

# Eenvoud en gemoedsrust



## **Onbeperkte mogelijkheden op een niet-te-stoppen netwerk**

In 2018 boekte Orange Belgium forse vooruitgang, verstevigde het zijn positie van challenger en was het goed voor een hele resem primeurs op de Belgische markt. Voorzitter van de raad van bestuur Johan Deschuyffeleer en CEO van Orange Belgium Michaël Trabbia laten hun licht schijnen over de successen van het afgelopen jaar en wat er in de toekomst nog op stapel staat.

Johan Deschuyffeleer



Michaël Trabbia

## Realiseerde Orange Belgium zijn strategische doelstellingen voor 2018?

**Johan Deschuyffeleer:** Als bold challenger met een ambitieus plan ben ik blij en fier dat we onze doelstellingen voor het afgelopen jaar hebben gehaald.

We zijn succesvol in wat we doen omdat we als bedrijf sterk klantgericht zijn en omdat al onze stakeholders onze positie ondersteunen. Maar bovenal brengen we diensten op de markt waar de consument naar op zoek is. De groei van ons marktaandeel bewijst dat onze klanten appreciëren wat we doen. Daarom ben ik er ook van overtuigd dat onze visie op de klant als onze belangrijkste stakeholder vruchten afwerpt.

**Michaël Trabbia:** Voor ons primeren de verwachtingen van onze klanten. Wat zoeken ze? Eenvoudige en zorgeloze aanbiedingen. Daarnaast houden we rekening met hoe hun verbruik evolueert. Bijvoorbeeld op welke manier ze content bekijken. We willen gebruiksvriendelijke en betaalbare telefonie- en dataoplossingen aanbieden en ervoor zorgen dat ze daar in hun dagelijkse leven onbeperkt gebruik van kunnen maken.

We beginnen zonder enige twijfel de markt in België mee vorm te geven met onze onbeperkte aanbiedingen. En we hebben met belangstelling toegekeken hoe onze concurrenten min of meer dezelfde weg als de onze ingeslagen zijn.

Ik ben fier dat ik kan zeggen dat we ons convergente klantenbestand hebben kunnen uitbreiden zodat we nu de traditionele spelers op de markt het vuur aan de schenen kunnen leggen. Dat bevestigt dat onze beslissing om een convergente speler te worden, de juiste was en dat we er op de juiste manier aan werken.

## Op welke manier onderscheidde Orange Belgium zich in 2018?

**M.T.:** 2018 was zonder meer een gedurfd jaar voor Orange Belgium. Eerst lanceerden we de allereerste onbeperkte mobiele en convergente aanbiedingen in België. We luisterden naar wat onze klanten wilden, maar nog niet hadden. Ze willen in alle eenvoud en met een gerust gemoed gebruik kunnen maken van hun connectiviteit – en dat maakten wij mogelijk.

**M.T.:** “Wij willen tegen de stroom in gaan. We willen niet dat onze klanten hun verbruik moeten inperken door oneerlijke prijzen.”

In juni breidden we die denkwijze uit met ons Koala-abonnement, waarbij onze klanten kunnen genieten van onbeperkt bellen en behoorlijk wat data. Dat leidde tot een opmerkelijk commercieel succes, met name in de tweede helft van het jaar.

Onze klanten zien duidelijk de voordelen ervan in: het gemiddelde dataverbruik steeg met 79% in amper één jaar tijd!

We hebben ook onafgebroken gesleuteld aan ons convergente Love-abonnement. In 2017 toonden we al dat we in staat zijn om de eerste echte challenger op de markt te worden. In 2018 verstevigden we die positie met nog meer nieuwe klanten en we bleven onze convergente aanbieding uitbreiden met nieuwe functies. We introduceerden nieuwe televisiekanalen, zowel voor Franstalige als Nederlandstalige klanten, en we lanceerden onze mobiele tv-applicatie, waarmee onze klanten televisie kunnen kijken op hun smartphone of tablet, waar ze maar willen, in België en de rest van Europa. In combinatie met onze formule met onbeperkte data is dat echt een performante – en zorgeloze – dienstverlening.

Onze teams leverden schitterend werk en ik wil ze dan ook hartelijk bedanken voor hun inzet en engagement naar de klanten toe.

## De 4G-dekking beslaat nagenoeg 100% van de Belgische bevolking. Investeert Orange Belgium vandaag nog steeds in connectiviteit?

**M.T.:** Natuurlijk. Ons 4G-netwerk wordt geregeld onderscheiden als zijnde het beste op de markt. En voor het eerst was Orange ook het meest gebruikte mobiele netwerk in België tijdens de eindejaarsfeesten.

Daarbovenop verbeterden we ook de relatie die onze klanten hebben met connectiviteit, door ze te geven wat ze belangrijk vinden: ze willen geconnecteerd zijn, daar waar ze dat het meeste nodig hebben, thuis bijvoorbeeld. Daarom hebben we besloten om een goede indoordekking voor al onze klanten te garanderen. Indien nodig bieden we hen speciale oplossingen aan.

Zo waren wij de eerste operator in België die twee nieuwe technologieën lanceerde: Voice-over-WiFi en Voice-over-4G/LTE. Klanten kunnen deep indoor bellen via hun wifinetwerk en als ze buitengaan naadloos overschakelen op ons 4G-netwerk. Klanten die bellen via ons 4G-netwerk kunnen tegelijk ook blijven surfen. En voor onze klanten met toestellen die niet compatibel zijn, leveren we gratis een Femtocell die verbonden is met iedere breedbandtoegang. Met die nieuwe oplossingen staan we ervoor in dat onze klanten genieten van een 100% indoordekking.

## Wat zijn de ambities op de zakelijke markt?

**M.T.:** We zien het groots voor de B2B-markt in 2019 en daarna. We blijven ons distributienetwerk uitbreiden. We zullen onze B2B-aanpak verder afstemmen op onze B2C-aanpak, aangezien de consistentie tussen beide markten belangrijk is. We zullen ook belangrijke diensten aanbieden die verder gaan dan connectiviteit, en dan met name diensten die betrekking hebben op cybersecurity.

**M.T.:** “Doordat klanten steeds meer content online bekijken, zal ons onbeperkt aanbod met alleen breedband inspelen op weer een andere onvervulde behoefte in België.”

IoT is nog zo'n belangrijk focuspunt voor ons: wij waren de eersten die een volledig IoT-netwerk in België lanceerden met een dekking van 100% van de Belgische bevolking, boven op ons 4G-netwerk. We blijven daaraan werken zodat we in staat zullen zijn om alle gegevens van geconnecteerde objecten te beheren en we zullen ons ecosysteem van partners uitbreiden zodat we speciale oplossingen kunnen bieden voor de meest relevante use cases.

Een voorbeeld: CommuniThings – één van de bedrijven in onze Orange Fab-accelerator – lanceerde onlangs via de Orange NarrowBand-IoT-technologie de eerste Smart Parking-oplossing. We werken momenteel aan de uitrol van onze Smart Parking-oplossingen in vijf steden en we blijven innovatieve IoT-aanbiedingen lanceren.

## Orange Belgium verwelkomt tevens een nieuwe MVNO op zijn netwerk.

**M.T.:** In 2018 sloten we een vijfjarig wholesale partnerschap met Medialaan voor de mobiele tak 'Unleashed'. Die biedt mobiele diensten aan aan residentiële klanten onder de naam Mobile Vikings en JIM Mobile. Vanaf het voorjaar van 2019 migreert Unleashed de ca. 365.000 klanten van Mobile Vikings en JIM Mobile voor surfen, bellen en sms'en naar het leidende 4G-netwerk van Orange Belgium.

Ik ben heel blij met die nieuwe samenwerking met de leidende commerciële speler in Vlaanderen. Deze volledige MVNO-overeenkomst is meer dan louter een contract: het is de start van een sterk langetermijnpartnerschap dat steunt op een gemeenschappelijke visie en een complementariteit tussen beide ondernemingen.

## Op welke manier is het voor Orange Belgium waardevol om deel uit te maken van de Orange-groep?

**J.D.:** In het versnipperde Europese telecomlandschap is het heel belangrijk om deel uit te maken van een grote en impactvolle groep. Deel uitmaken van de Orange-groep biedt ons de kans om gebruik te maken van zijn programma's om snel en eenvoudig marketingactiviteiten uit te rollen.

Bovendien kunnen we gebruikmaken van hun R&D-activiteiten, die wereldwijd bekendstaan als één van de allerbeste op het vlak van ICT. Zo kunnen we bijvoorbeeld putten uit het onderzoek van de groep naar nieuwe trends in het Internet of Things.

**M.T.:** Bovendien profiteren we als onderdeel van de groep van de uitgebreide kennis en ervaring in het aanbieden van bijkomende diensten aan onze klanten of bij het ontwikkelen van producten en diensten die verdergaan dan louter connectiviteit. We kunnen steunen op een heel sterk merk met een internationale reputatie.

## Waren de wetgevende beslissingen gunstig voor Orange Belgium in 2018?

**M.T.:** Halverwege het jaar was er de heel belangrijke regelgevende beslissing over kabeltoegang. Die moet in de loop van 2019 nog verder worden geïmplementeerd, met name samen met een andere beslissing over het kostenmodel en de wholesaletarieven. Op basis van die beslissing zouden we een



**M.T.:** “2019 wordt ook een belangrijk jaar in de voorbereidingen op de komst van 5G, de nieuwe mobiele technologie die Orange eerst in Brussel zal lanceren.”



duurzaam convergent product moeten kunnen aanbieden op lange termijn.

Die regelgevende beslissing is cruciaal voor ons, aangezien we hebben besloten om ons aanbod te lanceren met een prijszettingstrategie die beter aansluit bij de reële kosten van netwerktoegang. In tegenstelling tot onze concurrenten die hun prijzen jaarlijks verhogen, zien wij het anders: we zijn sterk gekant tegen prijsstijgingen aangezien we ervan overtuigd zijn dat er ruimte is om de voortdurende technologische vooruitgang te gebruiken om de bijkomende kosten die daaruit voortvloeien te compenseren. Dus naarmate we vooruitgang boeken is ons motto: dezelfde prijs... maar met nog meer diensten.

De regelgevende beslissing maakt het ons ook mogelijk om onze dienstverlening wat betreft de installatie te verbeteren. Vandaag hebben we in de meeste gevallen twee installateurs nodig: één van de kabelmaatschappij en één van Orange. Dat is onnodig ingewikkeld, inefficiënt en duur. De nieuwe reglementering maakt het de Orange-installateur mogelijk om alles voor de klant in orde te brengen.

En we mikken nog steeds op een marktaandeel van 10% voor de breedbandmarkt.

## Wat zijn de voornaamste uitdagingen en doelstellingen voor 2019?

**J.D.:** Ik vind dat het mijn taak is, en die van het management en de raad van bestuur, om er een langetermijnvisie op na te houden. Hoe kunnen we bold challenger en markt disrupter blijven? Hoe kunnen we de markt verrassen met nieuwe producten en diensten, zowel in B2B als in B2C, en in lijn met wat onze klanten willen? We hebben al bewezen dat we onze doelstellingen kunnen overtreffen. Kijk maar naar het succes van onze convergente aanbieding dat blijft toenemen zonder promoties.

Hoe kunnen we in een hoogtechnologise wereld die razendsnel verandert innovaties introduceren die onze klanten beter tot dienst zijn? Ik zou Orange Belgium graag zien als een soort couveuse waar wordt geanticipeerd op behoeften. We zullen de markt blijven verrassen en dynamiseren. Als bold challenger zullen we altijd anders zijn.

**M.T.:** In 2018 zijn we erin geslaagd om de telecommarkt in België door elkaar te schudden en mee vorm te geven. In 2019 gaan we verder op hetzelfde elan en, in overeenstemming met onze ‘unlimited’ visie, blijven we de klant steeds meer diensten aanbieden zonder prijsverhoging.

De regelgevende beslissing in de zomer van 2018 baant de weg voor nieuwe formules in 2019. Met onze onbeperkte aanbieding met enkel breedband openen we een nieuw segment binnen de markt. In plaats van de markt te betreden met grote bundels vol diensten, die de klant niet eens allemaal nodig heeft of gebruikt, is het onze benadering om de klant weer keuzevrijheid te bieden, door hem zelf te laten beslissen wat hij of zij nu écht wil.

**J.D.:** Ten slotte wil ik mijn opperste appreciatie uiten voor alle mensen bij Orange Belgium. We kunnen onze klanten bedienen zoals we dat doen dankzij de inzet en het harde werk van al onze team members. 2018 was geen gemakkelijk jaar. Ik wil hierbij dan ook al onze medewerkers hartelijk bedanken voor hun bijdrage, motivatie en onophoudelijke inzet, van het implementeren van het netwerk tot de shops en de klantendienst. Allemaal leverden ze topprestaties af!

### Michaël Trabbia: Mijn belofte aan jullie

- We zullen de prijzen voor onze diensten in 2019 niet verhogen
- We zullen een onbeperkt aanbod met alleen breedband lanceren om in te spelen op de behoeften van kijkers van online content
- We zullen instaan voor een voortreffelijke indoordekking