RAPPORT ANNUEL 2012

Mobistar mise sur la transparence pour le client

Love Work Play Mobistar

Dans les annales, l'année 2012 restera comme une année pleine de défis. Le secteur des télécoms a subi de grands changements, avec à la clé des impacts sur tout l'écosystème des opérateurs, des partenaires et des clients. Mobistar a réagi à ces nombreux défis en adoptant une nouvelle stratégie efficace. 2012 fut l'année de la transparence pour les clients de l'entreprise. Mobistar a lancé une série de nouveaux abonnements, tandis que ses services ont fait peau neuve, notamment avec la création d'un service de médiation interne. Les résultats de cette nouvelle approche sont prometteurs et encouragent l'entreprise à poursuivre sur cette lancée en 2013. Vous le découvrirez en détail dans ce rapport annuel.

TABLE DES MATIÈRES

4 Lettre du Président

6 5 questions au CEO Jean-Marc Harion

10 Faits marquants 2012

12 La stratégie de Mobistar

16 Un marché des télécommunications dynamique

18 Le client au centre des priorités

30 Au travail chez Mobistar

36 Responsabilité sociétale d'entreprise

57 Rapport de gestion 2012

85 Comptes annuels Mobistar S.A. 2012

107 Etats financiers consolidés selon les normes IFRS 2012

157 Déclaration des personnes responsables

Mobistar devient un opérateur ‘SuperMobile’

Le marché des télécommunications a radicalement changé, en 2012.
Les réglementations fédérales et européennes ont désavantagé nos activités mobiles sans, pour autant, altérer la position des opérateurs historiques et des câblo-opérateurs.

La nouvelle loi belge sur les télécommunications, entrée en vigueur le 1er octobre, soit six mois avant la date prévue, a encore accentué cette distorsion et a détruit de la valeur sur le marché des activités mobiles.

Mobistar s’est, toutefois, rapidement adapté à ce contexte grâce à la grande flexibilité de notre organisation. Cette dernière a été remaniée selon les besoins du marché et simplifiée. Pour approfondir la transformation interne de notre mode de fonctionnement, la direction et le Conseil d’Administration ont, depuis, inventorié les problèmes auxquels Mobistar a été et est confronté.

Nous avons également redéfini nos priorités et notre stratégie. Notre objectif est de faire, à l’avenir, de Mobistar un opérateur ‘SuperMobile’. A cet égard, notre vision est très simple. Nous mettons le client au centre de tout, nous optons pour des solutions simples et nous lui proposons des services qui répondent à ses besoins, disponibles partout et à tout moment.

Grâce au dévouement, à la passion et aux talents de nos collaborateurs, nous avons réussi, en 2012, à pleinement atteindre les résultats prévus. Le fait que Mobistar ait réussi à aligner des performances solides, malgré un environnement difficile, est injustement pris en compte dans la valorisation de l’action par les marchés boursiers.

2013 s’ouvre dans un contexte caractérisé par des conditions de marché encore plus difficiles que jamais. En dépit de tous nos efforts, nos résultats seront, cette année aussi, affectés par l’influence de la réglementation et de la destruction de valeur qui va de pair.

Heureusement, l’équipe de Mobistar est pleinement motivée pour relever ce défi.
Le Conseil d’Administration est prêt, de son côté, à mettre les ressources nécessaires à disposition pour garantir la qualité de nos services à nos clients.

Jan Steyaert
Président du Conseil d’Administration

“Mobistar poursuivra en 2013 ses investissements dans un réseau mobile performant.”

Jan Steyaert
Président du Conseil d’Administration

5 questions à Jean-Marc Harion

Jean-Marc Harion a été nommé nouveau CEO (Chief Executive Officer) par le Conseil d'Administration de Mobistar, en décembre 2011. Ses débuts n'ont pas été simples, car le secteur des télécommunications a fait face à une année mouvementée, en Belgique aussi. Quel regard porte-t-il sur ce premier exercice ? Et surtout : quel regard porte-t-il sur l'avenir ? Tour d'horizon en cinq questions.

Question 1

Que retenez-vous de votre première année au poste de CEO de Mobistar ?

"Ce fut une année de découvertes. Je suis devenu CEO à une époque où tout le secteur des télécommunications était en pleine transformation : non seulement en Belgique, mais aussi dans le monde entier. En 2012, nous avons anticipé l'évolution du marché. Le marché mobile en Belgique était déjà très concurrentiel et la nouvelle loi télécom, entrée en vigueur plus tôt qu'attendu, n'a fait qu'accentuer les choses. C'est Mobistar qui a instauré la concurrence dans les télécoms en Belgique. Nous ne la craignons donc pas du tout.

Je pense que Mobistar a mieux assimilé le nouveau contexte que les concurrents : nous avons préparé l'arrivée de la nouvelle loi télécom en lançant nos tarifs Animaux dès avril. Résultat : nous avons vu le nombre de clients postpaid augmenter en 2012, ce qui n'avait rien d'évident. Je ne peux qu'exprimer ma gratitude à nos collaborateurs pour ce beau résultat."

Question 2

L'année fut mouvementée…

"En effet, et sur différents plans. Les tarifs de terminaison et de roaming mobiles ont continué de baisser en 2012, ce qui a une nouvelle fois impacté négativement notre chiffre d'affaires et notre marge d'EBITDA. En interne, nous avons travaillé pour améliorer la performance de notre infrastructure IT et de certains processus, notamment l'activation de la TV digitale et de l'ADSL chez nos clients. Dans le même temps, nous avons également simplifié notre organisation. Nous avons créé une division Wholesale et nous avons renouvelé notre contrat MVNO avec Telenet.
Au sein du marché B2B, nous avons conclu un accord avec la Région bruxelloise pour la gestion commune du réseau de fibre optique Irisnet. Et nous avons atteint les objectifs que nous nous étions assignés en termes de chiffre d'affaires, d'EBITDA et de résultat net.
Certes notre action n'a pas connu un parcours très positif, mais il en va de même pour tous les opérateurs télécoms en Europe. Le marché n'a peut-être pas encore assimilé que notre secteur est aujourd'hui au terme d'un cycle et au début d'un nouveau.
Et ce nouveau cycle présente un énorme potentiel de croissance pour Mobistar. Pensons simplement aux perspectives que nous ouvre la 4G ou la régulation du câble, qui devrait être libéralisé en 2013."

“Mobistar a instauré
la concurrence dans
les télécoms en Belgique.
Nous ne la craignons
donc pas du tout.”
Jean-Marc Harion
Chief Executive Officer

Question 3

Mobistar ne peut pas (encore) proposer de formule vraiment complète. N'est-ce pas un inconvénient ?

"Les opérateurs fixes traditionnels proposent, en effet, des packs qui intègrent la voix fixe, l'internet et la télévision digitale, auxquels ils proposent de joindre le mobile. Une sorte de buffet 'à volonté', où vous payez un prix fixe élevé indépendamment de ce que vous mangez. Chez Mobistar, nous ne voulons pas obliger le client à acheter la formule complète. Les usages de télécommunications diffèrent de plus en plus d'un individu à l'autre : chacun doit pouvoir construire sa propre convergence à la carte, en fonction des services dont il a réellement besoin, comme il le veut et où il le veut : au bureau, chez lui, dans le bus ou chez des amis. C'est la mobilité qui est au cœur de la convergence : toute notre stratégie s'articule autour de notre leadership en communication mobile. Pour les particuliers bien sûr, mais aussi pour les professionnels. Pour les entreprises, le Machine-to-Machine, la connectivité entre les appareils et les machines, représente un énorme potentiel de croissance. Ce marché évolue à un rythme très rapide et dans ce domaine-là également nous sommes en tête de peloton."

Question 4

Sur le plan de la mobilité, la 4G s'apparente un peu au Graal.

"Avec une qualité équivalente ou supérieure à celle de l'internet fixe, la 4G est une technologie très prometteuse. Les gens regardent de moins en moins la télévision de manière linéaire et passive : la 4G leur permettra par exemple de regarder ce qu'ils veulent, quand ils le veulent, où ils le veulent et sur l'écran de leur choix. Nous avons commencé le déploiement de notre réseau 4G et nous avons ouvert deux réseaux pilotes, l'un à Anvers et l'autre à Luxembourg Ville, via notre filiale Orange Luxembourg. L'ouverture commerciale de nos réseaux 4G est prévue pour 2013, qui sera donc l'année de la préparation du futur. Mais nous n'investissons pas seulement dans la 4G, mais aussi dans l'amélioration de la vitesse de notre réseau 3G. Cela n'a rien d'évident dans le contexte économique actuel et nous devons donc également continuer à alléger notre structure de coûts et notre fonctionnement interne. Nous faisons le choix de simplifier nos processus en nous rapprochant le plus possible de nos clients. Nous lui proposons un vrai contrat de confiance, en nous engageant à adapter ses offres à l'évolution de ses besoins et à répondre à ses questions dans l'ensemble de nos canaux, y compris sur le web. Nous sommes avant tout un prestataire de services et pour fournir le meilleur service à nos clients, nous faisons en sorte que nos propres collaborateurs soient également eux-mêmes heureux de travailler chez Mobistar."

Question 5

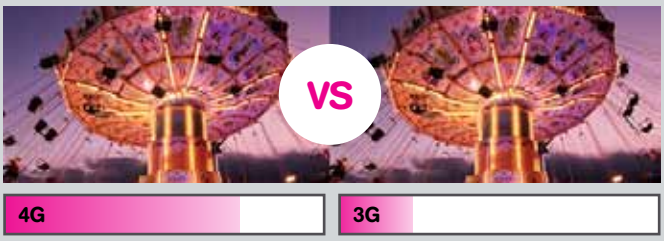
Comment voyez-vous Mobistar demain ?

"Nous nous voyons comme un opérateur 'SuperMobile', simple, proche du client, et qui lui propose les services dont il a besoin, partout et quand il en a besoin. Parce que c'est une stratégie qui correspond à l'évolution des usages et de la société, je pense que nous avons encore une belle histoire à écrire."

Le réseau mobile à haut débit en 4G

La 4G est jusqu'à 10 fois plus rapide que la 3G. Chatter, télécharger, surfer... tout est possible à des vitesses comparables à celle de l'internet fixe.

Avec la 4G, nos clients peuvent facilement chatter et jouer en temps réel en toute mobilité, à la même vitesse qu'à la maison. Surfer est possible à une vitesse inédite et les clients bénéficient d'une qualité exceptionnelle pour les applications tant vidéo que musicales.



Faits marquants

Fin de l'expédition polaire
10 FÉVRIER

Après une expédition pionnière de 5.000 km et de plus de 74 jours au pôle Sud, les aventuriers Dixie Dansercoer et Sam Deltour sont rentrés sains et saufs.

Lancement de Plug Mobile
12 MARS

RTL et Mobistar s'associent pour lancer Plug Mobile, un forfait avantageux pour les clients prepaid comprenant un accès gratuit à trois chaînes de RTL Belgique, à des concours exclusifs et des vidéos à la demande.

Introduction des animaux
2 AVRIL

Pour faciliter le choix des clients, Mobistar développe de nouveaux abonnements transparents, représentés par des animaux (Ecureuil, Kangourou, Dauphin et Panthère).

2012 JAN FEV MAR AVR MAI

MyStart guide les clients
13 FÉVRIER

Mobistar lance MyStart, un service qui configure les smartphones des utilisateurs en 20 minutes avec l'aide d'un expert dans un Mobistar Center.

Mobistar est Top Employer
5 MARS

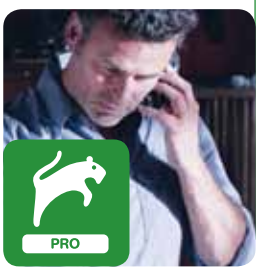
Mobistar reçoit le certificat de Top Employer België-Belgique 2012, un titre octroyé aux entreprises qui offrent d'excellentes conditions de travail.

Ligne spéciale pour les enfants disparus
25 MAI

116 000 est la ligne téléphonique européenne des enfants disparus. Mobistar fait la promotion de ce numéro gratuit en Belgique à l'occasion de la Journée internationale des enfants disparus.

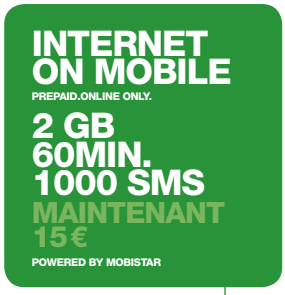
Nouveau : Panthère Pro et Kangourou Pro
30 MAI

Mobistar lance deux nouvelles formules pour les entrepreneurs. Outre de nombreux services pratiques, elles incluent un service clientèle dédié et personnalisé.



Mobistar lance Internet On Mobile
20 AOUT

Mobistar lance Internet On Mobile, une nouvelle offre prepaid en ligne qui permet aux clients de recevoir 1 ou 2 GB de volume data lors de chaque recharge.



Recharge via Facebook
6 NOVEMBRE

Les clients Internet On Mobile peuvent, désormais, recharger facilement leur carte sur la page Facebook 'Mobistar Belgique', une exclusivité sur le marché belge.

Le télétravail réduit les émissions de CO_2
21 NOVEMBRE

Mobistar promeut le télétravail depuis 2008 et ses initiatives commencent à porter leurs fruits. L'entreprise CO2logic a calculé que Mobistar réduit ses émissions de CO_2 de 400 tonnes par an grâce au télétravail.

Lancement de Travel Data Control
4 JUIN

Les clients Mobistar ne doivent, désormais, plus se soucier de leur consommation data mobile à l'étranger. Avec Travel Data Control, le client se fixe lui-même une limite.

Offre IP VPN pour les professionnels
31 AOUT

Grâce à un partenariat avec Orange, Mobistar propose des solutions de télécommunications convergentes à ses clients business du segment corporate via sa propre plateforme IP VPN.

JUI JUI AOU SEP OCT NOV DEC

Mobistar innove avec des véhicules verts
5 JUIN

Mobistar est la première entreprise en Belgique à proposer à ses collaborateurs, en plus de la liste classique, une liste distincte reprenant exclusivement des véhicules électriques et hybrides.

Grand événement pour le nouvel iPhone 5
28 SEPTEMBRE

Mobistar lance la commercialisation de l'iPhone 5 lors d'un événement spécial au Heysel, à Bruxelles. Les clients Mobistar qui ont participé à l'action iSwap et ont remporté le concours peuvent venir retirer leur nouvel iPhone.

Les animaux sont un succès
23 JUILLET

Ecureuil, Kangourou, Dauphin et Panthère : plus de 160.000 Belges ont déjà opté pour un de ces nouveaux abonnements mobiles, lancés en avril.

Projet-pilote pour la 4G
24 JUILLET

Mobistar lance son projet-pilote pour la 4G à Anvers. La société s'appuie, pour ce faire, sur l'expérience et l'assistance technique du groupe Orange qui a aussi déployé la 4G dans les villes françaises de Marseille, Lyon et Nantes.

“Tout le monde ne sait pas à quel point les technologies mobiles influenceront notre vie quotidienne.”

Olivier Ysewijn
Chief Strategy Officer

ENTRETIEN AVEC OLIVIER YSEWIJN,
CHIEF STRATEGY OFFICER CHEZ MOBISTAR

Nous voulons être le réseau mobile de référence en Belgique en 2015

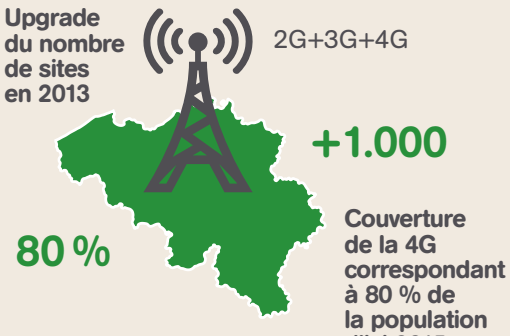
Olivier Ysewijn, Chief Strategy Officer, n'a aucun mal à admettre que Mobistar a vécu une année mouvementée. Et tout le monde est sur le pont pour se préparer aux bouleversements qui attendent le monde des télécommunications. "Les consommateurs n'ont aucune idée de ce qui les attend dans les années à venir," affirme-t-il. Un entretien sur le futur proche et (pas si) lointain.

"L'année dernière, nous avons dû lever un peu le pied de l'accélérateur en interne," commente Olivier Ysewijn à propos de 2012. "Avec l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur les télécommunications, le 1er octobre, l'année fut pour le moins agitée. Le marché de la téléphonie mobile se caractérisait, depuis des années, par une certaine stabilité. Ce fut nettement moins le cas cette année, ne fût-ce qu'en raison de la baisse des prix liée à la concurrence féroce. Pour ce qui concerne notre positionnement dans le futur, Mobistar doit essentiellement se focaliser sur son ADN : le SuperMobile. Nous ne pouvons y parvenir qu'avec un excellent réseau, ce qui implique que nous allons accélérer nos investissements. Cet effort portera, en 2013, sur la mise à niveau de 1.000 sites, nouveaux ou existants. Nous remplaçons nos anciens sites radio GSM par des sites hybrides capables de traiter la 3G et la 4G, mais aussi la 2G. La 2G continuera d'être utilisée pour la communication vocale jusqu'après 2020. Une combinaison de la 2G pour les communications vocales et de la 3G et de la 4G pour les communications data constitue une stratégie efficace."

L'obtention des permis demeure un point sensible pour les nouveaux sites.

"En effet. Le fait que nous renouvelions ou construisions, cette année, 1.000 sites est avant tout lié au fait qu'il s'agit de la capacité physique maximale de nos fournisseurs, mais aussi par les permis d'environnement. Les pouvoirs publics veulent une couverture parfaite partout, mais les administrations locales sont, quant à elles, très pointilleuses sur l'octroi des permis. Il suffit de penser à Bruxelles, avec ses nouvelles normes sévères en matière de rayonnement. Pour arriver à la même qualité de réseau que celle d'avant la nouvelle norme sévère, quelque 120 sites devraient être ajoutés. Quand on sait qu'il faut parfois 24 mois pour obtenir un permis, on comprend vite que cela n'est pas possible du jour au lendemain. L'année passée, nous avons entrepris le déploiement du réseau 4G. Malgré la problématique des permis, nous nous fixons pour objectif d'offrir une couverture 4G à 80 pour cent de la population d'ici 2015, un objectif déjà très ambitieux. Nous entendons bien être le réseau mobile de référence en Belgique à l'horizon 2015."

Objectifs 4G



ENTRETIEN AVEC OLIVIER YSEWIJN, SUITE

La 4G est la crème de la crème… Une nouvelle révolution ?

“La 4G est une technologie qui permet d’utiliser partout l’internet à très haut débit. La 4G est comparable à l’internet fixe pour ce qui concerne la vitesse de téléchargement et le temps de réaction. Pour le consommateur, la vidéo restera, dans les années qui viennent, la principale motivation. L’utilisation des smartphones et des tablettes va mélanger les usages 4G et wifi. Il y a aussi les applications professionnelles. Dans le cadre des tests réalisés avec ATV, une chaîne de télévision à Anvers, où nous disposons maintenant de 45 sites 4G, nous avons démontré que les journalistes peuvent, désormais diffuser leurs reportages en live.”

A quelle vitesse la 4G percera-t-elle ?

“Les gens n’achètent pas une technologie, mais des services et une expérience. Les applications jouent un rôle central et l’iPhone nous a appris que tout peut aller très vite. Dans le secteur, nous sommes enclins à surestimer le court terme et à sous-estimer le long terme. Avec la 4G, je m’attends à une double accélération, comme avec l’iPhone, avec toujours plus d’appareils et d’abonnements vendus et une consommation toujours plus intensive. Nous devons donc être prêts, avec notre réseau, pour faire face à ce double mouvement.”

Les télécommunications se dirigent vers une époque fantastique…

“La transition vers la 4G entraîne une rupture sur le marché. Une véritable opportunité pour les opérateurs mobiles de repositionner leur marque, de revoir leur structure tarifaire et de reprendre des parts de marché aux opérateurs fixes. C’est une chance qui ne se présente, généralement, qu’une fois par décennie. C’est surtout le consommateur qui se dirige vers une époque fantastique. Il n’a encore aucune idée de la manière dont les technologies mobiles influenceront sa vie quotidienne. Il suffit de penser à l’importance de la téléphonie mobile pour le télépéage. La mobilité dans le trafic est un problème toujours plus aigu. Le problème du vieillissement de la population et du manque d’infrastructure pour accueillir tout le monde dans des conditions

abordables conduira également à de nouvelles technologies dans lesquelles le mobile jouera un rôle important."

Mobistar est-il plus qu'un intermédiaire pour de tels services ?

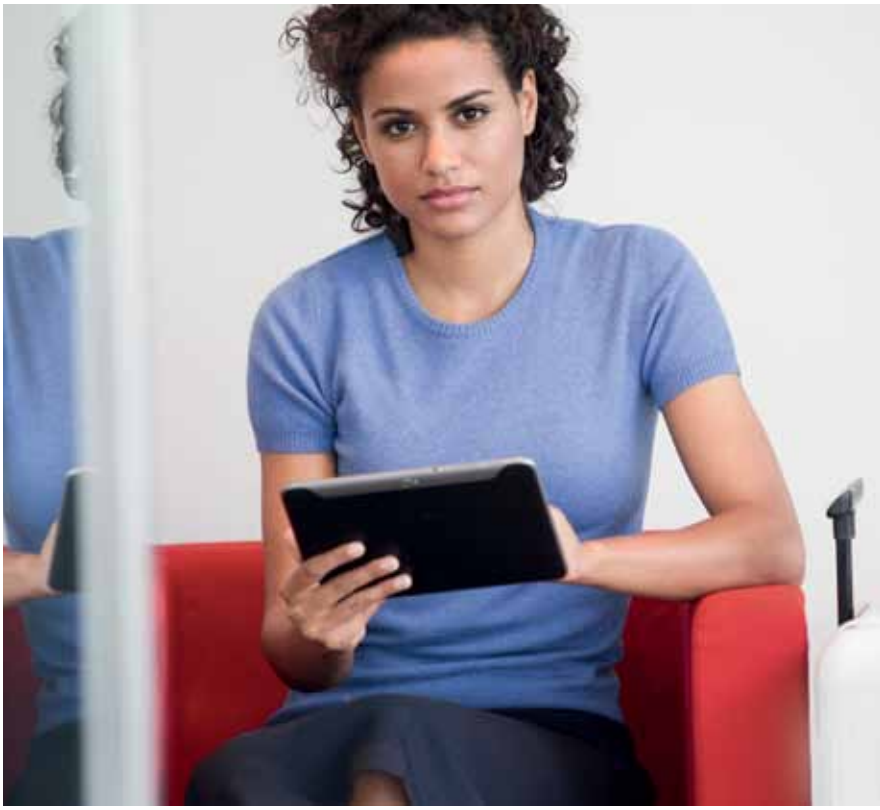
"Nous assurons, en effet, d'abord la connectivité entre le fournisseur du matériel et le prestataire de services. Mais nous avons un avantage concurrentiel non négligeable : nous avons acquis une grande expérience dans la gestion des données d'un très grand groupe de clients. Le consommateur nous considère comme un fournisseur très fiable en matière de gestion des données personnelles. C'est un atout très important pour les services du futur."

Contre paiement. De nouvelles opportunités commerciales se profilent donc.

"Quand vous téléchargiez une sonnerie, il y a cinq ans, tout le monde trouvait normal qu'une partie du montant payé aille au fournisseur de contenu, l'autre à l'opérateur télécom. On peut aujourd'hui télécharger des vidéos qui nécessitent mille fois plus de capacité sans que le fournisseur de contenu soit facturé. Il n'est pas envisageable que les opérateurs de télécommunications doivent constamment investir pour rendre tout cela possible, mais que nous ne soyons pas rémunérés pour l'utilisation de notre réseau. Ce modèle n'est plus tenable à long terme, ne fût-ce qu'en raison des problèmes de capacité."

Que voulez-vous dire ?

"Sur le Ring de Bruxelles, la vitesse maximale est de 120 km/heure, mais en cas d'embouteillage, personne ne peut rouler à cette vitesse. Si nous voulons continuer à garantir la qualité de nos services, nous devrons segmenter nos clients. Certains auront donc la priorité sur d'autres, en période de pointe en fonction de leurs usages. L'internet fixe pratique d'ailleurs une telle segmentation par les tarifs. Pourquoi cela ne serait-il pas possible pour l'internet mobile ? Technologiquement, c'est déjà possible aujourd'hui. Le trafic data d'une ambulance du SMUR qui souhaite accéder au dossier médical d'une victime de la route doit-il être traité avec la même priorité que les données de quelqu'un qui regarde des films sur YouTube ou qui télécharge des vidéos dans leur intégralité ?"



Si vous savez identifier l'utilisation du réseau, vous pouvez savoir qui regarde quoi sur sa télévision digitale.

"L'identity management est un de nos plus grands atouts. Regarder la télévision devient une expérience de plus en plus individuelle et personnalisée. Nous regarderons la télévision quand et où nous le voulons et sur l'appareil de notre choix. Le secteur est donc soumis à un total changement de paradigme. Quand j'en parle, certains se sentent menacés. Nous disposons des données nécessaires à la publicité ciblée et nous pouvons donc les vendre. Mais, d'autre part, nous pouvons aider les chaînes à offrir, à chaque utilisateur, les émissions qui lui conviennent le mieux. Dans ce domaine aussi, un nouveau modèle est à venir."

2012, une année avec beaucoup de mouvement

La nouvelle loi sur les télécommunications est entrée en vigueur le 1er octobre 2012. Le marché des télécoms a été profondément secoué, surtout sur le plan de la téléphonie mobile. Mobistar a anticipé l'entrée en vigueur de cette nouvelle loi en lançant de nouveaux plans tarifaires en avril.

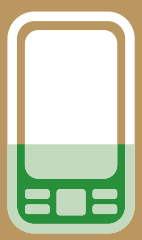
Une nouvelle loi télécom

- La nouvelle loi sur les télécommunications prévoit, entre autres, la suppression des indemnités de résiliation après 6 mois. Seuls les abonnés qui résilient leur contrat durant les 6 premiers mois sont astreints au paiement d'une indemnité. Mais celle-ci est limitée au prix de l'abonnement pour cette période.
- Les réductions sur les appareils mobiles comme les smartphones ne sont pas concernées par cette réglementation. Les opérateurs continuent à utiliser les tableaux linéaires d'amortissement pour déterminer l'indemnité due par les clients qui résilient leur contrat de manière anticipée.

La loi télécom ne fut qu'un des facteurs qui ont accentué la concurrence sur le marché mobile.

Les smartphones et les tablettes font une percée

Selon les chiffres du bureau d'études GfK, l'adoption des smartphones et des tablettes par les consommateurs belges s'est poursuivie en 2012. D'après GfK, environ 800.000 tablettes et 1,8 million de smartphones ont été vendus en 2012. La pénétration du smartphone passe ainsi à 27 %. Avec une pénétration estimée à 7 % au quatrième trimestre 2012, celle des tablettes reste un peu en retrait par rapport à la moyenne en Europe occidentale.



1.8 Mio

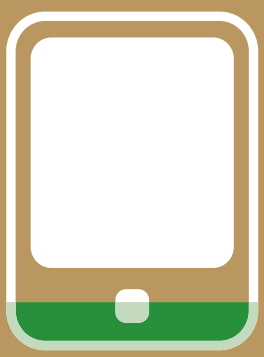
27 %

de pénétration du marché

800.000

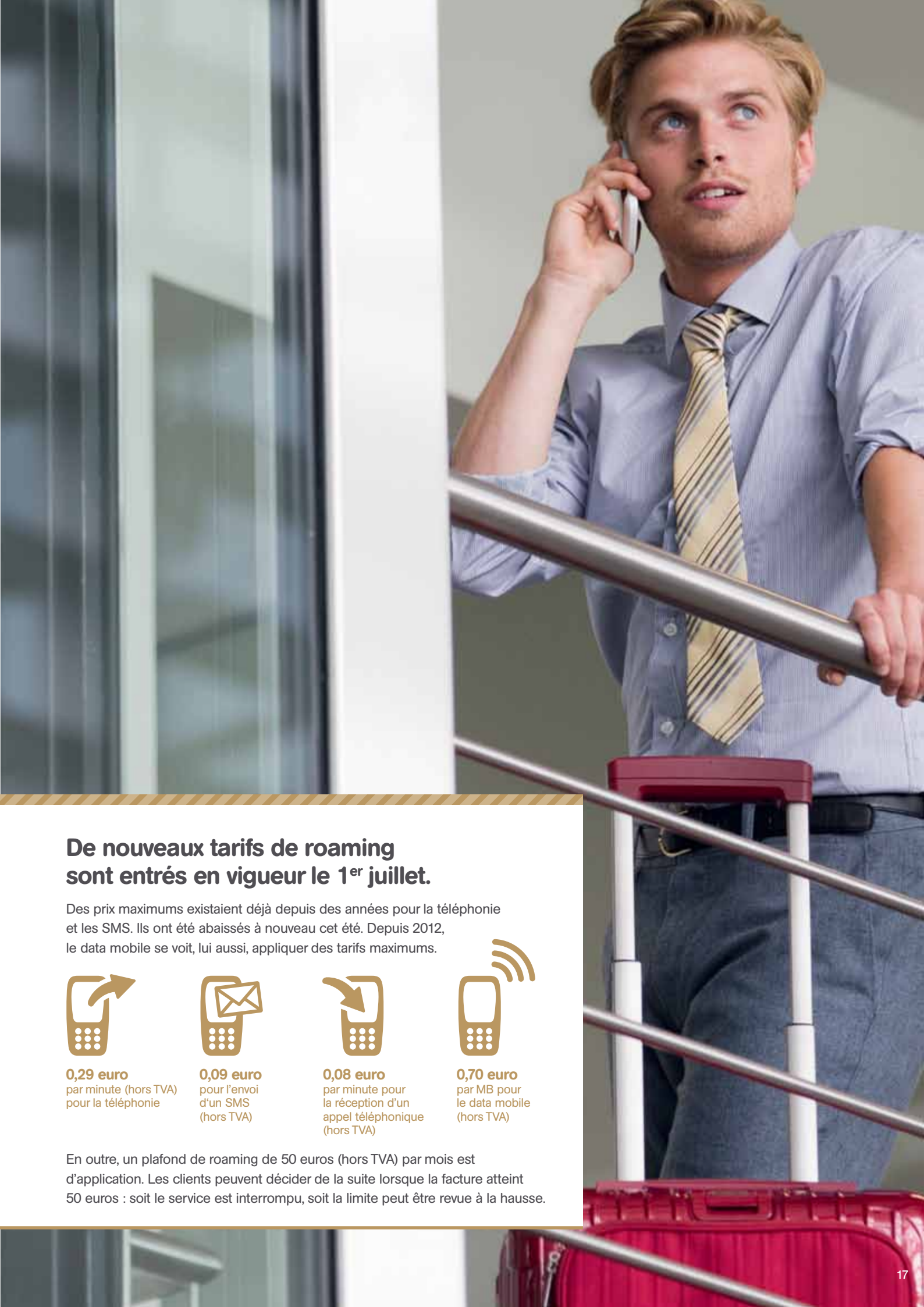
7 %

de pénétration du marché



La récession économique a eu des effets tant directs qu'indirects sur tout l'écosystème du marché des télécoms.

- Les clients sont de plus en plus attentifs à leur budget. Cela a entraîné le lancement de formules de plus en plus agressives.
- Les investissements sont envisagés avec une prudence accrue par les opérateurs télécoms.
- Sur le plan européen, la Belgique fait mieux que certains pays limitrophes. Le niveau d'inflation se caractérise par une amélioration vers la fin de l'année.



De nouveaux tarifs de roaming sont entrés en vigueur le 1er juillet.

Des prix maximums existaient déjà depuis des années pour la téléphonie et les SMS. Ils ont été abaissés à nouveau cet été. Depuis 2012, le data mobile se voit, lui aussi, appliquer des tarifs maximums.

0,29 euro
par minute (hors TVA) pour la téléphonie

0,09 euro
pour l'envoi d'un SMS (hors TVA)

0,08 euro
par minute pour la réception d'un appel téléphonique (hors TVA)

0,70 euro
par MB pour le data mobile (hors TVA)

En outre, un plafond de roaming de 50 euros (hors TVA) par mois est d'application. Les clients peuvent décider de la suite lorsque la facture atteint 50 euros : soit le service est interrompu, soit la limite peut être revue à la hausse.

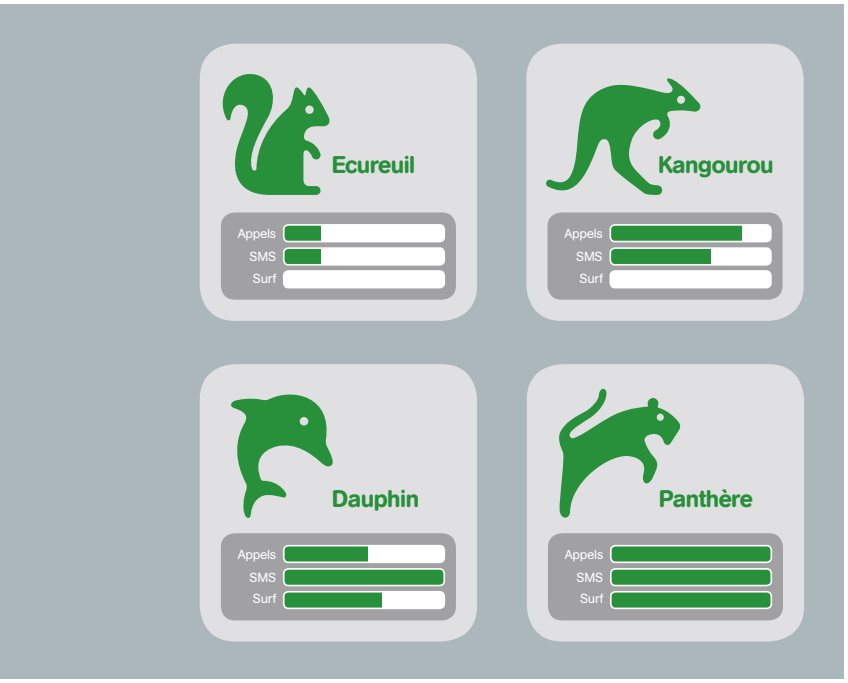
VINTAGE

Le client au centre des priorités

La principale préoccupation des clients ? La simplicité et la transparence. Cela paraît évident, mais Mobistar ne prend pas cet objectif à la légère. L'entreprise a donc complètement revu son offre, l'an dernier, afin de la rendre plus simple et plus transparente. Les services Mobistar ont également été optimisés pour offrir aux clients un soutien encore meilleur.

Plus de transparence et d'avantages pour le client résidentiel en 2012

La nouvelle loi sur les télécommunications est entrée en vigueur le 1er octobre 2012. Mais Mobistar n'a, bien entendu, pas attendu cette date pour agir. En avril, l'entreprise a lancé des formules d'abonnement innovantes qui ont anticipé les exigences de cette loi et se fondent sur la confiance et la transparence.



En 2012, Mobistar a lancé une nouvelle série d'abonnements. Quatre tarifs correspondant à différents profils de communication ont été commercialisés avec succès.

Les animaux préférés des Belges ? L'écureuil, le kangourou, le dauphin et la panthère

Les consommateurs se sont exprimés clairement : ils voulaient pouvoir faire leur choix en toute transparence parmi une offre mobile avantageuse et sur mesure. Ils souhaitaient également garder la maîtrise de leur consommation data. Mobistar a répondu à ces attentes en leur proposant de nouveaux abonnements sans obligation contractuelle. Ecureuil, Kangourou, Dauphin et Panthère ont remporté un succès immédiat.

Une approche à la mesure des besoins des clients existants et nouveaux

Les nouveaux abonnements Ecureuil, Kangourou, Dauphin et Panthère offrent non seulement des tarifs très concurrentiels, mais ils s'accompagnent également d'importantes nouveautés satisfaisant aux critères de la nouvelle loi sur les télécommunications. Des nouveautés introduites bien avant l'entrée en vigueur de ladite loi.

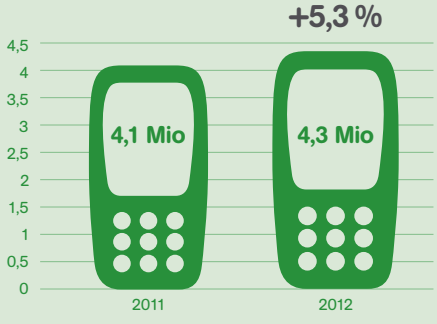
- Les clients peuvent, désormais, opter pour un contrat sans obligation.
- Tous les avantages restent valables à vie.
- Fini les mauvaises surprises liées à la consommation data mobile. Si le client opte pour un abonnement sans volume de surf, son accès à l'internet mobile est automatiquement bloqué.
- Les appels entre tous les numéros Mobistar figurant sur une même facture sont gratuits.

- ‘L’illimité’ est inclus dans presque tous les plans tarifaires, qu’il concerne les appels, les SMS, le surf ou l’accès aux réseaux sociaux.
- Mobistar a lancé le ‘Personal Check Up’ en novembre 2012. Grâce à ce service gratuit, les abonnés reçoivent, tous les 6 mois, l’offre qui répond le mieux à leurs besoins.

Mobistar a terminé l’année avec 8.340 abonnés actifs de plus qu’en décembre 2011.
Fin 2012, 43 % des abonnés résidentiels avaient un ‘plan tarifaire animal’.

Clients actifs pour la téléphonie mobile

(en millions)



LE MARCHÉ RÉSIDENTIEL

Afin de permettre aux nombreux internautes mobiles de profiter de leur smartphone ou tablette en ayant l'esprit encore plus tranquille, Mobistar a conçu deux services intelligents.

Mobistar MyStart : pour appeler et surfer directement

Tout détenteur d'un smartphone peut faire appel à Mobistar MyStart : l'expert d'un Mobistar Center configure son smartphone pour une utilisation immédiate. Le client gagne donc du temps et peut profiter de son appareil immédiatement. Ce service est offert à tous les clients, quel que soit leur opérateur mobile ou leur smartphone.

Travel Data Control : un contrôle total à l'étranger

De nombreux utilisateurs de smartphone ou de tablette n'ont aucune idée de leur consommation data à l'étranger. Grâce à Travel Data Control de Mobistar, le client fixe lui-même une limite, par exemple vingt euros par mois. Une fois ce montant atteint, il est averti par SMS et l'accès à l'internet mobile est bloqué. Un moyen tout simple de garder le contrôle sur son budget.

Mobistar a renforcé son offre prepaid avec 'Internet On Mobile' et 'Plug Mobile'

Le marché des cartes rechargeables est extrêmement concurrentiel. C'est pourquoi Mobistar a cherché des manières innovantes de conquérir de nouveaux segments en 2012. Cette approche s'est révélée fructueuse grâce à deux formules :

Internet On Mobile a été spécialement conçu pour les utilisateurs mobiles intensifs en quête du meilleur réseau au meilleur prix. Dans le cadre de cette formule, tout passe par internet : la commande de la carte SIM, les contacts avec le service clientèle, l'activité sur les médias sociaux et même la recharge. Depuis novembre 2012, les clients Internet On Mobile peuvent recharger leur carte à l'aide d'une application Facebook. Une première belge.

Plug Mobile est un bel exemple de collaboration entre Mobistar et une autre marque. L'objectif ? Conquérir de nouveaux segments de marché où l'entreprise est moins présente. Avec Plug Mobile, que Mobistar a lancé en partenariat avec RTL, l'entreprise cible un public plus jeune et féminin. Ces clients bénéficient d'une formule prepaid simple et avantageuse et regardent gratuitement trois chaînes de RTL Belgium. Ils peuvent également regarder des vidéos à la demande sur leur GSM, participer à des concours exclusifs, etc.

Mobistar conforte sa position dans le domaine des solutions data mobile

La demande pour l'internet mobile, stimulée par l'utilisation des smartphones et des tablettes, s'est nettement accrue en 2012. De plus en plus de consommateurs belges désirent avoir partout et à tout moment accès à internet, à Facebook et Twitter, ainsi qu'à leur messagerie. Près de 80 % des abonnements 'Animaux' vendus comprennent des données mobiles et les consommateurs achètent également davantage de smartphones. Dans les Mobistar Centers, la part des smartphones dans la vente de terminaux atteint les 50 %. Le nombre de clients détenteurs d'un smartphone sur le réseau Mobistar a augmenté de 52 % en un an, passant de 19 % des clients en janvier 2012 à près de 26 % à la fin de l'année. Cette tendance est confirmée par le véritable succès de l'iPhone 5, de l'offre couplée au Samsung Galaxy S3 et de l'action Samsung 'Gio', une offre subventionnée ponctuelle lancée au cours du quatrième trimestre 2012. C'est au quatrième trimestre

PLUG mobile by Mobistar

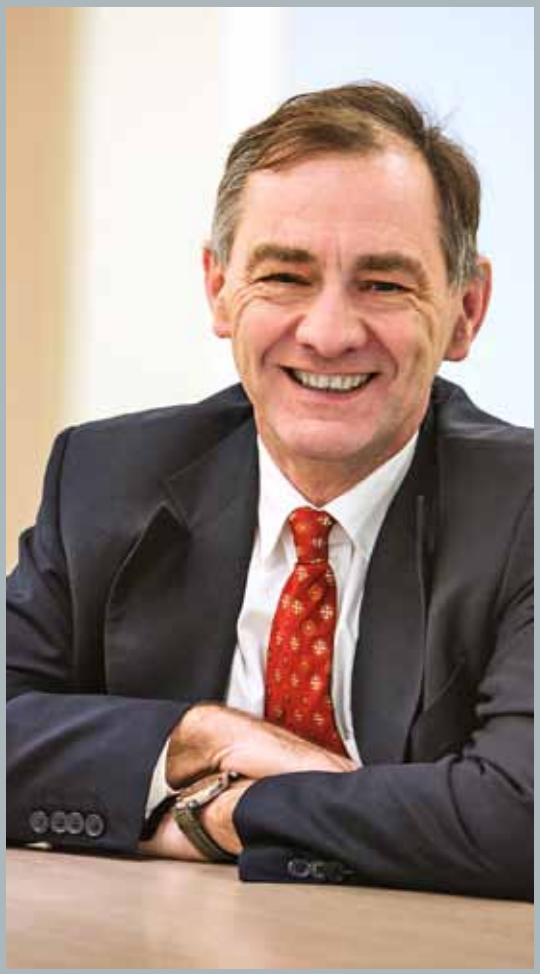
2012 qu'a été enregistrée la plus forte croissance du trafic des données mobiles : celui-ci a augmenté de 70 % par rapport au troisième trimestre 2012. Fin décembre 2012, la part des données mobiles dans le chiffre d'affaires de la téléphonie de Mobistar s'élève à 41,4 %, contre 37,1 % un an auparavant.

Nos services de téléphonie fixe stagnent

Le segment des offres fixes et convergentes reste dominé par les câblo-opérateurs et par l'opérateur télécom historique. Il faudra attendre l'ouverture du câble pour que la concurrence dans le domaine des activités fixes soit stimulée. Même si le processus d'activation des lignes fixes a gagné en efficacité, Mobistar n'a pas relancé ses offres télévision digitale et ADSL au cours du quatrième trimestre 2012. En octobre 2012, Mobistar a néanmoins lancé le programme 'combine & save' destiné à ses clients mobiles, une nouvelle offre pour l'internet, la télévision digitale et la téléphonie fixe. Une offre simple et transparente : plus le client mobile combine de lignes fixes, plus il reçoit d'avantages financiers.

Fin décembre 2012, Mobistar S.A. enregistre 71.985 clients ADSL, contre 79.497 clients ADSL un an auparavant, soit une diminution de 9,4 %. Le nombre de clients TV digitale de Mobistar S.A. s'élève à 27.846 au 31 décembre 2012, ce qui représente une baisse de 18,6 % par rapport aux 34.194 clients un an auparavant. Mobistar S.A. enregistre en 2012 une progression de 3,2 % du nombre de lignes actives en téléphonie fixe, passant de 226.160 lignes actives fin décembre 2011 à 233.342 lignes actives un an plus tard.

ENTRETIEN AVEC DIRK SEGERS



En tant que Director Regulatory Affairs, Dirk Segers suit de près la réglementation en matière de télécommunications pour Mobistar. La nouvelle loi sur les télécommunications ne l'a pas surpris outre mesure.

"Plus de 80 % de cette nouvelle législation consiste à transposer des directives européennes en droit belge. Les 20 % qui restent concernent essentiellement la protection du consommateur. Nous nous y étions donc préparés. La loi sur les télécommunications a apporté un nouveau dynamisme au marché, ce qui a incité de nombreux clients mobiles à changer d'opérateur.

Le marché demeure, toutefois, fermé pour les services fixes, comme la télévision et l'internet à haut débit. Le prix restera trop élevé tant que les câblo-opérateurs ne seront pas obligés d'ouvrir ce marché d'une manière effective. Une récente étude de l'IBPT l'a d'ailleurs reconfirmé. Voilà pourquoi l'ouverture des réseaux câblés représente, pour nous, une nécessité absolue."

"Le marché mobile est, de toute évidence, devenu plus compétitif. Il est grand temps de penser à ouvrir aussi le marché du haut débit et de la télévision."

Une année riche en défis et… en réalisations

2012 fut une année très mouvementée pour le département business de Mobistar, avec une nouvelle organisation, de nouveaux contrats et l'émergence de nouvelles tendances. Un aperçu.

1. Une business unit propre pour le marché professionnel

2012 restera une année charnière sur le plan organisationnel. Le département business a été scindé en deux entités afin d'être plus flexible et de mieux se focaliser sur le marché professionnel : une business unit B2B et un département Sales Channels. La nouvelle business unit B2B sera responsable des services professionnels (B2B), de la vente directe aux entreprises, du marketing B2B et du segment M2M (machine-to-machine). Le nouveau département Sales Channels sera responsable des différents canaux de vente. A travers cette réorganisation, Mobistar entend, d'une part, se donner les moyens de structurer et d'accélérer sa croissance au sein du marché B2B et, d'autre part, professionnaliser davantage les réseaux de distribution et les préparer aux évolutions futures du marché belge.

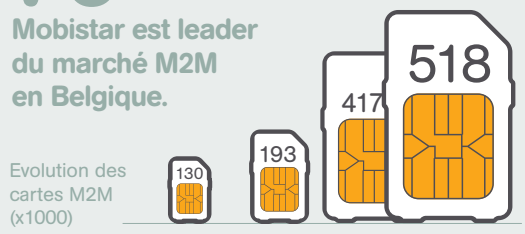
2. Leader de marché pour le segment machine-to-machine (M2M)

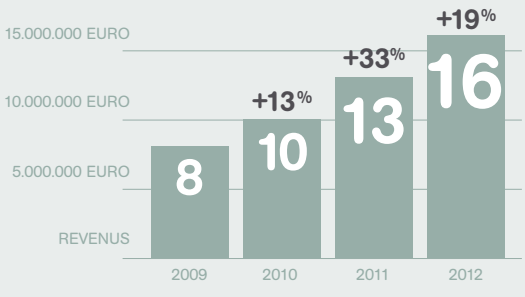
Malgré la concurrence croissante en Belgique et en Europe, Mobistar a su, avec une part de marché de 70 %, rester le leader du marché des applications M2M. Mobistar abrite à Bruxelles l'International M2M Center (IMC). Fin 2012, Mobistar, y compris l'IMC, comptait en Belgique 518.098 cartes SIM M2M actives, soit une augmentation de 24,3 % par rapport à l'année précédente, avec 416.971 cartes SIM M2M actives. Orange Business Services a signé en collaboration avec Mobistar des contrats pour un total de 4,5 millions de cartes SIM M2M. Concrètement, Mobistar comptera bientôt autant de cartes M2M que de cartes traditionnelles pour le trafic vocal. Les marchés émergents sont des secteurs tels que les soins de santé et l'industrie automobile. En 2012, Mobistar a participé à une trentaine de colloques et d'ateliers qui s'adressaient à l'industrie automobile. Ceci nous a entre autres permis, en collaboration avec des centres de connaissance comme Flanders Drive et Eurogreen IT, d'être le partenaire d'un projet pilote pour le rechargement des batteries des véhicules électriques et le télépéage.

3. Nouvelle loi sur les télécommunications, plus d'utilisateurs finaux

La nouvelle loi sur les télécommunications a entraîné des mouvements sur le segment inférieur du marché. En vertu de cette loi, les clients qui disposent de cinq

Avec
70%
Mobistar est leader du marché M2M en Belgique.





cartes SIM ou moins peuvent désormais changer d'opérateur sans indemnité de rupture dès qu'ils sont clients depuis six mois. Mobistar a fait face à cette nouvelle loi en adaptant ses processus, ses applications et son offre. Avec succès, car nous avons finalement bouclé l'année 2012 avec un total de 775.000 utilisateurs finaux, soit quelque 25.000 de plus qu'au début de l'année.

4. Upgrade de l'offre fixe et mobile

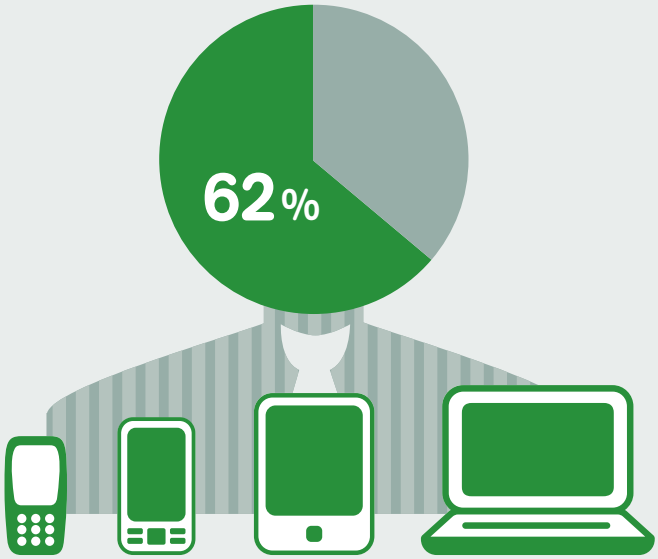
Dans le portefeuille mobile aussi, Mobistar a présenté une offre plus compétitive, caractérisée par des possibilités 'split bill' simplifiées pour dissocier la facture téléphonique de l'employeur de celle de l'employé.

L'offre data fixe et internet a été élargie grâce au service IPVPN de Mobistar vers les destinations étrangères (plus de 180 pays). Grâce à cette plateforme, les différents sites d'une entreprise sont reliés entre eux de manière sécurisée. De nouvelles améliorations ont également été apportées au portefeuille 'fix-data' national avec des connexions VDSL à haut débit et de nouvelles possibilités autour de l'Ethernet (une norme qui permet aux ordinateurs en réseau de communiquer entre eux). Tout ceci permet à Mobistar de satisfaire davantage encore aux besoins de ses clients professionnels, nationaux et internationaux.

5. Accords et partenariats

Après une mise en adjudication européenne, le gouvernement bruxellois a décidé d'attribuer à Mobistar le marché public pour le réseau de télécommunication à large bande Irisnet 2. Mobistar créera une société avec la Région de Bruxelles-Capitale et le CIRB (Centre d'Informatique pour la Région bruxelloise). Cette société, la SCRL Irisnet, se chargera de l'exploitation du réseau de fibres optiques Irisnet 2 et de la fourniture de la téléphonie fixe, des services de transmission de données (internet, mail) et d'autres services liés aux réseaux (vidéoconférence, surveillance caméra, etc.). Dans le segment M2M, Mobistar a su également concrétiser des partenariats avec Atos Worldline (paiements électroniques), BF Engineering (pour le Tracking and Tracing) et Transics, un spécialiste international de la gestion des flottes.

Les managers qui envisagent d'adopter le BYOD dans les 12 prochains mois.



La tendance : BYOD

2012 fut également l'année des abréviations. Il y eut BYOD, pour Bring Your Own Device, le phénomène qui illustre la préférence qu'ont les travailleurs pour l'utilisation de leur appareil privé (smartphone, tablette…), y compris lorsqu'ils sont au travail. Dans la foulée de cette tendance est apparu le MDM, soit le Mobile Device Management, ou encore l'application qui doit gérer et sécuriser le parc d'appareils mobiles au sein d'une organisation.

Le client considère un opérateur télécom tel que Mobistar comme le partenaire idéal et indiqué pour l'aider à relever les défis liés au BYOD. Et les défis ne manquent pas : 62 % des managers qui n'ont pas encore embrassé le phénomène BYOD prévoient de le faire dans les douze mois à venir. Nos propres études le démontrent. Mobistar ne peut évidemment ignorer cette tendance. Nous avons donc créé, en 2012, une équipe de marketing axée sur les services B2B et chargée de développer le portefeuille adéquat pour apporter une solution à ce besoin en 2013 (et plus tard). Ce portefeuille comprendra également des services existants tels que le portail B2B-Customer, les Device Care Services et les solutions Invoice Split.

En 2012, Mobistar est allé loin pour se rapprocher de ses clients

En 2012, Mobistar a encore prouvé qu'il plaçait le client au centre de ses priorités grâce à de nombreuses initiatives qui ont contribué à améliorer la satisfaction. Petit tour d'horizon.

1. Il y en a pour tous les goûts

Avril 2012. Mobistar est le premier opérateur de télécommunications belge à lancer une série d'abonnements extrêmement transparents sans obligation contractuelle. Quelque 612.000 clients ont opté pour un abonnement parfaitement adapté à leurs besoins et à leurs attentes : Ecureuil, Kangourou, Dauphin ou Panthère.

2. Tous les canaux de contact gagnent en accessibilité

Mobistar est particulièrement attentif aux contacts avec ses clients. L'entreprise a donc optimisé ses trois principaux canaux de contact :

- Dans les call centers, Mobistar a introduit des protocoles de travail plus efficaces, engagé de nouveaux collaborateurs et simplifié les menus.
- Dans les points de vente, la rémunération est désormais liée à la satisfaction de la clientèle. Mobistar a également lancé 'Handset Care' (une nouvelle gamme de services) et optimisé le processus de réparation et de remplacement des GSM défectueux.
- Sur le site web, les clients peuvent désormais aussi contacter Mobistar via un formulaire. Le site web résidentiel a, en outre, fait peau neuve en décembre 2012 (voir ci-après).

3. Plus les clients parlent, mieux c'est

Comment Mobistar identifie-t-il les besoins et les attentes de ses clients ? C'est simple : en 2012, l'entreprise leur a donné la parole et a écouté ce qu'ils avaient à lui dire via :

- Le Customer Test Center dans lequel les clients ont pu donner leur avis sur les nouveaux produits
- 'Voice of the Customer', un service qui traite efficacement les plaintes et appels des clients
- Mister Simplicity, qui se focalise sur la simplification de l'offre et effectue les coupes nécessaires.

Mobistar sait, ainsi, précisément comment préserver la satisfaction de ses clients.

4. Une convivialité accrue grâce à un réseau optimisé

Mobistar a beaucoup investi, en 2012, dans l'amélioration de la qualité du réseau :

- Diminution du nombre d'appels perdus par l'amélioration du réseau 2G
- Augmentation de 25 % de la vitesse de l'internet mobile 3G
- 80 % de l'infrastructure 3G est désormais raccordée par des lignes IP haut débit
- Le risque de perturbations a diminué de 50 % après l'introduction des sites partagés pour la 2G et la 3G
- La plateforme IMS nouvelle génération (IP Multimedia Subsystem, une infrastructure standardisée pour les opérateurs de téléphonie désireux de proposer des services multimédias) et ses services Voice-over-IP optimisés ont été installés
- Les anciens systèmes de Voice Mail, SMS, MMS et USSD ont été remplacés par une nouvelle génération à valeur ajoutée, comme les services Visual Voice Mail.

Résultat ? Une augmentation de la simplicité d'emploi et de la satisfaction des clients Mobistar.

5. La charte en faveur de la clientèle

La satisfaction de la clientèle et l'orientation client ont énormément d'importance aux yeux de Mobistar. L'entreprise a donc signé la Charte en faveur de la clientèle, entrée en vigueur le 1er janvier 2012.

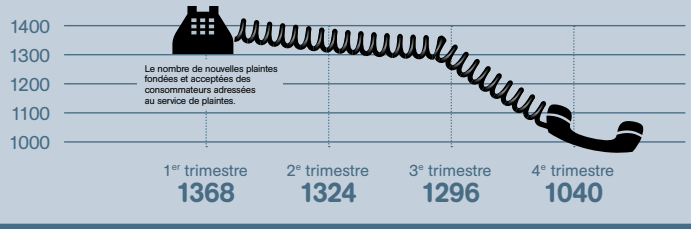
Depuis la signature, Mobistar a pris des mesures afin de satisfaire aux conditions strictes liées à la charte. Mobistar a, par exemple, réduit considérablement les temps d'attente lors des contacts téléphoniques. L'entreprise répond, en outre, plus vite aux courriers et aux mails. Le menu d'options du service clientèle a également été simplifié. Mobistar met tout en œuvre pour satisfaire à l'intégralité des conditions de la charte.

Vous trouverez, ci-après, un aperçu des principaux résultats constatés.

	1er trimestre	2e trimestre	3e trimestre	4e trimestre	Moyenne en 2012
% d'appels répondus*	93.8 %	88.6 %	93.3 %	85.3 %	90.3 %
Temps d'attente moyen**	35"	42"	27"	53"	39"
Régularisation des factures (en jours)***	4.62	7.16	12.41	13.86	9.51

* Le pourcentage d'appels pris par Mobistar par rapport au nombre total d'appels.
** Temps d'attente moyen en secondes entre le moment où l'utilisateur a fait un choix dans le menu et le moment où Mobistar prend son appel.
*** Délai moyen en jours pour la rectification des factures.

Plaintes de consommateurs



En 2012, Mobistar a fait un grand pas en avant sur le plan de la communication en ligne

Le site web résidentiel de Mobistar a été intégralement renouvelé en décembre 2012. L'entreprise a, par ailleurs, renforcé sa présence sur les médias sociaux. En d'autres termes, Mobistar a enregistré, l'an dernier, des progrès sur le plan du numérique.

www.mobistar.be fait peau neuve

En 2012, Mobistar a revu son offre et ses services. Son site web devait suivre le mouvement. Mobistar y a vu une belle occasion de préparer le site web pour les années à venir. Les clients bénéficient, désormais, d'un nouveau design et d'une meilleure ergonomie. Ils trouvent des informations plus ciblées sur les produits et services et accèdent plus facilement à leur espace client. Cela se traduit par davantage de possibilités et de convivialité pour les 3 millions de visiteurs uniques qui surfent chaque mois sur le site.

Les clients peuvent, en outre, effectuer plus facilement des achats en ligne dans la toute nouvelle boutique d'accessoires en ligne. Autre nouveauté : le blog, qui regorge d'informations et de conseils utiles. Citons également le forum où les clients peuvent échanger leurs expériences et s'aider mutuellement.

Mobistar entend encore optimiser l'expérience client sur toutes les plateformes numériques en 2013, tant pour les professionnels que pour les particuliers.

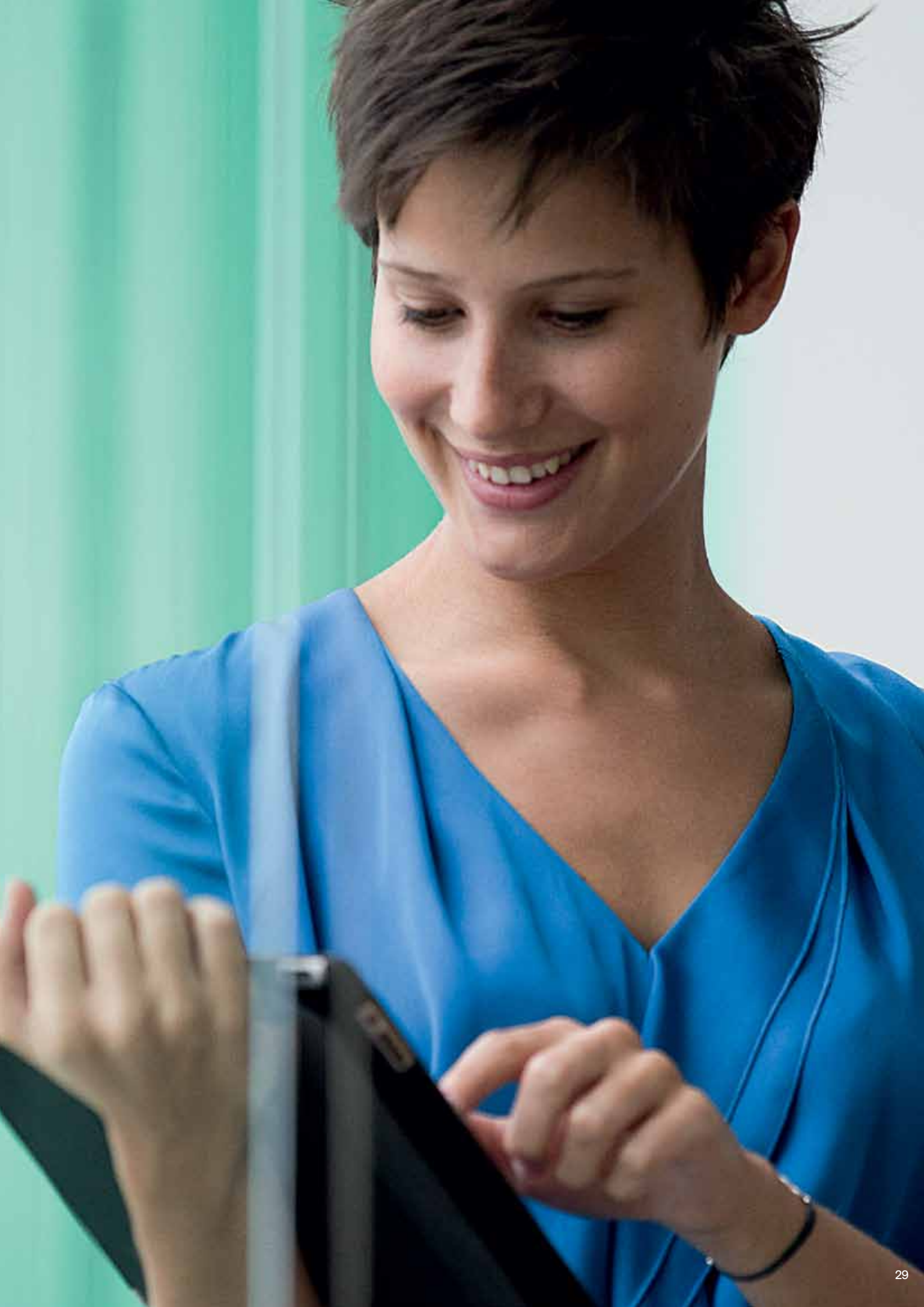
Encore plus proches des clients via les médias sociaux

De plus en plus de clients sont actifs sur les médias sociaux. C'est pourquoi Mobistar a mis en place, en 2012, une équipe interne spécialisée et chargée d'élaborer la stratégie numérique. Mobistar peut, désormais, passer par Twitter, Facebook et LinkedIn pour créer des communautés, parler de ses activités et répondre rapidement aux questions de ses clients.

Grâce aux médias sociaux, il est encore plus facile pour les clients de demander de l'aide ou de donner leur avis sur nos produits et services. Mobistar est, quant à lui, en mesure de réagir plus rapidement, d'apporter directement des réponses ou de prendre des mesures immédiates. C'est précisément ce que l'entreprise entend par 'se rapprocher du client'.

Une autre manière d'acheter

Recherche d'informations sur les produits, commande, paiement, retrait ou livraison, service après-vente… Tout se déroule actuellement via des canaux en ligne et hors ligne. Dans ce contexte, le site web de Mobistar fait office de pivot entre le client, les Mobistar Centers et le service clientèle. Il était donc essentiel de l'optimiser.



Au travail chez Mobistar

Le succès de Mobistar repose en grande partie sur l'enthousiasme de ses collaborateurs. Mobistar tient donc à attirer des personnalités talentueuses. Non seulement les meilleurs profils, mais également des hommes et des femmes capables de prendre des initiatives. Le marché du travail est très compétitif. Mobistar investit donc dans une identité d'employeur attrayante.

Mobistar investit dans le capital humain

Mobistar est une marque forte. Mais cette réputation concerne surtout Mobistar en tant qu'entreprise commerciale. L'image de l'entreprise en tant qu'employeur a encore été renforcée afin de pouvoir attirer de nouveaux talents dans le futur et continuer ainsi à proposer les meilleurs produits et services.

Mobistar s'est fixé un objectif ambitieux : devenir l'un des meilleurs employeurs d'ici 2015. Pour y arriver, Mobistar investit dans le capital humain. En 2012, un Chief People Officer a été nommé afin d'augmenter la satisfaction et la fierté des collaborateurs.
Dans le prolongement de la stratégie générale, la stratégie RH se concentre sur la politique des compétences et de la carrière, sur l'épanouissement des talents et sur la promotion active des valeurs de Mobistar. Une grande attention a été accordée, l'an passé, à l'environnement de travail, au développement des compétences, à la responsabilité sociétale de l'entreprise et à la reconnaissance des talents au sein de l'entreprise.

'Votre talent & Mobistar' un concept RH qui attire

Pour profiler une entreprise comme un employeur à l'image forte, il convient de montrer ses atouts et d'expliquer pourquoi le courant pourrait passer entre l'entreprise et ses collaborateurs talentueux potentiels. A cet effet, Mobistar a créé, en 2012, une campagne de recrutement positive et rafraîchissante avec pour fil rouge : 'Votre talent & Mobistar'. En bref : Mobistar souhaite attirer les personnes adéquates en démontrant clairement qu'elles pourront pleinement déployer leurs talents au sein de l'entreprise.
Ce message s'adressait de manière très ciblée au marché du travail via bon nombre de canaux : dans les journaux et les magazines, via le site internet de Mobistar, dans les médias sociaux et via des bannières en ligne. Une interaction fructueuse a ainsi rapidement vu le jour entre l'entreprise et de nombreux candidats talentueux.

Mais les choses n'en sont pas restées là. Mobistar a aussi impliqué ses collaborateurs talentueux existants dans ce concept bien réfléchi pour démontrer que ces talents sont réellement mis en valeur dans l'entreprise. Il a fait l'objet d'une communication interne et une atmosphère positive a été créée autour du thème du recrutement. Les collaborateurs promeuvent ainsi Mobistar comme un bon employeur sur le marché du travail. Ils partagent, en outre, leurs expériences de travail agréables via toutes sortes de plateformes, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise. 'Votre talent & Mobistar' est un succès qui sera prolongé en 2013.

Les valeurs et l'aura de Mobistar

Pour Mobistar, les valeurs représentent une conviction personnelle de ce qui devrait être le fil conducteur de tout ce que l'entreprise décide et fait. Ces valeurs ont, en outre, été clairement et concrètement formulées sous la forme de quatre piliers. En ce sens, les collaborateurs actuels et futurs savent précisément ce que prône Mobistar, en tant qu'employeur, mais aussi en tant que prestataire de services.

RESPECTFUL

Je tiens compte des gens et de leurs valeurs dans tous mes contacts professionnels.

- Je salue mes collègues
- Je confirme ma présence aux réunions, je m'y tiens et je respecte les horaires des réunions
- J'accorde toute mon attention à mes interlocuteurs
- En dehors du cadre professionnel, je manifeste aussi de l'intérêt pour les collaborateurs et je respecte les limites personnelles de mes collègues
- Je témoigne de mon appréciation pour le travail, l'expertise, les propositions, les avis et le caractère propre de mes collègues

STRAIGHTFORWARD

Je communique de manière ouverte et j'assume la responsabilité de mes actes.

- Je dis ce que je fais et je fais ce que je dis – pas de discours commercial
- Je donne un feed-back rapide et direct à la personne concernée
- Si quelque chose ne me semble pas clair, j'ose poser plus de questions
- Je ne cache pas mes intentions, mes objectifs et mes actes et j'évite toute manipulation
- J'avoue mes erreurs et j'explique comment je compte résoudre le problème

EMPOWERED

Je prends mes responsabilités et j'assume mes actes.

- Je m'engage pleinement dans ce que je fais
- J'obtiens de bons résultats et je ne recule pas devant le premier obstacle
- Mon enthousiasme inspire les autres
- Je saisis toute occasion de m'engager, sans en être prié
- Je comprends la mission, la vision et les valeurs de Mobistar et je les explique spontanément aux autres
- Love, work & play : je m'y engage avec passion

DYNAMIC

Je stimule les idées nouvelles, j'encourage l'apprentissage et j'incite à adopter des angles d'approche différents.

- J'étudie un problème sous différents angles
- Je partage les bonnes et les mauvaises expériences avec mes collègues, afin que nous puissions tous en tirer des leçons
- Je me concentre sur les avantages possibles de nouvelles initiatives ou d'une nouvelle approche
- Je me mets régulièrement à la place du client
- Je ne cesse d'apprendre et d'être curieux, sans pour autant vouloir plaire à d'autres

Tout commence par des collaborateurs satisfaits

Le fait que les collaborateurs Mobistar actuels s'expriment sur un ton positif à propos de leur employeur dans le cadre du concept 'Votre talent & Mobistar' est une bonne chose. Mais il est tout aussi important que ces mêmes collaborateurs se sentent bien dans leur peau et qu'ils transmettent ce sentiment au client. Qu'ils représentent la marque Mobistar avec leurs connaissances professionnelles, leur enthousiasme et leur sourire. Pour ce faire, Mobistar a fortement misé l'an dernier sur 'l'Employer Value Proposition'. L'entreprise souhaite ainsi clairement se positionner en tant qu'employeur et exprimer ce qu'elle a à proposer aux collaborateurs actuels et aux nouvelles recrues, et à quoi ils peuvent s'attendre en contrepartie. Dans ce contexte, le leitmotiv de Mobistar - 'love, work, play, Mobistar' – se pare de vivacité et de dynamisme.

LOVE

Mobistar accueille volontiers des collaborateurs talentueux, à la recherche d'une entreprise qui leur offre des possibilités de s'épanouir sur le plan personnel et professionnel. Une entreprise qui encourage l'initiative et où la diversité est inhérente aux valeurs de l'organisation. Une entreprise qui se préoccupe de l'humain, ainsi que de la société et de l'environnement.

WORK

Tout collaborateur qui entame une carrière chez Mobistar peut compter sur le professionnalisme et la stabilité d'un groupe international, empreint d'un sens de l'entreprise prononcé. Chaque collaborateur participe au succès de l'entreprise et tout le monde est ouvert au feed-back. Le changement et l'innovation ont aussi leur place dans l'organisation. Chaque collaborateur peut alors se développer avec et dans l'entreprise.

PLAY

Le jeu est permis chez Mobistar, à condition de respecter les règles. Les clients, les produits et le travail restent essentiels. Mobistar célèbre ses réalisations et encourage fortement l'esprit d'équipe.

MOBISTAR

Mobistar est convaincu que les collaborateurs doivent prendre leur vie en mains. Avec une flexibilité suffisante quant au lieu et aux horaires de travail, ils trouveront l'équilibre parfait entre 'love, work & play'.

Anne Cambier, Chief People Officer, dirige le département RH renouvelé depuis le 1er octobre 2012, avec pour ambition d'augmenter la satisfaction de nos collaborateurs. Un collaborateur satisfait, débordant d'énergie positive, c'est aussi un client satisfait. Nous lui avons demandé si elle pense suivre le bon cap.

"Nos collaborateurs aiment travailler chez Mobistar et veulent manifestement y rester. Nos valeurs – respect, dynamisme, sincérité et sens de la responsabilité – et notre culture d'entreprise sont autant d'actifs essentiels que nous nous efforçons d'améliorer au quotidien. Tous les collaborateurs font partie d'une entreprise dans laquelle il fait bon vivre et nous souhaitons qu'ils soient fiers de travailler chez Mobistar. Il n'est pas rare de rencontrer des personnes qui comptent déjà 10 ou 15 ans de carrière chez Mobistar. L'attention portée à l'équilibre entre le travail et la vie privée, que nous continuons à promouvoir, y est pour beaucoup. Chez Mobistar, les horaires flexibles et le télétravail sont loin d'être de vains mots. Cette approche est unanimement appréciée.

Le mentorat est une autre nouveauté introduite en 2012. A travers cette initiative, nous avons invité nos seniors à accompagner des juniors. Ce programme s'avère utile non seulement pour les juniors, mais aussi pour nos seniors qui en tirent une grande satisfaction.
Nous nous attendons donc à ce que le programme de mentorat révèle tout son potentiel en 2013. Nous avons, en outre, poursuivi le Leadership Program très réussi de 2011. Ce programme nous a permis d'identifier les forces et les faiblesses des différentes équipes au sein de Mobistar. Le grand défi de notre département pour 2013 consistera à renforcer les différentes compétences. Mais j'ai toute confiance dans le fait que nous le relèverons avec brio."

"Un collaborateur satisfait, c'est un client satisfait."

Mobistar au cœur de la société

Mobistar place très haut la barre en matière de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE). Son engagement vis-à-vis de la société peut même être qualifié d'ambitieux. La clé du succès ? Une approche progressive. Elle a permis à l'entreprise d'aller à nouveau de l'avant en 2012. Dans ce rapport, Mobistar vous dévoilera l'état d'avancement de ses projets.

Contribuer à une société meilleure

L'engagement de tous les collaborateurs est essentiel pour intégrer la RSE au cœur de l'organisation. Au niveau de la direction, un comité RSE a été installé en 2012. Ce comité garantit que les principales lignes de conduite de la stratégie RSE sont suivies.

Mobistar tient à intégrer la RSE dans l'ensemble de l'entreprise, mais aussi dans ses domaines d'activité. Les quatre piliers (employés, clients, société et environnement) constituent la base de la stratégie RSE. Les réalisations au sein de chacun de ces piliers sont présentées dans les pages suivantes.

La RSE, partie intégrante de la stratégie d'entreprise

Fin 2011, Jean-Marc Harion est devenu le nouveau CEO de Mobistar. Son arrivée s'est accompagnée de quelques changements. Le nombre de 'sponsors' au sein du Comité de direction a été réduit de deux à un seul sponsor. De même, le nombre de responsables RSE a été réduit de deux à un responsable, désormais appelé 'manager RSE'.

NOUVEAU

Mobistars Advisory Board

En 2013, Mobistar créera un 'Advisory Board' composé de professionnels indépendants. Cet Advisory Board aura une fonction de conseil stratégique et sera également chargé d'informer Mobistar des innovations en matière de RSE.

Mobistar trouvait aussi important de donner plus de poids à la RSE au sein du Comité de direction. Le Comité de direction s'est donc vu attribuer son propre Comité RSE au sein duquel siègent le CEO, le Secretary General, le Chief Marketing Officer, le Chief People Officer et le Chief Technology Officer.

Cela ne signifie pas la mort de l'ancien Comité RSE. Cette équipe d'une vingtaine de collaborateurs se charge toujours de la gestion des projets sociaux et environnementaux. Il est toutefois important d'éviter la confusion des noms. Ce groupe sera donc désormais, baptisé 'Task Force'. En 2012, les deux groupes, le Comité RSE et la Task Force, se sont réunis quatre fois pour étudier l'évolution du plan d'action RSE.

Le lancement du dialogue avec les parties prenantes

Un plan d'action en faveur du développement durable n'est pas à prendre à la légère. Différentes parties influencent ou sont influencées par les activités de Mobistar. Il est donc intéressant de leur prêter une oreille attentive. Qu'attendent ces parties prenantes, de Mobistar en termes de RSE ? Ces attentes sont-elles conformes à la stratégie RSE existante ?

Mobistar a trouvé certaines réponses en 2012 à l'aide d'une nouvelle initiative : le dialogue avec nos parties prenantes. Une série d'entretiens ont été menés avec des personnes intéressées en interne et en externe. Au sein de l'entreprise, des collaborateurs

ENTRETIEN AVEC PAUL-MARIE DESSART, SECRETARY GENERAL

Mobistar fait un pas décisif vers une responsabilité sociétale assumée. En effet, par-delà une structure uniforme de son organisation RSE, Mobistar s'est dotée d'une gouvernance lui permettant de rencontrer les défis de la responsabilité sociétale, saisissant que ce mouvement est une lame de fond rencontrant ses préoccupations business.

A cet effet, Mobistar a créé un 'Advisory Board' composé de personnalités externes à l'entreprise et dont les compétences dans le domaine sont reconnues. "Cette entité servira d'écho à la politique que met en place Mobistar pour la faire progresser dans ce domaine. En outre, une plateforme au niveau du comité exécutif est chargée de diriger la politique choisie alors qu'un réseau d'ambassadeurs de la RSE l'animera sur le terrain de l'entreprise. Ces différents niveaux de réflexion, de décision et d'animation sont le gage d'une politique ambitieuse et dynamique que Mobistar veut mener à bien afin de jouer un rôle moteur dans l'avancée de la RSE en son sein."

"Nous pensons également que la RSE n'est pas uniquement l'affaire du management, les team members doivent également s'en saisir et s'approprier cette vision. C'est pour répondre à une demande du personnel que le bénévolat d'entreprise s'en trouvera promu et encadré afin que chacun puisse participer à ce nouvel élan. Nous sommes confiants que ce défi sera relevé par tous, avec enthousiasme et efficacité, pour enclencher tant une nouvelle approche collective de nos marchés que des changements de comportement individuel, gage d'un développement durable du secteur des télécommunications."

de 15 équipes différentes ont été interviewés. Mobistar a également invité des professionnels du monde politique, social et économique à un entretien.

Les résultats montrent que la majorité des parties prenantes accorde beaucoup d'importance au service clientèle, à la transparence des offres ainsi qu'à un réseau de qualité. Les entreprises de télécommunications devraient, selon elles, se concentrer en priorité sur leur cœur de métier.

Autres sujets importants aux yeux des parties prenantes : un usage sûr et responsable des produits et services ainsi que la contribution de Mobistar au développement économique local.

Le dialogue avec les parties prenantes a permis de mettre au jour les attentes des intéressés. Mobistar connaît maintenant les thèmes importants à leurs yeux. De quoi aider l'entreprise à adapter sa stratégie RSE en 2013. L'expérience client, la responsabilité par la transparence et le soutien aux écosystèmes locaux bénéficieront donc de la plus grande attention de Mobistar dans le prochain plan d'action.

LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE

Sur la bonne voie du développement durable

Il est encourageant d'être reconnu pour les activités RSE mises en place. L'organisation a, notamment, obtenu le label écodynamique et le certificat Top Employer België – Belgique 2012 l'année dernière. Mais Mobistar ne se repose pas sur ses lauriers, car il y a encore du pain sur la planche. Ces deux reconnaissances constituent avant tout une motivation pour poursuivre sur la voie de la RSE.

Label écodynamique

Mobistar a entamé, en 2012, la procédure d'obtention du label 'Entreprise écodynamique', une reconnaissance officielle décernée par l'Institut bruxellois pour la gestion de l'environnement. Une, deux ou trois étoiles sont décernées en fonction des performances environnementales de l'entreprise en question. L'octroi des labels est l'affaire d'un jury composé de représentants d'institutions publiques, d'associations environnementales et de consommateurs, de fédérations d'entreprises et d'universités.

Mobistar a reçu le label de l'Institut bruxellois pour la gestion de l'environnement avec le maximum de trois étoiles. Même s'il s'agit du meilleur résultat, Mobistar n'entend pas, pour autant, mettre son engagement environnemental en veilleuse. Au contraire, les efforts courent sur le long terme et sont sujets à une amélioration continue.

Top Employer België – Belgique 2012

Mobistar est l'une des 54 entreprises à avoir obtenu le certificat 'Top Employer België – Belgique 2012' cette année. Ce label de qualité est uniquement décerné aux organisations qui atteignent le plus haut niveau en termes de RH. Autrement dit, aux meilleurs employeurs belges. L'analyse indépendante a été réalisée par l'Institut CRF, spécialiste des études internationales relatives aux conditions de travail primaires et secondaires, à l'environnement de travail, à la formation et au développement, aux possibilités de carrière et à la culture d'entreprise. L'institut a octroyé les meilleurs points aux excellentes conditions de travail de Mobistar et à la très bonne culture d'entreprise.

On ne peut pas gérer ce qu'on ne mesure pas

La RSE est un processus d'amélioration continu. D'où l'importance du feed-back des parties prenantes, mais aussi d'une bonne évaluation des résultats.

En 2012, Mobistar a continué d'améliorer son reporting relatif à sa politique RSE. Un audit interne avait déjà été effectué en 2011 en fonction d'une quarantaine d'indicateurs RSE dans les domaines sociaux et environnementaux. Cet audit a été réitéré pour les résultats de 2012.

Les nouveaux constats indiquent une bonne maîtrise générale des indicateurs. Les indicateurs de 'déchets' devraient, toutefois, être renforcés et précisés. Mobistar prévoit donc une amélioration de la gestion et de la surveillance de ces indicateurs en 2013.

INDICATEURS RSE 2012

ENVIRONNEMENT

Code GRI	Indicateurs	Unités	2010	2011	2012
EN3	Quantité de fuel (tout bâtiment, tout usage)	m^3	414	464	322
EN3	Quantité de gaz	m^3	229.206	144.729	238.140
EN4	Emissions de CO_2 dues à l'usage de fuel	tonnes CO_2	1.110	1.244	862
EN4	Emissions de CO_2 dues à l'usage de gaz	tonnes CO_2	442	279	460
EN4	Emissions de CO_2 dues à la combustion de tout carburant dans nos établissements (hors véhicules)	tonnes CO_2	1.552	1.523	1.322
EN4	Quantité totale d'électricité utilisée	GWh	83	108	110
EN16	Emissions de CO_2 dues à l'utilisation de l'électricité	tonnes CO_2	0	0	0
EN3	Quantité de diesel utilisée pour les véhicules	litres	1.818.498	1.888.664	1.862.598
EN5	Emissions de CO_2 dues aux véhicules	tonnes CO_2	5.001	5.194	5.122
EN29	Distance parcourue en avion	km	1.179.835	1.253.189	1.169.243
EN16	Emissions de CO_2 liées aux déplacements en avion	tonnes CO_2	212	226	210
EN29	Distance parcourue en train	km	-	866.188	1.353.461
EN16	Emissions de CO_2 liées aux déplacements en train	tonnes CO_2	13,5	42	66
EN	Quantité d'énergie renouvelable utilisée	GWh	83	108	110
EN	Emissions totales de CO_2 évitées grâce à l'utilisation d'énergie verte	tonnes CO_2	21.630	26.787	23.888
EN22	Terminaux mobiles collectés auprès des clients	nombre	-	-	34.924

INDICATEURS RSE 2012

EMPLOYÉS

Code GRI	Indicateurs	2010	2011	2012
LA1	Nombre total d'employés	1.635	1.771	1.787
LA1	Nombre total de CDD	7	8	14
LA13	Nombre d'hommes cadres	441	459	467
LA13	Nombre de femmes cadres	149	171	174
LA1	Moyenne d'âge du personnel	37,1	37,2	37,7
LA2	Nombre de licenciements	70	77	101
LA2	Nombre de recrutements externes	213	342	239
LA2	Nombre de démissions	54	105	104
LA1	Nombre total d'employés année précédente	1.418	1.628	1.763
LA2	Nombre de départs d'employés hommes	81	153	153
LA2	Nombre de départs d'employés femmes	43	35	58
LA2	Nombre de départs d'employés âgés de <30 ans	37	82	77
LA2	Nombre de départs d'employés âgés de 30 à 50 ans	83	101	127
LA2	Nombre de départs d'employés âgés de >50 ans	4	5	7
LA10	Nombre total d'employés formés	1.369	1.692	1.992
LA10	Nombre d'heures de formation	40.849	60.261	57.987

Employés

Télétravail

Une chose est sûre : Mobistar croit au télétravail. Ses avantages sont nombreux. Les team members passent moins de temps dans les embouteillages. Ils bénéficient d'un environnement de travail calme, d'heures de travail flexibles et d'un meilleur équilibre entre travail et vie privée. L'entreprise, quant à elle, réalise des économies sur les frais de déplacement et réduit son empreinte écologique. Tout le monde en sort donc gagnant : les employés, la planète et Mobistar.

RÉALISATIONS 2012

- Les efforts de Mobistar en faveur du télétravail ont, à nouveau, été récompensés. Cette année, 1.000 collaborateurs sont passés au télétravail pour au moins un jour, soit 80 de plus que l'an dernier.
- L'automne dernier, Mobistar a participé, pour la deuxième fois, à la Journée nationale du télétravail, une initiative destinée à promouvoir le travail à distance. Plus de 350 collaborateurs ont travaillé à domicile le 22 novembre. Une belle augmentation par rapport à 2011 où 293 collaborateurs avaient participé à cette action.

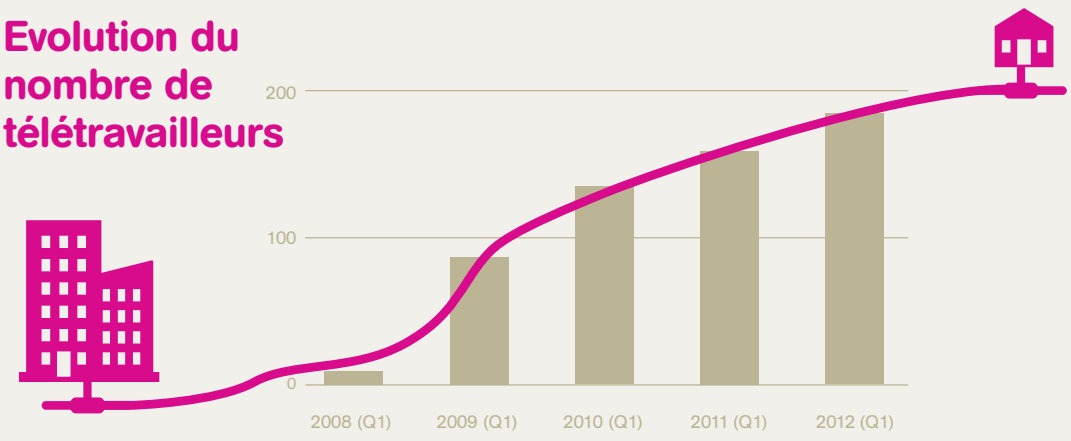
Environnement de travail

Mobistar a intégré, en 2010, le bâtiment Sirius où règne le principe du 'Flex desk'. En 2012, certaines adaptations et améliorations ont été apportées afin de garantir un environnement de travail à la fois serein et stimulant.

RÉALISATIONS 2012

- Mobistar veut donner à ses collaborateurs la possibilité de travailler dans des zones de travail favorisant la concentration, mais aussi les échanges entre collaborateurs. En 2011, plusieurs zones pilotes avaient été aménagées, dont des zones de réunion, de téléphone et de concentration. L'an dernier, Mobistar a étendu ces aménagements à tout le bâtiment Sirius. L'entreprise a, en outre, fait des efforts pour encore mieux séparer les différentes zones les unes des autres.

Evolution du nombre de télétravailleurs



Santé et bien-être au travail

Mobistar estime qu'il est de sa responsabilité de fournir divers services en matière de santé.

RÉALISATIONS 2012

- L'an dernier, 292 collaborateurs ont été vaccinés contre la grippe.
- En 2012, Mobistar a offert la formation Allen Carr pour lutter contre le tabagisme. Au total, 6 collaborateurs sont parvenus à arrêter définitivement de fumer.
- Cette année, la santé et la vue de 288 collaborateurs ont été testées.
- Une activité physique régulière contribue à réduire le stress. Les collaborateurs de Mobistar ont donc eu, en 2012, la possibilité de participer à des activités comme le tai-chi, le Pilates, la sophrologie, la Zumba et la danse rythmique. Un vrai succès, puisque 665 participants ont suivi ces cours.
- Mobikids, le projet qui accueille les enfants des collaborateurs en période de vacances scolaires, gagne encore en popularité. En 2012, 173 enfants ont participé aux activités, contre 148 en 2011.

Diversité

Dans sa démarche RSE, Mobistar met également l'accent sur la diversité avec une attention particulière portée à la diversité en genre et en âge. L'objectif d'atteindre une proportion hommes-femmes de 65 % - 35 % d'ici 2015 reste d'actualité.

RÉALISATIONS 2012

- Mobistar tient à soutenir la recherche sur la diversité au travail. L'entreprise a donc conclu, en avril, un partenariat avec l'université de Liège et le centre de recherche SEIN (Sociaal Economisch Instituut) de l'université d'Hasselt. Une chaire commune intitulée 'Diversité et innovation sociale' a été créée pour une période de quatre ans.
- Cette année, Anne Cambier, Chief People Officer chez Mobistar, faisait partie du jury de 'l'AXA Wo_Men@Work Award'. Ce prix récompense les cadres qui s'engagent personnellement en faveur d'une répartition hommes-femmes équilibrée au sein de la direction de leur entreprise.
- Un groupe de travail qui contribuera à l'établissement d'un plan pour l'emploi des collaborateurs de différentes catégories d'âge a vu le jour en décembre. Ce groupe met sur pied des initiatives destinées aux collaborateurs âgés et consent des efforts pour attirer les jeunes talents.

Santé et bien-être des collaborateurs en 2012

Clients

Protection des données

En sa qualité d'opérateur de télécommunications, Mobistar propose chaque jour de nouveaux services digitaux, ce qui augmente sans cesse le flux de données clients disponibles. En raison de la confidentialité et de la sensibilité de ces informations, Mobistar doit gagner la confiance de ses clients. Ceux-ci doivent savoir que leurs données sont en de bonnes mains chez Mobistar. Il est donc essentiel de parler ouvertement de ce qu'il advient des données et du contrôle permanent que le client garde sur elles.

RÉALISATIONS 2012

- Début 2012, Mobistar a lancé une campagne d'affichage dans ses bureaux. L'objectif était clair : faire en sorte que tous les collaborateurs soient conscients qu'ils doivent traiter les données qu'ils manipulent chaque jour avec prudence et discrétion. Ce type de communication a été réitéré à maintes reprises pour informer les nouveaux collaborateurs.
- Les aspects de protection des données ne sont pas les mêmes pour une équipe marketing que pour le service clientèle. Des séances d'information spécifiques ont donc été organisées pour les différents départements.
- Mobistar a travaillé, l'an dernier, sur les procédures de gestion des incidents. Si une personne non mandatée tente d'accéder à certaines données, Mobistar doit pouvoir assurer un bon suivi. Mobistar s'est chargé des codes de conduite nécessaires, comme une politique de cookies.
- Mobistar a réalisé, en 2012, une analyse approfondie de toutes les menaces internes et externes en vue d'inventorier les vulnérabilités et de les aborder au mieux. Mobistar pourra bientôt s'atteler au renouvellement de son infrastructure de sécurité.

Société

Participate!

Le projet Participate! en faveur des personnes ayant de l'autisme est le principal projet social de Mobistar. Depuis 2006, il réunit des spécialistes de l'autisme, des parents et Mobistar autour d'un objectif commun : améliorer la qualité de vie des personnes qui souffrent d'autisme et de leur entourage.

RÉALISATIONS 2012

- Le site web interactif Participate! fournit des informations de qualité et accessibles aux parents confrontés au diagnostic de l'autisme. Ce site se compose de trois modules. Le premier module comprend des informations théoriques, mais aussi des vidéos qui illustrent cette théorie par des cas concrets. Le deuxième volet donne des conseils sur l'enseignement et la vie quotidienne. Le troisième module, un guide pratique, a été achevé en 2012. Trois psychologues ont élaboré le contenu sous l'égide d'un comité scientifique de spécialistes et de parents. Ce module renferme également 'Le carnet de route', un outil pratique que les parents peuvent utiliser pour partager des informations sur leur enfant avec leur entourage.
- Dans le courant de 2012, Participate! a multiplié ses actions de sensibilisation à l'autisme. Plusieurs formations sur l'utilisation du site web ont également été organisées.

Volontariat

Mobistar encourage ses collaborateurs à entreprendre des actions de volontariat. L'intérêt pour de telles actions ne cesse de croître.

RÉALISATIONS 2012

- Le mois de juin était placé sous le signe de 'Mobicents' chez Mobistar, une action qui permettait aux team members de se débarrasser de leurs cents au profit d'une bonne cause. L'action a permis de collecter 80 kilos de pièces en cuivre, soit 1.080 euros. L'argent a été remis par un groupe de volontaires de Mobistar à l'ASBL 'Opération Thermos' pour la distribution de 600 repas chauds gratuits aux sans-abri de la gare de Bruxelles-Central. Cette distribution a été menée par une équipe de team members volontaires.

Actions de solidarité

Mobistar participe à plusieurs actions de solidarité depuis plusieurs années. Et 2012 n'a pas fait exception.

RÉALISATIONS 2012

- En collaboration avec d'autres opérateurs belges, Mobistar se mobilise en faveur de différentes actions de collecte de fonds par SMS. Les opérateurs ne facturent pas l'envoi de ces SMS. Le montant du SMS est intégralement reversé au profit d'une œuvre caritative. Pour entrer en ligne de compte, les actions doivent avoir trait à une catastrophe naturelle ou une action à portée nationale ou régionale. L'an dernier, Mobistar a participé, selon la tradition, à Cap 48, la campagne de solidarité de la RTBF, ainsi qu'à différentes actions de la VRT et de Q-Music. Mobistar a également apporté son soutien à la campagne 'Un SMS pour un SDF' du SAMU social de Bruxelles.
- Depuis 2004, Mobistar offre son matériel informatique usagé à l'ASBL Close the Gap. Cette organisation recycle les appareils et les utilise pour des projets éducatifs dans les pays en développement. En 2012, Mobistar a offert 733 postes de travail, dont des fax, des ordinateurs portables, des ordinateurs de bureau et des imprimantes.
- Tout comme les autres années, Mobistar a organisé, en 2012, 2 actions de collecte de sang en collaboration avec la Croix-Rouge. Au total, 171 collaborateurs ont donné leur sang.

Chez Mobistar, l'engagement social n'est pas cantonné à quelques collaborateurs, mais est largement soutenu par plusieurs départements. Ce qui conduit, comme vous le voyez ci-contre, à de beaux résultats.

'Opération Thermos'

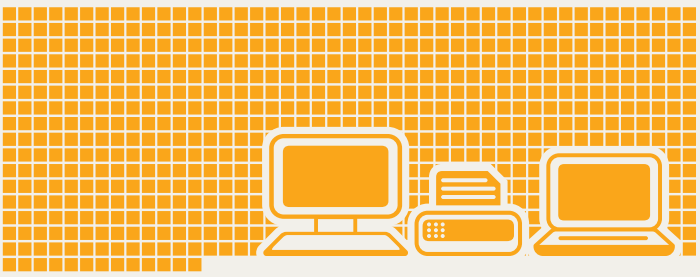
4 soirées

90 volontaires Mobistar

600 repas

171 collectes de sang

733 dons à Close the Gap



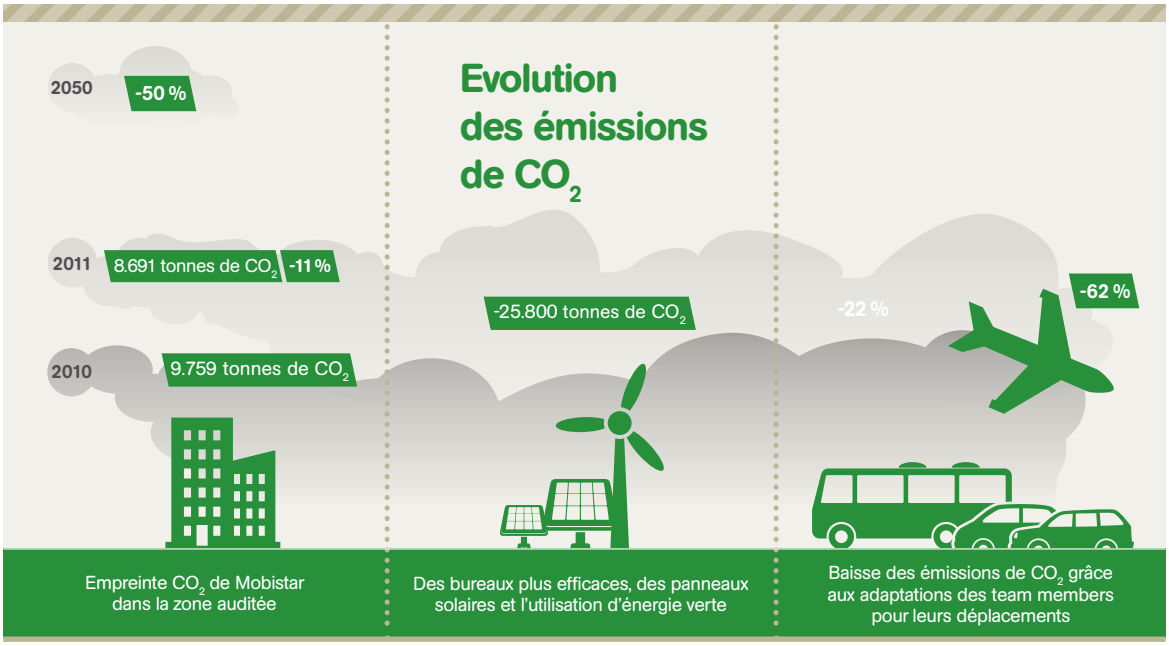
Environnement

Bilan CO_2

L'objectif de Mobistar consiste à réduire les émissions de CO_2 de l'entreprise de 50 % à l'horizon 2020.

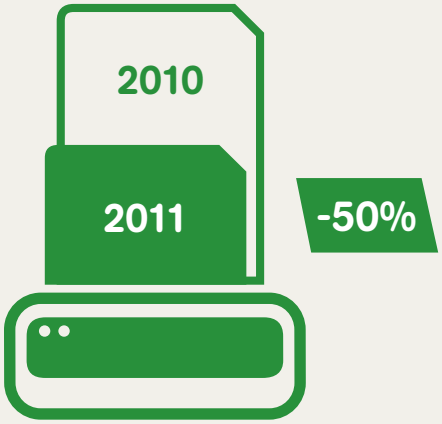
RÉALISATIONS 2012

- En 2012, Mobistar a à nouveau fait appel à la société CO2logic afin de réaliser son bilan CO_2 sur la base des données enregistrées en 2011.
- Pour le périmètre audité, Mobistar affiche une empreinte de 8.691 tonnes de CO_2 en 2011, ce qui correspond à une diminution de 11 % par rapport à 2010.
- Grâce à un programme intensif de télétravail et d'utilisation des transports en commun, Mobistar a réduit de 22 % les émissions dues aux déplacements.
- La consommation de papier a été réduite de plus de 50 % grâce à un système d'impression centralisé, et l'introduction de facturation électronique.
- Une réduction de l'utilisation de l'avion en faveur du train a permis de réduire les émissions de ce poste avec 62 %.
- S'y ajoutent aussi des bureaux plus efficaces, des panneaux photovoltaïques et l'utilisation d'électricité verte qui a permis d'éviter 25.800 tonnes de CO_2 en 2011.



- L'utilisation d'électricité verte n'empêche évidemment pas l'ambition de Mobistar de réduire sa consommation d'énergie. En éliminant l'impact climatique de l'électricité à travers l'utilisation d'électricité verte, l'empreinte carbone est dominée par l'utilisation des voitures de société. Avec une politique approfondie pour les voitures de société, intégrant la vidéoconférence, les cours d'écoconduite, des émissions moyennes de 121 g CO_2/km pour les voitures nouvelles, l'achat de voitures électriques, etc.

Evolution de la consommation de papier



ENTRETIEN AVEC JAN JANSSEN, CO2LOGIC

"Chez CO2logic, nous savons mieux que quiconque que la transition vers une politique à faible intensité carbone est loin d'être évidente. Nous apprécions d'autant plus l'enthousiasme et la persévérance des entreprises qui tentent de vaincre l'inertie du statu quo."

"Dans le secteur des télécommunications, qui doit toujours suivre les dernières technologies, il est très difficile de réduire la consommation énergétique absolue. Mobistar cherche, néanmoins, activement des mesures pour augmenter l'efficacité énergétique et utilise de l'électricité verte depuis des années. Sur le plan de la mobilité, Mobistar applique une politique très poussée et, sans aucun doute, avant-gardiste. Les mesures les plus innovantes et les plus variées s'ajoutent chaque année à l'ambitieuse liste de mesures de réduction."

"Il est impressionnant de constater à quel point une équipe motivée de collaborateurs de Mobistar met tout en œuvre pour minimiser l'impact climatique."

Objectif de 2015 déjà atteint

L'ambition de Mobistar était de n'émettre en moyenne que 120 grammes de CO_2 par nouveau véhicule commandé en 2012. Un objectif largement atteint. Les émissions de l'an dernier s'élevaient, en moyenne, à peine à 112 grammes, soit l'objectif de 2015. Mais ce n'est pas une raison pour nous reposer sur nos lauriers : les objectifs seront donc ajustés.

Mobilité

En 2012, Mobistar a, à nouveau, réalisé de gros efforts pour réduire l'utilisation de la voiture et encourager les moyens de transport alternatifs et le télétravail.

RÉALISATIONS 2012

- En 2012, Mobistar a mis cinq voitures électriques partagées à la disposition du personnel. Ceux qui le désiraient pouvaient tester les véhicules électriques pour se rendre, par exemple, à un rendez-vous professionnel. Au total, 30.000 kilomètres ont été parcourus, soit une réduction estimée à 3,5 tonnes de CO_2.
- Outre une liste classique de voitures, Mobistar a développé l'an dernier une liste distincte reprenant uniquement des véhicules de société électriques et hybrides. Une première pour une entreprise belge.
- Le covoiturage n'a pas eu beaucoup de succès ces dernières années chez Mobistar. Pour donner un nouveau souffle à ce concept, l'entreprise travaille avec Djengo depuis septembre. Cette nouvelle plateforme web rend le covoiturage beaucoup plus accessible, notamment grâce à un agenda de covoiturage et un logiciel permettant de faire correspondre les trajets des team members.
- Une flotte de dix vélos partagés a également été acquise. Mobistar encourage tout un chacun à effectuer ses petits déplacements à vélo.
- Après un test fructueux en 2011, les cours d'écoconduite ont été repris dans l'offre de formations de 2012. Une quarantaine de collaborateurs se sont inscrits et ont réduit leur consommation de carburant de 8 % en moyenne.
- L'an dernier, Mobistar a remporté le Green Fleet Award 2012, un prix décerné aux entreprises qui travaillent activement à une politique de flotte plus écologique.
- Pour encourager les team members à délaisser leur voiture de société au profit des transports en commun, Mobistar a offert à ceux qui le souhaitaient un abonnement Railease gratuit. Cette formule leur permet de rejoindre le bâtiment Sirius en train un jour par semaine, durant toute l'année.

Energie

Mobistar entend diminuer sa consommation d'électricité, de gaz et de diesel en s'inscrivant dans une démarche d'utilisation rationnelle de l'énergie avec une préférence pour l'énergie renouvelable. Depuis 2008, Mobistar consomme uniquement de l'énergie verte issue de sources certifiées 100 % renouvelables, ce qui permet de réduire les émissions de CO_2 de 28.000 tonnes par an.

Les 5 grands domaines par ordre de consommation énergétique sont : le réseau GSM, le réseau fixe et internet, les sites centraux télécom et les centres informatiques, les bureaux et les Mobistar Centers.

RÉALISATIONS 2012

- L'ensemble des actions menées en 2012 a engendré une économie de 735.000 euros.
- Fin 2011, des actions ont été lancées dans chacun des domaines pour lequels un bilan des consommations avait été dressé.
- Installation d'appareils 'smart metering' avec cartes M2M afin d'optimaliser le suivi de consommation à tout moment et à distance.
- Plusieurs initiatives ont été menées dans les centres techniques :
  - remplacement d'équipements par des équipements plus efficaces et sans gaz à effet de serre
  - installation et utilisation de 'free-chilling' (utilisation de l'air frais extérieur pour refroidir le bâtiment)
  - augmentation de la température de consigne des core sites pour réduire l'utilisation de la climatisation.
- Les fonctionnalités existantes du bâtiment Sirius ont été optimisées : détecteurs de présence pour l'éclairage, installation d'énergie solaire, isolation maximale du bâtiment et gestion automatisée des températures.
- Un grand programme de rationalisation, virtualisation et consolidation de l'infrastructure des serveurs informatiques a été réalisé, ce qui réduit énormément la consommation.
- Plusieurs actions visent les magasins, dont l'installation d'un 'timer' pour l'air conditionné.

Déchets

Mobistar organise toute l'année, des actions destinées à réduire les déchets et à en encourager la réutilisation. Les déchets qui subsistent sont triés au mieux.

RÉALISATIONS 2012

- Les collaborateurs ont été incités à produire le moins de déchets possible, notamment en réutilisant les gobelets et les feuilles de brouillon.
- Des points de collecte distincts ont été aménagés pour le matériel d'écriture et les bouchons en plastique. Les recettes des ventes à une entreprise de recyclage ont été intégralement reversées au Belgisch Centrum voor Geleidehonden.
- La Semaine européenne de la réduction des déchets, à laquelle Mobistar a une nouvelle fois participé, fut l'occasion idéale de lancer de nouvelles actions et de mettre sous le feu des projecteurs les activités relatives aux déchets déjà connues.
- Mobistar veut utiliser autant que possible des fournitures de bureau recyclables. En 2012, un catalogue interne contenant des articles écologiques a été lancé en ce sens en collaboration avec le fournisseur Lyreco.

Projets 2013

En 2013, le groupe France Télécom évaluera la gestion des déchets de sa filiale Mobistar. Pour améliorer les processus, il analysera la gestion des déchets au niveau des bureaux, des magasins et de l'infrastructure réseau de Mobistar.

PILIER	ENGAGEMENT		
EMPLOYES	Permettre aux team members de travailler dans un environnement stimulant, d'être reconnus pour leur contribution et de développer leur potentiel	ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL	Développer un environnement de travail stimulant la créativité et favorisant la collaboration efficace entre les employés ainsi qu'un état d'esprit serein
		FORMATION ET DEVELOPPEMENT PERSONNEL	Permettre aux employés de développer leur potentiel
		SANTE ET BIEN-ETRE AU TRAVAIL	Garantir un bon équilibre entre vie privée et vie professionnelle et lutter contre le stress
		TELETRAVAIL	Permettre la flexibilité et la mobilité des collaborateurs (aménagement du temps de travail + réduction des émissions carbone)
		DIVERSITE	Favoriser la diversité et l'équité parmi les team members
CLIENTS	Offrir un service de qualité, la sécurité et la transparence	PROTECTION DES MINEURS D'AGE	Assurer la protection des enfants et des adolescents quant à leur accès à certains contenus inappropriés
		PROTECTION DES DONNEES	Respecter le cadre légal et la vie privée
		DIALOGUE AVEC LES CLIENTS	Etre à l'écoute et pouvoir répondre favorablement aux attentes des clients
SOCIETE	Favoriser l'inclusion sociale et digitale	ASSOCIATION PARTICIPATE!	Améliorer la qualité de vie des personnes atteintes d'autisme et de leur famille grâce au développement et à la diffusion d'outils favorisant l'intégration et l'autonomisation de ces personnes
		VOLONTARIAT	Permettre aux team members de s'engager socialement en pratiquant du bénévolat
		ACTIONS DE SOLIDARITE	Mettre à disposition de ceux qui en ont besoin des infrastructures et du matériel, notamment informatique
		ETHIQUE	Garantir un fonctionnement éthique et responsable de nos procédures d'achats et de nos relations avec les fournisseurs
ENVIRONNEMENT	Diminuer l'impact sur l'environnement	BILAN CARBONE	Réduire nos émissions de CO_2
		ENERGIE	Réduire la consommation de gaz et d'électricité et avoir recours aux énergies vertes et renouvelables
		MOBILITE	Réduire l'impact environnemental des trajets des team members entre leur domicile et leur lieu de travail
		DECHETS	Réduire l'impact environnemental en encourageant la réutilisation, puis le recyclage des déchets
		PAPIER	Réduire l'utilisation du papier, optimiser son recyclage et utiliser du papier labellisé
		RECYCLAGE DES GSM	Collecter, recycler et permettre la réutilisation de GSM usagés
		MACHINE-TO-MACHINE	Réduire l'impact négatif sur l'environnement en favorisant la gestion de machines à distance (permet d'éviter les déplacements et les transports)

OBJECTIF	AVANCÉES 2012
Etre reconnu comme un des meilleurs employeurs de Belgique d'ici 2015	Adaptations et améliorations apportées au 'Flex desk' dans le bâtiment Sirius
100 % des collaborateurs suivent 2 jours de formation par an d'ici 2015	57.987 heures de formations ont été dispensées aux team members
Etre reconnu comme un des meilleurs employeurs de Belgique d'ici 2015	292 collaborateurs vaccinés contre la grippe, 288 visites médicales, 665 participants aux activités de sport et détente, 173 enfants de team members chez les Mobikids durant les vacances
100 % des collaborateurs (qui ne sont pas en contact avec la clientèle) en télétravail d'ici 2015	1.000 collaborateurs ont travaillé à domicile. Plus de 350 participants à la Journée nationale du télétravail
Proportion de 35 % de femmes et 65 % d'hommes à tous les niveaux de pouvoir d'ici 2015	Création d'une chaire sur la diversité en collaboration avec l'université de Liège et l'université d'Hasselt. Obtention du label 'Top Employer 2012'
Choisir, chaque année, 3 points concrets sur lesquels travailler	Signature de la charte 'E-safety'
Assurer la confidentialité des informations relatives aux clients, aux fournisseurs et aux collaborateurs	Campagne interne sur la protection des données, séances d'information spécifiques pour les différents départements, procédures améliorées pour la gestion des incidents, analyse approfondie des menaces externes et internes
Permettre aux clients de rentrer en contact avec Mobistar quand et comme ils le souhaitent	Lancement d'une offre simplifiée (les animaux), amélioration du Net Promoter Score (NPS) et création du Customer Test Center pour récolter le feed-back des clients
Atteindre 100 % des familles belges touchées par l'autisme	Achèvement du troisième module du site web Participate! et multiplication du nombre d'actions de sensibilisation autour de l'autisme
Offrir 50 jours de travail volontaire à des associations	Collecte de 80 kilos de pièces en cuivre pour 'Opération Thermos', 90 volontaires ont distribué 600 repas aux sans-abri
Fournir 100 % du matériel informatique usagé à l'association Close the Gap	733 postes de travail usagés offerts à l'association Close the Gap
Sensibiliser et former 100 % des collaborateurs à ce thème	Mise en place de 2 modules de formation en e-learning, à suivre par tous les collaborateurs
Diminuer l'empreinte carbone de 50 % d'ici 2020	L'entreprise CO2logic a calculé que nous avions réduit nos émissions de CO_2 de 11 % en 2011 par rapport à 2010.
Diminuer la consommation énergétique de 15 % d'ici 2020	Economie de 735.000 euros réalisée en 2012 grâce aux actions menées
Les voitures commandées en 2015 émettent maximum 115 g de CO_2/km. Compter 400 utilisateurs de transports publics fin 2013	L'objectif de 2015 est déjà atteint : les émissions des nouveaux véhicules s'élevaient à 112 g de CO_2/km, 370 team members ont utilisé les transports en commun
Obtenir le label 'Entreprise écodynamique'	Obtention du label Ecodynamique, avec le maximum de trois étoiles pour nos performances énergétiques et environnementales
Mettre en œuvre un environnement de travail sans papier	30 % des factures sont électroniques
Recycler 30 % des téléphones mobiles vendus dans les Mobistar Centers d'ici 2015	34.925 GSM collectés
1 million de cartes activées en 2012	Partenariats signés concernant une quantité totale de 4,5 millions de cartes SIM M2M