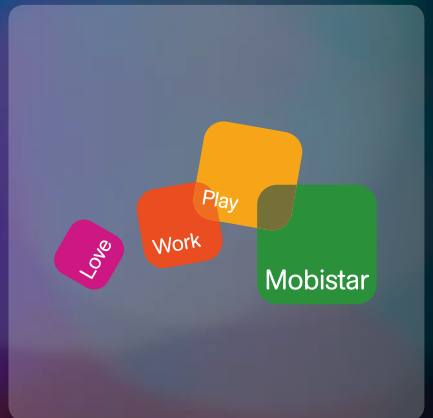
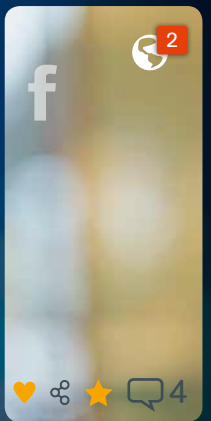


2015 ACTIVITEITENVERSLAG



#ConnectedStories

@Mobistar



Mobistar: vertrouwenspartner inzake connectiviteit

Mobistar wil een referentie zijn voor mobiele breedband-connectiviteit en zich onderscheiden op het gebied van convergente vaste en mobiele oplossingen voor thuis en op het werk. Daarvoor doet het beroep op datadiensten van topkwaliteit. Mobistar biedt het grootst mogelijke gamma toestellen en diensten aan om zijn klanten overal en op elk moment toegang te geven tot informatie.

Mobistar wil een open operator zijn die innovatieve ecosystemen ontwikkelt in samenwerking met diverse partners, zowel gevestigde bedrijven als start-ups.

1.235,4Mio€

Omzet MOBISTAR Groep

5,8Mio

Simkaarten in gebruik

1.712

Medewerkers



02

INTERVIEW



04

KERNCIJFERS

06

MARKANTE
FEITEN



08

PROFIEL

10 – Marktcontext
14 – Onze strategie

16

TROEVEN

16 – Onze netwerken
20 – Onze oplossingen
28 – Onze talenten
30 – Onze maatschappelijke
verantwoordelijkheid



Download ons jaar- en
activiteitenverslag op
corporate.mobistar.be

32

HET
MOBISTAR-
AANDEEL

Mobistar gaat weer volle kracht vooruit

Na drie jaar vol veranderingen knoopt Mobistar in 2016 weer aan met een positieve dynamiek. Het schoot uit de startblokken met de opening van de kabel en gaat daarmee vol vertrouwen de toekomst tegemoet. Jan Steyaert, voorzitter van de raad van bestuur, en Jean Marc Harion, CEO van Mobistar, doen hun verhaal.

Wat moeten we onthouden van 2015?

Jan Steyaert: Mobistar zette zijn driejarige transformatieplan verder. Dat plan is nu voltooid en dus kunnen we een nieuw hoofdstuk starten. Nadat onze gemiddelde opbrengst per klant in 2014 stabiel bleef, plukten we in 2015 de eerste vruchten van onze duurzame groei.

Jean Marc Harion: Het succes van onze 4G-aanbieding, waarmee het dataverbruik de hoogte in schoot, deed ons weer aanknopen met groei in 2015, zowel wat betreft onze opbrengsten als onze rentabiliteit. Een exponentiële groei bovendien doorheen het hele jaar. En doordat we opnieuw met een dynamische groei aanknoopten, zagen we ook een toename in ons postpaidklantenbestand. Deze terugkeer naar groei liet ons toe opnieuw mensen aan te werven om de herschikking van onze activiteiten in goede banen te leiden. Zo werken er vandaag een honderdtal personen op het kabelproject.

Langs deze weg wil ik al onze werknemers bedanken om zo enthousiast bij te dragen aan de verdere groei van Mobistar.

Jan Steyaert: Daarnaast wil ik onze aandeelhouders danken voor hun steun in deze soms moeilijke transformatieperiode.

JEAN MARC HARION :

“De kwaliteit van ons 4G-netwerk en van ons commercieel aanbod, in combinatie met het dataverbruik dat explodeerde, gaven ons de zuurstof om opnieuw aan te knopen met groei in 2015. In 2016 zijn we een nieuw soort convergente speler, waarbij mobiliteit centraal staat in het gebruik van zowel de consumenten als de bedrijven.”



De concurrentie op de telecommarkt is bijzonder groot. Waarom gelooft u dat deze groei duurzaam is?

J.M.H.: Nadat we in 2014 leider werden op het vlak van 4G, hebben we het proefproject als het ware in de praktijk gebracht. Onze investeringen in de kwaliteit van ons 4G-netwerk en in de dekking ervan – die bedraagt vandaag 99 % van ons grondgebied – werpen hun vruchten af. Ons dataverkeer is in een jaar tijd meer dan verdubbeld en het toenemende succes van onze gesubsidieerde aanbiedingen voor smartphones ontworpen voor breedbandinternet, wijst erop dat steeds meer Belgen dol zijn op mobiel internet. De nieuwe generaties, die met hun smartphone vergroeid zijn, verbruiken meer mobiele data dan dat ze bellen. Die trend blijft zich doorzetten doordat er alsmaar meer innoverende apps en mobiele diensten op de markt komen.

Ook op de zakelijke markt kunnen we, door de geslaagde lancering van onze convergente vast-mobielaanbieding Shape & Pulse, de behoeften vervullen van kleine en middelgrote ondernemingen die hun telecomdiensten willen rationaliseren.

Mobiele connectiviteit blijft uw kernactiviteit. Maar dat belet u niet een triple play-aanbieding met vast internet en digitale tv voor te bereiden. Hoe ver staat u met de opening van de kabel?

J.S.: De regulatoren hebben hun werk gedaan. Ook al wachten we nog op meer duidelijkheid aangaande de toegangskosten voor de kabelnetwerken voor de nieuwe speler die we zijn, de bestaande regulering is er wel en ze geeft ons de kans om onze aanbieding voor internet en tv te lanceren.

J.M.H.: De weg was niet zonder obstakels, maar vanaf 1 maart 2016 zijn we begonnen met de commercialisering van onze dienst. Ruim 4.000 mensen probeerden ons aanbod al uit, waardoor we de werking van de decoders en modems, onze activerings- en installatieprocessen, enz. heel goed hebben kunnen testen. Wij hebben vooral aandacht besteed aan de eenvoud, de transparantie en het gemak van de aanbieding; en uiteraard ook aan de



JAN STEYAERT :

“Om de groei van Mobistar te versnellen, hebben de leden van de raad van bestuur van Mobistar zich unaniem uitgesproken vóór de merknaamwijziging van Mobistar naar dat van onze meerderheidsaandeelhouder Orange en dat voor het einde van 2016.”



prijs ervan, want die maakt het verschil. We blijven er echter voor pleiten om de wholesaleprijzen te laten dalen en zo de concurrentie echt te kunnen aanwakkeren, zoals de regulatoren voor ogen hebben. Ons baseren op een model dat rekening houdt met de reële kosten, lijkt ons juister en meer in lijn met wat in andere landen gebeurt.

Hoe is de Belgische marktcontext geëvolueerd?

J.S.: De concurrentie op de mobiele markt blijft hevig woeden, met name door het optreden van tientallen virtuele operatoren (MVNO's). Op de markt van vaste telefonie en vast internet daarentegen, zal de recente consolidatiebeweging de regionale duopolies verder versterken, vooral in Vlaanderen. De kabelbedrijven waren al erg dominant op de segmenten van digitale tv en vaste telefonie; en dreigen hun hegemonie nog verder te versterken. Dat is voor niemand goed: niet voor de consument en niet voor de bedrijven. De convergente aanbiedingen in België behoren nog steeds tot de duurste in Europa – een duidelijk bewijs van de mislukte liberalisering van de vaste netwerken. Het werd tijd dat we onze aanbieding voor internet en tv lanceerden, want er moest dringend iets veranderen!

Wat zijn de vooruitzichten voor 2016?

J.M.H.: Mobistar positioneert zich als de eerste aanbieder van breedbandinternet in België: voor onderweg, thuis of op het werk, en dat op elk ogenblik. Het is aan de klant om te bepalen met welke diensten, welke voorwerpen en in welke context hij zich wil verbinden. We dringen onze klanten niets op, we bieden hen enkel een heel uitgebreid gamma van toestellen en diensten aan, zoals back-up, beveiliging en betaling bijvoorbeeld, die hen in staat stellen om toe te treden tot het enorme digitale universum.

En deze strategie willen we in België en in heel Europa toepassen. De afschaffing van de meerprijs voor roaming op Europees niveau betekent een opportuniteit voor Mobistar. Doordat we

gebruikmaken van het internationale netwerk van onze hoofdaandeelhouder Orange zullen we een aantal obstakels kunnen wegwerken voor gebruikers die in het verleden hun neus ophaalden voor grensoverschrijdende communicatie.

Is de lancering van uw kabelaanbieding in dat opzicht een eerste stap?

J.M.H.: Het is een begin. In 2016 werden we een nieuwe soort van convergente speler, een bedrijf dat mobiliteit centraal plaatst in toepassingen voor consumenten en bedrijven.

J.S.: Naast investeringen in zijn 4G en 4G+-netwerk is Mobistar bereid (mee) te investeren in alle regio's van het land om de groei van de digitale concurrentie in een stroomversnelling te brengen, met name in glasvezelnetwerken.

Maar dat gebeurt onder een nieuwe naam ...

J.S.: Precies. Om de verdere groei van Mobistar te ondersteunen, heeft de raad van bestuur van Mobistar beslist met eenparigheid van stemmen om voor het einde van 2016 de naam Orange van onze hoofdaandeelhouder over te nemen.

J.M.H.: De verandering naar Orange is een unieke opportuniteit: onze nieuwe naam zal onze intrede tot de wereld van de convergente oplossingen vergemakkelijken en ons toelaten om innovaties uit de Orange groep in België te introduceren. Bij bedrijven zal de naamsverandering onze positionering als onderdeel van een grote internationale groep kracht bij zetten en onze leiderspositie herbevestigen op het vlak van machine-to-machine, het internet der dingen en Big Data. In een veranderende en zich consoliderende markt zijn we daarnaast trots dat we als enige operator in België een internationaal erkende merknaam zullen dragen, met alle verbintenissen op het vlak van kwaliteit en prestaties die daarmee gepaard gaan.

Onze prestaties samengevat (in België)

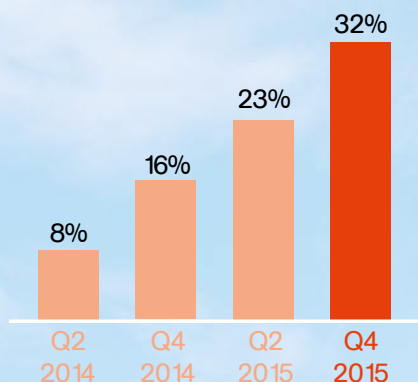
4G-Klanten



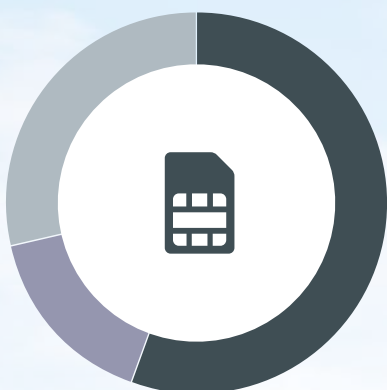
1.000.000

4G-klanten
op het Mobistar-netwerk (januari 2016)

32%
4G-klanten

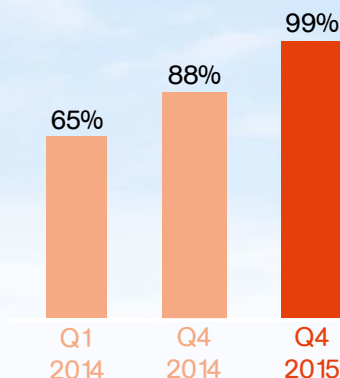


Actieve SIM-kaarten (in duizenden)



3.037
retail klanten
855
M2M
1.784
MVNO

4G-dekking

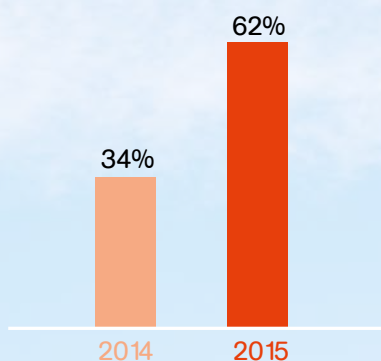


1.040,1
Mio€
omzet uit
diensten
in 2015

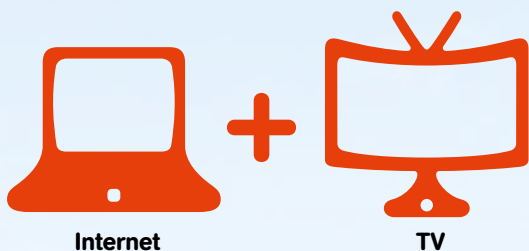


x2
verbruik
4G-dataverkeer
in 1 jaar

62%
verbruik 4G-dataverkeer



Mobistar TV



> 3.000
actieve testers eind 2015

1 Mio

Aantal geschenken
in her kader van
Mobistar getrouwheids-
programma

21%
van de bevolking
gedekt door 4G+
(eind 2015)

JAN.

MONS 2015

Mobistar is er trots op de officiële telecompartner van de Culturele Hoofdstad van Europa 2015 te zijn.



**HET BESTE VAN 4G
EN VASTE DIENSTEN
VOOR KMO'S**

APRIL

Mobistar sluit een partnerschap met het onafhankelijke Belgische telecombbedrijf edpnet om een nieuwe waaier aan convergente diensten voor kmo's te lanceren en zo zijn Enterprise Mobility 3.0-diensten te versterken, dit door het mobiele voordeel van 4G te koppelen aan het comfort van vaste telefonie en vast internet. In oktober lanceert Mobistar ook de aanbieding Shape & Pulse, waarmee kmo's beschikken over eenvoudigere tariefplannen die ze naar wens kunnen aanpassen.



MEI

VEILIG ACHTER HET STUUR MET ICOYOTE

Automobilisten die een Dolfijn- of een Panter-abonnement bij Mobistar hebben, maken gratis gebruik van de iCoyote-app, die realtime verkeersinformatie en informatie over snelheidscontroles doorgeeft. Een cadeau ter waarde van 11,99 euro per maand.



MAART

**MOBISTAR
DOET ZIJN
KLANTEN
DROMEN**

Mobistar breidt zijn Have a Nice Day-programma, waarmee het trouwe klanten in de bloemetjes zet, uit naar de wereld van de bioscoop. Het bedrijf schenkt zijn klanten geregeld een tweede gratis filmticket in een vijftiental bioscoopzalen in België.

In oktober nodigt Mobistar 2.500 klanten uit voor een exclusief optreden van Stan Van Samang in de Antwerpse Lotto Arena om hen te bedanken voor hun vertrouwen.

CONNECTIVITEIT KRIJGT EEN BOOST MET 4G+

Mobistar rolt zijn 4G+ netwerk na Mechelen ook in Brussel en Bergen uit in het kader van zijn commerciële tests op ware grootte. Die nieuwe technologie heeft positieve gevolgen voor de downloadsnelheid (tot drie keer zo hoog als met 4G) en voor de dekking en netwerkprestaties binnenshuis. Met 4G+ haalt de mobiele surfer snelheden die de snelheid van vast internet bij de voornaamste providers van vast internet in België evenaren of zelfs overstijgen.



NOV.

MET START-UPS IN CO.STATION

Mobistar sluit zich als voornamelijk aandeelhouder aan bij Co.Station, het innovatieve ecosysteem voor start-ups in Brussel.



JUNI NETWERK VAN VERKOOPPUNTEN UITGEBREID IN WALLONIË

In Wallonië neemt Mobistar Walcom over, een exclusieve agent van Mobistar met een netwerk van 20 winkels en een vast team van verkopers voor de professionele markt. Zo'n 70 mannen en vrouwen versterken daarmee de directe commerciële aanwezigheid van de operator in het zuiden van het land.



OKT. EASY INTERNET @HOME GEEFT EEN NIEUWE DEFINITIE AAN THUIS SURFEN

Tot 15 GB datavolume per maand voor amper 15 euro, zonder abonnement voor vaste telefonie en zonder overbodige bekabeling. Dat is Easy Internet @Home, een eenvoudige oplossing om thuis of in een vakantiehuisje mobiel te surfen via 4G, met behulp van een wifi-modem.



DEC. EUROPESE PRIMEUR

Bij het oversteken van een landsgrens wordt een mobiel gesprek onderbroken vanaf het moment dat de GSM het signaal van de operator in zijn thuisland verliest. Dat ongemak vormt niet langer een probleem voor de vele pendelaars die dagelijks tussen België en Luxemburg reizen. Mobistar en Orange Luxemburg lanceerden een innovatie op hun netwerk dat het mogelijk maakt een gesprek te laten doorlopen wanneer de grens tussen beide landen overgestoken wordt. De mobiele communicatie wordt dus niet meer onderbroken.

Mobistar geeft inhoud aan het begrip mobiliteit

Mobistar is één van de belangrijkste spelers op de telecommarkt in België en Luxemburg.

Het bedrijf biedt zijn residentiële klanten vernieuwende mobiele telecomproducten en -diensten aan en dat via abonnementen of herlaadkaarten. Sinds kort biedt Mobistar ook internet en TV aan zijn mobiele klanten.

Op de professionele markt levert Mobistar vaste telefonie en breedbandinternet, maar ook mobiliteits- en connectiviteitsdiensten om bedrijven te helpen om zo veel mogelijk voordeel te halen uit de digitale technologieën.

Mobistar is als provider ook actief in de groothandel (wholesale) en verstrekt zijn partners zo toegang tot Mobistar's infrastructuur.

Mobistar beschikt over een kwalitatief hoogstaand mobiel netwerk waar voortdurend in geïnvesteerd wordt om een optimale dekking in 2G, 3G, 4G en sinds kort ook 4G+ te garanderen.



VISIE

Mobistar wil een betrouwbaar telecombedrijf zijn voor zijn klanten, toonaangevend ook omdat het betrouwbare en gepersonaliseerde communicatiediensten aanbiedt.



MISSIE

Door gericht te innoveren, geeft Mobistar consumenten, gemeenschappen en bedrijven de kans om mobiele ervaringen op een unieke manier te beleven.



WAARDEN

OPENHEID

Wij zijn open in onze communicatie en nemen de verantwoordelijkheid voor onze daden.

ENGAGEMENT

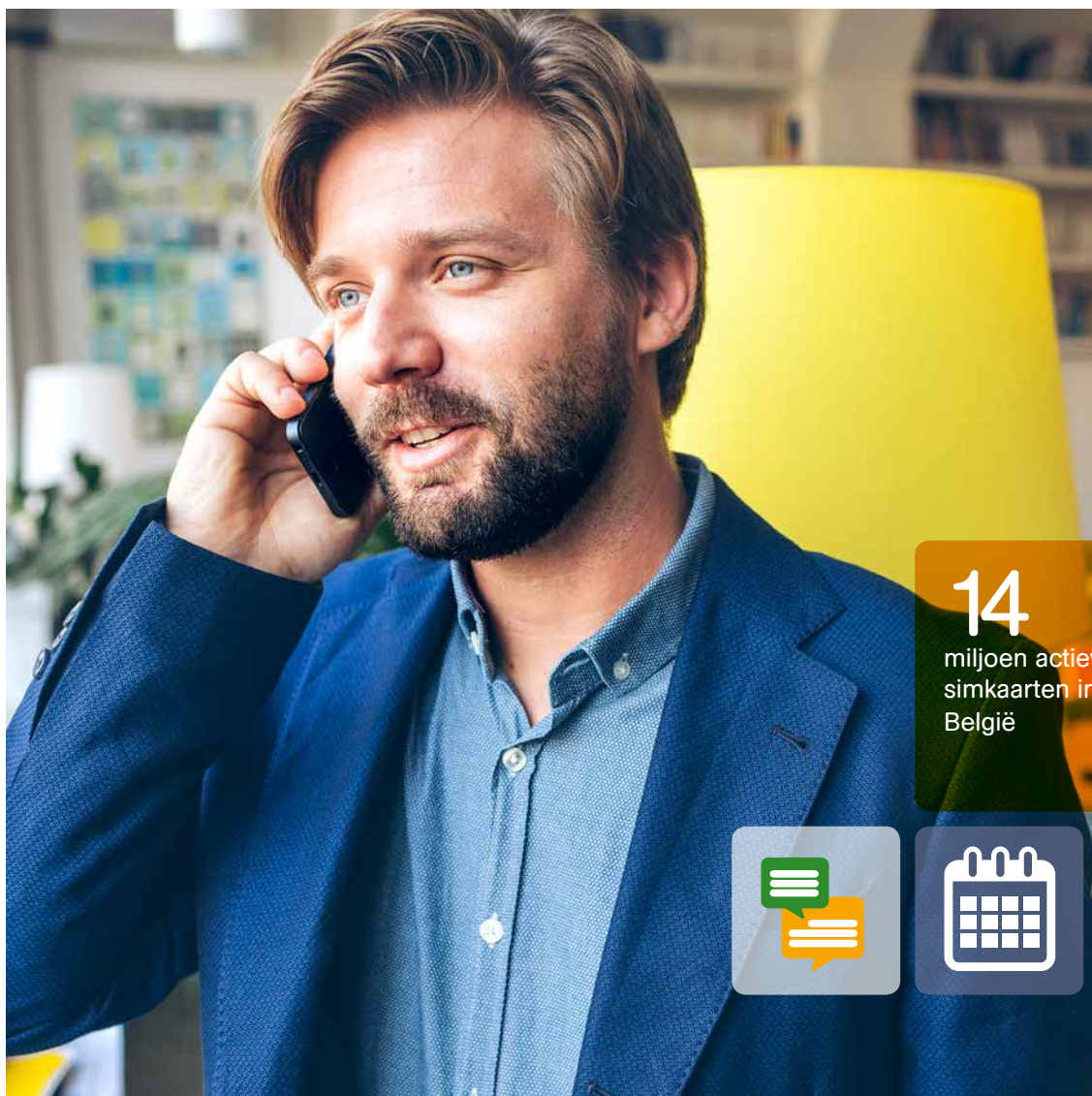
We verbinden ons ertoe onze taken tot in de puntjes uit te voeren en zijn er trots op dat we altijd tijd maken om naar klanten te luisteren.

DYNAMIEK

We stimuleren nieuwe ideeën en thinking-outside-the-box en we moedigen levenslang leren aan.

RESPECT

We tonen respect voor de waarden en de diversiteit van al onze professionele contacten, zowel intern als extern.



2015: een transitiejaar

Hoewel het mobiele dataverkeer sterk blijft stijgen in Europa en de rest van de wereld, wat het dalende telefoonverkeer goedmaakt, en hoewel de convergentie tussen vaste en mobiele diensten alsmear wordt opgevoerd, werd in 2015 het Belgische telecomlandschap hertekend. Die overgang werd ingegeven door de overname van Base door Telenet en door Mobistar die met de voorbereiding van zijn aanbod voor breedbandinternet en digitale televisie via de kabel zijn intrede maakt op de convergente markt.

Exponentiële toename van mobiel internet en apps

Volgens het Amerikaanse studiebureau IDC zouden in 2016 3,2 miljard mensen online zijn op aarde. Dat is 44 % van de wereldbevolking. Van hen zouden er 2 miljard een mobiel toestel gebruiken. De verkoop van smartphones blijft overal ter wereld toenemen, al zien we een vertraging in die toename.

In Europa en vooral in België bleef mobiel internet terrein winnen in 2015. Mobiel surfen op breedbandinternet via 4G begint de normale gang van zaken te worden. Bovendien kopen alsmaar meer consumenten een toestel dat compatibel is met de nieuwe mobiele gebruiken. En ze kiezen steeds vaker een abonnementsformule met een comfortabele hoeveelheid mobiele data.

De Europese telecombedrijven zijn opgezet met die honger naar meer data. De toename in de vraag naar mobiel internet compenseert namelijk het telefoonverkeer (vast en mobiel) dat in 2015 verder daalde en het lagere sms-verkeer. Sommige operatoren, waaronder ook Mobistar, zijn er zo in geslaagd weer aan te knopen met groei en rendabiliteit.

In België is het verbruik van mobiele gegevens bijna verdubbeld in 2015. Voor Mobistar ligt dat cijfer zelfs drie keer zo hoog.

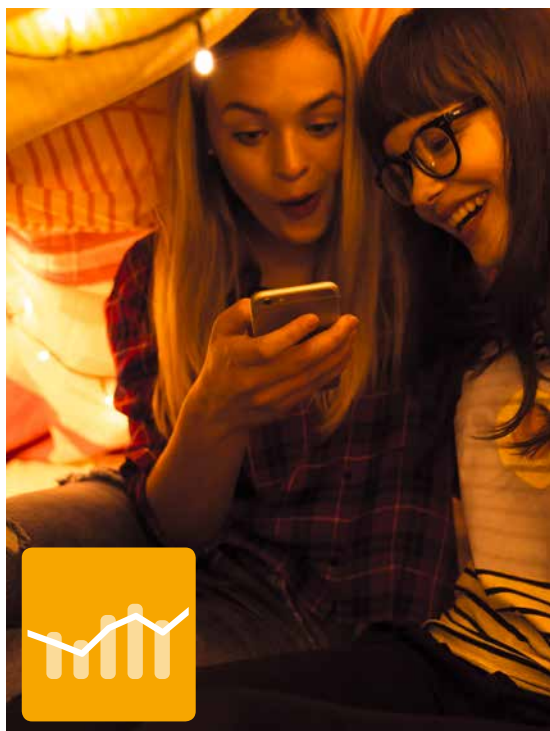
We kunnen de nieuwe realiteit van mobiel internet in België illustreren met één simpel gegeven: naar schatting 4 miljoen Belgen gebruiken hun smartphone

minstens één keer per maand om zich aan te melden op Facebook. Volgens de interne gegevens van het Amerikaanse sociaal netwerk zou 70 % van hen dat zelfs één keer per dag doen.

Op de bedrijvenmarkt blijft het aantal simkaarten voor geconnecteerde voorwerpen maar toenemen. In 2015 stelden we duidelijk vast dat zowat overal in Europa M2M-kaarten (machine-to-machine) sneller worden geïnstalleerd. In Frankrijk alleen al werden elk kwartaal zo'n 500.000 nieuwe kaarten in bedrijf genomen (bron: Marktobservatie).

Overname Base en opkomst van Mobistar als convergente speler

In april 2015 maakte Telenet (in handen van de Amerikaanse groep Liberty Global) zijn plannen betreffende de overname van de mobiele operator Base bekend. Op 4 februari 2016 werd de transactie goedgekeurd door de Europese Commissie. Overnemer Liberty Global verbond zich ertoe de participatie van Base in Mobile Vikings (een virtuele mobiele netwerkoperator die vandaag het netwerk van Base gebruikt) te verkopen aan het Belgisch mediabedrijf Medialaan en een deel van het klantenbestand van Base, momenteel onder de merknaam JIM Mobile, eveneens aan Medialaan over te dragen.



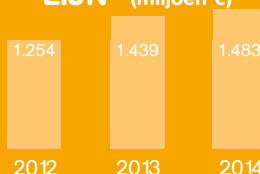
RECORDINVESTERINGEN VAN BELGISCHE OPERATOREN

Volgens een rapport dat het BIPT in juli 2015 publiceerde, bereikten de investeringen van de Belgische operatoren in de telecominfrastructuur een recordniveau: 1.483 miljoen euro, tegenover 1.439 miljoen euro in 2013.

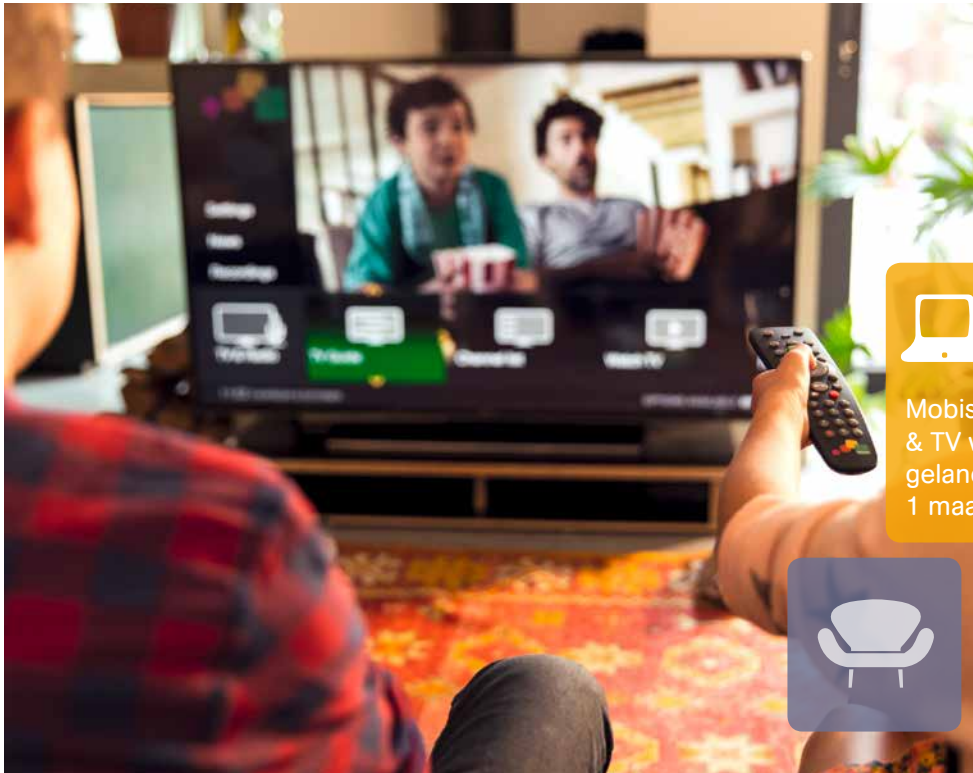
Dat is ongeveer 21 % van de gecumuleerde omzet van de verschillende operatoren, die in de buurt ligt van 8 miljard euro en 3,3 % lager ligt dan in 2014.

Eind 2014 telde België bijna 14 miljoen geactiveerde simkaarten, een toename met 4,9 %.

DE INVESTERINGEN VAN DE OPERATOREN GAAN IN STIJGENDE LIJN* (miljoen €)



Bron: BIPT, * licentievergoedingen voor frequentiebanden inbegrepen




 Mobistar Internet & TV werd gelanceerd op 1 maart 2016



Hoewel die transactie de positie van een al heel machtige, convergente speler in Vlaanderen verder zal versterken, werkte Mobistar heel 2015 aan een oplossing voor Belgische consumenten die hun mobiele en vaste diensten (internet en tv) bij één en dezelfde operator wilden onderbrengen. Die oplossing is een derde alternatief, naast het aanbod van het regionale kabelbedrijf en dat van de nationale, historische operator.

Die aanbieding werd Mobistar Internet & TV gedoopt en steunt op de kabelregulering (zie hiernaast). De aanbieding werd doorheen 2015 getest met de steun van duizenden klanten van Mobistar. De commerciële lancering volgde op 1 maart 2016.

Ze biedt alle mobiele (bestaande en nieuwe) klanten van Mobistar die dat willen de mogelijkheid in te tekenen op een aanbod voor televisie (tot 70 zenders) en onbeperkt supersnel breedbandinternet (100 Mbps) via de kabel voor 39 euro/maand voor Mobistar-klanten met Panter 45 en 60, en voor 49 euro/maand voor alle andere klanten met een Mobistar-postpaid abonnement.

Mobistar Internet & TV is de oplossing voor Mobistar-klanten die hun diensten voor internet en tv voor de juiste prijs in huis willen halen. Eenvoud en kwaliteit staan daarbij voorop. De aanbieding is sinds 1 maart 2016 beschikbaar en zal geleidelijk uitgerold worden in heel België tegen eind 2016.

SUPERIORITEIT VAN HET 4G-NETWERK VAN MOBISTAR

In november 2015 publiceerde de federale telecomregulator (BIPT) de nieuwe dekkingskaarten van de mobiele operatoren. Deze vergelijkende tool bevestigt de superioriteit van het 4G-netwerk van Mobistar, zowel qua percentage van de bevolking als qua geografische zones.

OPENING VAN DE KABELNETWERKEN: EEN EUROPESE PRIMEUR VOOR DE REGULATOREN

Mobistar: eerste operator die een alternatief aanbiedt voor de Belgische consument

Een andere belangrijke ontwikkeling in het Belgisch telecomlandschap heeft te maken met de evolutie van het regelgevingskader voor de openstelling van de kabelnetwerken voor alternatieve operatoren.

Zonder de laatste ontwikkelingen van 2015 en begin 2016 af te wachten, investeerde Mobistar sinds 2014 in deze regulering in de hoop om de Belgische consumenten een alternatief te kunnen aanbieden. We benadrukken dat de commercialisering van een aanbieding die op de kabelregulering steunt een Europese primeur is en bijgevolg heel aandachtig gevolgd wordt door tal van andere Europese 'challengers' en regulatoren, maar ook door een aantal internationale investeerders en de financiële markten.

Mobistar hoopt dat andere geïnteresseerde operatoren zijn voorbeeld zullen volgen en in de regulering zullen investeren om samen een stevigere basis te leggen. Die basis is nu nog verre van perfect, zoals de Europese Commissie reeds benadrukte. Er moet nog veel gebeuren om de alternatieve operatoren in staat te stellen een duurzaam economisch model te bouwen en tegelijkertijd de Belgische consumenten de kans te geven om tarieven te betalen voor vast internet en televisie die niet ver van de Europese standaarden af liggen.

Regelgevend kader

Openstelling van de kabel

In december 2013 publiceerden de bevoegde regulatoren een tekst waarin de financiële voorwaarden voor de openstelling van de kabelnetwerken voor alternatieve operatoren werden gestipuleerd. In de loop van 2014 en 2015 bevestigde het hof van beroep meermaals de marktanalyse die aan de basis ligt van deze beslissing.

Midden 2015 werd een nieuw ontwerpbesluit betreffende de groothandelsprijzen voor nationale raadpleging voorgelegd en in december 2015 legden de verschillende regionale regulatoren een nieuwe groothandelsprijs vast. Deze tarieven voor de openstelling van de kabel moesten door de Europese Commissie worden goedgekeurd. Die gaf in februari 2016 groen licht, maar niet zonder een reeks bedenkingen te formuleren voor de regulatoren. De Commissie nodigt hen uit om met name een nieuwe marktanalyse uit te voeren en zo nodig de berekeningsmethode voor de groothandelsprijs te herzien. Mobistar is van mening dat een methode op basis van een kostenmodel (gebaseerd op de berekening van de kostprijs voor de infrastructuur van een doeltreffende kabelmaatschappij) beter is dan het tariefmodel dat tot nu toe wordt gebruikt en waarvoor als basis voor de groothandelsprijs de uiteindelijke verkoopprijs ('retailprijs' genoemd) van de kabelmaatschappijen wordt gebruikt. Daarna worden de diensten die niet door de regulering gedekt worden afgetrokken en wordt die prijs gecorrigeerd, rekening houdend met een aantal kosten die de kabelmaatschappij kon vermijden.

Naast de kwestie van de groothandelsprijs is het belangrijk dat de concurrentie ook kan terugvallen op een operationeel kader dat een efficiënte en doeltreffende openstelling van de kabel garandeert en een volmaakt onderscheid maakt tussen de kleinhandels- en groothandelsactiviteiten van de kabelmaatschappijen, ten voordele van de consumenten.

Pyloontaks

Begin 2015 reageerden de CEO's van de 5 telecomoperatoren samen op de resultaten van een studie van Arthur D. Little die het belang van de telecomsector voor de Belgische economie en de Belgische maatschappij onderstreepte. Daarin riepen ze op tot een 'nieuwe digitale deal' op zowel Europees als nationaal vlak om hun leiderspositie te heroveren in de digitale economie.

In die context worden de intenties van de overheid, voornamelijk in Brussel en Wallonië, om belastingen te heffen op gsm-pylonen ervaren als achterhaald en volledig in tegenspraak met de ambities van het digitale plan die de Waalse overheid in 2015 bekendmaakte.

De dialoog die moet leiden tot een alternatief voor de fel bekritiseerde pyloontaks, bijvoorbeeld in de vorm van een verbintenis tot investering van de operatoren, is heel complex gebleken in 2015, ook al staat de deur voor overleg met de overheid nog open.

Geschil afgesloten in het voordeel van Base en Mobistar

Een ruim 10 jaar oud geschil waarin Proximus (in die tijd nog Belgacom) werd aangeklaagd wegens vermeend misbruik van zijn machtspositie op de mobiele telecommarkt, is afgesloten. Er werd een minnelijke schikking bereikt tussen Proximus, Base en Mobistar. De financiële voorwaarden van de dading houden een betaling in van een geldsom van 120 miljoen euro aan Base en Mobistar (die 54 miljoen euro ontvangt).

Aangekondigd einde van de roamingkosten

De roamingtarieven zijn de afgelopen jaren aanzienlijk gedaald, met een stabilisatie in 2015. Het Europees parlement en de Europese Raad bereikten een akkoord voor een tweeledige afschaffing van de roamingtarieven. Vanaf 30 april 2016 moeten de operatoren het principe 'roam like at home' toepassen door in het buitenland de nationale tarieven aan te rekenen. Er kan wel nog een extra kost van minimaal 0,05 euro per minuut (en 0,02 euro per sms) worden aangerekend. Midden 2017 moet dan de definitieve afschaffing van deze internationale meerkosten binnen de Europese Unie volgen.

Te volgen in 2016:

Er zijn verschillende Europese richtlijnen die dateren van eind jaren 2000 die herzien moeten worden omdat het telecomlandschap in volle verandering is, met name met de komst van nieuwe 'over-the-top'-spelers zoals Skype, Netflix of Facebook. Welke voorwaarden moet een bedrijf inlossen om telecomdiensten te leveren? Wie mag licenties kopen om een radiospectrum te gebruiken? Wat is universele dienstverlening? Allemaal vragen waarmee rekening moet worden gehouden bij het opstellen van een nieuwe Europese regelgeving.

Er zou ook helderheid moeten worden geschept in de delicate kwestie van de netneutraliteit – kan een operator via zijn dienstenaanbod leverancier X of Y bevoordelen?

HET EINDE VAN DE ANONIEME SIMKAART

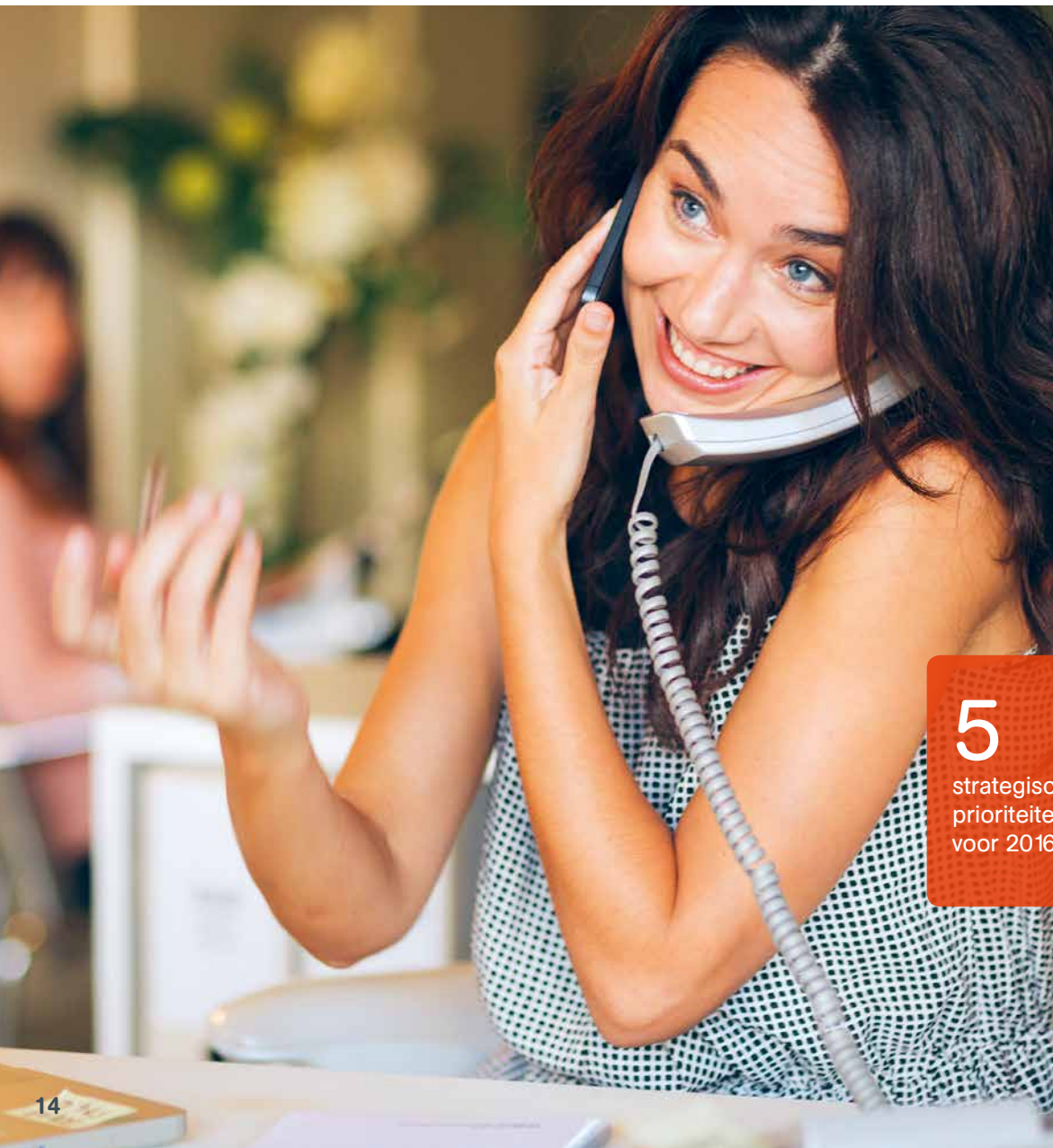
In het licht van de nieuwe antiterrorisme maatregelen heeft de Belgische federale overheid beslist om anonieme herlaadkaarten te verbieden.

De operatoren wachten de details van het koninklijk besluit tot uitvoering nog af, maar binnenkort zullen alle (bestaande of nieuwe) gebruikers met een herlaadkaart officieel geïdentificeerd moeten worden. Er zijn ongeveer 5 miljoen herlaadkaarten in omloop in België.



Weer richting duurzame groei

In 2015 voltooide Mobistar zoals voorzien een driejarig strategisch plan dat in het leven was geroepen om het bedrijf weer rendabel te maken. Alle wezenlijke voorwaarden - op commercieel, financieel, technisch en menselijk vlak - zijn nu vervuld om opnieuw met groei aan te knopen.



5

strategische
prioriteiten
voor 2016



Het jaar 2015 was het einde van een hoofdstuk. De doelstellingen van het besparings- en schuldreductieplan, dat zich gezien de prijserosie in de mobiele telefonie opdrong, werden gehaald en zelfs overtroffen. Omdat Mobistar op een stevige balans kon terugvallen, besloot het een nieuw hoofdstuk te schrijven waarin het opnieuw wil groeien en renderen onder invloed van de explosie van het mobiele gegevensgebruik.

Het dossier van de opening van de kabelnetwerken is afgerond. Mobistar lanceerde zijn aanbieding voor digitale televisie en vast breedbandinternet begin 2016.

Mobiliteit blijft echter essentieel in de strategie, eenvoudigweg omdat de klanten, zowel particulieren als professionals, steeds mobieler worden. De strategie van Mobistar draait rond deze vijf strategische prioriteiten:



Leider worden op de markt van de mobiele activiteiten

Mobistar verbindt zich ertoe om het meest kwalitatieve mobiele netwerk aan te bieden en daarbij alle contentcreators en -providers neutraal te behandelen. In 2015 bereikte Mobistar met zijn 4G-netwerk een dekkingsgraad van 99 % en is daarmee één van de beste in Europa.

Op de markt van de mobiele abonnementen wil Mobistar duurzaam blijven groeien door aantrekkelijke aanbiedingen en innovatieve diensten te lanceren, klaar voor de toepassingen van morgen.

Het bedrijf blijft trouw aan zijn mobiele DNA en lanceert degelijke alternatieven voor de vaste lijn, die de nieuwe behoeften van residentiële en professionele gebruikers inlossen.



Ludovic Pech,
Chief Finance Officer

> Mobistar zat in een goede positie om zijn intrede te maken op de convergente markt en tegelijk zijn leadership op de mobiele markt te behouden.



De nummer 1 challenger van de convergente oplossingen zijn

Mobistar heeft de ambitie om de challenger bij uitstek te worden op de markt van de convergente oplossingen.

Op de retailmarkt zal de effectieve opening van de kabelmarkt zich vertalen in nieuwe concurrerende diensten, op maat van de behoeften van de consument.

Op de businessmarkt breidt Mobistar zijn convergente aanbod verder uit met vaste oplossingen via vdsi en door geïntegreerde diensten met een meerwaarde te bieden.



De beste klantervaring op de markt bieden

Het bedrijf wil door zijn klanten als een betrouwbare telecomprovider gezien worden en hen de beste klantervaring bieden. Daarvoor steunt het op de betrouwbaarheid van zijn netwerken (dekking, snelheid, kwaliteit van audio) en op een onberispelijke klantervaring.

Mobistar zal verder sleutelen aan het innovatieve getrouwheidsprogramma dat in 2014 werd ingevoerd. Verder worden de werken aan het distributienetwerk afgerond om zo goed mogelijk de verwachtingen van de meest veeleisende klanten in te lossen. Tot slot wordt het webplatform geoptimaliseerd om de distributie transversaal te organiseren.



De exploitatiekosten zo efficiënt mogelijk beheren

Mobistar blijft aandacht besteden aan een goed kostenbeheer. Er wordt voortdurend gesleuteld aan de exploitatiemodellen met partners, in het bijzonder de IT- en netwerkpartners.

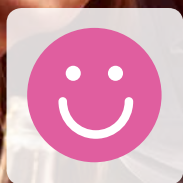
Door de operationele kosten verder af te bouwen, komen er middelen vrij om te investeren in nieuwe markten, zoals die van de convergente oplossingen, maar ook die van de geconnecteerde objecten, Big Data, enz.



De tevredenheid en het engagement van onze werknemers verhogen

Mobistar wil een aantrekkelijke werkgever zijn die het allerbeste in zijn werknemers naar boven brengt. Die krijgen nieuwe kansen afhankelijk van de groeidomeinen van het bedrijf, ongeacht hun specialisatie.

Het bedrijf wil een werkcultuur creëren die gebaseerd is op kwaliteit, vereenvoudiging en een betere klantervaring. De digitalisering van het bedrijf staat centraal in de manier van werken.



130
Mio€

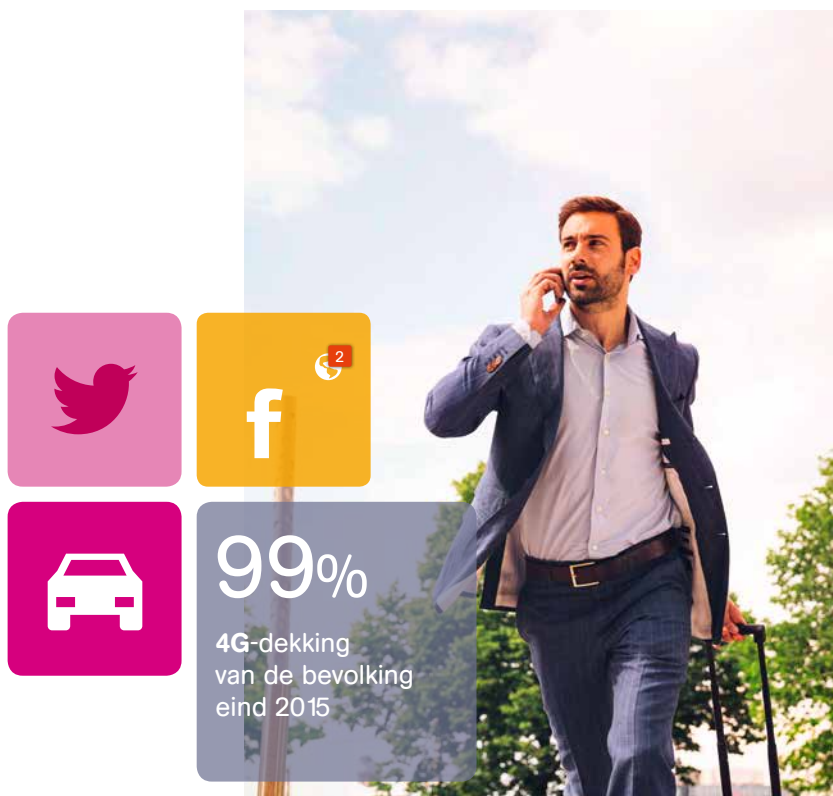
geïnvesteed
in het mobiele
netwerk

1.000.000

4G-gebruikers op het
netwerk van Mobistar

Voortdurende kwaliteitsverbetering

De degelijkheid en betrouwbaarheid van de netwerkinfrastructuur zijn essentieel om kwaliteitsvolle communicatie te garanderen over de hele lijn en voor alle types van behoeften (telefonie of internet). In 2015 investeerde Mobistar zo'n 130 miljoen euro om de mobiele dekking van zijn netwerk te verbeteren, vooral op het vlak van 4G en 4G+, en om zijn netwerk klaar te stomen om het verbruik dat exponentieel gestegen is op te vangen.



4G-dekking

Nadat Mobistar in 2015 leider werd op het vlak van 4G, versterkte het zijn positie in termen van dekking en netwerkqualiteit. Ongeveer twee derde van de investeringen werd gebruikt voor de optimalisering van de radiotoegangspunten in de infrastructuur, om de dekking te verbeteren in de meest afgelegen plattelandsgebieden en dan vooral in Wallonië. Dat bedrag diende om de transmissiezoekers te verbeteren en de kernsite (ip-backbone) te versterken door recente technologieën. De algemene organisatie van het netwerk werd op punt gesteld.

De 4G-dekking van de bevolking eind 2015 bereikte 99 % buitenshuis en 88 % binnenshuis. De operator blijft zijn verschillende frequentiebanden (van 800 tot 1.800 MHz) voortdurend optimaliseren om de dekking binnenshuis te verbeteren, met name door twee frequentiebanden tegelijk te gebruiken ('carrier aggregation').

Uitrol van 4G+

Nadat Mobistar als eerste 4G+ had getest, met snelheden boven 200 Mbps, rolde het die mobiele breedbandtechnologie in 2015 in 37 Belgische gemeenten uit. Mobistar verwacht 50 % van de Belgische bevolking van 4G+ te kunnen voorzien tegen midden 2016.



Gabriel Flichy,
Chief Technology Officer

> Wij zijn blijven investeren in de kwaliteit van ons mobiel netwerk door een aantal technologieën en processen te rationaliseren en te vereenvoudigen om zo nog doeltreffender te werk te kunnen gaan.



Focus op geluidskwaliteit

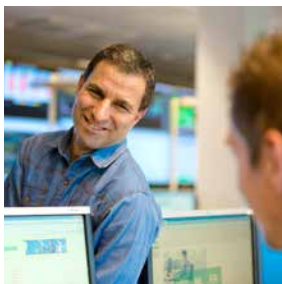
Mobistar is al pionier in de ontwikkeling van HD Voice, een technologie die de geluidskwaliteit van telefoonoproepen gevoelig verbetert, met een glashelder geluid als gevolg. Daarnaast blijft het de 4G-ervaring van de klant verbeteren, met name door de tijd die nodig is om een oproep tot stand te brengen aanzienlijk in te korten. Het is belangrijk dat de vooruitgang op het gebied van mobiel breedband niet wordt geboekt ten nadele van de geluidskwaliteit van die telefoonoproepen. Mobistar gebruikt bijvoorbeeld nieuwe, meer gesofisticeerde codecs om de beste klantervaring op dat vlak te kunnen aanbieden, ook gezien de verwachte explosie van video op het 4G- en 4G+ -netwerk.

Verdere vereenvoudiging van de architectuur

Mobistar ging vanuit een kostenbesparend opzicht verder met de rationalisering van zijn netwerkarchitectuur. De ip-backbone werd vereenvoudigd doordat een aantal routers werden geconsolideerd. De netwerksites werden gehergroepeerd en er werden technologische keuzes gemaakt om de flexibiliteit van de infrastructuur te garanderen. Zo wordt bijvoorbeeld geleidelijk afgestapt van de ATM-technologie.



62%
4G vertegenwoordigt
62% van mobiele
consumptie



860Mb
Gemiddelde
maandelijkse mobiele
dataconsumptie

Fusie van de IT- en netwerkactiviteiten voor een nog kwaliteitsvollere service

De departementen IT en Netwerken zijn gefuseerd en werden onder één en dezelfde verantwoordelijkheid geplaatst. Omdat de activiteiten van beide teams grotendeels overlappen, zal de fusie ertoe leiden dat problemen voortaan sneller worden gediagnosticeerd, waardoor de zoektocht naar oplossingen makkelijker zal verlopen.

2015 was het eerste jaar waarin het IT-departement van Mobistar samenwerkte met Tech Mahindra, een IT-partner van Mobistar. De samenwerking verliep vlekkeloos. De 'business continuity' werd niet verstoord. Ondanks dat er enkele incidenten waren (al waren dat er gevoelig minder dan vorige jaren), voelt men al dat het partnerschap de IT-activiteiten van de operator bevordert.

Na het voorbije inloopjaar wil Mobistar nu alles op alles zetten om dit partnerschap zo efficiënt mogelijk te laten verlopen, net zoals met het partnerschap met Ericsson voor bepaalde delen van het netwerk.

Meer en meer doeltreffendheid

Op IT-vlak werkten we samen met de hierboven vermelde partners. Er werden een zestigtal transformatieprojecten geïdentificeerd, met name om de relatie met de klant te verbeteren en de activering van bestellingen te optimaliseren. Voor sommige projecten moeten de processen worden herzien om doeltreffender te werken. De geboekte vooruitgang wordt week per week bijgehouden. In 2016 werd het startschot voor deze projecten gegeven.



61%
4G-smartphone
penetratie

KLAAR VOOR DE KABEL

De voorbereidingen voor de opening van de kabel en de commercialisering van een Mobistaraanbieding voor vast internet en digitale televisie hadden in essentie betrekking op de laatste schakel in de ketting – installatie thuis, dwz. toegang tot de kabel (via een geconnecteerde modem en een innovatieve decoder) – aangezien de nieuwkomer de bestaande netwerken van de kabelbedrijven gebruikt. Het logische gevolg daarvan is dat er heel wat inspanningen zijn gedaan om de IT-processen op elkaar af te stemmen met de bedoeling om de integratie met de partners-kabelbedrijven en met supervisie te vergemakkelijken.

In het licht van zijn kabelaanbieding werkt Mobistar samen met twee Belgische technologiepartners: Alpha Networks en Zappware.

In 2015 kwamen ook de onderhandelingen met contentproviders (televisiezenders) tot een einde.

De tests waar in 2015 3.000 gebruikers aan deelnamen, toonden een hoge tevredenheidsscore voor de innovatieve oplossing voor internet/digitale televisie van Mobistar.



De beste ervaring op het gebied van mobiele connectiviteit

Het verbruik van mobiele gegevens explodeerde in 2015. Miljoenen Belgen gebruiken tegenwoordig dagelijks een mobiele app. De consumenten verwachten een performante connectiviteit en dat in alle transparantie. Om te beantwoorden aan de persoonlijke behoeften van zijn klanten, kan Mobistar steunen op een uitstekend netwerk en oplossingen die het leven van de klant gemakkelijker maken.



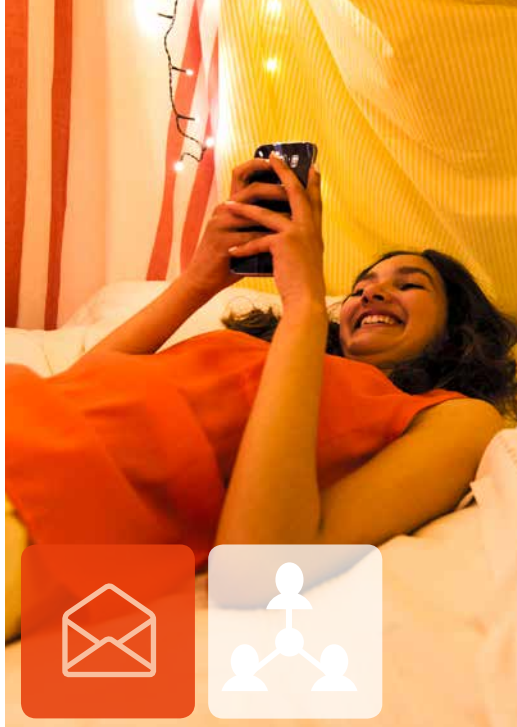
WEG MET DIE ONAANGENAME VERRASSINGEN

Om onaangename verrassingen te vermijden, verwittigt Mobistar de klant als die 80 % en 100 % van zijn databundel heeft opgebruikt. De klant blijft daarna betalen op basis van zijn gebruik. De klant heeft de mogelijkheid om een maximum verbruik in te stellen als hij in het buitenland is.



X2 & X3

Het aantal 4G-klanten is verdubbeld en het 4G-dataverkeer zelfs verdriedubbeld in 2015.



Mobiel breedband ingeburgerd

De investeringen die Mobistar in 2014 in de uitbreiding van zijn 4G-netwerk deed, met nu meer dan 1 miljoen Mobistar-klanten die verbonden zijn met mobiel breedbandinternet, hebben in 2015 echt hun vruchten afgeworpen. Het mobielegegevensverbruik is verdriedubbeld, onder andere door het succes van sociale media, videostreaming, smartphoneapplicaties, enz. bij de Belgen.

Mobistar subsidieert en promoot performante en evolutieve mobiele toestellen die klaar zijn voor nieuwe digitale 4G-toepassingen; een strategie die blijkt te lonen. Alle smartphones die Mobistar sinds 2015 verkocht heeft, zijn geknipt voor mobiel breedband. De koppelverkoop van smartphones met aantrekkelijk geprijsde abonnementen deed het uitzonderlijk goed tijdens de eindejaarsperiode. De grote meerderheid van de bevolking kan het zich nu veroorloven een kwaliteitssmartphone aan te kopen. Bovendien willen steeds meer Belgen een high-end smartphone. Het succes van de gesubsidieerde aanbiedingen voor de nieuwste modellen van de iPhone van Apple en de Samsung Galaxy zijn daarvan het bewijs.

Een wervend eindejaar

De commerciële prestaties van Mobistar gingen het voorbije jaar crescendo. De gemiddelde omzet per postpaidklant (ARPU) bedroeg 28,5 euro in kwartaal vier van 2015, tegenover 27,5 euro in Q4 van 2014. Dat is een stijging van 3,6 % in één jaar tijd. In het vierde kwartaal van 2015 ging het Mobistar erg voor de wind wat betreft de werving van nieuwe klanten in de mid- en high-end segmenten. Niet minder dan 26.000 nieuwe klanten kwamen erbij, terwijl de 'churn' (het aantal klanten dat bij Mobistar weggaat) 10 % lager lag.

Al 11 steden hebben 4G+

En Mobistar blijft investeren. Zijn 4G-netwerk werd in november jongstleden door de Belgische regulator (BIP) erkend als zijnde het netwerk met de beste dekking: de dekking buitenshuis bedraagt 97 % (intussen 99 %), die binnenshuis 84 % (intussen 88 %). Dat was echter nog niet genoeg voor de operator, die besliste in de ontwikkeling van zijn 4G+ netwerk te blijven investeren.

Eind 2015 was 4G+ in 11 steden beschikbaar, goed voor 21 % van de Belgische bevolking. De 4G+ technologie (ook wel LTE Advanced genoemd) maakt het voor gebruikers met een compatibel toestel mogelijk tot 3 keer sneller te surfen dan met 4G. Daarnaast zorgt het voor een betere dekking en betere prestaties binnenshuis. Met 4G+ haalt de mobiele surfer snelheden die de snelheid van vast internet bij de grootste providers in België evenaren of zelfs overstijgen.

Tevreden medewerkers, tevreden klanten

Mobistar zette nog steviger in op zijn getrouwheidsprogramma 'Have a Nice Day', waarmee het zijn klanten voor hun trouw belooft. Sinds de lancering in mei 2014 werden al meer dan één miljoen cadeau's weggegeven: een uitnodiging voor een exclusieve gebeurtenis zoals een concert (van bijvoorbeeld Stan Van Samang of Goose), een sportieve uitdaging (Color Run, Urban Trail) of een leuk avondje bioscoop (James Bond, Star Wars, enz.). Over het algemeen krijgen de trouwste Mobistar-klanten een korting op hun filmticket.

De inspanningen die intern worden geleverd om de tevredenheid van de medewerkers te verhogen, laten zich ook extern voelen. De competentie en de glimlach op het gezicht van onze medewerkers heeft een gunstige invloed op de klanttevredenheid.

'Kleintjes' die een groot verschil maken

Mobistar wil vooral waarde creëren voor zijn klanten. De operator onderscheidde zich door de dienst MySwap (waarmee Mobistar de klant bij de aankoop van een smartphone de garantie geeft binnen de twee jaar zijn oude 4G-smartphone te zullen terugnemen aan 50 % van de prijs) of de applicatie MyMobistar (die iedereen in staat stelt om zijn eigen verbruik op te volgen), en lanceerde daarnaast in september 2015 een uniek Buy Back-programma. Dankzij dat programma kunnen klanten die naar een Mobistar Center gaan een interessante overnameprijs krijgen voor hun gebruikte toestel. De operator zette een tweedehandscircuit op, met als gevolg dat het zijn klanten nog aantrekkelijkere prijzen kan bieden.

Naast onbeperkte toegang tot Twitter en Facebook op de Dolfijn- en Panter-abonnementen verleent Mobistar tegenwoordig gratis toegang tot de applicatie iCoyote voor alle abonnementsformules vanaf 20 euro. Die applicatie met verkeersinformatie voor een nog veiligere rijervaring wordt steeds populairder bij de automobilisten.

Op het vlak van herlaadkaarten lanceerde Mobistar in mei een 'Internet on Mobile'-kaart met 4 GB surfvolume en 4.000 sms'jes bij elke herlaadbeurt van 15 euro.

Easy Internet @Home

In oktober bracht Mobistar Easy Internet @Home op de markt, een eenvoudige oplossing waarmee gebruikers via het mobiele 4G-netwerk van Mobistar genieten van de voordelen van vast internet. Het volstaat om de simkaart die bij het abonnement wordt geleverd in de wifi-modem (ook bijgeleverd) te plaatsen en die in het stopcontact te steken. Voor amper 15 euro per maand kan de consument zijn lijn voor vast internet wegdoen en krijgt hij een maandelijks surfvolume van liefst 15 GB in de plaats. De oplossing is in het bijzonder aangewezen voor mensen die het internet maar in beperkte mate gebruiken, studenten op kot of mensen met een vakantiehuisje aan zee of in de Ardennen bijvoorbeeld.

150

Aantal eigen
Mobistar
winkels



Een distributienetwerk dat helemaal is omgevormd

Het einde van de grote vernieuwingswerken van de verkooppunten in heel het land, waarmee in 2014 is begonnen, is in zicht. De ruimtes waar Mobistar zijn klanten verwelkomt, zijn nu opener en leuker ingericht. Ze nodigen de klant uit om zo veel mogelijk toestellen uit te proberen. Bepaalde @Mobistar-winkels hebben een 'repair in store' dienst, zodat de klant zijn toestel ter plaatse kan laten repareren.

Mobistar breidde bovendien zijn commerciële aanwezigheid in Wallonië uit met de overname van een twintigtal winkels die tot Walcom behoorden. Walcom is al bijna 20 jaar een exclusieve partner van Mobistar. De meeste vestigingen van het bedrijf liggen op de as Aarlen-Brussel en in Henegouwen. Er werken 70 mensen.

1 MILJOEN

het aantal geschenken dat Mobistar al wegchonk in het licht van zijn getrouwheidsprogramma 'Have a Nice Day'.



Cristina Zanchi,
Chief Consumer Officer

> We blijven klanten winnen dankzij onze aantrekkelijke aanbiedingen en de verschillende diensten die we onze klanten kunnen aanbieden.

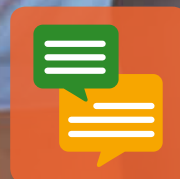


De digitale weg wanneer dat zin heeft

86 % van de abonnementen wordt elektronisch gefactureerd, wat mooi is meegenomen op zowel ecologisch als economisch vlak. Er worden alsmear meer betalingsaanvragen verzonden via sms of per mail. Mobistar wil de relaties met zijn klanten 'digitaliseren' wanneer dat zin heeft. De ontvangstprocedure van nieuwe klanten is er dankzij de digitalisering ook eenvoudiger op geworden: de nieuwe abonnee wordt stap voor stap ingelicht via verschillende mededelingen en video's (bijvoorbeeld: hoe lees ik mijn factuur?).

15€

De mooie prijs van Easy Internet @Home met 15 GB mobiel surfvolume.



Charter voor klantvriendelijkheid

Mobistar heeft in 2011 het Charter voor klantvriendelijkheid ondertekend. Mobistar heeft zich toen ook geëngageerd om voortdurend inspanningen te leveren om de kwaliteit van de contacten met de klanten te optimaliseren en hoog te houden.

Indicatoren 2015	Gemiddelde
% beantwoorde oproepen	95,95
Gemiddelde wachttijd (in seconden)	24
Rechtzetting facturen (in dagen)	7,8
Klachten consumenten bij de Ombudsman	264

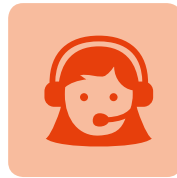
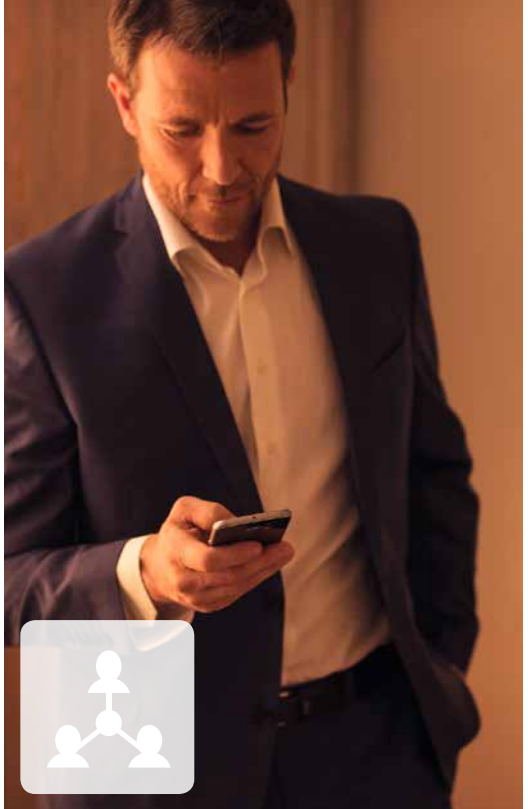
De essentie van digitale transformatie

Mobistar versterkte in 2015 zijn positie als wereldwijde aanbieder van convergente, vaste en mobiele diensten voor bedrijven. Dat belette het bedrijf niet om zich aan mobiele disruptie te wagen door in te zetten op vernieuwende, professionele 'mobile first'-diensten, in een wereld waar mobiliteit de essentie is voor bedrijven die een digitale transformatie willen.



200.000
professionele gebruikers
hebben gekozen voor de
Shape oplossing



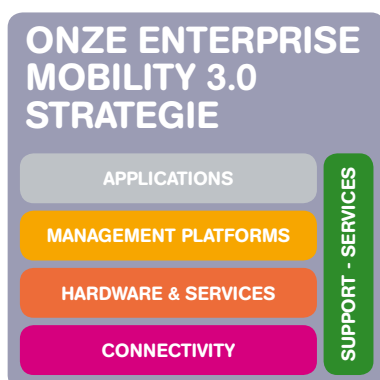


In 2015 voerde Mobistar zijn strategie 'Enterprise Mobility 3.0' verder uit, door zijn professionele klanten te helpen om betere prestaties neer te zetten en door hen voordeel te laten halen uit de 'mobilisering' van hun informaticaprocessen.

Die strategie (zie schema hieronder) is gebaseerd op het leadership van Mobistar inzake connectiviteit, met een uitstekende 4G-dekking binnen- en buitenshuis. In het kader van die strategie werden nog verschillende diensten en applicaties ontwikkeld om ervoor te zorgen dat mobiliteit een echte rol gaat spelen in de digitale transformatie van bedrijven.

Meer comfort

In het verlengde van Shape, een mobiele oplossing die in 2014 werd gelanceerd en een eenvoudig en flexibel personeelsbeheer mogelijk maakt, paste Mobistar zijn aanbod van tariefplannen aan om het de professionele gebruikers nog gemakkelijker te maken. Het bedrijf is overgestapt van een model waarbij telefoongesprekken per minuut worden getarifeerd naar een kostenmodel per post, afhankelijk van het gebruiksprofiel van de werknemer (of die regelmatig dan wel slechts af en toe in het buitenland zit, bijvoorbeeld).



Stéphane Beauclin,
Chief Enterprise and Wholesale Officer

> Bedrijven ontwakken in een wereld waar mobiliteit de essentie is geworden van hun digitale transformatie. Wij zijn er om hen oplossingen aan te reiken.



De werknemer hoeft zich niet langer zorgen te maken over eventuele meerkosten telkens hij een mobiele applicatie gebruikt. In een wereld die steeds digitaal wordt, lijkt het vanzelfsprekend om standaard toegang te hebben tot grotere datavolumes.

Eind 2015 vulden ruim 200.000 professionele gebruikers hun behoeften op het vlak van mobiele connectiviteit dankzij Shape, een oplossing voor bedrijven met vijf simkaarten of meer.

Shape & Pulse

In eenzelfde streven naar kostenefficiëntie en -transparantie voor kmo's lanceerde Mobistar in oktober zijn aanbieding Shape & Pulse, een combinatie van mobiele en vaste telefonie enerzijds, en betrouwbaar mobiel en vast internet anderzijds. Deze convergente oplossing steunt op de kwaliteit van het 4G-netwerk van Mobistar en de betrouwbaarheid van de vdsl2-lijnen. De aanbieding Shape & Pulse bestaat uit verschillende personaliseerbare formules, met de voordelen van een contactpunt en een factuur die eenvoudig en duidelijk is opgesteld voor de fleetmanager.

Het tariefplan Shape kan ook gecombineerd worden met Mobiline, een baanbrekende oplossing die oproepen doorschakelt naar een gsm met een vast nummer.

Het beste van vaste en mobiele technologie

In april 2015 sloot Mobistar een samenwerkingsovereenkomst met edpnet om zijn aanbod van convergente diensten (vast en mobiel) voor kmo's te versterken. edpnet is het grootste onafhankelijke telecombedrijf in België en is gespecialiseerd in vaste aanbiedingen (vdsi) voor bedrijven. De resultaten van dit partnerschap hebben de verwachtingen op het gebied van kosten/baten voor de klanten al ruimschoots overtroffen.

In het segment van de grote ondernemingen (corporate) investeerde Mobistar in een 'future proof' full ip-netwerk en laat het zijn nieuwe en bestaande klanten gebruikmaken van de meest performante technologieën (vdsi2, ip, vpn, Fiber, ...).

Mobistar streeft ernaar het beste van vaste en mobiele technologieën te combineren. Zo innoveerde het bedrijf in 2015 met een nieuwe oplossing die automatisch een gegevensback-up neemt op een ip vpn 4G-netwerk.

M2M

Als leider in het domein van M2M-verbindingen (machine-to-machine) besloot Mobistar in 2015 het beheer van zijn M2M-netwerk aan Ericsson uit te besteden om verder te groeien op het vlak van schaalbaarheid en openheid. Beide partners zijn voorstander van een ecosysteem dat open staat voor partners die applicaties ontwikkelen.

EEN WHOLESALE-MARKT DIE HET GOED DOET

Meer dan 1,75Mio SIM-kaarten zijn geactiveerd op het Mobistar-netwerk via virtuele mobiele operators (MVNO). De belangrijkste zijn Telenet en Lyca Mobile.

Eenvoudiger voor zelfstandigen en microbedrijven

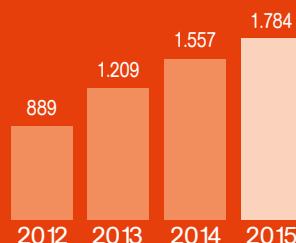
Mobistar stelde vast dat de behoeften van zelfstandigen en microbedrijven (bedrijven met minder dan 5 werknemers) vaak dichter aanleunen bij de behoeften van intensieve residentiële consumenten dan bij die van grote bedrijven. Een zelfstandige vindt het bijvoorbeeld leuk zelf zijn smartphone te kunnen kiezen in de winkel. Bovendien vervaagt stilaan de grens tussen persoonlijk en professioneel gebruik. Om het leven van die professionals makkelijker te maken, ontwikkelde Mobistar een residentiële Pro-formule, Panter Pro, die het beste van beide werelden combineert.



30%

Professionele gebruikers die voor Shape kozen

EVOLUTIE VAN HET AANTAL MVNO-KAARTEN (in duizenden)





161

het aantal werknemers in dienst bij Orange Communications Luxembourg



Orange Communications Luxembourg

Groen licht

Met een nieuwe visuele identiteit plukte Orange Communications Luxembourg, een 100 %-dochteronderneming van Mobistar, de vruchten van zijn commerciële dynamiek, rekening houdend met de specifieke identiteit van de lokale markt. Zijn ELO-abonnementen ('nu' in het Luxemburgs) met onbeperkt bellen voor 15 euro per maand op het grondgebied van het Groothertogdom gingen vlot over de toonbank, net als de aangepaste Transeuropa-plannen die bijzonder concurrerend zijn. De combinatie van specifieke lanceringsacties voor de 'sterren' onder de smartphones en een uitstekende opvolging na verkoop bleef niet zonder succes. Dankzij samenwerkingen met andere merken, zoals radiozender Eldorado (RTL Group), slaagde het merk er bovendien in zich positief te positioneren bij het jonge publiek.

Uiteindelijk zag het bedrijf zijn klantenbestand aanzienlijk groeien, tot intussen meer dan 100.000 eenheden.

Net als Mobistar wist dus ook Orange Luxembourg in 2015 weer met winst aan te knopen.

Innovaties met 4G+ en Europese primeur

Orange Luxembourg investeerde verder in zijn mobiele 4G-netwerk, waardoor de netwerkdekking nu 90 % bedraagt. In februari 2015 stelde het bedrijf als eerste in het Groothertogdom een 4G+ netwerk in gebruik. Intussen is 4G+ al op 66 % van het grondgebied beschikbaar.

Mobistar en Orange Luxembourg onderscheidden zich daarnaast door hun abonnees de mogelijkheid

te bieden om onverstoord, zonder de minste onderbreking, te blijven communiceren als ze de Belgisch-Luxemburgse grens oversteken. Die innovatie, een primeur in Europa, is heel handig voor pendelaars en reizigers die hun belcomfort er nu aanzienlijk zien op vooruitgaan.

Groter convergent aanbod

Orange Luxembourg deed een beroep op zijn vaste operatorenpartners Eltrona en Luxembourg Online om zijn positie op het gebied van 'triple play' en 'quadruple play' te versterken. De operator veroverde zijn plaats op de convergente markt. Bijna 90 % van de Luxemburgers vertrouwen op Orange om hun communicatiebehoeften in te vullen via de kabel, via adsl of via het glasvezelnetwerk.

Weer groei op de bedrijvenmarkt

De nieuwe samenwerkingsovereenkomst met Telecom Luxembourg Private Operator, de specialist in breedbandoplossingen voor vast en mobiel internet, en de doorverkoopovereenkomsten met CMD. solutions en Orange Business Solutions, stelden Orange Luxembourg dit jaar in staat weer sterk te groeien op de professionele markt.

VEILIGHEID

In het licht van de strijd tegen terrorisme was Orange Luxembourg één van de eerste telecombedrijven in Europa die niet langer herlaadkaarten verkocht zonder identificatie in zijn verkooppunten; en dat sinds 4 december 2015.

Werknemers als ambassadeurs

Volgens Mobistar maken gemotiveerde en geëngageerde werknemers een wereld van verschil. Daarom bouwde het zijn strategie onder meer op rond engagement, één van de 5 strategische pijlers. In 2015 werden verschillende initiatieven opgezet om de positie van Mobistar als Top Employer te versterken. Daarnaast is het een jaar vol interne verschuivingen geweest, waaruit blijkt dat het bedrijf ook hoog inzet op employability.

TOP EMPLOYER

Voor het vijfde opeenvolgende jaar werd Mobistar beloond met het certificaat Top Employers België 2016 en Top Employers Europe 2016. Een diepgaande, onafhankelijke studie bevestigde dat Mobistar zijn werknemers aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden biedt, talenten vormt en ontwikkelt op alle niveaus van de organisatie en een leider blijkt te zijn op het vlak van HR, doordat het zijn systemen onophoudelijk probeert te optimaliseren.

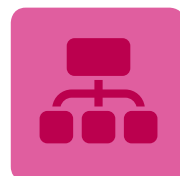


22

Het aantal punten waarmee de interne tevredenheidsindex (e-NPS) is gestegen

300

het aantal 'people managers' die een specifiek programma volgden gericht op coaching, communicatie en aandacht voor de werknemers.





Isabel Carrion,
Chief People Officer

> Bijna 200 teammembers veranderden in 2015 van rol of functie. Dat bewijst dat we erin geslaagd zijn de interne mobiliteit te stimuleren en de employability van onze werknemers naar een hoger niveau te brengen.



In 2014 werden al de eerste stappen gezet om de tevredenheid van de werknemers te verhogen. 2015 bouwde daarop verder. De e-NPS-index, die onder meer meet in welke mate de werknemers hun bedrijf aan derden zouden aanbevelen, is er flink op vooruitgegaan. De index steeg in één jaar met 22 punten. Bovendien is de afwezigheid van lange duur sterk aan het dalen, wat tevens die tevredenheid van de werknemers weerspiegelt.

De tevredenheid van de werknemers – en in ruimere zin het welzijn op het werk – is en blijft een belangrijk criterium om kaderleden te evalueren.

Na een jarenlange transformatie begrijpen de werknemers nu beter de visie van het bedrijf en kunnen ze er zich makkelijker in vinden.

Hoge interne mobiliteit

Dat de werknemers nu meer tevreden zijn, is heel opmerkelijk, zeker gezien het hoge aantal interne wijzigingen die het voorbije jaar plaatsvonden. Op het gebied van technologische ondersteuning zijn de teams van IT en Netwerken gefuseerd. Op het residentiële segment vond ook een fusie plaats tussen de verkoopafdeling en de distributieafdeling. Mobistar verwelkomde daarnaast in zijn verkoopteams onafhankelijke agenten van het distributienetwerk van Walcom in Wallonië. Andere externe agenten werden geïnsourceerd en ingeschakeld in het netwerk van Carrefour.

In totaal veranderden bijna 200 teammembers van rol of functie, wat bewijst dat het bedrijf sterk inzet op competentieontwikkeling en de employability van zijn werknemers.

80 MENSEN OPGELEID VOOR DE KABEL

Mobistar maakte zijn intrede op de markt van de convergente oplossingen, naar aanleiding van de opening van de kabelnetwerken. Op HR-vlak werden aanzienlijke inspanningen geleverd om mensen op te leiden. Zo'n 80 werknemers hebben een speciale opleiding gevolgd. Dat waren voornamelijk projectmanagers en werknemers die in contact komen met klanten, opdat die de vragen van de klanten zo goed mogelijk zouden kunnen beantwoorden. Honderden werknemers mochten bovendien de nieuwe oplossing voor digitale tv en breedbandinternet van Mobistar in primeur testen. Aan die test was ook een gestructureerd feedbackproces verbonden.



COMPETENTIEONTWIKKELING

Na engagement is employability de tweede pijler waarop het HR-beleid van Mobistar steunt. Het bedrijf investeert daarvoor in de competentieontwikkeling van zijn werknemers via opleidingen en instrumenten voor loopbaanontwikkeling. Daardoor kan het bedrijf zich optimaal voorbereiden op de toekomst en kunnen de werknemers anticiperen op de behoeften en verwachtingen die ze over drie jaar zullen koesteren. Er werd een algemeen ontwikkelingsplan opgesteld voor het hele bedrijf.

'Welzijn' voor de werknemers

Mobistar blijft zijn medewerkers bovendien steunen om deel te nemen aan sportieve evenementen zoals de 20 km door Brussel of de aflossingsmarathon Acerta Brussels Ekiden. Sport draagt dan ook actief bij tot welzijn op het werk.

Kaderleden konden in 2015 een bewustmakingsprogramma over burn-outs volgen. De komende maanden en jaren zullen er nog meer inspanningen geleverd worden om een burn-out te voorkomen.

Verder timmeren aan de digitale weg

Eén van de prioriteiten voor 2016 is de werknemers verder op te leiden zodat ze zich beter thuis voelen in een werkomgeving die steeds digitaler wordt. Inschrijvingen voor opleidingen en reporting gebeuren steeds vaker elektronisch. Ook e-learning wordt alsmear populairder. Werknemers die een e-learning volgen, kunnen hun talenten ontwikkelen buiten de vergaderzaal. In de toekomst zal levenslang leren meer en meer worden gestimuleerd.

De volgende sociale verkiezingen zijn de eerste verkiezingen die ook digitaal worden georganiseerd.

Een voortdurend engagement om als bedrijf nog evenwichtiger te worden

Praatjes vullen geen gaatjes, en daarom doet Mobistar er alles aan om zijn omgeving te helpen verbeteren. Uiteraard op ecologisch vlak, maar evengoed op sociaal en economisch vlak. Alleen zo kan het bedrijf in zijn geheel groeien en bloeien.

PARTNER GEZOCHT

Mobistar geeft al meer dan 10 jaar financiële en emotionele steun aan Participate!, een goed doel dat patiënten met autisme en hun familie helpt. Vandaag helpt Mobistar de vereniging in haar zoektocht om een nieuw partnership op te zetten.



-75%

CO₂-uitstoot tussen
2006 en 2015



DRIJVENDE KRACHT ACHTER HET INNOVATIEVE ECOSYSTEEM CO.STATION

Een toonaangevend bedrijf als Mobistar moet ook innovatie stimuleren en de opkomst van nieuwe technologieën die een maatschappij in staat stellen zichzelf te ontwikkelen, ondersteunen. Tegenwoordig heeft innovatie een meer en meer open karakter, waardoor bedrijven van verschillende groottes en met verschillende achtergronden met elkaar in contact treden. In dat opzicht is Mobistar blij deel te mogen uitmaken van het startende ecosysteem Co.Station, in hartje Brussel, waarvan het in november 2015 aandeelhouder werd. Dat Mobistar zo makkelijker mee kan innoveren, is maar één voordeel. Daarnaast heeft de operator ook de ambitie om van Co.Station een hypergeconnecteerd gebouw te maken, een state-of-the-art voorbeeld van zijn kwaliteitswerk met geconnecteerde voorwerpen die ingeschakeld worden voor het dagelijkse beheer van een kantoorruimte.

Mobistar voerde als één van de eerste bedrijven in België een beleid met extra aandacht voor maatschappelijke verantwoordelijkheid in en het blijft daarmee constant in dialoog met verschillende belanghebbenden, of dat nu de samenleving, de overheid of zakenpartners zijn.

De inspanningen die Mobistar levert in het licht van maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) dragen de stempel van continuïteit en steunen op drie pijlers:

Welzijn en een luisterend oor

Onder het vaandel 'Happy team member' is de tevredenheid van onze werknemers meer dan ooit een strategische prioriteit van Mobistar. Er werden een aantal informatie- en consultatieprocedures en -instrumenten ingevoerd om de medewerkers zo goed mogelijk te informeren over de visie van Mobistar. Team members krijgen sinds jaren een specifieke opleiding om als vertrouwenspersoon naar eventuele problemen van collega's te luisteren en om als bemiddelaar te kunnen optreden.

Daarnaast doet Mobistar er alles aan om een werkomgeving te creëren waarin een goed evenwicht mogelijk is tussen werk en privé. Er worden geregeld initiatieven georganiseerd om zowel op lichamelijk als op mentaal vlak gezond te blijven: sportlessen tijdens de lunchpauze, uitdelen van gratis fruit, bijdrage aan de kosten voor een behandeling om te stoppen met roken, griepvaccins, enz.

Verantwoorde producten en diensten

Als drijvende kracht voor economische ontwikkeling, is Mobistar het aan zichzelf verplicht om al zijn klanten, ook die met een handicap, een onberispelijke ervaring te bezorgen door hen betrouwbare producten en diensten van topkwaliteit aan te bieden. Dat betekent onder meer dat gegevensbescherming geen moment uit het oog wordt verloren en dat kinderen moeten worden beschermd tegen bepaalde content.

Een CO₂-neutraal bedrijf

Sinds 2014 is Mobistar een CO₂-neutraal telecombedrijf. Dat wil zeggen dat alle niet-reduceerbare CO₂-uitstoot die bij zijn operationele activiteiten vrijkomt, gecompenseerd wordt door ecologische projecten die de levensomstandigheden van de getroffen bevolkingsgroepen, vooral in Afrika, verbeteren.

AL 12 JAAR PARTNER VAN CLOSE THE GAP

Mobistar was één van de allereerste partners van Close The Gap, al van bij de oprichting in 2003. Deze organisatie zonder winstoogmerk haalt gebruikte computers op bij bedrijven, repareert ze en geeft ze een tweede leven als werkinstrumenten voor educatieve, medische en sociale projecten in ontwikkelingslanden, waar ze vaak in scholen worden ingezet. In minder dan 15 jaar kregen meer dan 2 miljoen mensen de kans om met één van de tienduizenden computers te werken die Close The Gap heeft geschonken. *"Liefdadigheid is het niet. Samen met onze professionele distributiepartners in de verschillende landen maken we er een erezaak van om apparatuur van goede kwaliteit, samen met een opleiding en een helpdesk te voorzien voor de bevolking."* benadrukt Olivier Vanden Eynde, oprichter en managing director van Close The Gap.

In 2015 schonk Mobistar 1.578 informatica toestellen van werknemers aan de organisatie. De grote meerderheid van die apparaten wordt nieuw leven ingeblazen in een 'cradle to cradle'-systeem. Dat wil zeggen dat de kwaliteit van de grondstoffen altijd even hoog blijft doorheen de verschillende levenscycli van het product.



Olivier Vanden Eynde,
oprichter en managing director
van Close The Gap

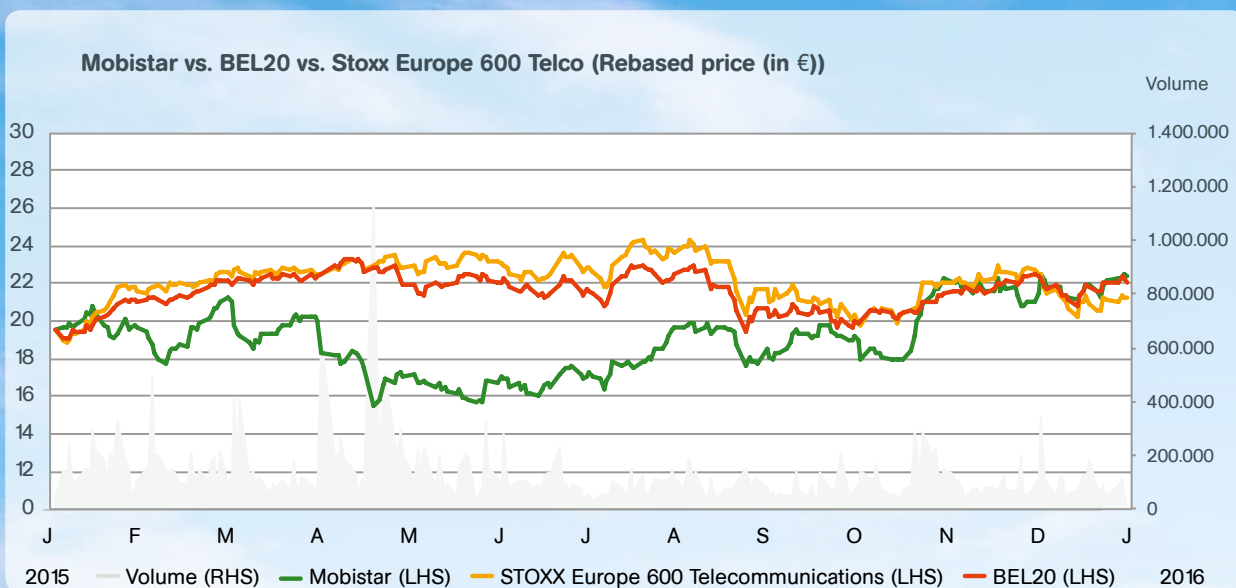
> Ons partnership met Mobistar heeft zijn doeltreffendheid al bewezen. De samenwerking verloopt prima. Dat het bedrijf bovendien deel uitmaakt van de Orange-groep, opent voor ons deuren in Franstalig Afrika.



Informatie voor aandeelhouders en investeerders

Het doel van het Investor Relations-team van Mobistar bestaat erin een vertrouwensrelatie met de financiële markten tot stand te brengen, door een betrouwbare bron van informatie te zijn en relevante informatie te verstrekken die nuttig is voor de besluitvorming van zowel de beleggers als het management.

Het Mobistar-aandeel deed het in 2015 beter dan de algemene aandelenmarkt en de Europese telecomsector, met een stijging van bijna 14 %, en dit na de sterke stijging van de aandelenkoers van 42 % in 2014.

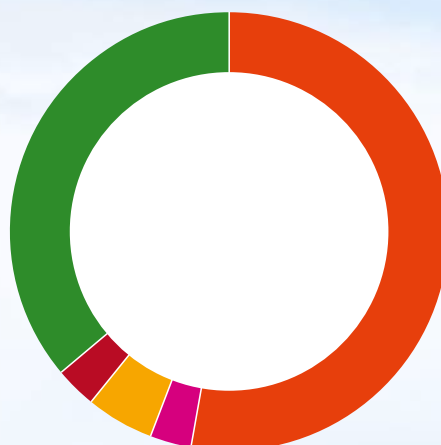


+14%

stijging van het aandeel in 2015

Aandeelhoudersstructuur
(situatie in % op 31/12/2015)

- Orange S.A
52,91 %
- Boussard & Gavaudan
3,02 %
- Schroders Investment Management
5,17 %
- M&G Investment Management
3 %
- Flottant
35,9%



FINANCIËLE AGENDA

15 januari 2016	Start black-outperiode
4 februari 2016	Financiële resultaten Q4 2015 (7.00 uur CET) – Persbericht
4 februari 2016	Financiële resultaten Q4 2015 – Vergadering/ Webcast voor analisten en beleggers (14.00 uur CET)
1 april 2016	Start black-outperiode
22 april 2016	Financiële resultaten Q1 2016 (7.00 uur CET) – Persbericht
22 april 2016	Financiële resultaten Q1 2016 (10.00 uur) - Teleconferentie
4 mei 2016	Jaarlijkse Algemene Vergadering
1 juli 2016	Start black-outperiode
20 juli 2016	Financiële resultaten Q2 2016 (7.00 uur CET) – Persbericht
20 juli 2016	Financiële resultaten Q2 2016 – Vergadering/ Webcast voor analisten en beleggers (14.00 uur CET)
1 oktober 2016	Start black-outperiode
21 oktober 2016	Financiële resultaten Q3 2016 (7.00 uur CET) – Persbericht
21 oktober 2016	Financiële resultaten Q3 2016 (10.00 uur CET) - Teleconferentie



Voorlopige agenda, onder voorbehoud van wijzigingen.



Download ons jaar- en activiteitenverslag op corporate.mobistar.be

Ce rapport annuel est également disponible en français. This annual report is also available in English.

© 2016, Mobistar, alle rechten voorbehouden. Mobistar is een gedeponeerde merk. De in dit rapport vermelde merknamen zijn handels- of geregistreerde merken en zijn eigendom van de respectieve fabrikanten. De eigenschappen en prijzen van de vermelde producten en diensten kunnen zonder voorafgaande mededeling worden gewijzigd. Mobistar kan in geen geval aansprakelijk worden gesteld voor eventuele fouten bij het opmaken en het drukken van dit document. Producten van andere fabrikanten worden slechts ter informatie vermeld. Alleen die fabrikanten zijn aansprakelijk voor elke garantie op hun producten. Mobistar kan in geen geval verantwoordelijk gesteld worden voor de gegevensoverdrachtdiensten, noch voor de inhoud, de wettelijkheid, de toegankelijkheid of het gebruik van deze diensten door de klant, wanneer deze diensten geleverd worden door Mobistar of door derden.

Voor meer informatie

Aandeelhouders en investeerders

Siddy Jobe – ir@mail.mobistar.be

Journalisten

Annelore Marynissen
annelore.marynissen@mail.mobistar.be

Verantwoordelijke uitgever

Paul-Marie Dessart – Secretaris Generaal

Concept & layout

ChrisCom

Fotografie

Jean-Michel Byl, Julien Dewilde

Mobistar nv

Bourgetlaan, 3, BE-1140 Brussel – België
T. +32 2 745 71 11 – www.mobistar.be
HRB 599 402 – BTW BE 0456 810 810

Mobistar N.V.
Bourgetlaan 3
BE-1140 Brussel - België
T. +32 2 745 71 11

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

Volg ons op:

