

RAPPORT
D'ACTIVITÉS
2014

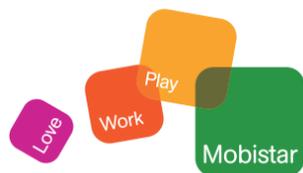
TRANSFORM DELIVER PERFORM



Mobistar S.A.
Avenue du Bourget 3, BE-1140 Bruxelles - Belgique
T. +32 2 745 71 11

corporate.mobistar.be • www.mobistar.be • business.mobistar.be

Retrouvez-nous sur :



MOBISTAR : LE PARTENAIRE DE CONFIANCE EN MATIÈRE DE CONNECTIVITÉ

1 249,2 MIO€
CHIFFRE D'AFFAIRES (GROUPE MOBISTAR)

Mobistar a l'ambition d'être une référence pour la connectivité mobile à haut débit et de se différencier sur le terrain des solutions fixes à la maison et au travail en s'appuyant sur des services 'data' de qualité supérieure.

Mobistar propose la plus large gamme possible d'appareils et de services pour permettre à ses clients d'accéder à leur contenu partout et à tout moment.

Mobistar a la volonté d'être un opérateur ouvert qui développe des écosystèmes en collaboration avec des partenaires multiples.

5,568 MIO
CARTES SIM CONNECTÉES

1 562
COLLABORATEURS

02 INTERVIEW

04 – Chiffres-clés
06 – Faits marquants

08 PROFIL

10 – Contexte de marché
14 – Notre stratégie

16 ATOUTS

16 – Nos réseaux
20 – Nos solutions
28 – Nos talents
32 – Notre responsabilité
sociétale
36 – L'action Mobistar



Téléchargez les
rapports annuel
et d'activités sur
corporate.mobistar.be

MOBISTAR PRÊTE POUR LES DÉFIS FUTURS

Jan Steyaert, Président du Conseil d'administration, et Jean Marc Harion, CEO de Mobistar, reviennent sur une année de transformation et anticipent les opportunités à venir.

> Rencontre avec Jan Steyaert et Jean Marc Harion



En 2015, Mobistar se focalise sur son cœur de métier, la connectivité, tout en veillant à proposer la meilleure expérience client.

Que reprenez-vous de 2014 ?

Jan Steyaert : Mobistar est revenue sur le devant de la scène, particulièrement lors du second semestre... Tout au long de l'année, nous avons pris des mesures fortes afin que nos principaux indicateurs financiers s'améliorent. L'érosion de clients que nous avons connue l'année dernière est stabilisée et désormais nous regagnons des clients. Par ailleurs, nous avons amélioré nos revenus moyens par client. Tout ceci a été possible grâce aux efforts réalisés en interne mais aussi grâce à une politique d'investissement qui ne faiblit pas. Afin de poursuivre sur cette lancée, nous allons proposer aux actionnaires de ne pas verser de dividende pour 2014. Cela nous permettra de continuer à investir dans notre réseau, poursuivre notre programme de transformation et préparer notre futur.

Jean Marc Harion : Ce fut une deuxième année de transformation durant laquelle nous avons renoué avec une dynamique commerciale positive. Les investissements dans notre réseau, et en particulier la 4G, nous confèrent une place de leader. Notre stratégie commence à livrer ses résultats. La satisfaction de nos clients est en nette hausse, tout comme la perception de qualité de notre réseau. Plus que jamais les compétences et le travail des collaborateurs de Mobistar font la différence. Nous sommes prêts à rebondir.

Sur un marché des télécoms en pleine évolution, quel est aujourd'hui le cœur de métier de Mobistar ?

J.M.H. : La connectivité. Connecter les hommes et les choses de la meilleure manière possible, en partant du téléphone mobile ou smartphone comme outil central d'une communication flexible et individualisée, dans la vie privée comme professionnelle. Notre principale mission est de fournir le canal le plus performant, abordable et fiable pour faciliter l'accès à tous les contenus, dans une stratégie d'ouverture technologique. Nous voulons également jouer pleinement notre rôle de facilitateur de nouvelles applications, que ce soit dans le paiement mobile ou le stockage de données dans le cloud. Moins d'un an après le lancement de notre réseau 4G, nous constatons une véritable explosion dans les usages de communication mobile.

Quels nouveaux jalons avez-vous posés pour offrir la meilleure connectivité ?

J.M.H. : Nous avons clairement pris le leadership en termes de couverture 4G. Parallèlement, nous veillons à accompagner nos clients dans l'exploration du haut débit mobile, en les guidant dans le choix de terminaux adaptés, aux meilleurs prix, et en leur proposant des services novateurs. Les résultats sont là, la perception de la qualité de notre réseau est en forte hausse. De plus en plus de clients nous confessent qu'ils préfèrent surfer avec notre 4G mobile qu'avec leur connexion fixe à la maison.

Par ailleurs, nous avons mis en œuvre une nouvelle stratégie Enterprise Mobility 3.0 qui vise à aider nos clients professionnels à bénéficier des opportunités offertes par la mobilité. Les interactions entre machines connectées (M2M) et entre machines et humains vont jouer un rôle croissant. Nous avons conforté notre position de leader sur ce marché à fort potentiel.

Enfin, nous avons modernisé nos canaux de distribution pour privilégier davantage la vente directe et le conseil, notamment dans nos nouveaux 'concept stores'. Notre ambition est d'être les meilleurs en matière d'expérience client. Nous remercions nos clients pour leur confiance en leur faisant des surprises tout au long de l'année.

Que reprenez-vous de l'évolution du marché belge des télécoms ces derniers mois ?

J.S. : Le contraste est frappant. Sur le marché mobile, 30 acteurs se partagent les clients. Alors que sur le marché fixe, le pays se retrouve dans une situation duopolistique, avec seulement deux acteurs par région qui se partagent le marché « triple play » (téléphonie, internet et TV numérique). Ce n'est bon ni pour le consommateur ni pour les entreprises. Contrairement aux prix de la téléphonie mobile qui ont considérablement baissé, les tarifs « triple play » en Belgique sont parmi les plus élevés en Europe, ce qui témoigne de l'échec de la libéralisation des réseaux fixes. La régulation du câble est un premier pas pour le renforcement de la concurrence mais il faut aller plus loin.

Quelle carte peut jouer Mobistar ?

J.M.H. : Comme nous le faisons déjà pour les données mobiles et la 4G, nous allons continuer à faciliter l'accès au haut débit pour le plus grand nombre de citoyens et d'entreprises. Une fois que le prix d'achat des offres de gros qui résultent de la régulation du câble aura été clarifié par les régulateurs, comme ils s'y sont engagés, nous commercialiserons notre nouvelle offre d'internet fixe très haut-débit et télévision numérique. L'ouverture du câble nous permettra de proposer une offre convergente à nos clients.

Quels sont les enjeux majeurs pour 2015 ?

J.S. : Le principal atout de Mobistar est de s'être recentrée à temps sur son cœur de métier, à savoir la connectivité mobile, tout en ouvrant la voie du « triple play ». L'Europe entière nous regarde à présent sur ce dossier de l'ouverture du câble car nous faisons figure de pionnier en nous attaquant à un monopole, devenu duopole. Bref, Mobistar est repartie dans une dynamique positive.

J.M.H. : Nous avons vécu une transformation délicate, qui a touché toutes les parties de l'entreprise. Ces efforts, couplés à des investissements dans la 4G, nous ont permis de reprendre l'avantage. Nous allons capitaliser sur cette base et à présent la traduire en reconquête du marché. Par ailleurs, le lancement de notre offre câblée sera crucial pour stimuler la concurrence dans ce pays ainsi que l'introduction de nouvelles offres attrayantes pour les entreprises. Enfin, nous continuerons à être particulièrement attentifs à la gestion de nos coûts. La combinaison de nos atouts et des enjeux qui s'annoncent nous rend très enthousiastes.

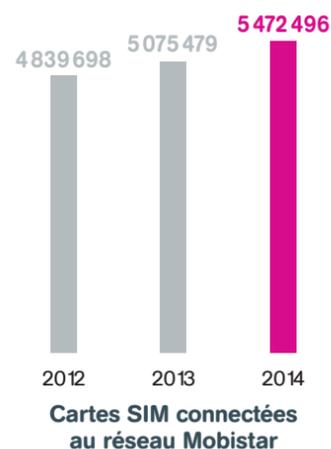
NOS PERFORMANCES EN UN COUP D'OEIL (EN BELGIQUE)

1065,6 MIO€

CHIFFRE D'AFFAIRES
TÉLÉPHONIE

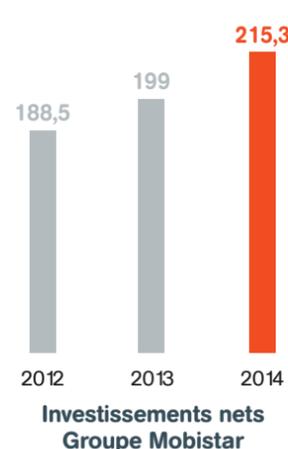
41 %

DES CARTES SIM EN BELGIQUE
SONT CONNECTÉES AU RÉSEAU
MOBISTAR

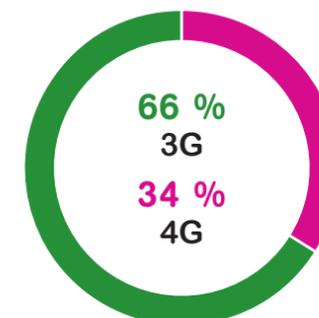


215 MIO€

INVESTISSEMENTS NETS
GROUPE MOBISTAR



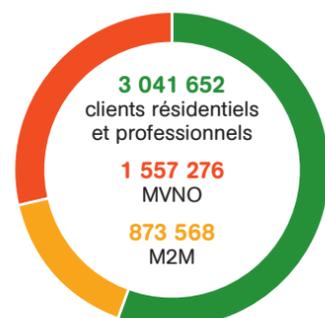
Utilisation des données mobiles
par technologie



« 2014 fut une deuxième année de transformation durant laquelle nous avons renoué avec une dynamique commerciale positive. »
Jean Marc Harion, CEO

5 472 496

CARTES SIM ACTIVES EN 2014

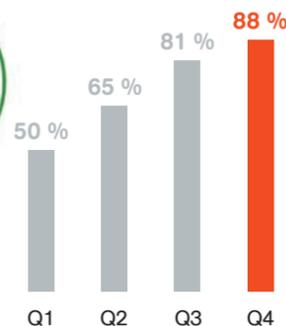


n°1

COUVERTURE 4G
À FIN 2014



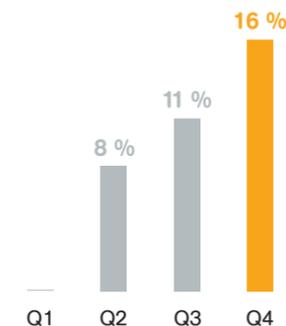
Couverture 4G (2014)



500 000

CLIENTS UTILISANT LE RÉSEAU 4G
DE MOBISTAR À FIN 2014

Nombre de clients 4G
(% de la base de clients)



JANVIER

COUP D'ENVOI DE L'OUVERTURE EFFECTIVE DU CÂBLE

Mobistar paie 1,2 million d'euros aux câblo-opérateurs pour lancer la mise en œuvre de la régulation du câble. L'opérateur concrétise ainsi sa volonté d'offrir à l'avenir des services compétitifs d'internet très haut débit et de télévision numérique aux consommateurs belges. La mise en place de divers partenariats techniques débouchent en fin d'année sur le lancement de la phase de test.



FÉVRIER

UN TAUX DE SATISFACTION EN HAUSSE

Une enquête indépendante indique que plus de neuf clients sur dix sont satisfaits du réseau Mobistar. Les investissements massifs consentis pour optimiser le réseau portent leurs fruits.



MAI

UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE EN MAGASIN

Après Liège, un tout nouveau 'concept store' Mobistar est inauguré à Anvers. Ce magasin du futur offre au client une expérience innovante. Celui-ci peut notamment y tester une multitude d'appareils, faire réparer son smartphone ou obtenir des conseils professionnels.

Dans un même souci de l'expérience client et du service, Mobistar a repris en 2014 l'exploitation exclusive des points de vente télécom des hypermarchés Carrefour en Belgique. L'opérateur a également repris une partie des actifs du distributeur Euphony.

AOÛT MOBILINE ET MOBIFLEET DOPENT LA MOBILITÉ DES PME

Mobiline est le premier central téléphonique mobile virtuel en Belgique, une solution professionnelle unique pour les PME qui remplace l'infrastructure téléphonique classique. Mobistar innove également avec Mobifleet, un outil de gestion de flotte de smartphones et tablettes, en collaboration avec Systemat.



SEPTEMBRE DES STARS MONDIALES RIEN QUE POUR LES CLIENTS MOBISTAR

Mobistar crée l'événement avec son programme « Have a Nice Day » qui récompense la fidélité. Les clients Mobistar se sont vus proposer un concert exclusif de Mika à l'Ancienne Belgique, suivi quelques jours plus tard d'une prestation unique de Lady Gaga et Tony Bennett sur la Grand-Place de Bruxelles.



OCTOBRE

NEUTRE EN CO₂

Les bâtiments, le réseau et les magasins de Mobistar sont désormais neutres en émissions de CO₂. Mobistar est le premier opérateur belge à compenser totalement les émissions de ses activités opérationnelles.



DECEMBRE

MILLIONIÈME CARTE SIM INSTALLÉE DANS UNE MACHINE

Mobistar annonce avoir installé plus d'un million de cartes SIM dans des machines ou objets (des distributeurs de boissons aux véhicules), ce qui en fait le numéro un du marché belge du « machine to machine » (M2M).



MARS

4G CHAMPION DE LA 4G

Mobistar lance le réseau 4G offrant la meilleure qualité et la meilleure couverture. Fin de l'année, celle-ci atteignait 88 % de la population belge. Depuis mai, les Bruxellois peuvent également profiter de la 4G. Mobistar est aussi le premier opérateur belge à tester avec succès un véritable réseau 4G+ à Malines.

MOBISTAR AU COEUR DE LA CONNECTIVITÉ



MISSION

En misant sur une innovation ciblée, Mobistar permet aux consommateurs, aux communautés et aux entreprises de vivre des expériences de mobilité uniques.

Mobistar est l'un des principaux acteurs du marché des télécommunications en Belgique et au Luxembourg. L'entreprise propose à ses clients résidentiels des offres mobiles prépayées et par abonnement ainsi que des services de télécommunications mobiles innovants.

Sur le marché professionnel, Mobistar fournit des offres de téléphonie fixe sur le réseau DSL et d'internet à haut débit, se profile comme un opérateur de communications intégrées et propose un portefeuille de services de mobilité et de connectivité. Mobistar est également un opérateur wholesale et fournit à ses partenaires l'accès à son infrastructure et à ses capacités de service.

Mobistar exploite un réseau mobile de première qualité, qui fait l'objet d'investissements permanents et propose les technologies 2G, 3G et 4G.

Mobistar, dont le groupe Orange est le principal actionnaire, est coté à la Bourse de Bruxelles.

VISION

Mobistar veut devenir l'opérateur télécom de confiance de ses clients, en tant qu'entreprise leader proposant des services de communication fiables et personnalisés.

VALEURS

Ouverture

Nous communiquons de manière ouverte et assumons la responsabilité de nos actes.

Engagement

Nous nous engageons à exécuter parfaitement nos tâches et prenons à cœur nos travail, vie et passions.

Dynamisme

Nous stimulons les idées nouvelles et les modes de pensées 'hors du cadre' et nous encourageons l'apprentissage.

Respect

Nous respectons les valeurs et la diversité de tous nos contacts professionnels, internes et externes.



– Geoffrey et Concetta (Service clients) –

UN MARCHÉ EN ÉVOLUTION



En Europe, la généralisation du haut débit mobile (4G) tend à freiner l'érosion constante ces dernières années des revenus de téléphonie mobile. En matière de connexions fixes, la situation de duopole (opérateur historique et opérateur câble) sur le marché belge s'est traduite par des hausses continues de tarifs, à contre-courant de la tendance du marché mobile.



OFFRE CÂBLE
Mobistar doit pouvoir entrer sur le marché de la télévision digitale et de l'internet ultra rapide dans des conditions rentables tout en permettant de proposer un prix attractif aux consommateurs.
- Philippe Toussaint, Directeur câble et convergence -



Source : Mobistar et Arthur D. Little

L'explosion du trafic de données mobiles

Après six années de net recul en raison d'une forte diminution des prix de la téléphonie mobile, le marché européen des télécoms a amorcé un mouvement de stabilisation en 2014. La nette augmentation des ventes de smartphones et tablettes se traduit par une explosion logique du volume de trafic de données mobiles, qui compense lentement l'érosion du marché de la téléphonie mobile « voix » traditionnelle.

Mobistar fait partie de ces opérateurs qui constatent, après des années de décrue, un redémarrage à la hausse des revenus moyens par client, stimulé par le déploiement des réseaux mobiles à haut débit (4G). En Belgique aussi, 2014 aura véritablement été l'année de l'explosion du trafic de données mobiles. Les applications mobiles, en particulier celles des principaux réseaux sociaux, sont entrées dans les mœurs d'un nombre grandissant de Belges.

Duopole dans l'internet haut débit fixe et la télévision numérique

Le paysage concurrentiel belge a été marqué en 2014 par l'abandon par l'opérateur Base (KPN) de son offre de télévision numérique Snow, ce qui a conforté une situation de duopole entre l'opérateur historique issu de la téléphonie fixe et les câblo-opérateurs. Ce duopole de fait constitue une anomalie dans le peloton européen et est néfaste pour les consommateurs. Par manque de concurrence, les prix des connexions internet fixes haut débit et la télévision numérique sont en constante augmentation. Tout l'inverse de ce qui se passe sur le marché de la téléphonie mobile, où la concurrence entre les près de 30 opérateurs (de réseaux mobiles et virtuels) a amené les prix vers des niveaux parmi les plus bas en Europe. Les différences notoires entre les churns

existants dans les services de téléphonie fixe et mobile révèlent une difficulté majeure pour les clients du fixe à changer d'opérateur.

Des progrès dans le dossier de la régulation du câble laissent toutefois entrevoir une réelle possibilité de regain effectif de concurrence sur le haut débit fixe en Belgique en faveur des consommateurs. Une décision de la Cour d'appel de Bruxelles en novembre 2014 a cimenté la procédure d'ouverture de l'infrastructure du réseau des câblo-opérateurs en Flandre, levant ainsi un certain nombre d'incertitudes et ouvrant la voie au lancement d'une nouvelle offre convergente en 2015. La décision pour Bruxelles et le sud du pays est attendue lors du premier semestre 2015.

Néanmoins, les conditions opérationnelles et de prix de ces services définies dans ce cadre doivent permettre à Mobistar une entrée sur le marché de l'internet et de la télévision de manière rentable (une des conditions voulues par la Commission européenne) tout en offrant un prix attractif pour les consommateurs. Ces conditions ne sont pas encore remplies. C'est la raison pour laquelle Mobistar insiste auprès des régulateurs pour qu'ils les améliorent rapidement afin de permettre à un nouvel entrant d'accéder au marché de manière profitable et au bénéfice du consommateur. Mobistar définira la date du lancement commercial lorsque les conditions opérationnelles et de prix de gros des services internet et télévision auront été clarifiées par les régulateurs.

Cadre réglementaire

Sur le plan réglementaire, 2014, année de scrutins aux niveaux fédéral, régional et européen, a surtout été une année de mise en œuvre de décisions prises les années précédentes. Mobistar s'attend pour 2015 à ce que les mesures réglementaires aient moins d'impact négatif sur sa marche des affaires que les dernières années. L'opérateur estime en effet que l'effet cumulatif des mesures réglementaires nationales et européennes ont impacté ses revenus à hauteur de 300 millions d'euros entre 2010 et 2014.

A épingler en 2014 :

- Le dossier d'acquisition du spectre 800 Mhz, qui permet une couverture 4G plus large, a été finalisé. Cette licence est valable pour une durée de 20 ans et permet à Mobistar d'offrir à ses clients la meilleure couverture 4G à l'extérieur (outdoor) et à l'intérieur des bâtiments (indoor).



+29 %

VENTES DE SMARTPHONES
EN BELGIQUE EN 2014



Source : GfK



UNE TAXE QUI FAIT MAL
La taxe sur les pylônes et mâts GSM introduite par la Région wallonne en décembre 2013, et donnant aux communes de Wallonie la possibilité de prélever une contribution similaire, pourrait coûter plusieurs dizaines de millions d'euros au secteur télécom belge en 2014.



– Guillaume et Henri (Service achats) et Charlene (Opérations) –

- En septembre 2014 Mobistar s'assurait de la continuité de la disponibilité de ses fréquences en 900 MHz ainsi que l'accès futur à 2 x 25 MHz de spectre en 1800 MHz jusqu'à novembre 2021.
- Le 17 janvier 2014, Mobistar a donné le coup d'envoi de la mise en œuvre effective de la régulation du câble en Belgique en effectuant les paiements nécessaires aux câblo-opérateurs. En fin d'année, Mobistar a accueilli avec satisfaction la décision de la Cour d'appel de Bruxelles de mettre un terme à la procédure intentée par Telenet, qui contestait la régulation de l'ouverture des réseaux du câble. Mobistar a invité les régulateurs à s'appuyer sur cette décision afin que la mise en application de la régulation permette d'atteindre ses objectifs : améliorer la concurrence sur le marché et proposer un meilleur choix et de meilleurs tarifs pour les consommateurs.
- La Région de Bruxelles-Capitale a ouvert la voie à un déploiement de la 4G dans la capitale de l'Europe en définissant une norme qui fixe le seuil de rayonnement des antennes GSM à maximum 6 volts par mètre. Pour rappel, l'Organisation Mondiale de la Santé préconise une norme de 42,6 volts par mètre d'émission.

- La Commission européenne a imposé de nouvelles baisses des tarifs d'itinérance internationale aux opérateurs, mais dans un pourcentage plus faible que les années précédentes.
- La diminution des charges de terminaison (MTR) au Luxembourg, pour les appels entre clients de réseaux différents, a eu un impact de plusieurs millions d'euros sur l'EBITDA d'Orange Luxembourg.
- Le « convenant Vande Lanotte », à savoir un cadre d'autorégulation négocié entre les opérateurs et l'ex-Ministre de l'économie, a été mis en œuvre. Cet accord engage les opérateurs à mieux informer les clients afin qu'ils puissent bénéficier des tarifs les plus avantageux et ainsi à stimuler la concurrence.

RENOUER AVEC LA CROISSANCE

Ces dernières années, Mobistar a adapté son modèle d'affaires à la forte érosion des prix sur le marché de la téléphonie mobile. Cet effort d'ajustement a permis à l'entreprise de se positionner favorablement pour saisir de nouvelles opportunités.



— Jessica (Marketing) —

5

PRIORITÉS
STRATÉGIQUES
POUR 2015



HAPPY CUSTOMERS
Nous veillons en permanence à l'amélioration de la satisfaction de nos clients. C'est notre priorité.
— Elisabeth Opsomer, Marketing manager offres prépayées —

Le plan de transformation mis en œuvre par Mobistar depuis mi-2013 repose à la fois sur une adaptation durable de la structure de coûts et sur une accélération des investissements. En 2014, l'action de ces deux leviers parallèles a livré ses premiers résultats : les revenus moyens par client ont légèrement augmenté. Par ailleurs, la satisfaction client a sensiblement augmenté.

En 2015, Mobistar va poursuivre sur cette voie tout en saisissant de nouvelles opportunités de développement. L'entreprise s'est fixé cinq priorités stratégiques pour renouer durablement avec la croissance :



Prendre le leadership sur le marché des activités mobiles

- Mobistar s'engage à fournir le réseau mobile de la meilleure qualité et à proposer le meilleur réseau 4G. Fin 2014, Mobistar était le leader de la 4G avec une couverture de 88 % de la population belge. L'objectif est d'atteindre 99 % d'ici fin 2015.
- Sur le marché par abonnements mobiles, Mobistar veut renouer avec la croissance durable en séduisant de nouveaux clients grâce à ses offres attractives et services innovants.



Etre le challenger numéro 1 de la convergence

- Mobistar a l'ambition de devenir le challenger de référence sur le marché de la convergence basé sur la régulation du câble. Sur le marché des consommateurs, l'ouverture effective du marché du câble va offrir de nouvelles opportunités aux consommateurs belges qui auront la possibilité de bénéficier d'une offre compétitive et adaptée à leurs besoins.
- Sur le marché des entreprises, Mobistar va également enrichir son offre de convergence, en capitalisant sur ses solutions fixes VDSL.



Offrir la meilleure expérience client sur le marché

- Mobistar veut être le fournisseur télécom qui offre la meilleure expérience client. Cela passe par la fiabilité des réseaux (couverture et vitesse) mais aussi par une expérience client impeccable avant, pendant et après la vente d'une solution.
- Les consommateurs sont au centre des préoccupations de l'entreprise. Elle s'appuie de manière centrale sur sa plateforme web ainsi que sur une approche transversale en matière de réseau de distribution.



Gérer les coûts d'exploitation de la manière la plus efficiente

- Mobistar continue à rester particulièrement attentive à la bonne maîtrise de ses coûts. Elle a l'ambition de mettre en place ses nouveaux modèles d'exploitation avec ses partenaires.
- L'amélioration de la qualité de service doit permettre la poursuite de la réduction des coûts opérationnels. Celle-ci s'appuiera également sur l'optimisation des processus dans le cadre de la transformation de l'entreprise.



Améliorer l'engagement des collaborateurs

- Mobistar a la volonté de créer une culture de travail basée sur la qualité, la simplification et l'amélioration de l'expérience client. La digitalisation de l'entreprise est au cœur de notre manière de travailler.
- Les collaborateurs se voient proposer des possibilités d'évolution de carrière ainsi que des nouvelles opportunités en fonction des zones de croissance de l'entreprise et ce, pour chaque type d'expertise.

LA MEILLEURE COUVERTURE ET BIEN PLUS



– Mostafa (Réseau) –

En 2014, Mobistar a investi pas moins de 155 millions d'euros (hors coût d'acquisition de licences) dans ses réseaux afin d'améliorer l'expérience client de bout en bout. L'opérateur a pris le leadership en 4G tout en continuant d'optimiser son réseau 3G, ainsi que son infrastructure fixe et convergente à destination des entreprises.

 **99,5 %**
LA COUVERTURE TOTALE DU RÉSEAU MOBISTAR, À L'EXTÉRIEUR DES BÂTIMENTS (PAR RAPPORT À LA POPULATION BELGE)

500 000
LE NOMBRE D'UTILISATEURS 4G SUR LE RÉSEAU MOBISTAR


Pour tout savoir sur le réseau Mobistar
www.mobistar.be/reseau

Un pas de géant dans la 4G

Mobistar est en tête de peloton en matière de couverture 4G de la population belge. L'acquisition de la licence d'exploitation de la fréquence d'émission à 800 Mhz, fin 2013, a permis de déployer une couverture large, avec une bonne qualité de réception à l'intérieur des bâtiments. Cette qualité de la couverture « indoor » est essentielle pour Mobistar, qui a pour politique de ne pas déployer de connexion mobile haut débit dans une ville tant qu'elle ne peut pas garantir une couverture « indoor » d'au moins 50 %. C'est sur la base de ce critère de qualité que la 4G a été déployée à Bruxelles en mai 2014.

Fin 2014, l'opérateur atteignait une couverture 4G de 88 % en « outdoor » sur l'ensemble de la population belge, et 64 % en « indoor ». Environ 500.000 clients, soit environ un tiers des clients Mobistar qui utilisent des données mobiles, profitent quotidiennement des avantages de la 4G. Ce progrès a été rendu possible par des investissements pour mettre à niveau l'infrastructure d'antennes autant que par un important travail de reconfiguration des réseaux de transmission.

Mobistar poursuit actuellement le déploiement du réseau mobile haut débit dans des zones moins densément peuplées pour atteindre une couverture 4G de 99 % d'ici la fin de l'année 2015, égale à celle de la 2G.

Un leadership 3G consolidé

Parallèlement, Mobistar continue d'optimiser son réseau 3G, en s'appuyant sur son leadership en matière de gestion des réseaux UMTS à basses fréquences. Mobistar est l'opérateur qui compte le plus d'utilisateurs UMTS sur le spectre à 900 Mhz. Cette expérience lui est d'ailleurs précieuse pour le déploiement de la 4G sur le spectre 800 Mhz.

Pour maintenir une disponibilité optimale dans un contexte d'explosion de l'utilisation des données mobiles, Mobistar veille à la fluidité de ses réseaux en évitant les engorgements. La qualité de l'expérience client ressentie dépend aussi fortement d'un travail permanent d'optimisation des transitions entre les différents types de réseau (2G, 3G et 4G) et spectres de fréquence (800 MHz, 900 MHz, 1800 Mhz, 2.1 GHz et 2.6 GHz). Le client en déplacement doit pouvoir compter sur une continuité de service irréprochable, de son départ à son arrivée à destination, que ce soit en voiture, en train ou en métro. A cet égard, Mobistar poursuit également ses efforts pour améliorer la qualité du signal dans certains endroits 'stratégiques' comme les tunnels et les liaisons ferroviaires.

5,5 MIO
DE CARTES SIM SONT CONNECTÉES AU RÉSEAU MOBISTAR



4G SOUS SURVEILLANCE
Nous surveillons en permanence la performance de notre réseau afin d'offrir la meilleure expérience à nos clients.
– Yann Farmine - Development Manager –



Une qualité de « voix » cristalline

Les progrès en matière de connexions à haut débit, propices à de nouveaux usages, ne doivent pas se faire au détriment de la qualité de la transmission vocale. Mobistar est le seul opérateur à avoir déployé la technologie HD Voice, basée sur une technologie plus performante, qui améliore sensiblement la qualité audio de la transmission voix, beaucoup plus cristalline. Mobistar joue sur ce plan un rôle de précurseur par rapport à une nouvelle norme de plus en plus plébiscitée par l'ensemble de l'industrie.

Une architecture réseau simplifiée

En 2014, Mobistar a pu simplifier son architecture réseau en harmonisant un certain nombre de technologies et en supprimant des standards devenus obsolètes (ATM par exemple). Cela lui permet de continuer à investir massivement tout en rationalisant ses coûts.

Le fait d'appartenir à un groupe mondial comme Orange permet en outre de réaliser des synergies d'achats auprès des fournisseurs et équipementiers et de mutualiser un certain nombre de procédures de contrôle qualité et de mises à niveau logicielles.



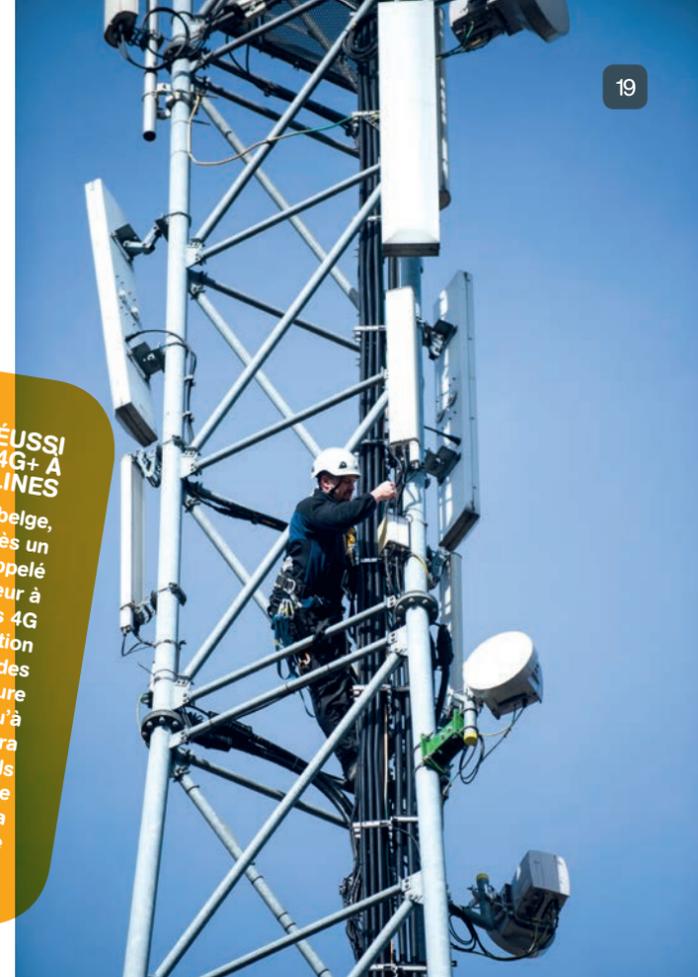
Le réseau Mobistar fait l'objet d'investissements continus afin d'en améliorer les performances et la qualité pour les clients.

– Stefan et Hicham (Réseau) –



TEST RÉUSSI DU PREMIER RÉSEAU 4G+ À MALINES

Mobistar a été le premier opérateur belge, en mai 2014, à tester avec succès un véritable réseau 4G+ (également appelé LTE-Advanced), offrant un débit supérieur à 200 Mbps. L'agrégation des fréquences 4G de 1.800 et 800 MHz permet une utilisation plus efficace du spectre, offrant ainsi des vitesses supérieures et une meilleure couverture dans les bâtiments (jusqu'à 30 % de gain). Mobistar commercialisera cette technologie dès que des appareils compatibles 4G+ seront disponibles sur le marché et que la couverture nationale sera suffisamment homogène pour offrir une expérience client de qualité.



4 x

EN 2014, POUR FAIRE FACE À L'AUGMENTATION DU TRAFIC DE DONNÉES MOBILES, LA CAPACITÉ DU CŒUR DE RÉSEAU A ÉTÉ MULTIPLIÉE PAR 4.

n°1

EN COUVERTURE 4G
À FIN 2014

Couverture 4G Mobistar (2014)



Une fiabilité accrue de l'offre fixe en entreprise

Mobistar a effectué une série de travaux de rationalisation et d'optimisation de son réseau de fibre optique et VDSL, de manière tout à fait transparente pour les entreprises clientes. Cela a permis de renforcer encore la fiabilité de ses solutions de téléphonie fixe, via des lignes analogiques ou numériques, ou de son offre d'interconnexion sur IP (IP VPN). En tant qu'acteur de la convergence fixe-mobile pour les entreprises, Mobistar a par ailleurs réalisé un certain nombre de déploiements attestant des performances des technologies « small cells » (comme Femtocell) pour amener le haut débit mobile dans des zones difficiles d'accès.

TOUJOURS PLUS PROCHE DE VOS BESOINS PERSONNELS

Pour offrir la meilleure expérience de connectivité mobile, Mobistar mise sur l'excellence de son réseau mais aussi sur des solutions pour faciliter la vie de ses clients. En 2014, l'opérateur a posé de nouveaux jalons pour devenir le partenaire de confiance des clients résidentiels dans toute leur diversité.

 **7 000**
INVITÉS AUX CONCERTS
DE MIKA ET LADY GAGA

3 041 000
CLIENTS ACTIFS (MOBISTAR S.A.)



Découvrir les solutions
pour les particuliers sur
www.mobistar.be

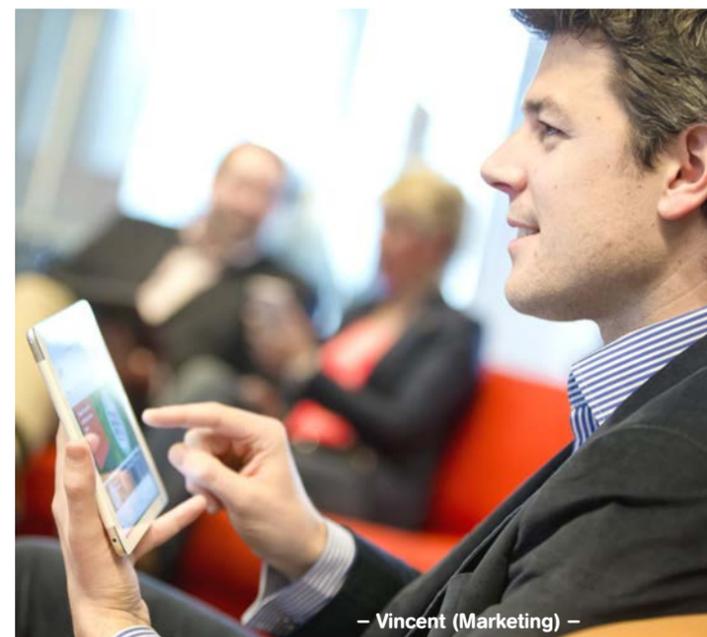
Des clients traités comme des stars

Mobistar a surpris ses clients avec de petites attentions et des bons-cadeaux. Depuis le lancement du programme de fidélité « Have a nice day » en avril, tous les clients Mobistar ont reçu une ou plusieurs invitations pour choisir un cadeau au sein de leur espace client, sur le site internet de Mobistar. La cerise sur le gâteau fut sans doute les 2 concerts exclusifs de Mika à l'Ancienne Belgique et de Lady Gaga et Tony Bennett sur la Grand-Place de Bruxelles avec respectivement 2.000 et 5.000 invités Mobistar.

Un check-up personnel

Mobistar va bien plus loin que son obligation légale d'information en contactant proactivement ses clients pour leur proposer le plan tarifaire le plus adapté à leur consommation. Le client peut en outre lui-même contacter l'opérateur à tout moment pour vérifier qu'il bénéficie du forfait le plus avantageux. Cette démarche proactive a permis de constater que le client, en général, ne privilégie pas nécessairement le « low cost » mais recherche surtout l'offre qui correspond à ses besoins, incluant par exemple un forfait 'données mobiles' pour éviter toute mauvaise surprise.

Sur ce dernier point, Mobistar prône la transparence maximale quant aux communications 'consommées'. Un système d'alerte avertit le client en cas de dépassement du forfait 'data'. A cet égard, Mobistar va plus loin que l'obligation légale en avertissant le client dès qu'il atteint 80 % de son forfait et en bloquant automatiquement à 100 %. Le client peut alors confirmer le blocage, continuer en payant à l'usage ou acheter un forfait plus large. Parallèlement, l'application MyMobistar, disponible gratuitement, permet à tout un chacun de contrôler à tout moment sa consommation personnelle.



– Vincent (Marketing) –

MySwap pour être toujours au top

Fin septembre, Mobistar a lancé MySwap, un nouveau service unique en Belgique et même en Europe. L'opérateur garantit la reprise de smartphones 4G jusqu'à 50 % de leur prix d'achat dans les 2 ans. MySwap ne coûte que 3 euros par mois et est disponible pour une sélection de smartphones 4G. La formule est attractive pour tous les fans de high-tech qui aiment disposer du modèle le plus récent.

Le choix à des prix attractifs

En 2014, Mobistar a optimisé et amplifié sa stratégie de « subsidiation » des smartphones. Quelle que soit la tranche tarifaire de l'abonnement sélectionné, le consommateur a la liberté de choisir parmi une vaste gamme de téléphones de qualité 4G sans devoir grever son budget. Le consommateur pourra également compter sur des conseils avisés dans des Mobistar Centers modernisés. L'opérateur s'engage à accompagner le consommateur pour qu'il puisse pleinement tirer profit du potentiel de la 4G, en commençant par le choix d'un appareil adapté.

Des appels internationaux à prix compétitifs

Mi-2014, Mobistar a lancé 1617, une offre prépayée aux tarifs avantageux pour les appels internationaux et adaptée aux étrangers installés en Belgique qui communiquent souvent avec leurs amis et leurs proches dans leur pays d'origine.

Via son offre Panthère 60, Mobistar a également été le premier opérateur à lancer une offre intégrant à la fois un important volume d'appels, de SMS et de données mobiles pour toutes les communications entrantes et sortantes en Europe.

« Nous nous sommes recentrés sur nos propres canaux de vente, en améliorant sensiblement nos performances au bénéfice direct du client. »

Des points de vente repensés pour le client

Mobistar a entamé en 2014 un important travail de modernisation de ses points de vente, à un rythme soutenu de 5 magasins « reliftés » par mois. Les espaces sont plus ouverts, plus modernes et incitent le client à tester un maximum d'appareils. Mobistar a légèrement réduit le nombre de ses boutiques, de 162 à 140, pour que chacune offre davantage de services et une meilleure expérience client, notamment à travers un service « repair in store » permettant de faire une réparation directement sur place.

Les vaisseaux amiraux de ces nouveaux points de vente sont les deux « concept stores » de Liège et Anvers, qui proposent tout un nouvel univers d'immersion dans les nouvelles technologies numériques.

Outre les aspects visibles de confort et d'esthétisme, Mobistar profite de cette modernisation de son réseau de distribution pour harmoniser un certain nombre de processus. L'offre en magasin a été totalement alignée sur l'offre de la boutique en ligne de Mobistar, elle aussi complètement revue en 2014. Nombre de clients entament en effet leur parcours de shopping en ligne avant de se rendre ensuite dans un magasin pour tester un smartphone ou obtenir des conseils.

Des partenariats de distribution exclusifs

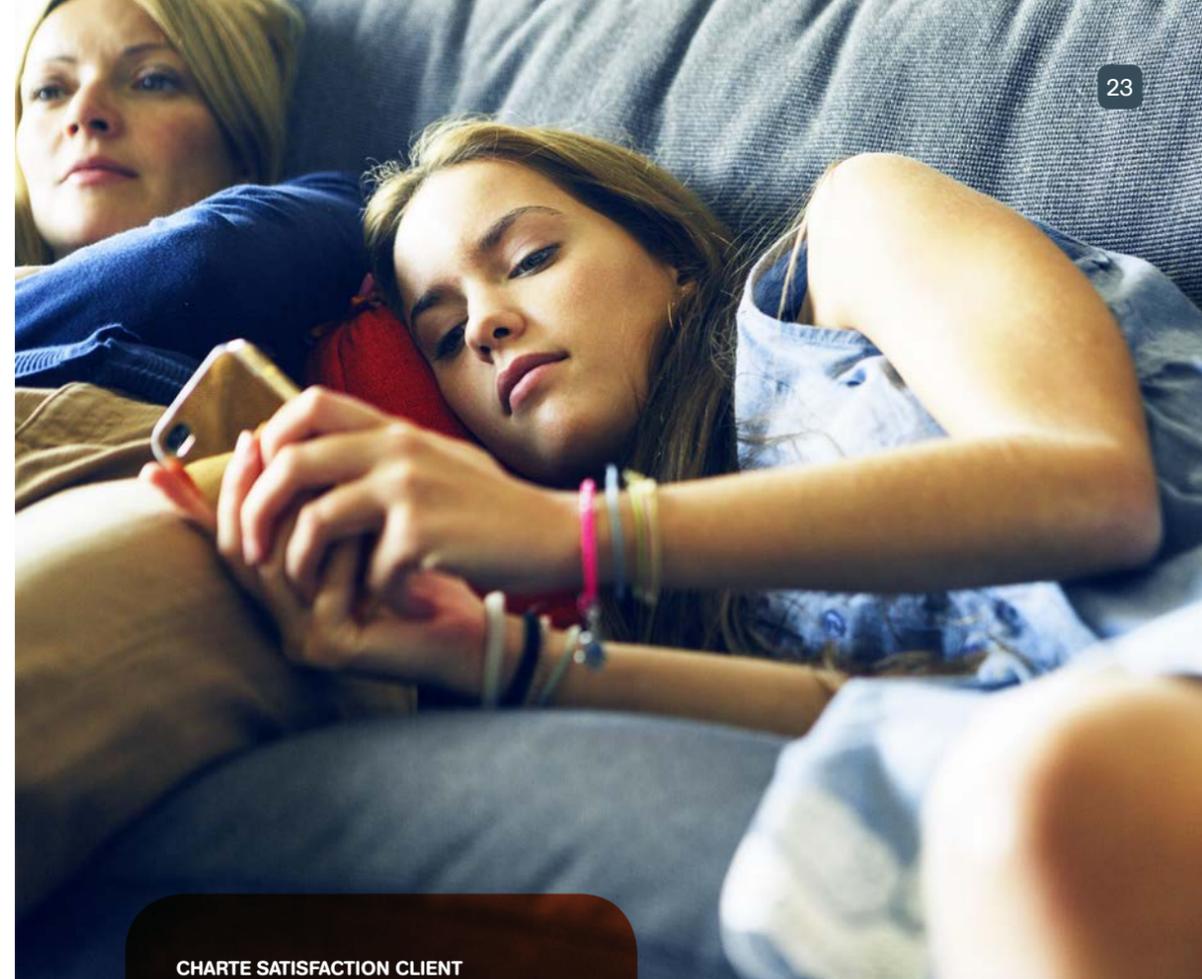
L'opérateur a mis fin au contrat avec The Phone House, jugeant que l'approche de vente « multi-opérateurs » ne répondait plus aux attentes très spécifiques des consommateurs. Mobistar a par ailleurs pu tisser de nouveaux partenariats exclusifs : suite à la faillite de la société qui gérait des boutiques télécoms dans les hypermarchés Carrefour, Mobistar a pu trouver un accord avec la chaîne de distribution. Cet accord porte sur la dynamisation de 35 'shops in shop' aux couleurs de Mobistar dans les hypermarchés Carrefour. L'opérateur dispose également d'un partenariat semblable avec Media Markt.

Mobistar a repris une partie des actifs de l'entreprise Euphony Benelux.

Les Concept Stores de Mobistar garantissent une expérience client unique et mettent l'accent sur l'expérimentation, la découverte et le service.

5

LE NOMBRE MOYEN DE MAGASINS MOBISTAR MODERNISÉS CHAQUE MOIS



CHARTRE SATISFACTION CLIENT

En 2011, Mobistar a signé la Charte en faveur de la satisfaction client. Mobistar s'est alors engagé à réaliser des efforts continus afin de maintenir un niveau de qualité élevé dans le cadre de ses contacts clients.

Indicateurs 2014	Moyenne
% d'appels répondus	91,62
Temps d'attente moyen (en secondes)	24
Régularisation des factures (en jours)	9,1
Plaintes clients auprès du Médiateur	1 600

La simplification des parcours clients

Mobistar souhaite « digitaliser » les relations avec ses clients quand cela a du sens. La procédure d'accueil de nouveaux clients a été simplifiée en tirant parti du numérique : le nouvel abonné reçoit un mail qui le redirige vers une page web contenant une multitude d'informations sur l'utilisation de son mobile, comment lire la facture, comment suivre sa consommation en ligne. 85 % des clients par abonnement reçoivent désormais leur facture de manière électronique (par mail ou par sms), ce qui présente des avantages écologiques autant qu'économiques. Les procédures d'accueil des nouveaux clients ont été revues afin d'utiliser également les moyens de communication digitaux (sms, mail). Les clients peuvent aussi accéder à des outils de suivi de leur consommation via www.mobistar.be et l'application MyMobistar. Les informations y ont été rendues plus claires afin de faciliter la compréhension et d'éviter les surprises.



EN ROUTE VERS LA CONVERGENCE

Nous avons démarré les tests opérationnels de nos services internet haut débit et télévision digitale en préparation du lancement commercial.

– Thomas Parvais –
Senior Product Manager
câble –

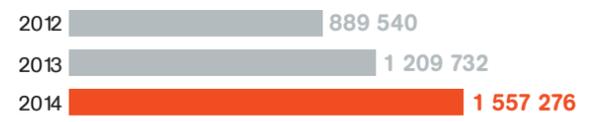


LA MOBILITÉ COMME OPPORTUNITÉ DE TRANSFORMATION BUSINESS

SHAPE, POUR MOBILISER SES EMPLOYÉS
 Mobistar a innové en 2014 en lançant Shape, une solution de téléphonie mobile très simple et flexible pour gérer une flotte professionnelle. Parce que les employés n'ont pas tous les mêmes besoins en téléphonie mobile, Shape vous permet de combiner 6 formules adaptées à l'usage de chacun, du commercial qui sillonne l'Europe au collaborateur « fixe » qui doit simplement rester joignable. Shape est assortie du service Invoice Split, qui permet à l'entreprise de fixer le montant maximal qu'elle prend en charge, et rester ainsi maître de son budget.

+25,6 %
 DE CARTES SIM M2M ACTIVES

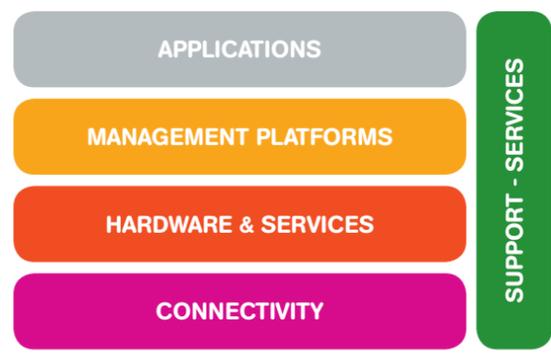
Évolution du nombre de cartes MVNO



L'arrivée de la 4G, la généralisation du cloud computing et des terminaux mobiles fiables et abordables, ainsi que le développement de l'internet des objets (M2M) propulsent l'informatique vers de nouveaux horizons. Mobistar accompagne les entreprises qui voient dans la mobilité une formidable opportunité de devenir plus performantes.

En 2014, Mobistar a donné corps à sa stratégie Enterprise Mobility 3.0, qui aide les clients professionnels à devenir plus performants en tirant profit d'une 'mobilisation' de leurs processus informatiques. Cette stratégie repose sur les fondements suivants :

NOTRE STRATÉGIE ENTERPRISE MOBILITY 3.0



Une connectivité appropriée

Le leadership de Mobistar dans le domaine de la 4G lui permet de proposer des infrastructures mobiles capables de supporter sans faille des processus d'entreprise. Via son offre « Shape », l'opérateur a adapté son modèle de tarification pour proposer des packages 'confort' tout compris.

Des services de sécurité et de gestion des appareils

Mobistar aide les entreprises à gérer l'explosion des appareils mobiles et des applications. L'opérateur, en partenariat avec des spécialistes logiciels en « mobile device management », permet aux entreprises de garder la maîtrise de leur parc d'appareils mobiles. La sécurité des données est également une priorité absolue.

Des applications à haute valeur ajoutée

Mobistar fait partie d'un écosystème inspirant de quelque 170 fournisseurs d'applications mobiles dans les domaines les plus divers. Les forces de vente de l'opérateur utilisent elles-mêmes Showpad et Salesforce sur tablettes pour fournir un service plus efficace à leurs clients professionnels.



MACHINE TO MACHINE

Le marché Machine to Machine est en plein essor en Belgique. Chez Mobistar, en tant que leader sur ce marché, nous disposons de toutes les compétences pour aider nos clients à réinventer leurs processus d'entreprise.

– Gert Pauwels –
M2M Marketing manager –

Un marché de gros (wholesale) tiré par deux partenaires

Plus d'un million et demi de cartes SIM sont activées sur le réseau Mobistar via des opérateurs mobiles virtuels (MVNO). Le plus important en termes de volumes est sans conteste Telenet. Un autre partenaire qui a le vent en poupe est l'opérateur virtuel Lyca Mobile.

Un rôle de pionnier dans les objets connectés

Leader dans le domaine des connexions de machine à machine, Mobistar est idéalement placé pour aider les entreprises à optimiser leurs flux d'informations grâce à l'énorme potentiel de l'internet des objets.

Mobiline

Mobistar a lancé une nouvelle solution unique qui transfère tous les avantages de la téléphonie fixe sur le téléphone mobile. Les numéros de téléphone fixe sont conservés mais tous les appels arrivent directement sur les téléphones mobiles de l'entreprise.

Mobifleet

En partenariat avec Systemat, Mobistar a dévoilé un nouvel outil de gestion de flotte de smartphones et tablettes à destination des PME. Celles-ci bénéficient d'une solution sans souci, incluant notamment la préconfiguration des appareils avec les applications de l'entreprise, un helpdesk disponible pour les employés 6 jours sur 7 et un outil de récupération des données et applications en cas de perte.

Les Taxis Verts innovent avec Mobistar

A Bruxelles, les Taxis Verts ont fait appel au réseau 4G de Mobistar pour proposer du wifi à l'intérieur des véhicules et à l'expertise de l'entreprise en Entreprise Mobility pour mettre en œuvre l'application mobile eCab qui crée une nouvelle interaction avec le client.



– Yuri (Service achats), Els (Solutions B2B) et Khaled (Offres wholesales) –



Découvrir les solutions pour les entreprises sur business.mobistar.be



ORANGE COMMUNICATIONS LUXEMBOURG

17

BOUTIQUES ORANGE AU GRAND DUCHÉ, DONT DES « SHOPS IN SHOP » CHEZ AUCHAN, SATURN ET DELHAIZE.

165

ANTENNES RELAIS INSTALLÉES EN 2014 PAR ORANGE LUXEMBOURG

Bon démarrage du quadruple play

2014 a véritablement été l'année du démarrage de l'offre convergente fixe + mobile + internet + télévision numérique, en collaboration avec le câblo-opérateur Eltrona et Luxembourg Online. Les ventes ont bien progressé et l'offre télévisuelle a été progressivement étendue. Orange TV a l'avantage de pouvoir proposer des films en avant-première (en allemand et en français) coproduits par Orange Studio. Orange Luxembourg, partenaire notamment du My French Film Festival, bénéficie d'une image étroitement associée au cinéma.

Succès des Pro Corners

Orange Luxembourg récolte le fruit du lancement de ses espaces Pro Corners, dédié aux utilisateurs professionnels, il y a un an. L'opérateur signe de bonnes performances sur le segment des indépendants et petites entreprises. Sur le marché des plus grandes entreprises, la filiale grand-ducale a ressenti l'impact du nouvel entrant. Dans les mois prochains, l'optimisation de son offre convergente à destination des entreprises devrait lui permettre de bien progresser sur un marché très dynamique.

Une offre de services boostée

L'opérateur grand-ducal, filiale à 100 % de Mobistar, a beaucoup investi en 2014 dans les performances de son réseau mobile, après avoir été pionnier dans la 4G. L'offre de services a également été renouvelée pour offrir plus de confort aux clients, sur un marché encore plus compétitif avec l'arrivée d'un quatrième opérateur.

Orange Communications Luxembourg a investi pas moins de 10 % de son chiffre d'affaires pour améliorer non seulement la couverture de son réseau 4G (85 % de la population fin 2014), mais aussi les performances et la densité de ses réseaux 2G et 3G. Cela s'est traduit par une amélioration nette de la perception de la qualité du réseau Orange, soutenue en fin d'année par une large campagne publicitaire axée sur la proximité avec la population luxembourgeoise.

Le confort avant tout

L'opérateur luxembourgeois a revu complètement son portefeuille de services mobiles, en privilégiant les formules illimitées offrant un confort maximal. Le nouveau produit phare, Hello Europe Intense, inclut des tarifs de roaming très attrayants pour les nombreux travailleurs transfrontaliers.



– Bilal, Mimouna et Victor (Service clients) –

ENGAGEMENT ET EMPLOYABILITÉ

LES DEUX PILIERS DE LA STRATÉGIE « PEOPLE » DE MOBISTAR

Des collaborateurs motivés et engagés font la différence. Voilà pourquoi Mobistar place ses team members au cœur de l'une de ses cinq priorités stratégiques. L'entreprise veut être un employeur attractif, attentif à l'évolution de la carrière de ses collaborateurs et à leur épanouissement au travail. La culture d'entreprise veut concilier bien-être, collaboration, performance et possibilité d'évolution en tirant notamment parti du meilleur des technologies numériques. Les team members de Mobistar sont les ambassadeurs d'une entreprise qui contribue à la digitalisation de la société.

Des employés plus satisfaits et donc plus engagés

Grâce à leurs talents, les team members contribuent à la capacité d'innovation et au succès de l'entreprise. C'est pourquoi Mobistar a mis en place, depuis plus de deux ans, un système de mesure objectif de l'engagement de ses employés (e-NPS) et de la qualité managériale (people factor), sur la base d'un sondage anonyme deux fois par an. L'objectif est de mesurer l'engagement, mais aussi, de dialoguer avec les collaborateurs, à travers un 'chat' à l'échelle de l'entreprise qui permet à chacun de s'exprimer et faire remonter les succès, les progrès et les points de questionnement. Cet exercice permet au management de comprendre les vrais besoins et d'ajuster sa stratégie, en les prenant en compte.

L'indice e-NPS a progressé de plus de 15 points en 2014. Il ressort également que plus de 70 % des collaborateurs recommanderaient Mobistar en tant qu'employeur de qualité.

+15
AUGMENTATION DE L'INDICE DE
SATISFACTION INTERNE (E-NPS).



70%
DES COLLABORATEURS
RECOMMANDERAIENT
MOBISTAR EN TANT
QU'EMPLOYEUR.

“Des collaborateurs fiers de leur marque et de leurs produits, autant que de leur expérience de travail au sein d’une entreprise digitale et collaborative, font la différence.”

Anne Cambier, Chief People Officer

Cette amélioration de la satisfaction interne est une condition sine qua non de la motivation et donc de l’engagement des collaborateurs. Elle implique une communication transparente sur la stratégie de l’entreprise, alors que celle-ci est embarquée depuis deux ans dans une grande transformation pour améliorer son efficacité opérationnelle au service de ses clients et de ses partenaires commerciaux. Mobistar va continuer de privilégier les opportunités d’évolution transversale au sein de la société, en tant que réel levier pour développer les compétences nécessaires à la société et permettre à chaque collaborateur de s’épanouir et d’augmenter ses compétences propres.

Ambassadeurs de la marque

Mobistar souhaite offrir à ses collaborateurs une expérience mobile et digitale, telle que l’entreprise le promet pour ses clients résidentiels et professionnels, afin de faire des collaborateurs de vrais ambassadeurs de la marque, de la stratégie et des produits Mobistar. Pour ce faire, elle met donc en œuvre l’approche Entreprise Mobility 3.0, qui encourage les entreprises à transformer les technologies en avantage concurrentiel. Cette stratégie stimule de nouvelles façons de travailler plus flexibles, plus mobiles et au final plus productives, faisant ainsi découvrir aux entreprises le potentiel réel de la digitalisation et de la mobilité.

1 432

COLLABORATEURS
(MOBISTAR S.A.)



– Hicham, Miguel et Anne (B2B) –



– Nathalie et Anissa (Ventes) –

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES
L’employabilité est le deuxième axe fort de la politique de ressources humaines de Mobistar. L’entreprise investit pour ce faire dans le développement des compétences de ses collaborateurs, à travers des formations autant qu’à travers des outils de développement de carrière afin de préparer l’entreprise pour le futur et d’aider les collaborateurs à anticiper leurs besoins et attentes à un horizon de trois ans. Un plan général de développement a été rédigé pour l’ensemble de l’entreprise.



Dans un marché qui change rapidement, nous veillons en permanence à faire évoluer les compétences des collaborateurs afin de préparer Mobistar pour le futur.
– Lien Santens
HR Business Partner –

Externalisation d’une partie de l’IT

La transparence, l’anticipation et la possibilité d’offrir des évolutions de carrière pour les spécialistes IT étaient également au cœur du processus d’externalisation d’une bonne partie du département informatique. Quelque 130 personnes ont ainsi été transférées vers la société de services informatiques Tech Mahindra. En optant pour une externalisation vers un groupe dont les services informatiques sont le cœur de métier, Mobistar s’allie à un partenaire qui accompagne la transformation digitale de la société tout en veillant à l’employabilité des collaborateurs.

Un employeur de choix

Mobistar promeut un environnement où chacun se sent bien, collabore avec ses collègues et peut s’épanouir. L’entreprise est très attentive à offrir un environnement de travail agréable, ouvert et performant, basé sur des valeurs de respect, de responsabilisation (‘empowerment’) et de dialogue constructif.

Un environnement de travail stimulant est aussi un environnement où on sait fêter dignement les succès. Pour ses 18 ans d’existence, Mobistar a organisé une série de surprises et d’animations pour ses team members. En fin d’année, un jeu collectif conçu par un collaborateur a permis de développer l’esprit d’équipe tout en collectant des fonds pour une bonne œuvre. Ces activités en interne ont permis une belle synergie avec la campagne externe de promotion M4GIC (en faveur de notre offre 4G), couronnée de succès.

L'EMPREINTE DE LA RSE DANS TOUTES LES ACTIVITÉS

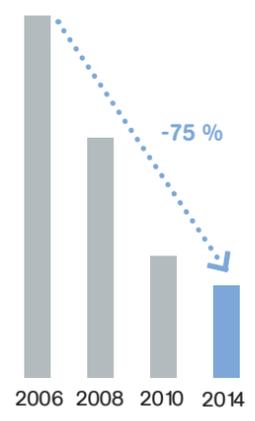
Chez Mobistar, la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) se décline au quotidien, par un engagement concret envers les clients, la société, l'environnement et les employés.



– Djaouida (Réseau), Eric (B2B) et Yamina (Service clients) –

CLOSE THE GAP
En 2014, 125 écrans, 137 ordinateurs portables et 62 imprimantes, ont été cédés à l'association Close the Gap, avant d'être nettoyés, remis en état et acheminés dans des pays en développement pour une utilisation dans le cadre de projets pédagogiques.

-75 %
D'ÉMISSIONS DE CO₂
ENTRE 2006 ET 2014




Découvrir la vidéo CO₂ sur
www.youtube.com/mobistarbelgique

Mobistar fait figure de pionnier en Belgique en matière de gouvernance appliquée à la responsabilité sociétale. L'entreprise ne la conçoit qu'à travers un dialogue constant avec différentes parties prenantes, que ce soit la société civile, les autorités publiques ou les partenaires business.

A cet égard, le « CSR advisory board » créé en 2013 et composé de personnalités respectées dans le domaine de la RSE, continue d'apporter un regard externe et objectif sur la politique RSE de l'entreprise. Présidé par Sabine Denis, Change Executive Officer du réseau d'entreprises Business & Society Belgium, ce conseil s'est réuni à 2 reprises en 2014. Parallèlement, un comité RSE, rassemblant le CEO de Mobistar ainsi que 5 membres du comité exécutif, veille à ce que la RSE soit diffusée à travers tous les maillons de l'entreprise.

La responsabilité sociétale de l'entreprise se décline en 4 axes :

Le bien-être et l'engagement des collaborateurs

La compréhension et l'adoption de la stratégie sont clés pour générer de l'engagement. Mobistar a mis en place une série d'outils d'information afin que chacun puisse comprendre la stratégie de l'entreprise et y contribuer efficacement, à titre individuel et en équipe.

Mobistar veille également à proposer un environnement et des conditions de travail qui permettent de concilier au mieux vie privée et professionnelle, notamment au travers du télétravail.

Par ailleurs, des actions sont régulièrement prises pour favoriser un équilibre physique et psychique : cours de sport durant le temps de midi, distribution gratuite de fruits, participation aux frais d'un traitement pour arrêter de fumer, vaccination contre la grippe, etc.

Des produits et services responsables

Il est ressorti du dialogue avec les parties prenantes qu'une des premières responsabilités de Mobistar en tant qu'acteur de développement de l'économie locale est de garantir une expérience irréprochable à ses clients : des produits et des services de qualité, fiables et dignes de confiance. Cela implique aussi une attention de tous les instants envers les questions relatives à la protection des données privées et de protection des enfants vis-à-vis de certains contenus.

A cette fin, des solutions techniques sont proposées aux parents et un mini-site d'information a été implémenté sur le site internet de Mobistar.

Un engagement en faveur de l'inclusion

En 2014, Mobistar a poursuivi son investissement dans l'association Participate!, active dans le domaine de l'autisme. Le 2 avril, environ 25 team members ont participé volontairement à la journée mondiale de sensibilisation à l'autisme. Après avoir reçu une formation, ils ont accompagné des enfants et adultes atteints d'autisme dans leurs activités de travail ou de loisir.



UNE RESPONSABILITÉ ASSUMÉE
Jour après jour, nous concrétisons notre ambition en matière de RSE au travers d'actions en faveur de nos clients, la société, l'environnement et nos employés.
– Sabine Desmette, Responsable RSE –



VIVA FOR LIFE - MUSIC FOR LIFE
Le personnel s'est mobilisé en fin d'année autour d'une animation interne pour récolter des fonds pour les actions Viva for Life et Music for Life en faveur des enfants victimes de la pauvreté.

Le site de l'association, www.participe-autisme.be, a encore été enrichi par de nouveaux contenus. Le nombre de visites de ce site est de plus de 250 000 en 2014. Les responsables de l'asbl ont également effectué une centaine de présentations et sessions de formation à destination des parents, à travers tout le pays.

Le 20 septembre, l'association a organisé à Bruxelles, un congrès pour les parents et professionnels de l'autisme, dont le thème était « autisme et qualité de vie ». La matinée était consacrée à des exposés en séance plénière donnés par des experts nationaux et internationaux tandis que l'après-midi était organisée en différents ateliers interactifs. 700 personnes y ont participé.

Une entreprise neutre en CO₂

Après avoir diminué ses émissions de CO₂ de 75 % depuis 2006, Mobistar compense les émissions incompressibles de ses activités opérationnelles. Les bâtiments, le réseau et les magasins de Mobistar sont désormais neutres en émissions de CO₂. Concrètement, lorsque les clients ont recours aux différents services de Mobistar, ils ont la certitude de n'émettre aucune émission de CO₂ avec ceux-ci.

En collaboration avec le bureau indépendant CO₂Logic, Mobistar calcule, réduit son bilan CO₂ et ensuite

Environnement

GRI	INDICATEURS	UNITÉS	2012	2013	2014
EN03	Quantité de fuel (tous bâtiments, tous usages)	m ³	322	286	330
EN03	Quantité de gaz	m ³	238 140	172 980	178 290
EN03	Emissions de CO ₂ dues à l'usage de fuel	tonnes CO ₂	862	765	884
EN16	Emissions de CO ₂ dues à l'usage de gaz	tonnes CO ₂	460	334	344
EN04	Quantité totale d'électricité utilisée	GWh	110	108	104
EN16	Emissions de CO ₂ dues à l'utilisation de l'électricité	tonnes CO ₂	0	0	0
EN03	Quantité de diesel utilisée pour les véhicules	litres	1 862 598	1 861 572	1 586 210
EN16	Emissions de CO ₂ dues aux véhicules	tonnes CO ₂	5 122	5 119	4 362
EN29	Distance parcourue en train	km	1 353 461	1 410 642	1 245 649
EN16	Emissions totales de CO ₂ évitées grâce à l'utilisation d'énergie verte	tonnes CO ₂	23 888	27 000	27 965

compense ses émissions de CO₂ incompressibles en contribuant à un projet de fourniture de fours domestiques en Ouganda. Ce projet vise non seulement à réduire les émissions de CO₂ mais également à l'amélioration des conditions de vie des populations locales.

Sur le plan du respect de l'environnement, le siège social de Mobistar a reçu le label d'Entreprise écodynamique 3 étoiles décerné par Bruxelles Environnement. Ce label est une reconnaissance officielle en Région de Bruxelles-Capitale pour les entreprises qui mettent en place une gestion environnementale. Il récompense le dynamisme environnemental de l'entreprise ainsi que ses progrès dans des matières comme la gestion des déchets, l'utilisation rationnelle de l'énergie ou encore la gestion de la mobilité des travailleurs.

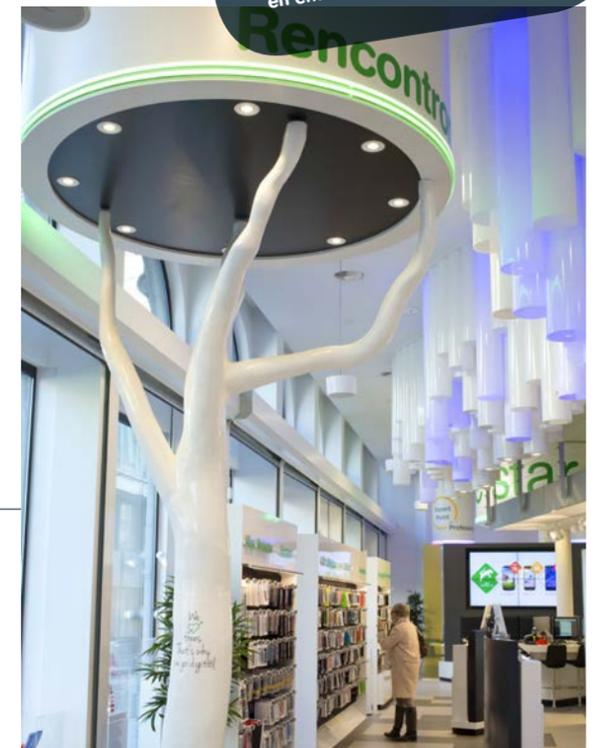


27 757

LE NOMBRE DE GSM RÉCOLTÉS EN MAGASINS POUR RECYCLAGE

428

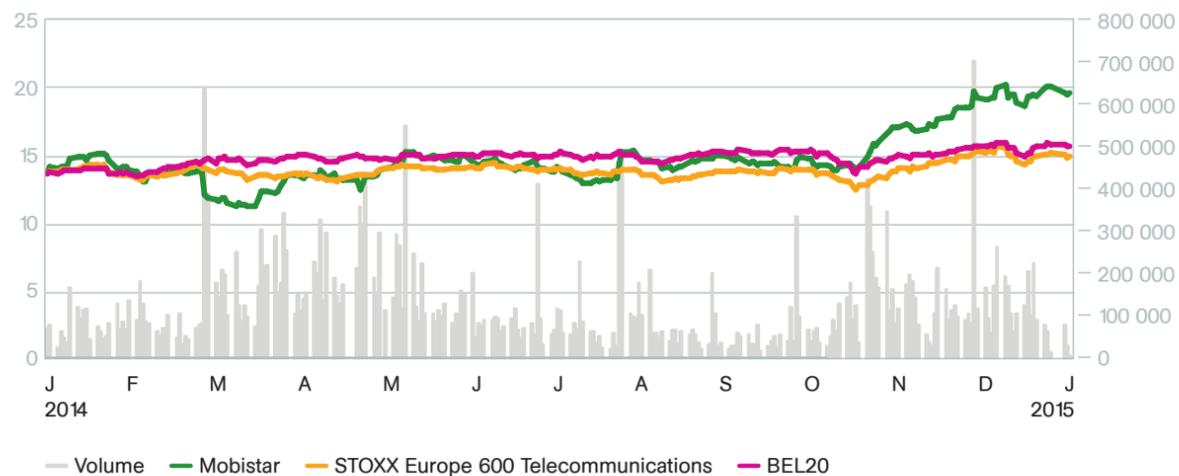
COLLABORATEURS AYANT RECOURS À L'ÉCOMOBILITÉ



INFORMATIONS AUX ACTIONNAIRES ET INVESTISSEURS

L'objectif de l'équipe "Relations Investisseurs" consiste à instaurer une relation de confiance avec les marchés financiers en se montrant une source fiable et en fournissant des informations pertinentes qui aident les investisseurs et le management dans la prise de décision.

Mobistar vs. BEL20 vs. Stoxx Europe 600 Telco

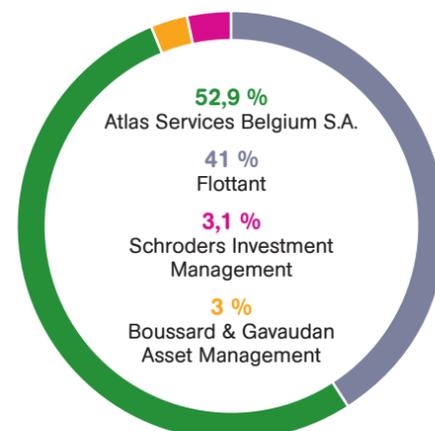


+42 %
PROGRESSION DE L'ACTION
MOBISTAR EN 2014

A la suite de la solide performance des sociétés de télécommunications européennes en 2013, le secteur a continué sa bonne progression en 2014.

L'action Mobistar a également très fort progressé et a terminé l'année avec une progression de 42 %.

Structure de l'actionariat
(situation au 31/12/2014)



Calendrier financier

12 janvier 2015	Début de la période de blackout
4 février 2015	Résultats financiers FY 2014 : Communiqué de presse Conférence téléphonique
31 mars 2015	Rapport annuel 2014 disponible sur le site internet
1 avril 2015	Début de la période de blackout
23 avril 2015	Résultats financiers Q1 2015 : Communiqué de presse Conférence téléphonique
6 mai 2015	Assemblée Générale des Actionnaires
1 juillet 2015	Début de la période de blackout
24 juillet 2015	Résultats financiers Q2 2015 : Communiqué de presse Conférence téléphonique
1 octobre 2015	Début de la période de blackout
20 octobre 2015	Résultats financiers Q3 2015 : Communiqué de presse Conférence téléphonique



Pour plus d'informations

Relations actionnaires et investisseurs

Siddy Jobe – ir@mail.mobistar.be

Relations presse

Jean-Pascal Bouillon – press@mail.mobistar.be

Editeur responsable

Paul-Marie Dessart – Secrétaire Général

Concept et réalisation

ChrisCom

Photographies

Jean-Michel Byl

Mobistar S.A.

Avenue du Bourget, 3, BE-1140 Bruxelles – Belgique
T. +32 2 745 71 11 – www.mobistar.be

RCB 599 402 – TVA BE 0456 810 810

Dit jaarverslag is ook verkrijgbaar in het Nederlands.
This annual report is also available in English.

© 2015, Mobistar, tous droits réservés. Mobistar est une marque déposée. Les noms de marques indiqués dans ce magazine sont des marques commerciales ou enregistrées et sont la propriété de leur fabricant respectif. Les caractéristiques et les prix des produits et services peuvent être modifiés sans préavis. Mobistar ne peut en aucun être tenue responsable en cas d'erreur lors de l'impression de ce document. Les produits d'autres fabricants sont cités à titre d'information. Seuls ces fabricants sont responsables pour toute garantie de leurs produits. En aucun cas, Mobistar ne pourra être tenue responsable du service de transmission, du contenu, de la légalité, de l'accessibilité ou de l'utilisation des données lorsque celles-ci sont fournies par des tiers ou par Mobistar.