

ACTIVITEITEN-
VERSLAG
2014

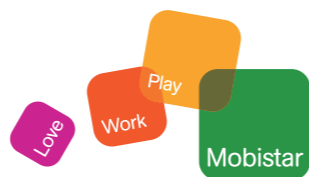
TRANSFORM DELIVER PERFORM



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

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

Vind ons op:



MOBISTAR: DE VERTROUWENS- PARTNER INZAKE CONNECTIVITEIT

1 249,2 MIO€
OMZET (MOBISTAR GROEP)

5,568 MIO
SIMKAARTEN IN GEBRUIK

1 562
MEDEWERKERS

Mobistar wil een referentie zijn op het gebied van mobiele breedbandconnectiviteit en zich onderscheiden op het vlak van residentiële en professionele vaste oplossingen. Daarvoor doet het een beroep op datadiensten van topkwaliteit.

Mobistar biedt het grootst mogelijke gamma van toestellen en diensten aan om zijn klanten overal en op elk moment toegang te geven tot hun gegevens.

Mobistar wil een open operator zijn die ecosystemen ontwikkelt in samenwerking met diverse partners.

02 INTERVIEW

04 – Kerncijfers
06 – Belangrijkste gebeurtenissen

08 PROFIEL

10 – Marktsituatie
14 – Onze strategie

16 TROEVEN

16 – Onze netwerken
20 – Onze oplossingen
28 – Onze talenten
32 – Onze maatschappelijke verantwoordelijkheden
36 – Het aandeel Mobistar

Download onze
jaarverslag en
activiteitsverslag op
corporate.mobistar.be

MOBISTAR IS KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Jan Steyaert, voorzitter van de raad van bestuur, en Jean Marc Harion, CEO van Mobistar, kijken terug op een jaar vol verandering en werpen een blik op de toekomst.

> Ontmoeting met Jan Steyaert en Jean Marc Harion



In 2015 focust Mobistar zich op zijn core business, connectiviteit en wil het de beste klantervaring voorstellen.

Wat zal u bijblijven van 2014?

Jan Steyaert : Mobistar trad vooral in de tweede jaarhelft weer op de voorgrond ... Het hele jaar hebben wij de nodige maatregelen genomen om onze belangrijkste financiële indicatoren te verbeteren. We slaagden erin de daling van het aantal klanten van vorig jaar te stabiliseren en die neerwaartse trend om te buigen en opnieuw klanten bij te winnen. Bovendien steeg de gemiddelde opbrengst per klant. Dit alles hebben we te danken aan de bergen werk die intern werden verzet en onze strategie om onverzwakt te blijven investeren. Om op dat elan verder te gaan, zullen we onze aandeelhouders voorstellen om geen dividend voor 2014 uit te keren. Dat zal ons de nodige ruimte geven om in ons netwerk te blijven investeren, onze transformatie verder te zetten en ons voor te bereiden op de toekomst.

Jean Marc Harion : Dit was een tweede jaar van verandering, waarin we ons als bedrijf positief ontwikkelden. Door onze investeringen in ons netwerk, en in het bijzonder in ons 4G-netwerk, zijn we ons al leader gaan positioneren. Onze strategie begint haar vruchten af te werpen. De tevredenheid van onze klanten gaat er sterk op vooruit, net zoals de perceptie van de kwaliteit van ons netwerk. Meer dan ooit zijn het de vaardigheden en de inzet van onze medewerkers die het verschil maken. We zijn klaar voor een nieuwe bloeiperiode.

Wat is vandaag de core business van Mobistar, in een voortdurend evoluerende telecommarkt?

J.M.H. : Connectiviteit. Mensen en objecten zo goed mogelijk connecteren, met de gsm of smartphone als onmisbaar centraal instrument voor een flexibele en gepersonaliseerde communicatie, en dit zowel voor persoonlijk als voor professioneel gebruik. Onze hoofdmissie bestaat erin om een heel performant, betaalbaar en betrouwbaar kanaal te creëren dat toegang verschaft tot allerlei content, in een streven naar technologische openheid. Verder willen we een toonaangevende rol spelen in het aan de man brengen van nieuwe applicaties, of die nu dienen om mobiele betalingen te verrichten of om gegevens in de cloud op te slaan. Nog geen jaar na de lancering van ons 4G-netwerk stellen we een explosie vast in het gebruik van mobiele communicatie.

Welke nieuwe stappen ondernam u om de beste connectiviteit aan te bieden?

J.M.H. : Op het vlak van 4G bedekking zijn we onmiskenbaar de leider. Daarnaast willen we onze klanten helpen om de voordelen van mobiel breedband te ontdekken door hen bij te staan in de keuze van het juiste toestel tegen de beste prijs en door hen innovatieve diensten aan te reiken. De resultaten zijn er dan ook naar: de perceptie van de kwaliteit van ons netwerk is er fors op vooruitgegaan. Steeds meer klanten vertrouwen ons toe thuis liever met hun 4G toestel te surfen dan via de vaste internetverbinding.

Bovendien voerden we een nieuwe Enterprise Mobility 3.0-strategie in waarmee we onze professionele klanten willen helpen om zoveel mogelijk gebruik te maken van de voordelen die de mobiele technologieën hen kunnen bieden. Interacties tussen machines onderling (M2M) en tussen machines en mensen zullen een steeds grotere rol spelen. We hebben onze positie als leider in deze markt met een groot groeipotentieel versterkt.

Tot slot hebben we onze distributiekanaalen vernieuwd om direct sales en persoonlijke adviesverlening te bevorderen, met name dankzij onze nieuwe 'concept stores'. Onze ambitie is om de nummer 1 te worden op het gebied van klantervaring. Het hele jaar door geven we onze klanten leuke verrassingen, als teken van dank voor het vertrouwen dat ze ons schenken.

Wat onthoudt u van hoe de Belgische telecommarkt de voorbije maanden evolueerde?

J.S. : Het contrast kon haast niet groter. In de mobiele markt worden de klanten verdeeld over 30 bedrijven, terwijl er op de vaste markt een duopolie bestaat, met slechts 2 spelers per regio die de 'triple play'-markt (telefonie, internet en digitale televisie) onder zich verdelen. Dat is voor niemand goed: noch voor de consument, noch voor de bedrijven. In tegenstelling tot de prijzen voor mobiele telefonie die aanzienlijk zijn gedaald, behoren de triple play-tarieven in België nog steeds tot de hoogste van Europa – een duidelijk bewijs van de mislukte opening van de vaste markt. De regulering van de kabel is een eerste stap om de concurrentie aan te zwengelen, maar er zullen zich nog verdere stappen opdringen.

Hoe kan Mobistar daar een rol in spelen?

J.M.H. : Net zoals we al voor mobiele gegevens en 4G deden, zullen we de breedbandtoegang aan zoveel mogelijk burgers en bedrijven ter beschikking blijven stellen. Zodra de regulatoren duidelijkheid scheppen over de prijs van de wholesale-aanbiedingen die voortvloeien uit de kabelregulering (waartoe ze zich hebben verbonden), laten we onze combinatie van ultrasnel internet en digitale televisie los op de markt. Een gevolg van de opening van de kabel is dat we onze klanten convergente diensten zullen kunnen aanbieden.

Welke zijn de grote uitdagingen voor 2015?

J.S. : De grootste troef van Mobistar is dat het zijn focus tijdelijk opnieuw op zijn core business (mobiele connectiviteit) heeft gelegd, en gecombineerd ook openlijk de kaart speelt van 'triple play'. Heel Europa kijkt naar ons omdat wij als pionier hebben vastgebeten in een historisch monopolie, dat later een duopolie is geworden. Kortom, het gaat Mobistar weer voor de wind.

J.M.H. : We hebben delicate veranderingen ondergaan die alle delen van het bedrijf hebben getroffen. Deze inspanningen en de investeringen in ons 4G-netwerk zorgden ervoor dat de bal nu weer in ons kamp ligt en leverden een hernieuwd enthousiasme op dat we zullen aanwenden om de markt te veroveren. Bovendien zal de lancering van ons kabelaanbod cruciaal zijn om de concurrentie in dit land aan te wakkeren. Daarnaast zijn we van plan om aantrekkelijke nieuwe aanbiedingen voor bedrijven op de markt te brengen. En tot slot zullen we ook aandacht blijven schenken aan onze kostenbeheersing. Door de combinatie van onze sterktes en de uitdagingen die zich aankondigen, kunnen we niet wachten om de handen uit de mouwen te steken.

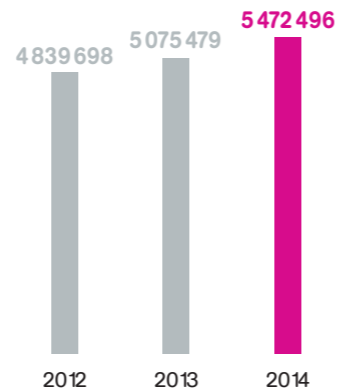
ONZE PRESTATIES SAMENGEVAT (IN BELGIË)

1065,6 MIO€

OMZET UIT TELEFONIE

41%

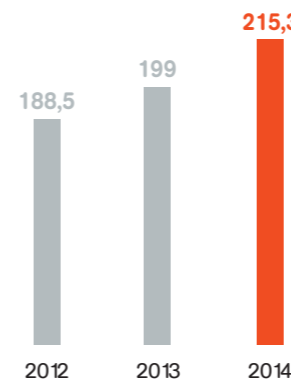
VAN DE SIMKAARTEN IN BELGIË
ZIJN VERBONDEN AAN HET
NETWERK VAN MOBISTAR



Simkaarten verbonden
aan het netwerk van Mobistar

215 MIO€

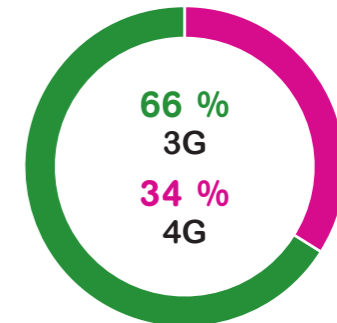
NETTO-INVESTERINGEN
MOBISTAR GROEP



Netto-investeringen
Mobistar Groep



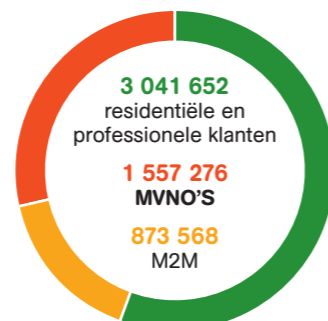
Verbruik van de mobiele gegevens
per technologie



“2014 was een tweede jaar vol veranderingen waarin we aanknoopten met een positieve commerciële dynamiek.”»
Jean Marc Harion, CEO

5 472 496

ACTIEVE SIMKAARTEN IN 2014

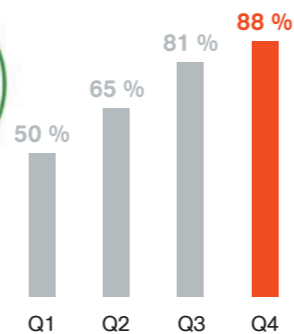


nr. 1

4G-DEKKING
EIND 2014



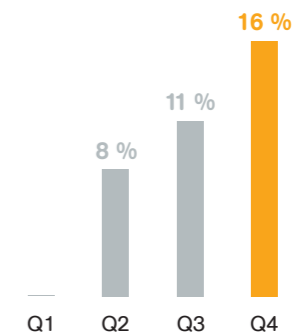
4G-dekking (2014)



500 000

KLANTEN GEBRUIKEN HET 4G-NETWERK
VAN MOBISTAR EIND 2014

Aantal 4G-klanten
(% van het klantenbestand)



JANUARI

BEGIN VAN DE EFFECTIEVE OPENSTELLING VAN DE KABEL

Mobistar betaalt 1,2 miljoen euro aan de kabeloperatoren om de uitvoering van de kabelregulering te starten. Mobistar zet zo de nodige stappen om de Belgische consument in de toekomst competitieve diensten voor breedbandinternet en digitale televisie aan te bieden. Er werden verschillende technische partnerships aangegaan, wat aan het einde van het jaar resulteerde in de lancering van de testfase.



FEBRUARI

DE TEVREDENHEID NEEMT TOE

Uit een onafhankelijke studie blijkt dat meer dan negen klanten op tien tevreden zijn over het netwerk van Mobistar. De zware investeringen die het bedrijf deed om zijn netwerk te verbeteren, werpen hun vruchten af.



MEI

EEN NIEUWE WINKELERVARING

Na Luik opent nu ook een splinternieuwe Mobistar 'concept store' zijn deuren in Antwerpen. Die winkel van de toekomst wil de consument een innovatieve winkelervaring bezorgen. Zo kan de klant er een uitgebreid gamma aan toestellen uitproberen, zijn smartphone laten herstellen of deskundig advies inwinnen. Om de klantenervaring en service naar een hoger niveau te tillen, nam Mobistar in 2014 de exclusieve uitbating over van de telecomwinkelpunten binnen de Carrefour hypermarkten in België. De operator nam ook een deel van de activa van Euphony over.

AUGUSTUS MOBILINE EN MOBIFLEET STIMULEREN KMO'S OM MOBIELER TE WORDEN

Mobiline is de eerste virtuele mobiele telefooncentrale in België, een unieke B2B-oplossing voor kmo's die hun klassieke telefooninfrastructuur willen vervangen. Tegelijkertijd innoveert Mobistar met Mobifleet, een dienst die het samen met Systemat ontwikkelde voor het beheer van alle smartphones en tablets in een bedrijf.



SEPTEMBER WERELDSTERREN SPECIAAL VOOR MOBISTAR-KLANTEN

Mobistar pakt groots uit met 'Have a nice day', zijn getrouwheidsprogramma waarmee het zijn klanten belooft voor hun trouw. Enkele dagen nadat ze een exclusieve show bijwoonden van Mika in de Ancienne Belgique, konden de klanten op de Brusselse Grote Markt terecht voor een uniek optreden van Lady Gaga en Tony Bennett.



OKTOBER

CO₂-NEUTRAAL

De gebouwen, het netwerk en de verkooppunten van Mobistar zijn nu CO₂-neutraal. Mobistar is de eerste Belgische operator die de uitstoot van zijn operationele activiteiten helemaal compenseert.



DECEMBER

MILJOENSTE SIMKAART GEÏNSTALLEERD IN EEN MACHINE

Mobistar maakt bekend dat het ruim een miljoen simkaarten heeft geïnstalleerd in machines of objecten (van drankautomaten tot voertuigen). Daarmee is Mobistar leider op de Belgische M2M-markt ('machine-to-machine').



MAART

4G- KAMPIOEN

Mobistar lanceert het 4G-netwerk met de beste kwaliteit en de beste dekking. Aan het einde van het jaar bereikte de dekking 88% van de Belgische bevolking. Sinds mei kunnen ook de Brusselaars genieten van de vele voordelen van 4G. Bovendien testte Mobistar als eerste Belgische operator met succes een 4G+ netwerk uit in Mechelen.



MOBISTAR IN HET CENTRUM VAN DE CONNECTIVITEIT

MISSIE

Door gericht te innoveren zorgt Mobistar ervoor dat consumenten, communities en bedrijven unieke mobiliteitservaringen kunnen beleven.

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

Het bedrijf biedt zijn residentiële klanten mobiele prepaidaanbiedingen en abonnementen aan alsook innovatieve mobiele telecomdiensten. Op de professionele markt biedt Mobistar vaste telefonie over het dsl-netwerk en breedbandinternet aan, treedt het op als een provider van geïntegreerde communicatieoplossingen en beschikt het over een ruim aanbod aan mobiliteits- en connectiviteitsdiensten.

Mobistar is als provider ook actief in de groothandel van telecomdiensten en verstrekt zijn partners zo toegang tot zijn infrastructuur en diensten.

Mobistar exploiteert een kwalitatief hoogstaand mobiel netwerk, waar voortdurend in geïnvesteerd wordt en dat zowel de 2G, 3G als 4G technologie aanbiedt. Mobistar, met de Orange-groep als voornaamste aandeelhouder, is genoteerd op de Beurs van Brussel.

VISIE

Mobistar zal door zijn klanten worden geprezen als de betrouwbare leider op het gebied van persoonlijke, gepersonaliseerde communicatie en diensten.

WAARDEN

Openheid

Wij communiceren op een open manier en nemen de verantwoordelijkheid voor onze handelingen.

Betrokkenheid

Wij streven ernaar onze taken perfect uit te voeren en nemen ons werk, ons leven en onze passies ter harte.

Dynamisme

Wij stimuleren nieuwe ideeën, moedigen aan tot leren en durven het ook eens anders te proberen.

Respect

Bij onze professionele contacten houden wij rekening met de anderen en hun waarden.



– Geoffrey en Concetta (klantendienst) –

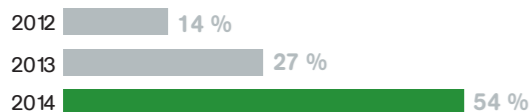


EEN VERANDERENDE MARKT

In Europa lijkt de veralgemening van mobiel breedband (4G) de dalende omzet uit mobiele telefonie van de voorbije jaren een halt toe te roepen. Op de Belgische vaste markt lag het duopolie (historische operator en kabeloperator) aan de oorzaak van continue tariefverhogingen, helemaal in tegenstelling tot de trend die zich op de mobiele markt manifesteerde.



KABEL OFFERTE
 Mobistar moet de mogelijkheid hebben toe te treden tot de markt van breedbandinternet en digitale televisie aan rendabele voorwaarden die het tevens mogelijk maken aantrekkelijke prijzen voor te stellen aan de consumenten.
 – Philippe Toussaint, Directeur kabel en convergentie –



Bron : Mobistar en Arthur D. Little

Explosie van het gebruik van mobiele gegevens

Na zes mindere jaren, ten gevolge van de scherpe daling van de prijzen voor mobiele telefonie, keerde in 2014 eindelijk het tij voor de Europese telecommarkt. De stijgende verkoop van smartphones en tablets resulteerde logischerwijs in een explosieve toename in het gebruik van mobiele gegevens, wat de erosie van de traditionele mobiele telefonie (voice) langzaam goedmaakt.

Mobistar is een van die operatoren die, na een jarenlange terugval, vaststellen dat de gemiddelde opbrengst per klant weer begint te stijgen, onder andere dankzij de lancering van mobiele breedbandnetwerken (4G). Ook in België was 2014 het jaar waarin het verkeer van mobiele gegevens explosief toenam. Steeds meer Belgen kunnen zich geen leven meer voorstellen zonder mobiele applicaties, en dan in het bijzonder die van de grootste sociale netwerken.

Duopolie in vast breedbandinternet en digitale televisie

2014 was een belangrijk jaar voor de concurrentie in België: operator Base (KPN) trok de stekker uit zijn digitale tv-dienst Snow, wat het duopolie tussen de historische operator voor vaste telefonie en de kabeloperatoren enkel maar ten goede kwam. Dat duopolie is ongebruikelijk in Europa en is nefast voor de consument. Door de gebrekkige concurrentie blijven de prijzen voor vast breedbandinternet en digitale televisie constant stijgen. Het contrast met de markt van de mobiele telefonie kan haast niet groter zijn. Daar trok een concurrentiestrijd tussen een dertigtal operatoren (van mobiele en virtuele netwerken) de prijzen zo hard naar beneden dat die nu tot de laagste van Europa behoren. De significante verschillen tussen churns in de diensten voor vaste en mobiele

telefonie tonen duidelijk aan dat het voor klanten van vaste telefonie allerm minst eenvoudig is om van operator te veranderen.

De vooruitgang in het dossier van de kabelregulering zet de deur open voor meer concurrentie in de Belgische breedbandmarkt, wat in het voordeel van de consument zal spelen. Het hof van beroep van Brussel besliste in november 2014 om de netwerkinfrastructuur van de kabeloperatoren in Vlaanderen open te stellen, waarmee een aantal twijfels de wereld werden uitgeholpen en de weg werd vrijgemaakt voor de lancering van een nieuw convergent aanbod in 2015. In de eerste helft van 2015 wordt tevens een beslissing verwacht voor Brussel en Wallonië.

Niettemin zouden de operationele voorwaarden en prijzen van deze diensten die in die context werden opgesteld, het voor Mobistar mogelijk moeten maken om op een betaalbare manier toe te treden tot de markt voor internet en televisie (een van de voorwaarden die de Europese Commissie wilde doordrukken) en tegelijk een aantrekkelijke prijs aan de consument aan te bieden. Die voorwaarden zijn nog niet vervuld. Daarom dringt Mobistar er bij de regulatoren op aan om deze voorwaarden snel te optimaliseren zodat een nieuwkomer rendabel kan zijn op de markt, en de consument daar mee voordeel uit kan halen. Mobistar zal de datum van zijn commerciële lancering vastleggen zodra de regulatoren duidelijkheid scheppen over de operationele voorwaarden en de wholesaleprijzen voor televisie en internet.

Regelgevend kader

In 2014 werden federale, regionale en Europese verkiezingen gehouden. Op regelgevend vlak was het vooral een jaar waarin heel wat beslissingen werden uitgevoerd die voorgaande jaren werden genomen. Mobistar verwacht dat die regelgevende maatregelen minder negatieve impact zullen hebben op de omzet van 2015 dan op de omzet van de afgelopen jaren. Volgens de operator zouden de nationale en Europese regelgeving een cumulatieve impact van ongeveer 300 miljoen euro gehad hebben op de omzet tussen 2010 en 2014.

Te onderlijnen voor 2014:

- Het dossier rond de aankoop van het spectrum 800 MHz, dat een grotere 4G-dekking mogelijk maakt, werd afgerond. De licentie is 20 jaar geldig en stelt Mobistar in staat om zijn klanten de beste 4G-dekking te bieden, zowel outdoor (in openlucht) als indoor (in gebouwen).



+29 %

VERKOOP VAN SMARTPHONES
IN BELGIË IN 2014



Bron : GfK



EEN TAKS DIE PIJN DOET
De taks op gsm-pylonen en -masten die het Waals Gewest in december 2013 invoerde, en die de Waalse gemeenten de mogelijkheid biedt om een gelijkaardige bijdrage te innen, van de Belgische telecomsector tientallen miljoenen euro's kosten.



– Guillaume en Henri (Aankoop) en Charlène (Operations) –

- In september 2014 verzekerde Mobistar zich van de beschikbaarheid van zijn 900 MHz-frequenties en van de toekomstige toegang tot 2 stukken van 25 MHz in het spectrum van 1800 MHz tot november 2021.
- Op 17 januari 2014 betaalde Mobistar de nodige bedragen aan de kabeloperatoren voor de effectieve invoering van de kabelregulering in België. Aan het einde van het jaar verwelkomde Mobistar de uitspraak van het hof van beroep van Brussel die een einde maakte aan de procedure die Telenet had aangespannen tegen de regulering voor de opening van de kabelmarkt. Mobistar vroeg aan de regulatoren om zich achter die beslissing te scharen om daarmee de concurrentie op de markt op te drijven en de consument een betere keuze en betere tarieven aan te bieden.
- Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest maakte de weg vrij voor de uitrol van een 4G-netwerk in de hoofdstad van Europa door een grenswaarde voor de straling van gsm-antennes vast te leggen op maximum 6 volt per meter. Ter herinnering: de Wereldgezondheidsorganisatie schrijft 42,6 volt per meter voor als de aanbevolen norm.

- De Europese Commissie legde de operatoren nog maar eens verlagingen op van de tarieven voor internationale roaming, zij het tegen een lager percentage dan de voorgaande jaren.
- De verlaagde mobiele terminatietarieven (MTR) in Luxemburg, voor oproepen tussen klanten die op een ander netwerk zitten, hebben een impact gehad van verschillende miljoenen euro's op de EBITDA van Orange Luxemburg.
- Het 'convenant-Vande Lanotte', een zelfregulerend kader dat werd onderhandeld tussen de operatoren en de ex-minister van Economie, werd in werking gesteld. Die overeenkomst verbindt de operatoren ertoe de klanten beter te informeren zodat die de voordeligste tarieven kunnen kiezen, wat ook de concurrentie ten goede komt.

WEER AANKNOPEN MET GROEI

De voorbije jaren heeft Mobistar zijn businessmodel aangepast aan de sterke prijs erosie op de markt van de mobiele telefonie. Dankzij die inspanningen veroverde het bedrijf een gunstige positie om nieuwe opportuniteiten aan te grijpen.



– Jessica (Marketing) –

5

STRATEGISCHE
PRIORITEITEN
VOOR 2015



HAPPY CUSTOMERS
Wij kijken permanent toe om de klanttevredenheid te verbeteren. Dit is onze prioriteit.
– Elisabeth Opsomer, Marketing manager Prepaid –

Het transformatieplan dat Mobistar medio 2013 invoerde, steunt enerzijds op een duurzame aanpassing van de kostenstructuur, en anderzijds op een versnelde realisatie van investeringen. In 2014 wierpen de acties binnen die beide pijlers hun eerste resultaten af met een lichte stijging van de gemiddelde opbrengst per klant. Daarenboven steeg de klanttevredenheid merkbaar.

In 2015 gaat Mobistar verder op die weg en zal het nieuwe opportuniteiten voor groei blijven aangrijpen. Het bedrijf stelde zich vijf strategische prioriteiten om op lange termijn aan te knopen met groei:



Leider worden op de markt van de mobiele activiteiten

- Mobistar verbindt zich ertoe om het meest kwalitatieve mobiele netwerk en het beste 4G-netwerk aan te bieden. Eind 2014 was Mobistar de leider op het vlak van 4G met een dekking van 88 % van de Belgische bevolking. De doelstelling is nu om dat cijfer tegen eind 2015 naar 99 % op te trekken.
- Op de markt van de mobiele abonnementen wil Mobistar opnieuw duurzame groei creëren, door nieuwe klanten aan te trekken via interessante aanbiedingen en innovatieve diensten.



De nummer 1 challenger van de convergente oplossingen worden

- Mobistar heeft de ambitie om de challenger bij uitstek te worden op de markt van de convergente oplossingen gebaseerd op de regulering van de kabel. Op de retailmarkt zal de effectieve opening van de kabelmarkt nieuwe mogelijkheden bieden voor de Belgische consumenten: zij zullen kunnen kiezen voor competitieve diensten die afgestemd zijn op hun behoeften.
- Op de businessmarkt zal Mobistar zijn convergente oplossingen uitbreiden, door verder te bouwen op zijn vaste oplossingen via vdsI.



De beste klantervaring op de markt aanbieden

- Mobistar wil de telecomoperator zijn die de beste klantervaring biedt. Dat wil de operator bereiken door de betrouwbaarheid van zijn netwerken (dekking en snelheid) en door een onberispelijke klantervaring aan te bieden vóór, tijdens en na de verkoop van een oplossing.
- Voor Mobistar staan de consumenten centraal. Het webplatform van de operator vormt het hart van zijn dienstverlening, samen met een transversale aanpak van het distributienetwerk.



De exploitatiekosten zo efficiënt mogelijk beheren

- Mobistar blijft bijzondere aandacht besteden aan een goede kostenbeheersing. Het wil nieuwe bedrijfsmodellen implementeren samen met zijn partners.
- De operationele kosten moeten blijven dalen, onder andere door de kwaliteit van de dienstverlening verder te verbeteren. Maar ook de optimalisatie van de processen in het licht van de bedrijfstransformatie zullen daar een aandeel in hebben.



Het engagement van de medewerkers vergroten

- Mobistar wil een werkcultuur creëren die gebaseerd is op kwaliteit, vereenvoudiging en een betere klantervaring. De digitalisering van het bedrijf vormt het hart van onze manier van werken.
- De medewerkers krijgen doorgroeimogelijkheden aangeboden en krijgen ook de kans om te werken in de groeidomeinen van het bedrijf, wat hun specialisatie ook is.

DE BESTE DEKKING EN VEEL MEER



– Mostafa (Netwerk) –

In 2014 investeerde Mobistar niet minder dan 155 miljoen euro (exclusief kosten voor de aankoop van licenties) in zijn netwerken om de klantervaring van A tot Z te verbeteren. De operator nam de leiding in de 4G-markt terwijl het verbeteringen bleef doorvoeren aan zijn 3G-netwerk en aan zijn vaste en convergente infrastructuur voor bedrijven.

 **99,5 %**
DE TOTALE DEKKING VAN HET MOBISTAR-NETWERK BUITENSHUIS (TEN OPZICHTE VAN DE BELGISCHE BEVOLKING)

Een grote sprong voorwaarts op het vlak van 4G

Mobistar is de Belgische koploper in 4G. Met de aankoop van zijn exploitatielicentie voor de 800 MHz-frequentie eind 2013 slaagde het erin een breed netwerk uit te rollen, met een goede kwaliteit van ontvangst in gebouwen. De kwaliteit van die indoordekking is essentieel voor Mobistar, dat geen mobiel breedband-netwerk wil uitrollen in een stad zolang het geen indoordekking van minstens 50 % kan garanderen. Op basis van die kwaliteitsnorm werd het 4G-netwerk in mei 2014 in Brussel uitgerold.

Eind 2014 voorzag de operator een 4G-dekking buitenshuis van 88 % van de Belgische bevolking en van 64 % binnenin de gebouwen. Zowat 500 000 klanten, dat is ongeveer een derde van alle Mobistar-klanten die mobiel internet gebruiken, genieten dagelijks van de voordelen van 4G. Die uitbreiding is het resultaat van investeringen om de antenne-infrastructuur te moderniseren en van het vele werk om de transmissie-netwerken opnieuw te configureren.

500 000
GEBRUIKERS OP HET 4G-NETWERK VAN MOBISTAR



Meer te weten over het Mobistar netwerk www.mobistar.be/netwerk

Mobistar rolt zijn mobiel breedbandnetwerk verder uit in minder dichtbevolkte gebieden om tegen eind 2015 een 4G-dekking van 99 % te garanderen, naar het evenbeeld van zijn 2G-netwerk.

Een stevige 3G-leider

Tegelijk blijft Mobistar zijn 3G-netwerk verder optimaliseren. Het steunt daarbij op zijn leiderschap in het beheer van umts-netwerken met lage frequenties. Mobistar heeft de meeste umts-gebruikers op het spectrum van 900 MHz. Die ervaring is bovendien heel nuttig voor de uitrol van zijn 4G-netwerk op het 800 MHz-spectrum.

In tijden waarin het gebruik van mobiele gegevens explosief is toegenomen, werkt Mobistar hard om opstoppingen op zijn netwerken te voorkomen en zo te allen tijde beschikbaar te blijven. De kwaliteit van de waargenomen klantervaring hangt ook erg af van onze permanente werken om de transitie tussen de verschillende netwerktypen (2G, 3G en 4G) en frequentiespectrums (800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2.1 GHz en 2.6 GHz) te optimaliseren. Onderweg moeten klanten kunnen blijven rekenen op een onberispelijke dienstverlening, van vertrek tot aankomst – of ze nu reizen met de auto, de trein of de metro. Daarom zal Mobistar zich blijven inzetten om de netwerkqualiteit op bepaalde 'strategische' locaties, zoals bijvoorbeeld tunnels en spoorwegverbindingen, te verbeteren.

5,5 MIO

SIMKAARTEN DAT VERBONDEN ZIJN MET HET NETWERK VAN MOBISTAR



4G ONDER TOEZICHT
Wij houden constant de prestaties van ons netwerk in het oog teneinde de beste ervaring te bieden aan onze klanten.

– Yann Farmine - Development Manager –



Glasheldere spraakkwaliteit

De vooruitgang die we boeken met onze breedband-netwerken, die het meest geschikt zijn voor nieuwe toepassingen, mag geen afbreuk doen aan de kwaliteit van de spraaktransmissie. Mobistar is de enige operator die zijn klanten de performantere HD Voice-technologie aanbiedt, welke de audiokwaliteit van de spraaktransmissie gevoelig verbetert, met een glashelder geluid als gevolg. Mobistar speelt een voortrekkersrol voor deze technologie die in de nabije toekomst zal uitgroeien tot de industriële norm.

Een minder ingewikkelde netwerkarchitectuur

In 2014 slaagde Mobistar erin zijn netwerkarchitectuur te vereenvoudigen door enkele technologieën te stroomlijnen en door komaf te maken met enkele verouderde standaarden (zoals ATM). Bijgevolg kan de operator massaal blijven investeren, terwijl het zijn kosten rationaliseert.

Dat Mobistar deel uitmaakt van een wereldgroep als Orange betekent ook dat het gebruik kan maken van synergiën voor aankopen bij leveranciers en fabrikanten. Een bijkomend voordeel is dat de operator bepaalde procedures voor kwaliteitscontrole en software-upgrades kan delen.

Er wordt constant geïnvesteerd in het Mobistar netwerk teneinde de kwaliteit en de prestaties te verbeteren ten voordeel van de klanten.



– Stefan en Hicham (Netwerk) –

GESLAAGDE EERSTE TEST VAN HET 4G+ NETWERK IN MECHELEN

In mei 2014 was Mobistar de eerste Belgische operator die met succes een 4G+ netwerk (ook wel LTE-Advanced genoemd) testte, wat snelheden tot 200 Mbps mogelijk maakt. Doordat de 4G-frequenties van 1800 en 800 MHz samengevoegd werden, wordt het spectrum efficiënter gebruikt, wat resulteert in hogere snelheden en een betere dekking binnenshuis (tot 30% meer). Mobistar is van plan deze technologie te lanceren zodra er compatibele toestellen op de markt zijn en de nationale dekking voldoende uitgebreid is om een klantverwachting van topkwaliteit te garanderen.



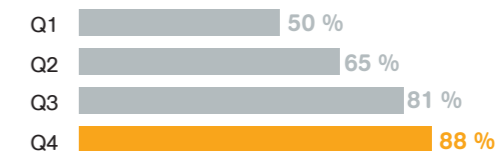
4 x

IN 2014 WERD DE CAPACITEIT VAN DE NETWERKKERN VERMENIGVULDIGD MET FACTOR 4 OM TEGEMOET TE KOMEN AAN DE STIJGING VAN HET GEBRUIK VAN MOBIELE GEGEVENS

n°1

IN 4G-DEKKING EINDE 2014

Mobistar 4G dekking (2014)



Betrouwbaarder vast aanbod voor bedrijven

Mobistar zette zich in om zijn glasvezel- en vdsi-netwerk te stroomlijnen en te optimaliseren, en deed dat op een manier die volstrekt transparant is voor zijn professionele klanten. Hierdoor kon het de betrouwbaarheid verbeteren van zijn oplossingen voor vaste telefonie, via analoge of digitale lijnen, en van zijn IP VPN-aanbieding. Als bedrijf dat professionele convergente aanbiedingen (vast-mobiel) aanbiedt, voerde Mobistar tevens een aantal werken uit waardoor we dankzij de 'small cell'-technologie (zoals Femtocell) moeilijk bereikbare gebieden van mobiel breedband kunnen voorzien.

STEEDS MEER OP MAAT VAN UW BEHOEFTE

Om de beste mobiele connectiviteit aan te bieden, rekent Mobistar op de kwaliteit van zijn netwerk en ontwikkelt het oplossingen om het leven van zijn klanten makkelijker te maken. In 2014 deed Mobistar nieuwe inspanningen om de vertrouwenspartner te worden van residentiële klanten in al hun diversiteit.

 **7 000**
GASTEN OP DE CONCERTEN
VAN MIKA EN LADY GAGA.

3 041 000
ACTIEVE KLANTEN (MOBISTAR NV)



Ontdek onze residentiële oplossingen op www.mobistar.be

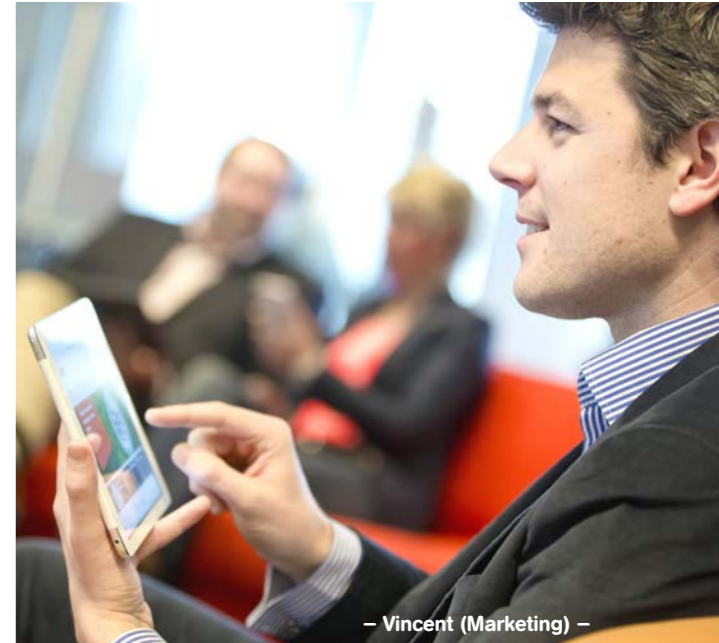
Klanten verwennen

Mobistar trakteerde zijn klanten op kleine attenties en cadeautjes. Sinds het getrouwheidsprogramma 'Have a nice day' in april werd gelanceerd, kregen alle klanten van Mobistar zeker één uitnodiging om een geschenk te kiezen in hun klantenzone, op de website van Mobistar. Als kers op de taart organiseerde Mobistar twee exclusieve optredens van Mika in de Ancienne Belgique en van Lady Gaga en Tony Bennett op de Brusselse Grote Markt met respectievelijk 2.000 en 5.000 genodigden van Mobistar.

Een persoonlijke check-up

Mobistar gaat heel wat verder dan zijn wettelijke informatieverplichtingen, door proactief contact op te nemen met zijn klanten om hen het tariefplan voor te stellen dat het best past bij hun verbruik. De klant kan bovendien zelf op elk moment contact opnemen met de operator om na te gaan of hij nog altijd de voordeligste bundel heeft. Deze proactieve aanpak bracht aan het licht dat de klant doorgaans niet noodzakelijk voor het goedkoopste tariefplan gaat, maar dat hij vooral de aanbieding zoekt die met zijn behoeften overeenkomt, zoals bijvoorbeeld een tariefplan met een inbegrepen forfait voor mobiel internet, om onaangename verrassingen op zijn factuur te vermijden.

Wat dat laatste betreft, is Mobistar voorstander van een maximale transparantie voor 'verbruikte' communicatie. Een notificatiesysteem verwittigt de klant zodra hij zijn databundel overschrijdt. Mobistar gaat echter verder dan de wettelijke verplichting: de operator verwittigt de klant zodra hij 80 % van zijn databundel heeft opgebruikt en blokkeert zijn dataverbinding automatisch aan 100 %. De klant heeft dan drie mogelijkheden: of hij bevestigt de blokkering, of hij blijft surfen en betaalt voor wat hij effectief verbruikt, of hij koopt een grotere databundel. Tenslotte kan de klant ook op elk moment zijn dataverbruik in de gaten houden dankzij de gratis MyMobistar-app.



– Vincent (Marketing) –

MySwap, en u bent altijd mee

Eind september lanceerde Mobistar MySwap, een unieke dienst in België en zelfs in Europa. De operator garandeert de terugname van 4G-smartphones en geeft de klant daarvoor tot 50 % van de aankoopprijs terug binnen de twee jaar. MySwap kost slechts 3 euro per maand en is beschikbaar op een selectie van 4G-smartphones. MySwap is een aantrekkelijke formule voor hightechfans die altijd het nieuwste model smartphone willen hebben.

Aantrekkelijk geprijsde smartphones

2014 was ook het jaar waarin Mobistar zijn 'subsidiëringsstrategie' voor smartphones op punt stelde en uitbreidde. Ongeacht welk tariefplan de klant heeft, kan hij vrij kiezen uit een uitgebreid aanbod van 4G-smartphones van topkwaliteit zonder zware kosten. De consument kan ook professioneel advies inwinnen in de gemoderniseerde Mobistar Centers. De operator verbindt zich ertoe om de consument te helpen het uiterste uit 4G te halen, te beginnen met de keuze van het juiste toestel.

Internationaal bellen tegen scherpe prijzen

Medio 2014 lanceerde Mobistar 1617, een prepaidaanbod met scherpe tarieven voor internationale oproepen dat erg voordelig is voor buitenlanders die naar België verhuisd zijn en nog regelmatig met hun vrienden en familie in hun land van herkomst bellen.

Met zijn aanbieding Panter 60 was Mobistar ook de eerste operator die een aanbieding lanceerde met aanzienlijk wat belminuten, sms'jes en mobiel internet voor alle inkomende en uitgaande communicatie in Europa.

“Wij hebben onze focus opnieuw op onze eigen verkoopkanalen gelegd, door onze prestaties die de klanten rechtstreeks ten goede komen aanzienlijk te verbeteren.”

Meer klantvriendelijke verkooppunten

Mobistar begon in 2014 met een groot modernisatieproject voor zijn verkooppunten. Per maand kregen 5 verkooppunten een 'facelift'. De ruimtes zijn meer open, moderner en ze nodigen de bezoeker uit om zo veel mogelijk toestellen uit te proberen. Mobistar reduceerde het aantal winkels van 162 naar 140, opdat ieder verkooppunt nog meer diensten en een betere klantervaring zou kunnen aanbieden, met name via een 'repair in store'-dienst waarmee de klant zijn toestel ter plaatse kan laten herstellen.

De uitschieters van die nieuwe verkooppunten zijn de twee 'concept stores' in Luik en Antwerpen, waar klanten kunnen proeven van de nieuwste digitale technologieën.

Mobistar greep deze update van zijn distributienetwerk niet alleen aan om zijn winkels mooier en comfortabeler in te richten, maar ook om een aantal processen te stroomlijnen. Het aanbod in de winkel werd helemaal afgestemd op het aanbod van de online shop van Mobistar, die in 2014 ook helemaal werd geüpdatet. Veel klanten beginnen immers hun zoektocht online voor ze een winkel binnenstappen om een smartphone uit te proberen of advies in te winnen.

Exclusieve distributiepartnerships

De operator maakte een eind aan de samenwerking met The Phone House, omdat het aanbieden van diensten van verschillende operatoren niet meer zou passen bij de specifieke verwachtingen van de consument. Mobistar is er overigens in geslaagd enkele nieuwe exclusieve partnerships af te sluiten: na het faillissement van het bedrijf dat instond voor het beheer van de telecomwinkels in de Carrefour hypermarkten, sloot Mobistar een nieuw akkoord met de distributieketen. In het licht van dat akkoord kregen 35 'shops in shops' in Carrefour hypermarkten een make-over in de kleuren van Mobistar. De operator heeft ook een soortgelijk partnership lopen met Media Markt.

Mobistar heeft een deel van de activa van Euphony Benelux overgenomen.

De concept stores van Mobistar garanderen een unieke klantervaring en leggen de nadruk op het uitproberen, de ontdekking en de service.

5

HET GEMIDDELDE AANTAL MOBISTAR-WINKELS DAT PER MAAND EEN MAKE-OVER KREEG



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 2014	Gemiddelde
% beantwoorde oproepen	91,62
Gemiddelde wachttijd (in seconden)	24
Rechtzetting facturen (in dagen)	9,1
Klachten consumenten bij de Ombudsman	1 600

Eenvoudigere customer journeys

Mobistar wil de relaties met zijn klanten 'digitaliseren' wanneer dat zin heeft. Het welkomstproces voor nieuwe klanten werd vereenvoudigd dankzij de digitale mogelijkheden: de nieuwe abonnee krijgt een mail die hem naar een webpagina brengt waar heel wat informatie staat over hoe hij zijn toestel optimaal kan gebruiken, hoe hij zijn factuur kan lezen en hoe hij zijn verbruik online kan volgen. 85 % van de klanten met een abonnement krijgt een elektronische versie van zijn factuur (via mail of sms), wat mooi is meegenomen op zowel ecologisch als economisch vlak. De welkomstprocessen voor nieuwe klanten werden herzien met de bedoeling meer gebruik te maken van digitale communicatiemiddelen (sms, mail). De klanten kunnen ook hun verbruik opvolgen met de applicatie MyMobistar en via www.mobistar.be. De informatie wordt er duidelijk weergegeven om de klant een beter inzicht te geven en onaangename verrassingen te vermijden.



OP WEG NAAR CONVERGENTIE

Wij zijn gestart met de operationele testen voor onze diensten breedband internet en digitale tv ter voorbereiding van de commerciële lancering.

– Thomas Parvais –
Senior Product Manager
kabel –

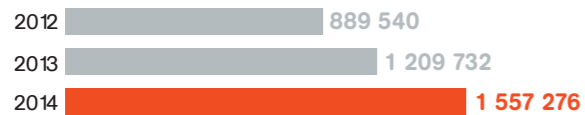




MOBILITEIT ALS EEN OPPORTUNITIEIT VOOR BEDRIJFS- TRANSFORMATIE

+25,6%
ACTIEVE M2M SIMKAARTEN

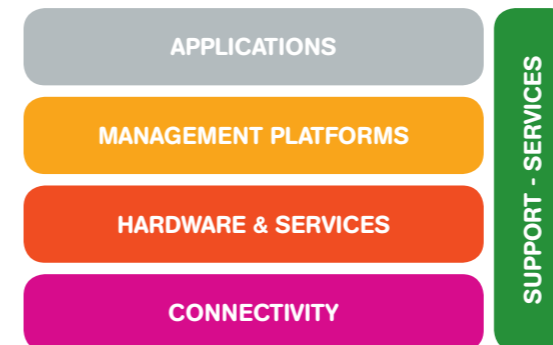
EVOLUTIE VAN HET AANTAL MVNO-KAARTEN



De komst van 4G, het wijdverspreide gebruik van cloud computing, betrouwbare en betaalbare mobiele toestellen en de toename van het 'internet of things' (M2M) stuwden de informatica naar nieuwe horizons. Mobistar begeleidt bedrijven die deze mobiliteit als een ongeziene kans beschouwen om hun onderneming performanter te maken.

In 2014 lanceerde Mobistar zijn strategie 'Enterprise Mobility 3.0', waarmee het zijn professionele klanten helpt om betere prestaties neer te zetten door voordeel te halen uit de 'mobilisering' van hun informaticaprocessen. Die strategie is gebaseerd op de volgende bouwstenen:

ONZE ENTERPRISE MOBILITY 3.0 STRATEGIE



SHAPE, OM MEDEWERKERS MOBIEL TE MAKEN

In 2014 innoveerde Mobistar met zijn formule 'Shape', een heel eenvoudige en flexibele telefonieoplossing om een professionele vloot te beheren. Omdat niet alle werknemers dezelfde mobiele telefoniebehoeften hebben, is het bij Shape mogelijk om 6 formules te combineren, zodat er aan ieders behoeften wordt voldaan, van de vertegenwoordiger die Europa doorkruist tot de 'vaste' medewerker die gewoon bereikbaar moet zijn. Bij Shape wordt ook de dienst Invoice Split aangeboden. Daarmee kan een bedrijf het maximumbedrag vastleggen dat het betaalt en bijgevolg zijn budget onder controle houden.

Een passende connectiviteit

De leadership van Mobistar op het gebied van 4G laat haar toe mobiele infrastructures aan te bieden die bedrijfsprocessen betrouwbaar kunnen ondersteunen. Via zijn 'Shape'-aanbieding heeft de operator zijn prijsmodel aangepast waarmee Mobistar voortaan all-inpakketten aanbiedt, die de gebruikers de nodige gemoedsrust garanderen.

Beveiliging en beheer van toestellen

Mobistar helpt bedrijven om de explosie aan mobiele toestellen en applicaties in goede banen te leiden. In samenwerking met specialisten op vlak van 'mobile device management' maakt de operator het mogelijk voor bedrijven om de controle te behouden over al hun mobiele toestellen. Ook gegevensbeveiliging is een topprioriteit.

Applicaties met een hoge toegevoegde waarde

Mobistar maakt deel uit van een inspirerend ecosysteem van ongeveer 170 leveranciers van mobiele applicaties uit heel diverse vakgebieden. De verkopers van de operator gebruiken zelf Showpad en Salesforce op hun tablet om professionele klanten een uiterst efficiënte service te bieden.



MACHINE TO MACHINE
De machine-to-machine markt is in België in volle opmars. Mobistar heeft als leider op deze markt alle vaardigheden in huis om haar klanten bij te staan bij het heruitvinden van hun bedrijfsprocessen.
– Gert Pauwels –
M2M Marketing manager –

Een groothandelsmarkt geleid door twee partners

Meer dan anderhalf miljoen simkaarten zijn geactiveerd op het Mobistar-netwerk via virtuele mobiele operatoren (mvno's). De belangrijkste op het vlak van volume is Telenet. Een andere partner die de wind in de zeilen heeft, is de virtuele operator Lyca Mobile.

Een pionier in verbonden voorwerpen

Als leider op het gebied van machine-to-machine-verbindingen is Mobistar de geschikte partner om bedrijven te helpen hun informatiestromen te optimaliseren dankzij het enorme potentieel van het 'internet of things'.

Mobiline

Mobistar heeft een unieke nieuwe oplossing gelanceerd die alle voordelen van vaste telefonie overdraagt naar mobiele telefonie. Klanten kunnen hun vaste telefoonnummers behouden maar ontvangen alle oproepen rechtstreeks op de mobiele telefoons van het bedrijf.

Mobifleet

In samenwerking met Systemat heeft Mobistar een nieuwe tool onthuld waarmee kmo's hun vloot van smartphones en tablets kunnen beheren. Deze mogen rekenen op een zorgeloze oplossing met handige voordelen, zoals pre-configuratie van de toestellen met de applicaties van het bedrijf, een helpdesk waar werknemers 6 dagen per week terecht kunnen en een tool om gegevens en applicaties te recupereren in geval van verlies.

Taxis Verts innoveert met Mobistar

In Brussel gebruikt Taxis Verts het 4G-netwerk van Mobistar om zijn klanten wifi aan te bieden aan boord van de taxi. Taxis Verts vertrouwt ook op de expertise van Mobistar inzake Enterprise Mobility om de mobiele app eCab aan te bieden, waarmee het een nieuwe interactie met de klant creëert.



– Yuri (Aankoop), Els (B2B Solutions) en Khaled (Wholesales) –



Ontdek onze business oplossingen op business.mobistar.be



ORANGE COMMUNICATIONS LUXEMBOURG

17

ORANGE-VERKOOPPUNTEN IN HET GROOT-HERTOGDOM, WAARONDER 'SHOPS IN SHOPS' BIJ AUCHAN, SATURN EN DELHAIZE.

165

RELAISANTENNES DIE IN 2014 DOOR ORANGE COMMUNICATIONS LUXEMBOURG GEPLAATST WERDEN

Een uitgebreid dienstenaanbod

In 2014 investeerde de Luxemburgse operator, 100 % dochteronderneming van Mobistar, veel in de prestaties van zijn mobiele netwerk, nadat het eerder pionier was op het vlak van 4G. Het dienstenaanbod werd ook vernieuwd voor het comfort van klanten, en dit in een markt die door de komst van een vierde operator nog competitiever is geworden.

Orange Communications Luxembourg investeerde maar liefst 10 % van zijn omzet om enerzijds de dekking van zijn 4G-netwerk (85 % van de bevolking eind 2014) en anderzijds de prestaties en de dichtheid van zijn 2G- en 3G-netwerk te verbeteren. Dit heeft zich vertaald in een aanzienlijke verbetering wat betreft de perceptie over de kwaliteit van het Orange-netwerk. Dit werd aan het einde van het jaar ondersteund door een grote reclamecampagne waarin de focus gelegd werd op hoe dicht het merk staat bij de Luxemburgse bevolking.

Comfort voor alles

De Luxemburgse operator nam zijn portefeuille van mobiele diensten stevig onder handen. Er werd een duidelijke keuze gemaakt voor onbeperkte formules met een maximum aan comfort. Het nieuwe vlaggenschip, Hello Europe Intense, omvat aantrekkelijke roamingtarieven voor de vele grensarbeiders.

Een veelbelovende start voor quadruple play

2014 was het startjaar voor de convergente aanbieding vaste telefonie + mobiele telefonie + internet + digitale televisie, en dit in samenwerking met de kabeloperator Eltrona en Luxembourg Online. De verkoop ging er op vooruit en het televisieaanbod werd geleidelijk uitgebreid. Het voordeel van Orange TV is dat het films in avant-première kan voorstellen (in het Duits en Frans) die door Orange Studio mede geproduceerd werden. Orange Luxembourg, partner van het My French Film Festival, wordt door het grote publiek nauw geassocieerd met bioscoopfilms.

Succes van de Pro Corners

Orange Luxembourg plukt de vruchten van de lancering, nu een jaar geleden, van zijn Pro Corners, ruimtes toegewijd aan professionele gebruikers. De operator presteerde uitstekend in het segment van zelfstandigen en kleine ondernemingen. Op de markt van de grotere bedrijven heeft de Luxemburgse dochteronderneming de hete adem van de nieuwkomer gevoeld. De volgende maanden zou de optimalisering van het convergente aanbod voor bedrijven de operator moeten helpen om verder te groeien op die heel dynamische markt.



– Bilal, Mimouna en Victor (Klantendienst) –

ENGAGEMENT EN INZETBAARHEID

DE TWEE PIJLERS VAN MOBISTARS 'PEOPLE'-STRATEGIE

Gemotiveerde en geëngageerde medewerkers maken het verschil. Daarom wijdde Mobistar een van zijn vijf strategische prioriteiten aan zijn teammembers. Het bedrijf wil een aantrekkelijke werkgever zijn die aandacht heeft voor de loopbaanontwikkeling en professionele ontplooiing van zijn medewerkers. Met zijn bedrijfscultuur wil Mobistar een gevoel van welzijn en samenwerking paren aan sterke resultaten en doorgroeimogelijkheden, en daarvoor doet het een beroep op het beste wat digitale technologieën te bieden hebben. De teammembers van Mobistar zijn ambassadeurs van een bedrijf dat bijdraagt aan de digitalisering van de maatschappij.

Hoe tevredener, hoe sterker geëngageerd

Met hun talenten helpen de teamleden het bedrijf voortdurend te vernieuwen en de successen aaneen te rijgen. Daarom voerde Mobistar ruim twee jaar geleden een systeem in dat het engagement van zijn medewerkers (e-NPS) en hun leidinggevende kwaliteiten (people factor) op een objectieve manier kan meten, op basis van een anonieme peiling die twee keer per jaar gebeurt. Het doel is om het engagement te meten en daarnaast de dialoog aan te gaan met de werknemers, via een bedrijfschat waarop iedereen vrij zijn mening kan geven over de behaalde successen, de gemaakte progressie en eventuele probleemgevallen. Dat initiatief helpt het management inzicht te krijgen in wat de werknemers echt willen en zijn strategie op die behoeften af te stemmen.

De e-NPS-score is met meer dan 15 punten gestegen in 2014. Daaruit blijkt ook dat meer dan 70 % van de werknemers Mobistar zou aanbevelen als topwerkgever.

+15
STIJGING VAN DE MEDEWERKERS
E-NPS IN ÉÉN JAAR

 **70%**
VAN DE WERKNEMERS ZOU
MOBISTAR AANBEVELEN ALS
TOPWERKGEVER

“Medewerkers fier over hun merk, hun producten alsook hun werkervaring binnen een digitale onderneming maken het verschil.”

Anne Cambier, Chief People Officer

Die verhoogde interne tevredenheid is een voorwaarde sine qua non voor de motivatie en dus het engagement van de medewerkers. Cruciaal daarvoor is een transparant communicatiebeleid over de strategie van het bedrijf, dat de afgelopen twee jaar een grote transformatie onderging om de operationele efficiëntie te verhogen met als doel om van onze werknemers echte ambassadeurs van het merk, de strategie en de producten van Mobistar te maken. Mobistar zal mogelijkheden blijven aanreiken om transversaal te groeien binnen het bedrijf. Zo helpt het zijn medewerkers om de competenties te ontwikkelen die het bedrijf nodig heeft en krijgen ze de kans om zich te ontplooiën en hun eigen competenties te versterken.

Merkambassadeurs

Mobistar wil zijn medewerkers eenzelfde mobiele en digitale ervaring aanbieden als zijn residentiële en professionele klanten. Zo hoopt het van zijn werknemers echte ambassadeurs te maken van het merk, de strategie en de producten van Mobistar. De Enterprise Mobility 3.0 aanpak, dat bedrijven prikkelt om hun technologieën tot een concurrentieel voordeel om te buigen, wordt hiervoor intern aangewend. Die strategie bevordert nieuwe manieren om flexibeler, mobieler en uiteindelijk productiever te werken. Zo worden bedrijven uitgenodigd om het echte potentieel van digitale en mobiele technologieën te ontdekken.

1432

MEDEWERKERS (MOBISTAR NV)



– Hicham, Miguel en Anne (B2B) –



– Nathalie en Anissa (Verkoop) –

COMPETENTIEONTWIKKELING
Inzetbaarheid is 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.



In een snel evoluerende markt waken wij er over dat de vaardigheden van onze medewerkers permanent mee evolueren teneinde Mobistar voor te bereiden op de toekomst.
– Lien Santens
HR Business Partner –

Gedeeltelijke outsourcing van IT

Transparantie, anticipatie en doorgroeimogelijkheden voor de IT-specialisten lagen eveneens aan de basis van de beslissing om een deel van de IT-afdeling te outsourcen. Ongeveer 130 medewerkers verhuisden zo naar het IT-bedrijf Tech Mahindra. Dankzij die outsourcing naar een groep waar IT de core business is, bindt Mobistar zich aan een partner die de onderneming zal begeleiden in haar digitale transformatie en medewerkers zal inzetten waar nodig.

Een aantrekkelijke werkgever

Mobistar is voorstander van een omgeving waarin iedereen zich goed voelt, met zijn collega's samenwerkt en zichzelf kan ontwikkelen. Het bedrijf is erop uit een aangename, open en performante werkomgeving aan te bieden, waar waarden zoals respect, verantwoordelijkheidsgevoel ('empowerment') en constructieve dialogen centraal staan.

Een prikkelende werkomgeving is ook een omgeving waar behaalde successen passend gevierd worden. Ter gelegenheid van zijn 18de verjaardag organiseerde Mobistar een aantal verrassingen en animaties voor zijn teamleden. Aan het einde van het jaar werd een groepsspel gespeeld dat door een werknemer bedacht werd om de teamgeest te versterken en geld in het laatje te brengen voor een goed doel. Die interne activiteiten pasten perfect bij de succesvolle externe promotiecampagne M4GIC (voor ons 4G-aanbod).

EEN CSR STEMPEL IN ALLE ACTIVITEITEN



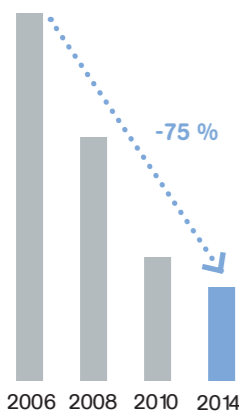
CLOSE THE GAP
In 2014 schonk Mobistar 125 schermen, 137 computers, 366 laptops en 62 printers aan de vereniging Close the Gap, die ze schoonmaakte, opknapte en ze naar ontwikkelingslanden overvloog, waar ze gebruikt worden voor pedagogische doeleinden.

– Djaouida (Netwerk), Eric (B2B) en Yamina (Klantendienst) –

Bij Mobistar is maatschappelijk verantwoord ondernemen (Corporate Social Responsibility - CSR) een dagelijks engagement naar onze klanten, de samenleving, het milieu en onze medewerkers toe.

-75%

CO₂-UITSTOOT
TUSSEN 2006 EN 2014



Ontdek de CO₂-video op
www.youtube.com/mobistarbelgie

Mobistar wordt aanzien als de pionier in België op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Die status heeft het bedrijf verkregen door constant in dialoog te treden met verschillende stakeholders, zij het de burgers, overheidsinstanties of zakenpartners. In het licht daarvan werd in 2013 de 'CSR advisory board' opgericht welke bestaat uit mensen die aanzien genieten binnen het domein van CSR en een objectieve en externe kijk houden op het CSR-beleid van het bedrijf. In 2014 kwam de CSR advisory board twee keer samen. De raad wordt voorgezeten door Sabine Denis, Change Executive Officer van het bedrijfennetwerk Business & Society Belgium. Daarnaast waakt een CSR comitee, samengesteld uit de CEO van Mobistar alsook 5 leden van het Uitvoerend Management, erop dat het CSR-beleid in alle afdelingen van het bedrijf wordt uitgevoerd.

De maatschappelijke verantwoordelijkheid van het bedrijf steunt op 4 pijlers:

Welzijn en betrokkenheid van de medewerkers

Een goed begrip over de strategie die het bedrijf voert is essentieel om zich betrokken te voelen. Daarom heeft Mobistar een aantal instrumenten geïmplementeerd waarmee iedereen degelijk geïnformeerd wordt over deze strategie en er tevens toe kan bijdragen.

Mobistar ziet er tevens op toe een werkomgeving te scheppen waarin een goed evenwicht mogelijk is tussen werk en privé, onder andere door telewerk toe te laten.

Verder worden er 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

Uit onze dialoog met onze stakeholders blijkt dat een van de grootste verantwoordelijkheden van Mobistar, als bijdrager tot de ontwikkeling van de lokale economie, zijn klanten een onberispelijke ervaring te bezorgen is door hen betrouwbare producten en diensten van topkwaliteit aan te bieden. Dat impliceert ook dat we elk moment moeten waken over gegevensbescherming en kinderen moeten beschermen tegenover bepaalde content.

In dat opzicht hebben we technische oplossingen ontwikkeld voor de ouders en de site van Mobistar uitgebreid met een minisite boordevol informatie.

Engagement ten voordele van inclusie

In 2014 investeerde Mobistar verder in de vereniging Participate! die zich inzet voor mensen met autisme. Op 2 april namen ongeveer 25 team members vrijwillig deel aan Wereld Autism Dag. Na een opleiding hebben zij kinderen en volwassenen met autisme kennis laten maken met hun werk of hun vrije tijd activiteiten.

De website van de vereniging, www.participate-autisme.be, werd verder uitgebreid met nieuwe content. Meer



**EEN GEDRAGEN
VERANTWOORDELIJKHEID**
Dag na dag maken wij onze ambitie inzake CSR waar dankzij acties ten voordele van onze klanten, de samenleving, het milieu en onze werknemers.
– Sabine Desmette, CSR Manager –



**VIVA FOR LIFE -
MUSIC FOR LIFE**
Aan het einde van het jaar
steunde het personeel actief
een intern evenement om
fondsen in te zamelen voor
Viva for Life en Music for Life
om kinderen te helpen die in
armoede leven.

dan 250.000 mensen namen in 2014 een kijkje op de site. De verantwoordelijken van de vzw gaven ook over het hele land een honderdtal presentaties en opleidingsessies voor ouders.

Op 20 september organiseerde de vereniging in Brussel een congres voor ouders van kinderen met autisme en zorgverleners rond het thema 'Autisme en levenskwaliteit'. Terwijl de voormiddag in het teken stond van plenaire lezingen door nationale en internationale experts, werden na de middag verschillende interactieve workshops georganiseerd. 700 mensen hebben deelgenomen.

Een CO₂-neutraal bedrijf

Naar haar CO₂-uitstoot met 75 % te hebben gereduceerd sinds 2006, compenseert Mobistar de niet-reduceerbare CO₂ uitstoot van haar operationele activiteiten.

Het bedrijf kan tegenwoordig een CO₂-neutrale balans voorleggen voor de operationele activiteiten van zijn netwerk, zijn hoofdzetel en zijn eigen verkooppunten. Concreet betekent dit dat wanneer klanten gebruik maken van de verschillende diensten van Mobistar, zij met zekerheid weten dat deze CO₂ neutraal zijn.

Mobistar werkt samen met het onafhankelijke bureau CO₂Logic om zijn ecologische voetafdruk te berekenen

Leefomgeving

GRI	Indicatoren	Eenheden	2012	2013	2014
EN03	Hoeveelheid stookolie (alle gebouwen, alle gebruik)	m ³	322	286	330
EN03	Hoeveelheid gas	m ³	238 140	172 980	178 290
EN03	CO ₂ -uitstoot door gebruik van stookolie	ton CO ₂	862	765	884
EN16	CO ₂ -uitstoot door gebruik van gas	ton CO ₂	460	334	344
EN04	Totale hoeveelheid gebruikte elektriciteit	GWh	110	108	104
EN16	CO ₂ -uitstoot door het gebruik van elektriciteit	ton CO ₂	0	0	0
EN03	Hoeveelheid diesel gebruikt voor de voertuigen	liter	1 862 598	1 861 572	1 586 210
EN16	CO ₂ -uitstoot door de voertuigen	ton CO ₂	5 122	5 119	4 362
EN29	Afstand afgelegd per trein	km	1 353 461	1 410 642	1 245 649
EN16	Totale CO ₂ -uitstoot die vermeden is door het gebruik van groene energie	ton CO ₂	23 888	27 000	27 965

en te verkleinen. Daarna compenseerde de operator zijn niet-reduceerbare CO₂-uitstoot door te investeren in een project om ovens aan Oegandese gezinnen te leveren. De bedoeling van dit project is niet alleen om de CO₂-uitstoot terug te dringen maar ook om de leefomstandigheden van de lokale bevolking te verbeteren.

De hoofdzetel van Mobistar kreeg van Leefmilieu Brussel het label Ecodynamische onderneming met 3 sterren voor zijn milieuvriendelijke aanpak. Dat label is een officiële erkenning in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor ondernemingen die een milieuvriendelijk beleid voeren. Het is een beloning voor de ecodynamiek van het bedrijf en voor zijn vooruitgang in domeinen als afvalbeheer, rationeel energieverbruik en mobiliteitsbeheer van de medewerkers.

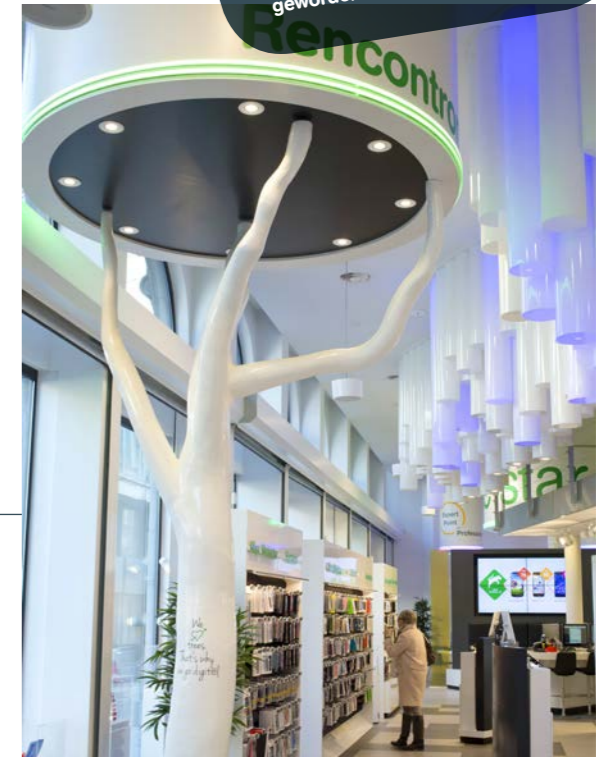


27 757

GSM'S DIE IN DE WINKELS WERDEN
VERZAMELD VOOR RECYCLAGE

428

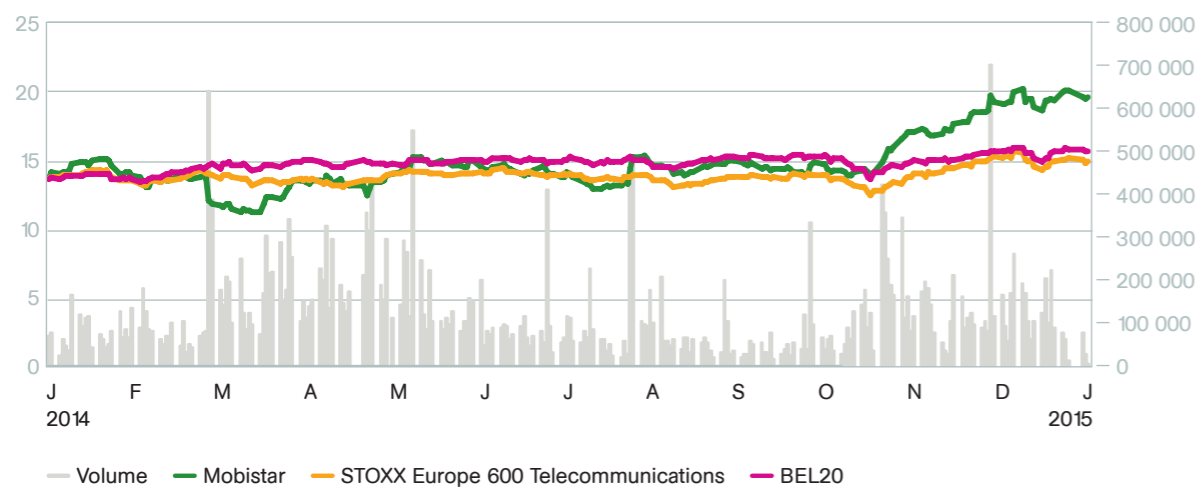
MEDEWERKERS MAKEN
GEBRUIK VAN ECO-MOBILITEIT



INFORMATIE VOOR AANDEELHOUDERS EN INVESTEERDERS

Het doel van het Mobistar-team Investor Relations bestaat erin om 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.

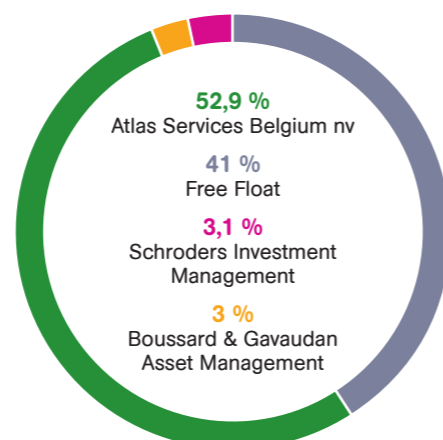
Evolutie van het aandeel Mobistar, Bel 20 en Stoxx Europe 600 telco



+42 %
STIJGING VAN HET ANDEEL
IN 2014

Na de goede prestaties van de Europese telecombedrijven in 2013, bleef de sector het ook in 2014 goed doen. Het Mobistar-aandeel presteerde erg sterk in 2014 en sloot het jaar af met een stijging van 42 %.

Aandeelhoudersstructuur
(situatie op 31/12/2014)



Financiële kalender

12 januari 2015	Start black-outperiode
4 februari 2015	Financiële resultaten vierde kwartaal en jaarresultaten 2014: Persbericht Conference call met analisten en beleggers
31 maart 2015	Jaarverslag beschikbaar op de website
1 april 2015	Start black-outperiode
23 april 2015	Financiële resultaten eerste kwartaal 2015: Persbericht Conference call met analisten en beleggers
6 mei 2015	Jaarlijkse algemene vergadering
1 juli 2015	Start black-outperiode
24 juli 2015	Financiële resultaten tweede kwartaal 2015: Persbericht Conference call met analisten en beleggers
1 oktober 2015	Start black-outperiode
20 oktober 2015	Financiële resultaten derde kwartaal 2015: Persbericht Conference call met analisten en beleggers



Voor meer informatie

Aandeelhouders en investeerders

Siddy Jobe – ir@mail.mobistar.be

Journalisten

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

Verantwoordelijke uitgever

Paul-Marie Dessart – Secretary General

Concept & layout

ChrisCom

Fotografie

Jean-Michel Byl

Mobistar N.V.

Bourgetlaan 3, BE-1140 Brussel – België
T. +32 2 745 71 11 – www.mobistar.be

RCB 599 402 – BTW BE 0456 810 810

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

© 2015, Mobistar, alle rechten voorbehouden. Mobistar is een gedeponeerd merk. De in dit magazine 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.