision des structures hiérarchiques, notamment. Offrir un contrôle accru sur le développement ou la gestion des opérations permet de stimuler les collaborateurs, de leur offrir un cadre professionnel plus épanouissant, tout en optimisant le fonctionnement global de l'entreprise.

Une démarche qui passe également, de façon plus concrète, par la reprise par Orange Belgium du contrôle sur certaines opérations qui ont été externalisées par le passé. C'est notamment le cas au niveau de plusieurs services IT, qui ont été ré-internalisés, de certains éléments de gestion et de déploiement des infrastructures, ainsi que sur le réseau de distribution commerciale, via l'intégration de plusieurs enseignes franchisées.



Orange Thank You a distribué plus de 3 millions de gigas de data gratuites à ses clients.



Power to the clients, partners and prospects

Orange Fab season 3

Previously on Orange Fab... la start-up CommuniThings centrée sur le SmartParking et utilisant le réseau NarrowBand-Internet of Things (NB-IoT) d'Orange intégrait l'Orange Fab 2018. Un an plus tard, elle lève trois millions d'euros auprès de plusieurs partenaires, dont Orange Belgium, pour développer ses activités. Une *success story* qui découle notamment de l'expérience engrangée lors de l'Orange Fab, ce réseau exclusif d'accélération de start-ups et scale-ups à l'origine de nouveaux produits et services innovants dans les secteurs tels que l'IoT, le big data, l'intelligence artificielle. Pour cette édition 2019, l'objectif reste le même. En tout, ce sont 42 projets qui ont présenté leurs produits et services à un jury de pointe comprenant notamment le comité exécutif d'Orange Belgium. A la clé, l'intégration au programme Orange Fab qui offre, durant 6 à 9 mois, une émulation entre les start-ups et les *Business Units* d'Orange Belgium et



Luxembourg, un boost de développement commercial, d'initiation de partenariats et de soutien à l'internalisation grâce notamment à la présence mondiale d'Orange. Deux start-ups ont été lauréates de cette 3^e édition :

- **Condugo** qui développe une plateforme innovante de gestion de l'énergie pour les grandes entreprises industrielles.
- **Ovinto** qui optimise le transport de fret grâce une solution hardware et software basée sur le big data et l'analyse prédictive.

Des clients noyés sous les cadeaux

Elsa et Anna sont de retour et Orange Belgium n'a pas raté ce rendez-vous. Dans le cadre de son programme de fidélisation Orange Thank You, 6 000 de ses clients ont assisté à la projection de la Reine des Neiges 2. En tout et tout au long de l'année, ce sont près de 190 000 tickets de cinéma gratuits qu'Orange Belgium a offerts à ses clients. Plus largement, ce sont rien moins que 2,1 millions de cadeaux qui ont été offerts via le programme Orange Thank You, dont l'intégration dans l'application MyOrange

a été optimisée, permettant aux clients de tout faire (voir les badges qu'ils ont déjà remportés, participer à des concours, choisir des cadeaux,...) depuis cette application centrale.

À noter qu'Orange Belgium offre, encore une fois, le choix à ses clients puisqu'ils ont pu opter pour une large série de cadeaux différents : coffrets de beauté, magazines, livres, réductions pour des concerts, des spectacles ou encore des vacances. Et parce qu'Orange Belgium reste un opérateur télécom, le programme

Orange Thank You a distribué plus de 3 millions de gigas de data gratuites à ses clients.

Fait notable, le programme Orange Thank You est si innovant et complet qu'il a été récompensé par le « prix de la meilleure expérience client » des prestigieux World Communication Awards. Depuis plus de 20 ans, ces prix couronnent l'innovation et l'excellence parmi les opérateurs de télécommunications mondiaux.



Sponsoring

En 2019, Orange Belgium a suivi de près les aventures et les exploits des équipes nationales belges de basketball et, plus particulièrement, des Belgian Cats l'équipe féminine. Des Belgian Cats dont les résultats et la réputation ne cessent de s'améliorer, boostant l'intérêt du public pour ce sport encore peu suivi en Belgique. On notera d'ailleurs que la Belgian Cat Emma Meesseman a particulièrement suscité l'intérêt en 2019, lorsqu'elle a remporté le titre convoité de Most Valuable Player de la finale de la NBA féminine aux États-Unis. Les Belgian Cats se sont en outre qualifiés pour les Jeux Olympiques de Tokyo, une première. Orange Belgium a également poursuivi son soutien à la ligue nationale de basketball, dont les activités se professionnalisent à grande vitesse : la ligue a en effet mis en place un nouveau système d'enregistrement automatisé des matches ainsi qu'une plateforme de streaming des rencontres. Ce soutien à l'écosystème belge du basketball se traduira aussi en 2020 par le lancement d'une campagne. Objectif : donner au basketball la place qu'il mérite, dans un pays dominé par d'autres sports.

La Belgique compte également des sportifs d'un genre nouveau, prompts à jouer de la manette et du clavier plus que de leurs baskets et qui ont provoqué une augmentation de 55% du trafic sur les réseaux d'Orange Belgium en un seul jour. Comment ? En suivant le coup d'envoi de la dernière saison du jeu en ligne Fortnite. Un phénomène qui démontre l'essor continu de l'esport et du gaming. Une évolution soutenue par Orange Belgium qui renouvelle son sponsoring de l'équipe belge d'élite Sector One. Les spécialités de ces joueurs qui challengent leurs concurrents mondiaux ? Les jeux League of Legends, Counter Strike : Global Offensive et Hearthstone, pour lesquels ils courent les compétitions et se posent parmi les leaders du Benelux.

Orange Belgium soutient également la compétition GameForce Masters, le principal événement d'esport du Benelux, organisé dans le cadre du plus gros salon belge du jeu vidéo, la GameForce, et offrant aux gagnants des cash-prize pour un montant total de 30 000 euros. En tout, ce sont près de 15 000 participants qui se sont affrontés ou ont joué en collaboration lors de ce game meeting. Cette niche de marché, souvent liée au phénomène des cord-cutters, Orange Belgium la développe aussi avec le récent lancement de sa propre plateforme de jeu, Arena.



Les objectifs de 2020

- Offrir un budget mobilité et encourager les collaborateurs à adopter une approche multimodale
- Poursuivre l'évolution des espaces de travail
- Poursuivre la réinternalisation de certains processus stratégiques
- Booster l'intérêt pour le basketball en Belgique