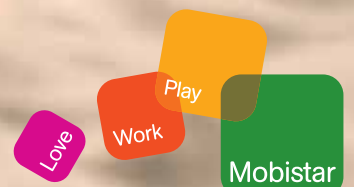



JAARVERSLAG 2012

Mobistar focust op transparantie voor zijn klant



A close-up photograph of two young women with long hair, smiling and looking down at a device they are holding together. The background is bright and slightly blurred, suggesting an outdoor setting. The image is partially obscured by a dark grey text box on the left side.

Een uitdagend jaar, dat is het minste wat Mobistar kan zeggen over 2012. De telecomsector onderging grote veranderingen, die een belangrijke invloed hadden op het hele ecosysteem van operatoren, partners en klanten. Op de talrijke uitdagingen reageerde Mobistar met een krachtige nieuwe strategie. U zag het al op de cover van dit jaarverslag: 2012 was het jaar van transparantie voor de klant. Zo introduceerde Mobistar een reeks nieuwe abonnementen en ook de dienstverlening werd grondig herzien met onder andere de oprichting van een interne ombudsdienst. De resultaten van die nieuwe aanpak zijn bemoedigend en daarom gaat Mobistar er ook in 2013 mee verder. In dit jaarverslag leest u er alles over.



INHOUDSTAFEL

- 4 Woord van de voorzitter**
- 6 5 vragen aan CEO Jean-Marc Harion**
- 10 Markante feiten 2012**
- 12 De strategie van Mobistar**
- 16 Een dynamische telecomwereld**
- 18 De klant staat centraal**
- 30 Aan de slag bij Mobistar**
- 36 Maatschappelijke verantwoordelijkheid**
- 57 Activiteitenverslag 2012**
- 85 Jaarrekening Mobistar nv 2012**
- 107 IFRS geconsolideerde jaarrekening 2012**
- 157 Verklaring van verantwoordelijke personen**

Mobistar wordt een 'SuperMobile'-operator

In 2012 is de telecommarkt radicaal veranderd. De federale en Europese regelgevingen hebben onze mobiele activiteiten benadeeld en lieten gelijktijdig de positie van de historische operator en kabelmaatschappijen onaangetast.

De nieuwe Belgische telecomwet die, zes maanden voor de geplande datum, op 1 oktober van kracht werd, heeft deze distorsie nog verder versterkt en heeft waarde vernietigd op de markt van de mobiele activiteiten.

Mobistar heeft zich echter snel aan dit marktgegeven aangepast, dankzij de grote flexibiliteit van onze organisatie. Deze werd aangepast aan de noden van de markt en werd vereenvoudigd. Om werk te maken van een verdere, diepgaande, interne transformatie van de manier waarop wij functioneren, hebben het management en de raad van bestuur ondertussen de problemen in kaart gebracht waarmee Mobistar geconfronteerd werd, en wordt.

We hebben ook onze prioriteiten en onze strategie opnieuw gedefinieerd. Het doel: Mobistar wordt in de toekomst een 'SuperMobile'-operator. Onze visie is daarbij heel eenvoudig: wij zetten de klant centraal, kiezen voor eenvoudige oplossingen en ontwikkelen, volgens zijn behoefte, diensten die altijd en overal beschikbaar zijn.

Dankzij de toewijding, de passie en de talenten van onze medewerkers zijn we in 2012 erin geslaagd om de vooropgestelde resultaten volledig te realiseren. Dat Mobistar ondanks de moeilijke omgeving toch sterk heeft kunnen presteren, is op de aandelenmarkten ten onrechte niet naar waarde geschat.

2013 biedt zich aan in een context waarbij de marktgegevens nog moeilijker zullen zijn. Onze resultaten zullen ondanks alle inspanningen ook dit jaar de invloed voelen van de regelgeving en van de waardevernietiging die daarvan het gevolg is.

Gelukkig is het voltallige team van Mobistar erg gemotiveerd om deze uitdaging aan te gaan. De raad van bestuur is van haar kant in elk geval bereid om de nodige middelen ter beschikking te stellen om de kwaliteit van onze diensten aan onze klanten te garanderen.



Jan Steyaert
Voorzitter van de raad van bestuur

A portrait of Jan Steyaert, a middle-aged man with light hair, wearing glasses and a dark suit with a striped tie. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is a blurred office setting with windows.

**“Mobistar zal
in 2013 blijven
investeren in
een krachtig
mobiel netwerk.”**

Jan Steyaert

Voorzitter van de raad van bestuur

5

vragen aan Jean-Marc Harion

Jean-Marc Harion werd in december 2011 door de raad van bestuur van Mobistar aangesteld als nieuwe CEO (Chief Executive Officer). Hij zou het niet onder de markt krijgen, want de telecomsector ging - zeker in België - een bewogen jaar tegemoet. Hoe blikt hij terug? En vooral: vooruit? Een gesprek in vijf vragen.

Vraag 1

Hoe was uw eerste jaar als CEO van Mobistar?

“Het was een jaar van ontdekkingen. Ik ben CEO geworden in een periode dat de hele telecomsector volop in transformatie is, niet alleen in België, maar wereldwijd. Wat wij in 2012 hebben gedaan is vooruitlopen op de marktevolutie. De markt van de mobiele telefonie in België was al zeer concurrentieel. De nieuwe telecomwet, die er vroeger kwam dan verwacht, deed daar nog een schep bovenop.

Noteer dat Mobistar de concurrentie op de mobiele telefonie markt in België invoerde. We zijn dus absoluut niet bang van concurrentie. Ik denk dat Mobistar zich beter heeft aangepast aan de nieuwe context dan de concurrenten: met de lancering van de nieuwe dierentarieven in april hebben we geanticipeerd op de nieuwe telecomwet. Resultaat: in de postpaidmarkt zagen we in 2012 het aantal klanten toenemen, wat geen evidentie was. Ik kan onze mensen daar alleen maar heel dankbaar voor zijn.”

Vraag 2

Het was een bewogen jaar.

“Inderdaad. Op verschillende vlakken. De mobiele terminatie- en roamingtarieven bleven dalen in 2012, wat opnieuw een negatieve impact had op onze omzet en ebitda-marge. Intern hebben we hard gewerkt om de prestaties van onze IT-infrastructuur en bepaalde processen, waaronder de activering van digitale televisie en adsl bij onze klanten, te verbeteren. Tegelijk hebben wij onze organisatie vereenvoudigd. Er is een wholesaledivisie opgericht, het mvno-contract met Telenet is vernieuwd. Binnen de professionele markt sloot Mobistar het akkoord met de Brusselse regio voor het gezamenlijk opereren van het glasvezelnetwerk Irisnet. Voorts hebben we met onze omzet, ebitda en nettoresultaat de vooropgestelde objectieven bereikt.

Op de beurs deed het aandeel het echter niet goed, maar dat kan van alle telecomoperatoren in Europa worden gezegd. De aandelenmarkt heeft blijkbaar niet begrepen dat onze industrie vandaag aan het einde van één cyclus zit en aan het begin van een nieuwe. En die heeft een enorm groeipotentieel. Ook voor ons. Denk maar aan 4g of aan de kabel die eind dit jaar zou moeten opengesteld worden.”

A portrait of Jean-Marc Harion, a middle-aged man with short brown hair and glasses, wearing a dark suit, white shirt, and a red patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. His hands are clasped in front of him.

**“Mobistar voerde
de concurrentie
in op de Belgische
mobieletelefonie markt.
We zijn er dus absoluut
niet bang van.”**

Jean-Marc Harion
Chief Executive Officer



GESPREK MET DE CEO, VERVOLG

Vraag 3

Mobistar kan (nog) geen echte totaalpakketten aanbieden. Is dat geen nadeel?

“De traditionele operatoren bieden inderdaad pakketten aan die vaste telefonie, internet en digitale televisie integreren en waaraan mobiele telefonie kan toegevoegd worden. Het is een soort ‘all you can eat’-buffet waarvoor de klant een hoge prijs betaalt, ongeacht wat hij eet. Bij Mobistar willen we niet dat de klant zich verplicht voelt om het hele pakket te kopen. Telecomgebruik verschilt steeds meer van persoon tot persoon: de klant moet zijn eigen convergentie kunnen uitbouwen. Dat moet hij à la carte kunnen doen, in functie van de diensten die hij echt nodig heeft, zoals hij dat wil en om het even waar hij zich bevindt: thuis, op bureau, op restaurant enz. Het hart van die convergentie zal mobiliteit zijn. Heel onze strategie is gebouwd rond ons leiderschap in mobiele communicatie. Voor particulieren, maar ook voor professionals. Voor de professionele markt vormen machine-to-machine-toepassingen, ofwel de connectiviteit tussen apparaten en machines, een enorm groeipotentieel. Die markt evolueert in een razendsnel tempo. Mobistar is, ook in dit domein, de koploper.”

Vraag 4

Als men het over mobiliteit heeft, lijkt 4g de Heilige Graal.

“4g is met een kwaliteit die gelijkaardig en misschien zelfs beter is dan die van vast internet, een zeer beloftevolle technologie. De mensen zullen veel minder lineair en passief naar tv kijken: 4g laat hen toe om te kijken naar wat ze willen, wanneer ze willen en waar ze willen, en dat op het scherm van hun keuze. We zijn gestart met het uitrollen van ons 4g-netwerk en hebben twee pilootnetwerken geopend, één in Antwerpen en het andere in de stad Luxemburg, via onze dochteronderneming Orange Luxemburg. De opening van ons commerciële 4g-netwerk is voorzien voor 2013, dat het jaar zal zijn om die toekomst voor te bereiden.

We investeren niet enkel in 4g, maar ook in het verbeteren van de snelheid van ons 3g-netwerk. Dat is in de huidige economische context niet evident en dus moeten we tegelijk onze kostenstructuur en interne werking verder verlichten. We kiezen ervoor om onze processen

te vereenvoudigen om zo dicht mogelijk bij onze klanten te staan. Daarbij stellen wij hen een echt vertrouwenscontract voor. Dat doen we door ons te engageren om het aanbod aan te passen aan hun veranderende behoeften en om hun vragen te beantwoorden via al onze kanalen, waaronder het web. In de eerste plaats zijn we een dienstenbedrijf. Essentieel is dat wij enkel de beste diensten kunnen aanbieden als onze eigen personeelsleden zelf ook tevreden zijn.”

Vraag 5

Hoe ziet u het Mobistar van morgen?

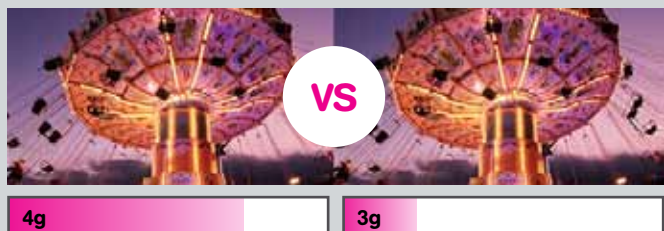
“Wij willen een ‘SuperMobile’-operator zijn, die eenvoudig blijft, dicht bij de klant staat en hem diensten aanbiedt die hij nodig heeft en die overal, op elk moment, beschikbaar zijn. Omdat die strategie aansluit bij de evolutie van het gebruik en van de maatschappij, denk ik dat we nog een heel mooi verhaal te schrijven hebben.”



Mobiel breedband netwerk 4g

4g is tot 10 keer sneller dan 3g. Chatten, downloaden, surfen ... alles is mogelijk aan snelheden die vergelijkbaar zijn met die van vast internet.

Met 4g kunnen onze klanten gemakkelijk overal in realtime chatten en gamen aan dezelfde snelheid als thuis. Surfen gebeurt aan een ongezien tempo en bovendien genieten ze van een buitengewone kwaliteit voor video- en muziektoepassingen.



Markante feiten



Poolexpeditie zit erop 10 FEBRUARI

Na hun baanbrekende expeditie van 5.000 km en meer dan 74 dagen op de Zuidpool zijn poolreizigers Dixie Dansercoer en Sam Deltour veilig opgehaald.

Plug Mobile wordt gelanceerd 12 MAART

RTL en Mobistar lanceren samen Plug Mobile, een voordelige formule voor prepaidklanten met gratis toegang tot de drie zenders van RTL Belgium, exclusieve wedstrijden en video's on demand.



Introductie van dieren 2 APRIL

Om de keuze voor klanten te vergemakkelijken, ontwikkelt Mobistar nieuwe transparante abonnementen, vertegenwoordigd door dieren (Eekhoorn, Kangoeroe, Dolfijn en Panter).

2012

JAN

FEB

MAR

APR

MEI



MyStart helpt klanten op weg 13 FEBRUARI

Mobistar introduceert MyStart: een dienst die, met de hulp van een expert in een Mobistar Center, de smartphones van gebruikers in 20 minuutjes configureert.

Mobistar is Top Employer 5 MAART

Mobistar ontvangt het certificaat van Top Employer België-Belgique 2012, dat wordt toegekend aan bedrijven met uitstekende arbeidsvoorwaarden.



Hulplijn voor vermiste kinderen 25 MEI

116.000 is de Europese hulplijn voor vermiste kinderen. Ter gelegenheid van de Internationale Dag van de Vermiste Kinderen, promoot Mobistar dit gratis nummer in België.

Nieuw: Panter Pro en Kangoeroe Pro 30 MEI

Mobistar lanceert twee nieuwe formules voor ondernemers. Naast vele handige diensten, bevatten ze ook een toegewijde en gespecialiseerde klantendienst.



Mobistar biedt Internet On Mobile aan 20 AUGUSTUS

Mobistar brengt Internet On Mobile uit, een nieuwe online prepaid-aanbieding waarbij klanten bij elke herlaadbeurt een datavolume van 1 of 2 GB krijgen.

INTERNET ON MOBILE
PREPAID, ONLINE ONLY.

**2 GB
60 MIN.
1000 SMS
NU 15€**

POWERED BY MOBISTAR

Herladen via Facebook

6 NOVEMBER

Internet On Mobile-klanten kunnen vanaf nu eenvoudigweg hun kaart herladen op de Facebook-pagina 'Mobistar België', een primeur op de Belgische markt.



Lancering van Travel Data Control 4 JUNI

Mobistar-klanten hoeven zich niet langer zorgen te maken over het gebruik van mobiel internet in het buitenland: met Travel Data Control legt de klant zichzelf een limiet op.



IP VPN-aanbod voor professionals 31 AUGUSTUS

Dankzij een partnership met Orange biedt Mobistar zijn businessklanten in het corporate segment convergente telecommunicatie-oplossingen aan via zijn eigen IPVPN-platform.



Thuiswerk vermindert CO₂-emissie 21 NOVEMBER

Mobistar promoot sinds 2008 thuiswerk en dat begint zijn vruchten af te werpen. Het bedrijf CO2logic berekende dat Mobistar door thuiswerk zijn CO₂-uitstoot jaarlijks met 400 ton verlaagt.

JUN

JUL

AUG

SEP

OKT

NOV

DEC



Mobistar innoveert met groene wagens 5 JUNI

Mobistar is de eerste onderneming in België die zijn werknemers, naast een klassieke lijst, een aparte lijst voorstelt met uitsluitend elektrische en hybride bedrijfswagens.



Groot event voor nieuwe iPhone 5 28 SEPTEMBER

Mobistar start met de verkoop van de iPhone 5 tijdens een speciaal event op de Brusselse Heizel. Mobistar-klanten die deelnamen aan de actie iSwap en de wedstrijd wonnen, kunnen er hun nieuwe iPhone ophalen.



Dieren zijn succes 23 JULI

Eekhoorn, Kangoeroe, Dolfijn en Panter: al meer dan 160.000 Belgen kozen voor een van deze nieuwe gsm-abonnementen, gelanceerd in april.



4g-pilootproject 24 JULI

Mobistar opent zijn 4g-pilootnetwerk in Antwerpen. Daarvoor steunt het op de ervaring en technische support van de Orange-groep, die ook de Franse steden Marseille, Lyon en Nantes van 4g voorziet.

A portrait of Olivier Ysewijn, Chief Strategy Officer, wearing a dark blue suit jacket over a light pink shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred office setting with large windows.

**“Niet iedereen
weet hoe
ingrijpend mobiele
technologieën
ons dagelijkse
leven zullen
beïnvloeden.”**

Olivier Ysewijn
Chief Strategy Officer

GESPREK MET OLIVIER YSEWIJN,
CHIEF STRATEGY OFFICER BIJ MOBISTAR

Wij willen in 2015 het mobiele referentienetwerk van België zijn

Olivier Ysewijn, Chief Strategy Officer, is niet te beroerd om toe te geven dat Mobistar een bewogen jaar achter de rug heeft. En het is alle hens aan dek om zich voor te bereiden op de veranderingen die de telecomwereld te wachten staan. “De consumenten hebben geen idee van wat er de komende jaren staat te gebeuren,” zegt hij. Een gesprek over de nabije en de (niet zo) verre toekomst.

“Afgelopen jaar hebben we intern een beetje de voet van het gaspedaal moeten halen,” blikt Olivier Ysewijn terug op 2012. “Het was met de inwerkingtreding van de nieuwe telecomwet op 1 oktober best een woelig jaar. De markt van de mobiele telefonie was jarenlang stabiel. Dat bleek dit jaar veel minder het geval, al was het maar omwille van de prijsdaling door de hevige concurrentie. Wat wij als Mobistar voor onze positionering naar de toekomst vooral moeten doen, is focussen op ons dna: het SuperMobile. Dat kunnen we enkel met een uitstekend netwerk, wat inhoudt dat we onze investeringen zullen verhogen. Het gaat in 2013 om 1.000 sites, nieuwe en bestaande sites die een upgrade krijgen. Onze oude gsm-radiosites worden vervangen door hybride sites die zowel 3g als 4g aankunnen, maar ook 2g. 2g zal voor spraakcommunicatie zeker nog tot na 2020 gebruikt worden. Een combinatie van 2g voor spraakcommunicatie met 3g en 4g voor datacommunicatie zal een efficiënte strategie zijn.”

Voor de nieuwe sites blijft het verkrijgen van vergunningen een heikel punt.

“Inderdaad. Dat we dit jaar 1.000 sites vernieuwen of bouwen heeft in de eerste plaats te maken met het feit dat dit fysiek het maximum is wat onze leveranciers aankunnen, maar ook door de bouwvergunningen. De overheid wil overal een perfecte dekking, maar anderzijds doen de lokale overheden erg moeilijk in het verlenen van vergunningen. Neem Brussel met zijn nieuwe,

strengere stralingsnormen. Om de kwaliteit van het netwerk naar hetzelfde niveau te brengen als van voor de nieuwe stralingsnormen zouden er een 120-tal sites moeten bijkomen. Als u weet dat het tot 24 maanden kan duren om een vergunning te krijgen, begrijpt u dat het niet van vandaag op morgen kan opgelost worden. We zijn vorig jaar begonnen met het uitrollen van het 4g-netwerk. Ondanks de problematiek van de vergunningen, stellen we onszelf tot doel een 4g-dekking te hebben van 80 % van de bevolking tegen 2015, overigens een zeer ambitieuze doelstelling. Wij willen in 2015 hét mobiele referentienetwerk in België zijn.”

Doelstellingen 4g

Aantal site upgrades in 2013



2g+3g+4g

80 %

+1.000

4g-dekking van 80 % van de bevolking tegen 2015

GESPREK MET OLIVIER YSEWIJN, VERVOLG



Met 4g als neusje van de zalm. De nieuwe revolutie?

“4g is een technologie die toestaat om overal gebruik te maken van zeer snel breedbandinternet. 4g benadert qua downloadsnelheid en reactietijd, de snelheid van het vaste internet. Bij de consument zal video de eerstkomende jaren nog altijd de belangrijkste driver zijn. Het gebruik van smartphones en tablets zal het 4g- en wifigebruik mengen.

Daarnaast zijn er ook de professionele toepassingen. In Antwerpen, waar we nu 45 sites hebben, deden we testen samen met ATV, een Antwerpse televisiezender. Journalisten kunnen nu hun reportages rechtstreeks upstreamen met de 4g-technologie.”

Hoe snel zal 4g doorbreken?

“Mensen kopen geen technologie, maar diensten en ervaringen. Het gaat dus om de toepassingen en dan heeft de iPhone ons geleerd dat het snel kan gaan. Wij hebben in de sector de neiging om de korte termijn te overschatten, en de lange termijn te onderschatten. Met 4g verwacht ik een dubbele versnelling, zoals met de iPhone, met steeds meer verkochte toestellen en abonnementen en een gebruik dat steeds intenser zal zijn. We moeten dus klaar zijn met ons netwerk om deze dubbele beweging op te vangen.”

De telco's gaan fantastische tijden tegemoet?

De overgang naar 4g zorgt voor een discontinuïteit in de markt die een kans biedt aan mobiele operatoren om hun merk te herpositioneren, hun prijsstructuur te vernieuwen en marktaandeel terug te winnen van de vaste operatoren. Het is een kans die zich over het algemeen slechts een keer per decennium aanbiedt.

Wie zeker fantastische tijden tegemoet gaat, is de consument. Die heeft echt geen idee hoe ingrijpend mobiele technologieën zijn dagelijkse leven gaan beïnvloeden. Denk nog maar aan het belang van mobiele telefonie bij het rekeningrijden. Mobiliteit in het verkeer wordt een almaar groter probleem. Ook het probleem van de vergrijzing en het tekort aan infrastructuur om iedereen betaalbaar op te vangen, zal leiden tot nieuwe technologieën waarbij mobiele technologieën een belangrijke rol zullen spelen.

Is Mobistar bij dergelijke diensten eigenlijk meer dan een doorgeefluik?

“In de eerste plaats zorgen wij inderdaad voor de connectiviteit tussen de leverancier van de hardware en de dienstverschaffer. Maar we hebben een belangrijke competitief voordeel die u niet mag vergeten: doorheen de jaren hebben wij enorm veel ervaring opgedaan in het beheer van gegevens voor een zeer grote groep van klanten. Wij worden door de consument als een zeer betrouwbare leverancier gezien als het gaat over persoonlijke data. Een belangrijke troef voor toekomstige diensten.”

Tegen betaling. Er komen dus nieuwe businessopportunities.

“Als u vijf jaar geleden een ringtone downloadde, vond iedereen het heel normaal dat daarvoor werd betaald en dat een deel naar de inhoudprovider ging en een deel naar de telco. Nu kan u een video downloaden die duizend keer meer capaciteit vergt, zonder dat de inhoudprovider daarvoor aangerekend wordt. Het kan niet zijn dat telecomoperatoren almaar moeten investeren om dat allemaal mogelijk te maken, maar dat we niet vergoed worden voor het gebruik van ons netwerk. Dat model is op lange termijn niet langer haalbaar, al was het maar om het probleem van de capaciteiten.”

Hoezo?

“Op de Ring rond Brussel mag iedereen 120 km per uur rijden. Maar als het file is, kan niemand dat nog. Als we onze klanten onze ‘quality of service’ willen blijven garanderen, zullen we ze moeten segmenteren. En dus zullen sommigen op piekmomenten voorrang krijgen op anderen. In het vast internet zijn er dergelijke tariefsegmenteringen. Waarom zou dat niet voor mobiel internet kunnen? Moeten het dataverkeer van een MUG-ziekenhuiswagen, die toegang wil krijgen tot het medisch dossier van een verkeersslachtoffer, met dezelfde prioriteit worden behandeld als iemand die YouTube-filmpjes aan het bekijken is of een volledige video aan het downloaden is?”



Als u het netwerkgebruik kunt identificeren, kan u weten wie wat bekijkt op zijn digitale televisie.

“Identity management is een van onze belangrijkste troeven. Het televisiekijken zal in de toekomst steeds individueller en meer gepersonaliseerd zijn. We zullen kijken wanneer we willen, waar we willen en op het toestel dat wij willen. Er komt dus een hele verschuiving in de industrie. Als ik dat vertel, voelen sommigen zich bedreigd. De data die nodig zijn voor gerichte reclame bezitten wij en kunnen wij dus verkopen. Maar anderzijds kunnen wij de zenders ook helpen in het aanbieden van de uitzendingen die de kijker het beste past. Er komt dus ook in dit domein een nieuw businessmodel.”

2012, een jaar met veel beweging

De nieuwe telecomwet trad in werking op 1 oktober 2012. De telecommarkt werd grondig door mekaar geschud, en dan vooral op het vlak van mobiele telefonie. Mobistar anticepeerde op de inwerkingtreding van deze nieuwe wet door de lancering van nieuwe tariefplannen in april.

Een nieuwe telecomwet

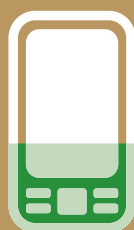
- De nieuwe telecomwet voorziet onder meer in de afschaffing van de opzegvergoedingen na 6 maanden. Alleen wie zijn contract opzegt in de eerste 6 maanden, moet nog een vergoeding betalen. Maar die is beperkt tot de prijs van het abonnement voor die periode.

- Kortingen op mobiele toestellen, zoals smartphones, zijn vrijgesteld van deze regelgeving. De operatoren blijven de lineaire afschrijvingstabellen gebruiken om de vergoeding te bepalen voor klanten die hun contract voortijdig willen verbreken.

De telecomwet was slechts één factor om de concurrentie op de mobiele markt te vergroten.

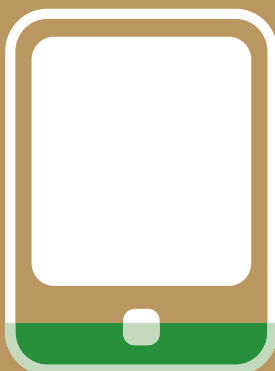
Smartphones en tablets breken door

De doorbraak van smartphones en tablets bij de Belgische consumenten zette zich in 2012 door, berekende onderzoeksbureau GfK. Volgens GfK zijn er in 2012 ongeveer 800.000 tablets verkocht en 1,8 miljoen smartphones. De smartphonepenetratie werd op deze manier verhoogd tot 27 %, de tabletpenetratie bleef met een schatting van 7 % in het vierde kwartaal van 2012 een beetje achter vergeleken met het West-Europese gemiddelde.



1.8 milj.
27 %
marktpenetratie

800.000
7 %
marktpenetratie



De economische terugval had zowel een directe als indirecte impact op het hele ecosysteem in de telecommarkt

- Klanten worden meer en meer budgetgevoelig. Dit veroorzaakte de opkomst van meer en meer prijsagressieve formules.
- Investerings worden door telecomoperatoren meer en meer gewikt en gewogen.
- Op Europees vlak doet België het beter dan sommige van de buurlanden. Het inflatiepeil vertoont verbeteringen op het einde van het jaar.



Nieuwe roamingtarieven traden in werking vanaf 1 juli:

Voor telefoneren en sms'en bestonden er al jaren maximumprijzen. Deze daalden deze zomer opnieuw. Vanaf 2012 gelden er ook maximumtarieven voor mobiele data.



0,29 euro
per minuut (plus btw)
om te telefoneren



0,09 euro
(plus btw) om een
sms te verzenden



0,08 euro
per minuut (plus btw)
om een telefoontje
te ontvangen



0,70 euro
per MB (plus btw)
voor mobiele data

Bovendien geldt er een roamingplafond van 50 euro per maand. De klanten kunnen kiezen wat er gebeurt als de rekening tot 50 euro (excl. btw) oploopt: ofwel wordt de dienst onderbroken, ofwel kan de limiet verhoogd worden.



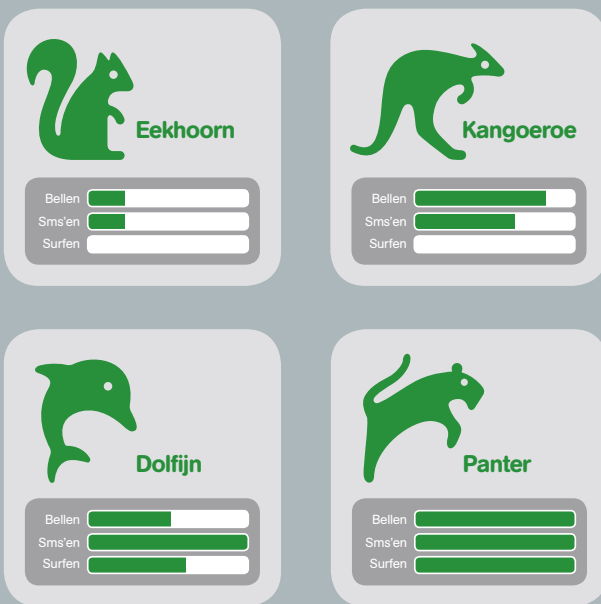


De klant staat centraal

De hoofdbekommernis van de klanten? Dat is eenvoudig en transparantie. Het klinkt simpel, maar bij Mobistar wordt er niet licht over gegaan. Zo werd het aanbod afgelopen jaar grondig hertekend om het eenvoudiger en transparanter te maken. En ook aan de diensten van Mobistar werd gesleuteld om de klanten een nog betere ondersteuning te bieden.

De residentiële klant genoot van nog meer transparantie en voordelen in 2012

Op 1 oktober 2012 is de nieuwe telecomwet in werking getreden. Maar Mobistar heeft natuurlijk niet op die dag gewacht om te ageren. In april lanceerde het bedrijf innovatieve abonnementsformules die anticipeerden op de eisen van die wet, en gebaseerd zijn op vertrouwen en transparantie.



In 2012 introduceerde Mobistar een nieuwe reeks abonnementen. Vier tarieven op maat van verschillende communicatieprofielen werden succesvol op de markt gebracht.

De favoriete huisdieren van de Belgen? Eekhoorn, Kangoeroe, Dolfijn en Panter

De consumenten waren duidelijk: ze wilden in alle transparantie kunnen kiezen uit een voordelig mobiel aanbod op hun maat. Ze wilden ook de controle behouden over hun dataverbruik. Mobistar kwam aan deze verwachtingen tegemoet met een nieuwe reeks abonnementen zonder contractverplichting. Eekhoorn, Kangoeroe, Dolfijn en Panter waren meteen een succes.

Een aanpak afgestemd op de behoefte en noden van de huidige en nieuwe klanten

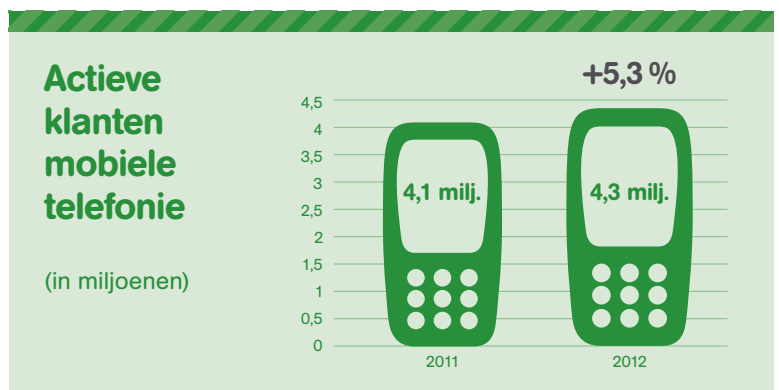
De nieuwe abonnementen Eekhoorn, Kangoeroe, Dolfijn en Panter bieden niet alleen heel competitieve tarieven maar bevatten ook belangrijke nieuwigheden die al aan de criteria van de nieuwe telecomwet voldeden, lang voor die wet in werking trad:

- Klanten kunnen nu kiezen voor een contract zonder verplichtingen.
- Alle voordelen blijven levenslang geldig.
- Gedaan met onaangename verrassingen door het gebruik van mobiel internet. Als de klant kiest voor een abonnement zonder surfvolume, wordt zijn toegang tot mobiel internet automatisch geblokkeerd.
- Oproepen tussen alle Mobistar-nummers op eenzelfde factuur zijn gratis.



- Onbeperkt wordt in bijna al de tariefplannen aangeboden, of het nu onbeperkt bellen betreft, sms'en, surfen of de toegang tot sociale netwerken.
- In november 2012 lanceerde Mobistar 'Personal Check Up'. Dankzij deze gratis dienst ontvangen de abonnees om de 6 maanden het aanbod dat het best beantwoordt aan hun behoeften.

Mobistar sloot het jaar 2012 af met 8.340 actieve klanten met een abonnement méér dan eind december 2011. Eind 2012 had 43 % van alle residentiële abonnees een 'dierentarieflaan'.



RESIDENTIËLE MARKT

Om die talloze mobiele surfers nog onbezorgder te laten genieten van hun smartphone of tablet, ontwikkelde Mobistar twee slimme diensten.

Mobistar MyStart: meteen bel- en surfklaar

Iedereen met een smartphone kan een beroep doen op Mobistar MyStart. Dankzij deze dienst wordt een smartphone bel- en surfklaar gemaakt door een expert in een Mobistar Center. Zo bespaart de klant heel wat tijd en kan hij meteen alles uit zijn toestel halen. Deze dienst is toegankelijk voor alle klanten, ongeacht hun mobiele operator of smartphone.

Travel Data Control: 100 % controle in het buitenland

Vele smartphone- en tabletgebruikers hebben geen zicht op hun dataverbruik in het buitenland. Met Travel Data Control van Mobistar legt de klant zichzelf een limiet op van bijvoorbeeld 20 euro per maand. Als dat bedrag bereikt is, ontvangt hij een sms-notificatie en wordt de toegang tot mobiel internet geblokkeerd. Een eenvoudige manier om de controle te behouden op zijn budget.

Mobistar versterkte zijn prepaid-aanbod met 'Internet On Mobile' en 'Plug Mobile'

De markt van de herlaadkaarten is uiterst competitief. Mobistar zocht dan ook naar innoverende manieren om nieuwe segmenten aan te boren in 2012. Dat lukte dankzij twee nieuwe formules:

Internet On Mobile is speciaal ontwikkeld voor intensieve mobiele gebruikers die de beste prijs en het beste netwerk willen. Bij deze formule verloopt alles via internet: een simkaart bestellen, met de klantendienst communiceren, actief zijn op de sociale media en zelfs herladen. Sinds november 2012 kunnen de Internet On Mobile-klanten hun kaart herladen via een Facebook-app. Een primeur in België.

Plug Mobile is een mooi voorbeeld van hoe Mobistar de krachten bundelt met andere merken. De bedoeling? Nieuwe marktsegmenten aanboren waarop Mobistar minder aanwezig is. Met Plug Mobile, dat Mobistar samen met RTL lanceerde, richt het bedrijf zich op een jongere, vrouwelijke doelgroep. Deze klanten genieten van een voordelige en eenvoudige prepaid formule en kijken via het 3g-netwerk gratis naar drie zenders van RTL Belgium. Ze kunnen ook video's on demand bekijken op hun gsm, deelnemen aan exclusieve wedstrijden en nog veel meer.

Mobistar blijft sterk in mobiele datadiensten

De vraag naar mobiel internet, gedreven door het gebruik van smartphones en tablets is in 2012 sterk toegenomen. Meer en meer Belgische consumenten willen altijd en overal toegang hebben tot het internet, tot Facebook en Twitter en hun e-mail. Ongeveer 80 % van de verkochte "dier-abonnementen" bevat mobiele data en de consumenten kopen ook meer smartphones. In de Mobistar centers is het aandeel van de smartphones in de verkoop van mobiele telefoons in 2012 gestegen naar 50 %. Het aantal klanten met een smartphone op het netwerk van Mobistar is op een jaar tijd gestegen met 52 %, van 19 % in januari naar 26 % op het einde van het jaar. Het grote succes van de iPhone 5, de gecombineerde aanbieding met de Samsung Galaxy S3 en de Samsung 'Gio' actie, een gesubsidieerde aanbieding in beperkte oplage in het vierde kwartaal, bevestigden deze trend. De sterkste toename van het mobiele dataverkeer werd geregistreerd in het vierde kwartaal van 2012: dit steeg met 70% ten opzichte van het derde trimester



van 2012. Eind december 2012 bedroeg het aandeel van mobiele data in de omzet uit telefonie van Mobistar 41,4 % ten opzichte van 37,1 % een jaar eerder.

Stagnering van vastelijnendiensten

Het segment van de vaste en convergente aanbiedingen blijft gedomineerd door de kabeloperatoren en de historische telecomoperator. Het is wachten op de openstelling van de kabel om de concurrentie in de vastelijnactiviteiten te versterken. Ook al werd het activeringsproces voor de vastelijnendiensten efficiënter, toch herlanceerde Mobistar digitale tv en adsl niet in het vierde kwartaal van 2012. In oktober lanceerde Mobistar wel het

'combine & save'-programma voor zijn mobiele klanten, een nieuw aanbod voor internet, digitale tv en vaste telefonie. Heel eenvoudig en transparant: hoe meer vastelijnendiensten de mobiele klant combineert des te meer financieel voordeel hij heeft.

Eind december 2012 telde Mobistar nv 71.985 adsl-klanten ten opzichte van 79.497 adsl-klanten een jaar eerder, of een daling van 9,4 %. Het aantal digitale tv-klanten van Mobistar nv bedroeg 27.846 op 31 december 2012, 18,6 % minder dan de 34.194 klanten het jaar daarvoor. Mobistar nv registreerde in 2012 een toename van 3,2 % in het aantal actieve lijnen voor vaste telefonie, van 226.160 actieve lijnen eind december 2011 naar 233.342 actieve lijnen een jaar later.

INTERVIEW MET DIRK SEGERS



Director Regulatory Affairs Dirk Segers volgt alle regelgeving rond telecom op de voet op voor Mobistar. De nieuwe telecomwet kwam voor hem dan ook niet als een verrassing.

“Meer dan 80 % van deze nieuwe wetgeving is een omzetting van Europese richtlijnen naar Belgisch recht. De overige 20 % gaat voornamelijk over consumentenbescherming. Wij waren hier dan ook op voorbereid. De telecomwet heeft de markt een nieuwe dynamiek gegeven waardoor veel mobiele klanten van operator zijn veranderd.

Voor vaste diensten zoals televisie en breedbandinternet blijft de markt echter gesloten. Zolang de kabeloperatoren niet verplicht worden deze markt op een werkbare manier te openen, zal de klant te veel blijven betalen. Dat heeft een recente studie van het BIPT nog maar eens bevestigd. Daarom is de openmaking van de kabelnetwerken voor ons een absolute noodzaak.”

“De mobiele markt is duidelijk competitiever geworden. Nu is het hoog tijd om ook de breedband- en televisiemarkt open te gooien.”

Een jaar vol uitdagingen en ... realisaties

2012 was een erg bewogen jaar voor de businessafdeling van Mobistar met een nieuwe organisatie, nieuwe deals en opkomende trends. Een overzicht.

1. Een eigen business unit voor de professionele markt

Vanuit organisatorisch oogpunt was 2012 alvast een mijlpaal. Het business departement werd opgesplitst in twee entiteiten om flexibeler te zijn en zich beter op de professionele markt te kunnen richten: een Business Unit B2B en een departement Sales Channels. De nieuwe Business Unit B2B zal verantwoordelijk zijn voor de professionele (B2B) diensten, de directe verkoop aan bedrijven, B2B-marketing en het m2m-segment (machine-to-machine). Het nieuwe departement Sales Channels, zal verantwoordelijk zijn voor de verschillende verkoopkanalen. Met deze reorganisatie wil Mobistar enerzijds zichzelf de middelen geven om zijn groei in de B2B-markt te structureren en te versnellen, en anderzijds de distributienetwerken verder professionaliseren en voorbereiden op de toekomstige evoluties van de Belgische markt.

2. Marktleider in machine-to-machine (m2m)

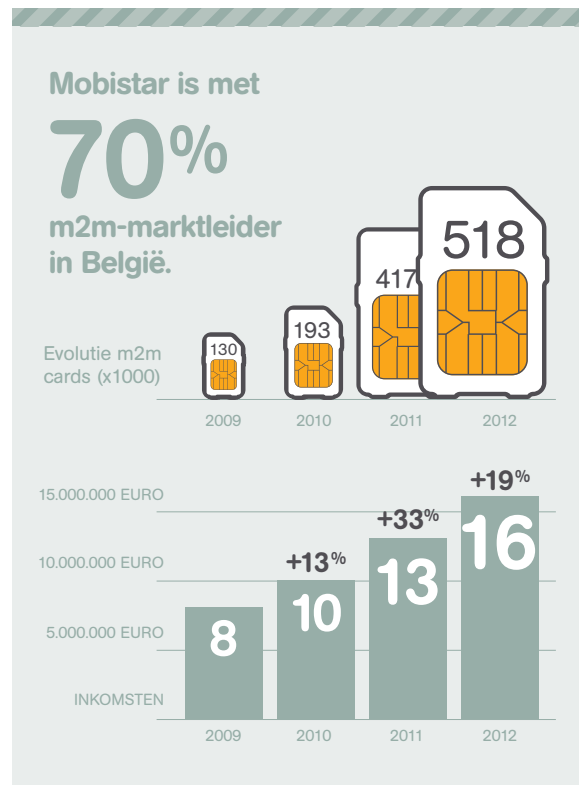
Ondanks de toenemende concurrentie in België en Europa kon Mobistar met een marktaandeel van 70 procent marktleider blijven in de markt van m2m-toepassingen. Mobistar huisvest in Brussel het International m2m Center (IMC).

Eind 2012 telde Mobistar, inclusief het IMC, in ons land 518.098 actieve m2m-simkaarten. Dat betekent een toename van 24,3 % in vergelijking met het jaar daarvoor, met 416.971 actieve m2m-simkaarten. In totaal tekende Orange Business Services samen met Mobistar contracten voor een totaal van 4,5 miljoen m2m-simkaarten. Dat houdt in dat er bij Mobistar binnenkort evenveel m2m-kaarten zijn als traditionele kaarten voor spraakverkeer. Opkomende markten zijn sectoren als de gezondheidssector en de auto-industrie.

In 2012 nam Mobistar deel aan een dertigtal colloquia en workshops die zich richtten op de auto-industrie. Dit liet Mobistar onder meer toe om samen met kenniscentra als Flanders Drive en Eurogreen IT partner te zijn in een pilootproject rond opladen van batterijen voor elektrische voertuigen en rekeningrijden.

3. Nieuwe telecomwet, meer eindgebruikers

In het lagere gedeelte van de markt zorgde de nieuwe telecomwet voor de nodige bewegingen. Klanten met vijf simkaarten of minder kunnen door deze nieuwe wet voortaan zonder opzegvergoeding



van operator veranderen zodra ze zes maanden klant zijn. Mobistar speelde in op deze nieuwe wet door zijn processen, toepassingen en aanbod hierop aan te passen. Met succes, want uiteindelijk eindigden we in 2012 op een totaal van 775.000 eindgebruikers, zowat 25.000 meer dan in het begin van het jaar.

4. Upgrade van vast en mobiel aanbod

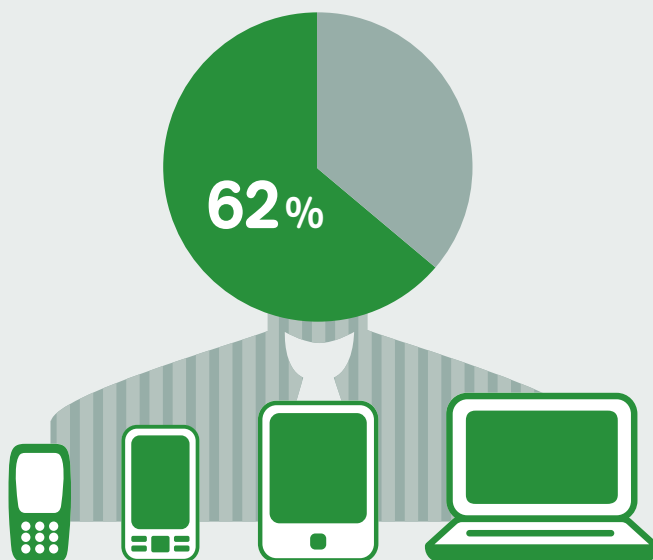
Ook in de mobiele portfolio kwam Mobistar op de proppen met een meer competitief aanbod en eenvoudigere 'split bill'-mogelijkheden om de telefoonrekening van werkgever en werknemer te scheiden.

Het vaste data- en internetaanbod werd uitgebreid met de Mobistar IPVPN-service naar internationale bestemmingen (goed voor meer dan 180 landen). Via dit platform zijn de verschillende sites van een bedrijf op een beveiligde manier met elkaar verbonden. Daarnaast kwam er een verdere verbetering van de nationale 'fix data'-portfolio met vdsi-verbindingen aan hoge snelheid en nieuwe mogelijkheden rond ethernet (een standaard waarmee computers in een netwerk met elkaar communiceren). Dit alles maakt het Mobistar mogelijk om nog beter te voldoen aan de behoeften van de zakelijke klanten, en dit zowel nationaal als internationaal.

5. Deals en samenwerkingsverbanden

De Brusselse regering besliste om de overheidsopdracht voor het Irisnet 2- breedband-telecommunicatienetwerk na een Europese aanbesteding toe te wijzen aan Mobistar. Mobistar zal samen met het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en het Centrum voor Informatica van het Brussels Gewest (CIBG) een vennootschap oprichten. Deze vennootschap, de CVBA Irisnet, zal instaan voor de uitbating van het Irisnet 2-glasvezelnetwerk, en voor de levering van vaste telefonie, datatransmissiediensten (internet, email) en andere netwerkgerelateerde diensten (videoconferencing, camerabewaking, enzovoort). In het m2m-segment kon Mobistar ook de samenwerkingsakkoorden verder verzilveren met Atos Worldline (elektronische betalingen), BF Engineering (voor Tracking and Tracing) en ook met Transics, een internationale specialist in vlootbeheer.

Managers die BYOD implementeren binnen de komende 12 maanden.



De trend: BYOD

2012 was ook het jaar waarin twee letterwoorden doorbraken. Er was BYOD, Bring Your Own Device, wat wijst op het verschijnsel dat werknemers het liefst hun eigen privé-toestel (smartphone, tablet, ...) ook voor hun werk gebruiken. Volgend op deze trend is MDM of Mobile Device Management: de toepassing die het arsenaal aan mobiele toestellen in een organisatie moet beheren en beveiligen.

Een telecomoperator als Mobistar wordt in de markt door de klant beschouwd als de meest aangewezen en vertrouwde partij om de uitdagingen rond BYOD helpen aan te gaan. Die uitdagingen zijn er zeker: 62 procent van de managers die het BYOD-fenomeen nog niet omarmden, plant dat evenwel alsnog te doen in de komende twaalf maanden. Dat blijkt uit eigen onderzoek. Een cijfer dat bij Mobistar niet in dovemansoren is gevallen. Mobistar richtte in 2012 een marketingteam op, met focus op B2B-diensten, met als taak om de juiste portfolio te ontwikkelen om aan deze noden in 2013 (en daarna) een oplossing te bieden. Deze portfolio zal ook bestaande diensten bevatten zoals de B2B-Customer portal, the Device Care Services en de Invoice Split-oplossingen.

In 2012 ging Mobistar ver om dichterbij zijn klanten te staan

Dat de klant centraal staat bij Mobistar, is ook in 2012 bewezen met talrijke initiatieven die de tevredenheid deden stijgen. Een overzicht.

1. Voor elke klant wat wils

April 2012. Mobistar lanceert als eerste telecom-operator in België een reeks uiterst transparante abonnementen zonder contractverplichting. Maar liefst 612.000 klanten kozen voor een abonnement dat perfect bij hun behoeften en verwachtingen past: Eekhoorn, Kangoeroe, Dolfijn of Panter.

2. Al de contactkanalen zijn toegankelijker gemaakt

Mobistar draagt het contact met zijn klanten hoog in het vaandel. Daarom heeft het bedrijf zijn belangrijkste drie contactkanalen verbeterd.

- In de callcenters voerde Mobistar betere werkprotocollen in, wierf het extra medewerkers aan en vereenvoudigde het de telefoonmenu's.
- In de verkooppunten is de verloning nu gekoppeld aan de klantentevredenheid, lanceerde Mobistar 'Handset Care' (een nieuwe reeks diensten) en verbeterde het het herstel- en vervangingsproces van defecte gsm's.
- Op de website kunnen klanten nu ook contact opnemen met Mobistar via een invulformulier. De residentiële website werd bovendien volledig vernieuwd in december 2012 (zie verder).

3. Hoe mondiger de klanten, hoe liever ...

Hoe achterhaalt Mobistar de noden en verwachtingen van zijn klanten? Eenvoudig: het bedrijf liet ze aan het woord in 2012 ... en luisterde echt naar hen via:

- Het Customer Test Center waar de klanten hun mening kunnen geven over nieuwe producten en diensten;
- 'Voice of the Customer', een dienst die de oproepen en klachten van de klanten efficiënt aanpakt;
- Mister Simplicity, die zich concentreert op de vereenvoudiging van het aanbod en snoeit waar nodig.

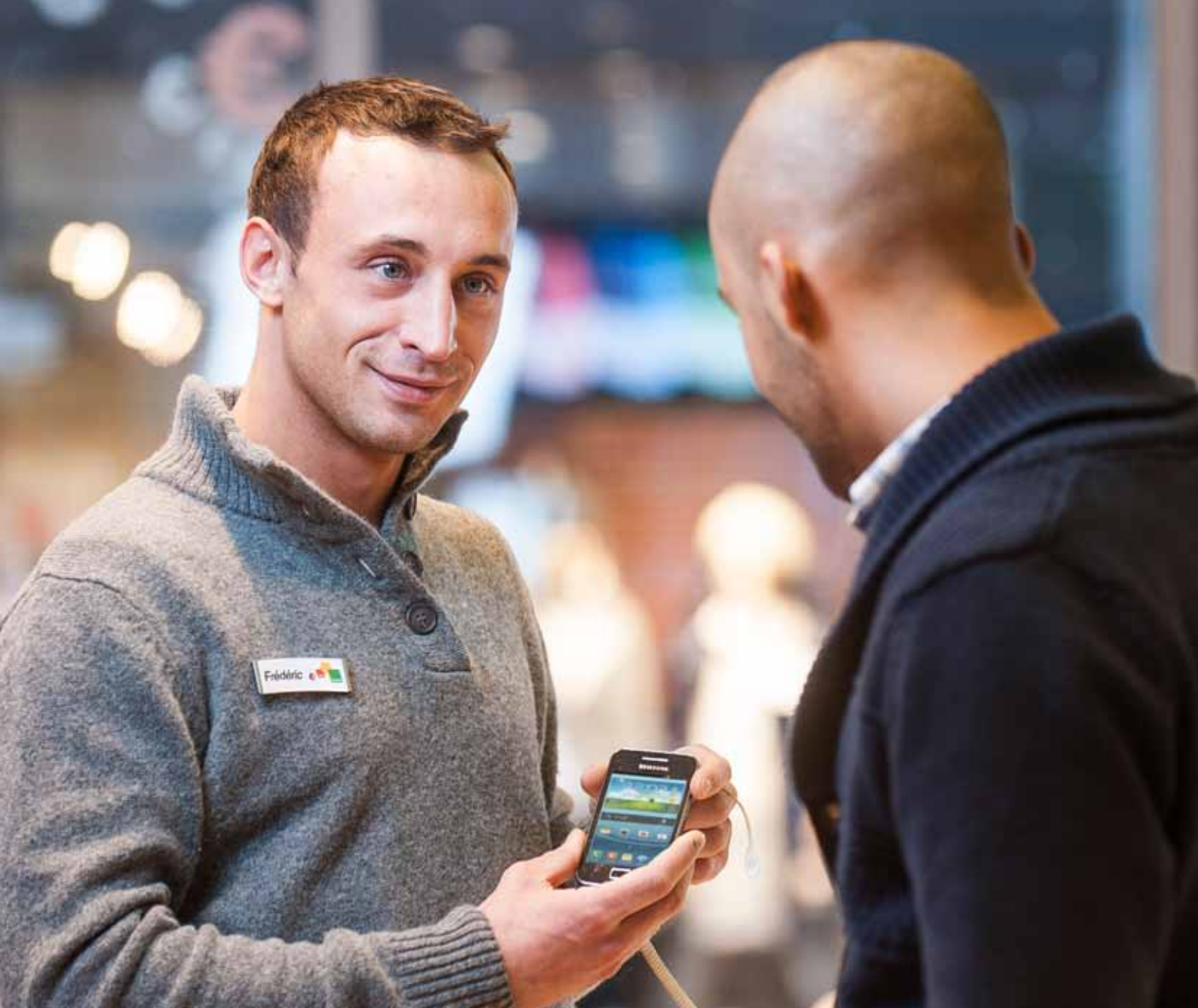
Op die manier weet Mobistar heel precies hoe tevreden de klanten zijn.

4. Nog meer gebruiksgemak dankzij een beter netwerk

Mobistar investeerde in 2012 fors in de verbetering van de netwerkqualiteit:

- Er was een daling van het aantal 'dropped calls' door verbetering van het 2g-netwerk.
- 3g mobiele datasnelheid steeg met 25 %.
- 80 % van de 3g-infrastructuur is nu verbonden door high speed IP-lijnen.
- Het risico op storingen daalde met 50 % na de invoering van gedeelde sites voor 2g en 3g.
- Het nieuwe generatie IMS-platform (IP Multimedia Subsystem, een gestandaardiseerde infrastructuur voor telefonie-aanbieders die multimediasdiensten willen aanbieden) met betere Voice Over IP-services werd geïnstalleerd.
- De oude systemen voor Voice Mail, sms, mms en ussd zijn vervangen door een nieuwe generatie met toegevoegde waarde zoals Visual Voice Mail-diensten.

Het resultaat? Het gebruiksgemak en de tevredenheid van de klanten steeg.

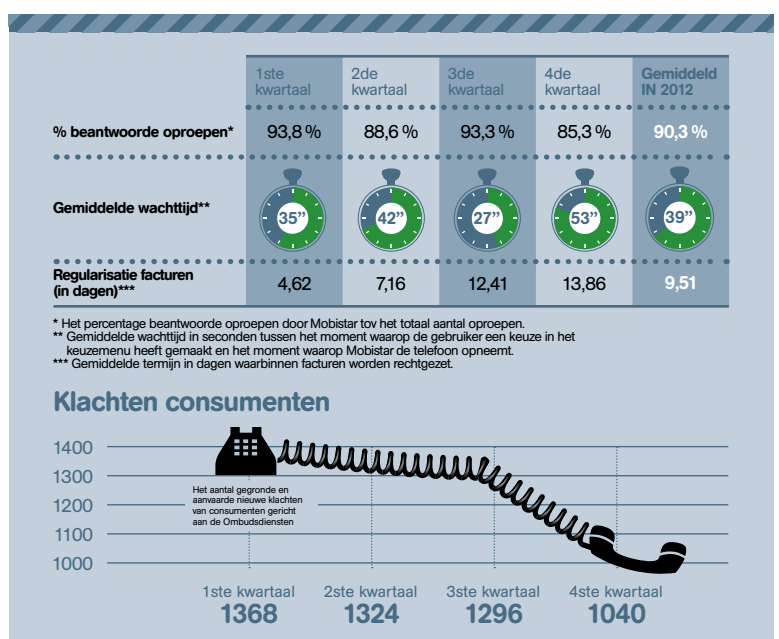


5. Mobistar tekent het charter voor klantvriendelijkheid

Voor Mobistar is klanttevredenheid en klantgerichtheid van groot belang en het onderschreef dan ook het Charter voor Klantvriendelijkheid dat in werking trad op 1 januari 2012.

Sinds de ondertekening hiervan heeft Mobistar diverse initiatieven genomen om de eraan verbonden uitdagende voorwaarden na te komen. Zo heeft Mobistar de telefoonwachtijden sterk teruggedrongen, wordt er sneller gereageerd op brieven en mails, werd het keuzemenu van de telefonische klantendienst vereenvoudigd, ... Mobistar streeft ernaar om minstens aan alle voorwaarden van het charter te voldoen.

Hierna volgt het overzicht van de gemeten kernresultaten.



Mobistar zette in 2012 een grote stap vooruit in online communicatie

De residentiële website werd helemaal vernieuwd in december 2012. Mobistar heeft bovendien zijn aanwezigheid versterkt op de sociale media. Met andere woorden: ook digitaal is er vooruitgang geboekt het afgelopen jaar.

www.mobistar.be volledig in het nieuw

In 2012 heeft Mobistar zijn aanbod en zijn dienstverlening aangepast. Uiteraard moest de website volgen. Dat was meteen de ideale gelegenheid om de webstek klaar te stomen voor de komende jaren. Met een volledig nieuw design en een betere ergonomie vinden klanten gerichter informatie over de producten en diensten en hebben ze gemakkelijker toegang tot hun eigen klantzone. Dat zorgt voor nog meer mogelijkheden en gebruiksgemak voor de 3 miljoen unieke bezoekers die Mobistar elke maand ontvangt op zijn site.

Verder kunnen de klanten nu vlotter online aankopen doen in de gloednieuwe webshop voor accessoires. Ook nieuw zijn de blog boordevol info en nuttige tips en een forum waar klanten hun ervaringen kunnen uitwisselen en elkaar kunnen helpen.

In 2013 wil Mobistar de gebruikerservaring op alle digitale platforms nog verbeteren, zowel voor de particuliere als voor de professionele klanten.

Nog dichterbij de klanten via de sociale media

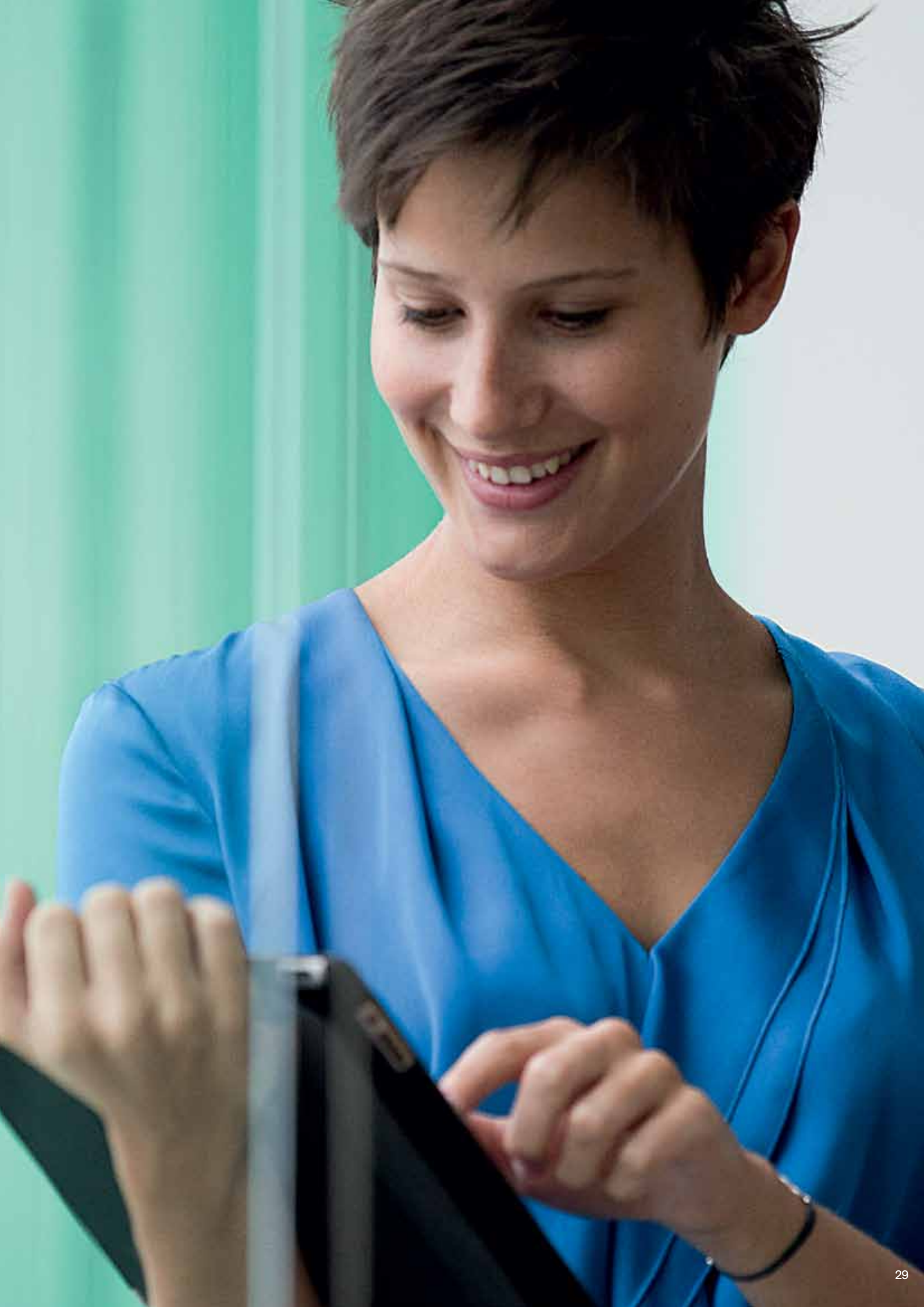
Steeds meer klanten zijn actief aanwezig op de sociale media. Daarom heeft Mobistar in 2012 intern een expertteam samengesteld dat de digitale strategie heeft uitgetekend. Via Twitter, Facebook en LinkedIn kan Mobistar nu communities opbouwen, vlot over zijn activiteiten communiceren en snel reageren op de vragen van zijn klanten.

Sociale media maken de drempel nog lager voor de klanten om ondersteuning te vragen of hun mening te geven over de producten en dienstverlening. Mobistar kan dan weer korter op de bal spelen en meteen antwoorden of actie ondernemen. Precies dat betekent: dichterbij de klant.

Een andere manier van aankopen

Productinfo opzoeken, bestellen, betalen, afhalen of laten leveren, de dienst na verkoop ... Het verloopt tegenwoordig allemaal via offline én online kanalen. Daarbij is de website de spil tussen de klant, de Mobistar Centers en de klantendienst. Het was dus belangrijk om de Mobistar-site te optimaliseren.









Aan de slag bij Mobistar

Het succes van Mobistar is grotendeels te danken aan de inzet van zijn medewerkers. Daarom wil Mobistar talentvolle medewerkers aantrekken. Niet zomaar de eersten de besten, maar mannen en vrouwen die van aanpakken weten. Omdat de arbeidsmarkt erg competitief is, investeert Mobistar in een aantrekkelijke identiteit als werkgever.

Mobistar investeert in menselijk kapitaal

Mobistar is een sterk merk. Die bekendheid slaat vooral op Mobistar als commerciële onderneming. Het imago van het bedrijf als werkgever werd nog versterkt om ook in de toekomst competente nieuwe krachten aan te trekken en zo de beste producten en diensten te kunnen blijven aanbieden.

Mobistar stelde een ambitieus doel voorop: tegen 2015 een van de beste werkgevers in België worden. Daarom investeert Mobistar in menselijk kapitaal. In 2012 werd een Chief People Officer aangesteld om de tevredenheid en trots onder de medewerkers te verbeteren. De hr-strategie focust, in lijn met de algemene strategie, op competentie- en loopbaanbeleid, talentontwikkeling en een actieve promotie van de Mobistar-waarden. Het afgelopen jaar werd veel aandacht besteed aan de werkomgeving, ontwikkeling van de bekwaamheden, maatschappelijke verantwoordelijkheid van de onderneming, communicatie met de arbeidsmarkt en erkenning van het talent binnen de onderneming.

'Jouw talent & Mobistar' een hr-concept dat aanslaat

Om u als bedrijf te profileren als werkgever met een stevig imago moet u uitpakken met uw troeven en duidelijk maken waarom het zou klikken tussen u en getalenteerde potentiële medewerkers. Mobistar ontwikkelde hiervoor in 2012 een positieve, frisse rekruteringscampagne met als rode draad: 'Jouw talent & Mobistar'. In een notendop: Mobistar wil de juiste mensen aantrekken door duidelijk te maken dat ze hun talenten volop kunnen ontplooiën binnen de onderneming. Deze boodschap is heel gericht de arbeidsmarkt ingestuurd via tal van kanalen: in kranten en tijdschriften, via de website van Mobistar, op de sociale media en via online bannering. Zo kwam er al snel een vruchtbare interactie tot stand tussen het bedrijf en vele getalenteerde kandidaten.

Daar bleef het niet bij. Mobistar betrok ook zijn huidige talentvolle medewerkers bij dit doordachte concept om te bewijzen dat die talenten echt tot hun recht komen in het bedrijf. Hierover werd intern gecommuniceerd en een positieve sfeer geschapen rond het thema rekrutering. Op die manier gingen de werknemers zelf Mobistar als een goede werkgever

promoten op de arbeidsmarkt. Ze delen bovendien hun positieve werkervaringen via allerlei platforms, binnen en buiten het bedrijf. 'Jouw talent & Mobistar' is een succes, en wordt doorgetrokken in 2013.





De waarden en uitstraling van Mobistar

'Waarden' zijn voor Mobistar een persoonlijke overtuiging van wat de leidraad moet zijn in alles wat het bedrijf beslist en doet. Deze waarden werden bovendien duidelijk en concreet verwoord in vier pijlers. Zo weten huidige en toekomstige medewerkers precies waar Mobistar voor staat, als werkgever én dienstverlener.

RESPECTFUL

In al mijn werkrelaties hou ik rekening met mensen en hun eigen waarden

- Ik groet mijn collega's
- Ik bevestig mijn aanwezigheid op vergaderingen, hou me eraan en respecteer vergadertijden
- Ik geef gesprekspartners mijn volle aandacht
- Ik toon ook buiten de werksfeer interesse voor medewerkers en respecteer de persoonlijke grenzen van mijn collega's
- Ik druk mijn waardering uit voor het werk, de expertise, de voorstellen, de meningen en de eigenheid van mijn collega's

STRAIGHTFORWARD

Ik communiceer op een open manier en neem de verantwoordelijkheid op voor mijn handelingen

- Ik zeg wat ik doe en doe wat ik zeg – verkooppraatjes zijn uit den boze
- Ik geef snel en direct feedback aan de persoon in kwestie
- Als iets onduidelijk is, durf ik door te vragen
- Ik kom uit voor mijn bedoelingen, doelen en daden en vermijd manipulatie
- Ik geef mijn fout toe en leg uit hoe ik het probleem zal oplossen

EMPOWERED

Ik neem verantwoordelijkheid en ik sta achter wat ik doe

- Ik leg me volledig toe op wat ik doe
- Ik behaal goede resultaten en geef niet op bij een eerste hindernis
- Mijn enthousiasme inspireert de anderen
- Ik grijp ongevraagd kansen om me in te zetten
- Ik begrijp de missie, visie en waarden van Mobistar en leg ze spontaan uit aan anderen
- Love, work & play: daarvoor ga ik met passie

DYNAMIC

Ik stimuleer nieuwe ideeën, ik moedig aan tot leren en het eens anders proberen

- Ik bekijk een probleem vanuit verschillende invalshoeken
- Ik deel goede en slechte ervaringen met collega's, zodat we er allemaal uit kunnen leren
- Ik focus op de mogelijke voordelen van nieuwe initiatieven of een nieuwe aanpak
- Ik zet me geregeld in de plaats van de klant
- Ik blijf bijleren en leergierig zijn zonder anderen te willen behagen



Alles begint bij tevreden medewerkers

Dat de huidige Mobistar-medewerkers zich positief uitlaten over hun werkgever binnen het 'Jouw talent & Mobistar'-concept, is mooi meegenomen. Maar even belangrijk is dat die medewerkers zich goed in hun vel voelen en dat ook uitstralen naar de klant. Dat ze met vakkennis, enthousiasme en een glimlach het merk Mobistar vertegenwoordigen.

Om dat te bereiken zette Mobistar het afgelopen jaar fors in op de 'Employer Value Proposition'. Hiermee wil het bedrijf zich duidelijk positioneren als werkgever en meedelen wat de onderneming te bieden heeft aan huidige medewerkers en nieuwkomers. En wat ze van hen in ruil daarvoor verwacht. Het leitmotiv van Mobistar - 'love, work, play, Mobistar' - komt daarbij levendig en dynamisch uit de verf.

LOVE

Mobistar verwelkomt graag sterke medewerkers die op zoek zijn naar een bedrijf dat hen mogelijkheden biedt om zich op persoonlijk en professioneel vlak te ontwikkelen. Dat ook initiatief aanmoedigt en waar diversiteit inherent is aan de waarden van de onderneming. Een bedrijf dat begaan is met mens, maatschappij en milieu.

WORK

Wie bij Mobistar aan de slag gaat, kan vertrouwen op de combinatie van professionalisme en stabiliteit van een internationale groep met een flinke dosis ondernemingszin. Het is een plaats waar iedere medewerker in het succes van het bedrijf deelt en waar iedereen openstaat voor feedback. Er is bovendien ruimte voor verandering en innovatie, zodat elke medewerker samen met en in het bedrijf kan groeien.

PLAY

Spelen mag bij Mobistar, maar dan wel volgens de regels van het spel. De klanten, de producten en de job zijn de essentie. Mobistar viert verwezenlijkingen en moedigt teamspirit sterk aan.

MOBISTAR

Mobistar is ervan overtuigd dat de medewerkers hun leven in eigen handen moeten nemen. Met genoeg flexibiliteit in waar en wanneer ze werken, vinden ze de perfecte balans tussen 'love, work en play'.



Sinds 1 oktober 2012 leidt Anne Cambier, Chief People Officer, het vernieuwde hr-departement, met de ambitie om de teammember-tevredenheid constant te verhogen. Een tevreden teammember, vol met positieve energie maakt een tevreden klant, de kern van de strategie. Wij polsten even of ze op koers zit.

“Onze werknemers werken graag bij Mobistar en willen ook duidelijk blijven. Onze waarden - respect, dynamisme, oprechtheid en verantwoordelijkheidszin - en bedrijfscultuur zijn belangrijke activa die we elke dag proberen te verbeteren. Alle teammembers maken deel uit van een tof bedrijf en we willen dat onze teammembers fier zijn om bij Mobistar te werken. Loopbanen van 10 à 15 jaar of meer zijn hier niet uitzonderlijk. Dat heeft ook veel te maken met onze aandacht voor work-life balance, die we dan ook verder blijven uitbouwen. Bij Mobistar zijn flexibele werkuren en telewerk geen loze woorden. Dat wordt enorm geapprecieerd.

In 2012 zijn we ook gestart met mentoring, waarbij we onze senioren hebben gevraagd junioren te begeleiden. Dat programma blijkt nu niet alleen nuttig voor junioren, ook onze senioren halen er voldoening uit. We verwachten dan ook dat het mentorprogramma in 2013 pas echt uit zijn voegen zal barsten. En uiteraard hebben we ook het succesvolle Leadership Program uit 2011 verdergezet. Dankzij dat programma hebben we nu een duidelijk zicht op de sterktes en zwaktes van de verschillende teams binnen Mobistar. De grote uitdaging voor ons departement voor 2013 wordt dan ook de versterking van de verschillende competenties. Maar ik heb er alle vertrouwen in.”

“Een tevreden medewerker maakt een tevreden klant.”





Mobistar in de samenleving

Mobistar legt de lat hoog als het op maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) aankomt. Zijn engagement voor de samenleving mag gerust ambitieus genoemd worden. De sleutel tot succes is de stapsgewijze aanpak. Op die manier maakte Mobistar ook in 2012 weer heel wat vorderingen. In dit verslag leest u alles over de stand van zaken van de verschillende projecten.

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

Bijdragen tot een betere maatschappij



Om maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) tot de kern van de organisatie te laten doordringen, is de betrokkenheid van alle medewerkers essentieel. Een nieuw mvo-comité op directieniveau voorzag alvast een krachtiger kader voor duurzame ontwikkeling. Hierdoor zijn de nodige middelen en steun gewaarborgd en kan mvo zich binnen alle afdelingen ontwikkelen.

Mobistar wil mvo niet alleen integreren binnen de divisies, maar ook binnen zijn activiteitendomeinen. De vier pijlers – werknemers, klanten, maatschappij en milieu – vormen dus de basis van de mvo-strategie. De realisaties binnen elk van deze pijlers, worden op de volgende bladzijden voorgesteld.

Mvo als elementair onderdeel van de bedrijfsstrategie

Eind 2011 werd Jean-Marc Harion Mobistars nieuwe CEO. Met zijn komst zijn er enkele veranderingen doorgevoerd. Het aantal 'sponsors' binnen het directiecomité werd herleid van twee naar één sponsor. Op dezelfde manier werden de twee mvo-verantwoordelijken teruggebracht naar één verantwoordelijke, die vanaf nu 'mvo-manager' wordt genoemd. Mobistar vond het ook belangrijk dat mvo meer gewicht kreeg binnen het directiecomité.

Dat betekent niet dat het oude mvo-comité ermee ophoudt. Dit team van een 20-tal medewerkers zorgt nog steeds voor het beheer van de maatschappelijke en milieuprojecten. Toch is het belangrijk om naamsverwarring te vermijden en daarom zal deze groep voortaan worden aangeduid als 'Task Force'. In 2012 kwamen beide groepen, het mvo-comité en de Task Force, elk vier keer samen om de evolutie van het mvo-actieplan te bekijken.

De lancering van de Stakeholder Dialogue

Een actieplan voor duurzame ontwikkeling zweeft natuurlijk niet in het ijlle. Verschillende partijen worden beïnvloed door de activiteiten van Mobistar of beïnvloeden ze. Daarom is het interessant het oor ook bij hen te luisteren te leggen. Wat verwachten die partijen, of stakeholders, van Mobistar op het vlak van mvo? En komen die verwachtingen wel overeen met de bestaande mvo-strategie? De antwoorden vond Mobistar in 2012 met behulp van een nieuw initiatief: de Stakeholder Dialogue, een reeks gesprekken met interne en externe belanghebbenden. Binnen het bedrijf zelf werden medewerkers uit 15 verschillende teams geïnterviewd.

NIEUW

Mobistars Advisory Board

In 2013 zal Mobistar een 'Advisory Board' samenstellen met professionals van buiten het bedrijf. Deze raad zal strategische aanbevelingen doen en Mobistar op de hoogte brengen van vernieuwingen op het vlak van mvo.

Om die reden kreeg het directiecomité haar eigen mvo-comité. Zowel de CEO, de Secretary General, de Chief Marketing Officer, de Chief People Officer en Chief Technology Officer zetelt hierin.



In 2012 zette Mobistar flinke stappen voorwaarts op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen. We overlopen ze even met Paul-Marie Dessart.

“Afgelopen jaar werd er een adviesgroep in het leven geroepen om met de stakeholders van gedachten te wisselen over de maatschappelijke rol van Mobistar. Die adviesgroep bleek een leerrijk schot in de roos,” beaamt Paul-Marie Dessart. “Verder versterkten we ook het draagvlak voor mvo bij het directiecomité. Vanaf nu zet een speciaal mvo-platform op het hoogste niveau de krijtlijnen uit in samenwerking met de mvo-ambassadeurs binnen het bedrijf.”

Toch is maatschappelijke verantwoordelijkheid bij Mobistar niet enkel een zaak van het management. Dessart geeft een voorbeeld: “Het was op vraag van onze medewerkers dat er in 2012 meer werk gemaakt werd van vrijwilligersprojecten.” Met het enthousiasme zit het dus goed, vindt hij: “We hebben er dan ook het volste vertrouwen in dat alle diensten en medewerkers ook in 2013 voluit voor onze mvo-uitdagingen gaan.”

“Maatschappelijke verantwoordelijkheid is bij Mobistar niet enkel een zaak van het management.”

Daarnaast nodigde Mobistar ook professionals uit de politieke, sociale en economische wereld uit voor een onderhoud.

De resultaten tonen aan dat de meerderheid van de stakeholders het meeste belang hechten aan klantenservice, transparantie, eerlijke prijzen en kwaliteitsvolle netwerken. Telecombedrijven moeten zich volgens hen in de eerste plaats focussen op hun kerntaken. Andere belangrijke topics zijn volgens de stakeholders: veilig en verantwoord gebruik van producten en diensten, alsook de bijdrage van Mobistar tot de lokale economische ontwikkeling.

Dankzij de Stakeholder Dialogue zijn de verwachtingen van de belanghebbenden gekend. Mobistar weet nu welke thema's zij belangrijk vinden. Dat helpt het bedrijf zijn MVO-strategie aan te passen in 2013. Zo krijgen klantervaring, verantwoordelijkheid door transparantie en de ondersteuning van lokale ecosystemen alvast Mobistars opperste aandacht in het volgende actieplan.

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

Op de goede weg met duurzame ontwikkeling

Het is bemoedigend om erkenning te krijgen voor de doorgevoerde mvo-activiteiten. Zo ontving de organisatie afgelopen jaar het 'Ecodynamisch label' én het certificaat Top Employer België – Belgique 2012. Dat betekent niet dat Mobistar op zijn lauweren kan rusten, want het heeft nog veel werk voor de boeg. Beide erkenningen zijn vooral een motivatie om verder te doen met mvo.

▪ Ecodynamisch label

In 2012 startte Mobistar de procedure om het label 'Ecodynamische onderneming' te verkrijgen, een officiële erkenning door het Brussels Instituut voor Milieubeheer.

Naargelang van de milieuprestaties van de onderneming in kwestie, kent het instituut één, twee of drie sterren toe. Die toewijzing gebeurt door een jury van vertegenwoordigers van overheidsinstellingen, milieu- en consumentenverenigingen, ondernemingsfederaties en universiteiten.

Mobistar ontving het label van het Brussels Instituut voor Milieubeheer samen met het maximum van drie sterren. Ook al is dit het beste resultaat, toch zet Mobistar zijn milieu-engagement niet op een lager pitje. Integendeel, de inspanningen lopen op lange termijn en zijn er met het oog op voortdurende verbetering.

▪ Top Employer België – Belgique 2012

Mobistar is een van de 54 bedrijven die dit jaar het certificaat 'Top Employer België – Belgique 2012' behaalden. Dit keurmerk wordt alleen uitgereikt aan organisaties die het hoogst vereiste niveau halen in hr. Met andere woorden: de beste Belgische werkgevers om voor te werken. De onafhankelijke analyse werd uitgevoerd door het CRF Instituut, een expert in internationaal onderzoek naar primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden en werkomstandigheden, training en ontwikkeling, carrièremogelijkheden en organisatiecultuur. De beste punten kende het instituut toe aan Mobistars uitstekende arbeidsvoorwaarden en zeer goede organisatiecultuur.



Wat u niet meet kan u niet managen

Mvo is een continu verbeteringsproces. Daarvoor is niet alleen feedback van de stakeholders belangrijk, maar ook een goede evaluatie van de resultaten.

In 2012 heeft Mobistar de rapportage van zijn mvo-beleid verder verbeterd. In 2011 werd al eens een audit uitgevoerd van een veertigtal mvo-indicatoren binnen het sociale en milieudomein. Deze audit werd herhaald voor de resultaten van 2012.

De nieuwe bevindingen wijzen op een goede algemene beheersing van de graadmeters. Toch zouden de indicatoren van 'afval' versterkt en gepreciseerd moeten worden. Mobistar plant daarom een verbetering van het beheer en de monitoring van deze indicatoren in 2013.



MVO-INDICATOREN 2012

MILIEU

GRI-code	Indicatoren	Eenheden	2010	2011	2012
EN3	Hoeveelheid stookolie (alle gebouwen, elk gebruik)	m ³	414	464	322
EN3	Hoeveelheid gas	m ³	229.206	144.729	238.140
EN4	CO ₂ -uitstoot door gebruik van stookolie	ton CO ₂	1.110	1.244	862
EN4	CO ₂ -uitstoot door gebruik van gas	ton CO ₂	442	279	460
EN4	CO ₂ -uitstoot door de verbranding van eender welke brandstof in Mobistar- vestigingen (uitgezonderd voertuigen)	ton CO ₂	1.552	1.523	1.322
EN4	Totale hoeveelheid gebruikte elektriciteit	GWh	83	108	110
EN16	CO ₂ -uitstoot door het gebruik van elektriciteit	ton CO ₂	0	0	0
EN3	Hoeveelheid diesel gebruikt voor de voertuigen	liter	1.818.498	1.888.664	1.862.598
EN5	CO ₂ -uitstoot door de voertuigen	ton CO ₂	5.001	5.194	5.122
EN29	Afgelegde afstand per vliegtuig	km	1.179.835	1.253.189	1.169.243
EN16	CO ₂ -uitstoot door de verplaatsingen per vliegtuig	ton CO ₂	212	226	210
EN29	Afgelegde afstand per trein	km	-	866.188	1.353.461
EN16	CO ₂ -uitstoot door de verplaatsingen per trein	ton CO ₂	13,5	42	66
EN	Hoeveelheid gebruikte hernieuwbare energie	GWh	83	108	110
EN	Totale CO ₂ -uitstoot die vermeden is door het gebruik van groene energie	ton CO ₂	21.630	26.787	23.888
EN22	Mobiele terminals ingezameld bij de klanten en gevaloriseerd	aantal	-	-	34.924

MVO-INDICATOREN 2012

WERKNEMERS

GRI-code	Indicatoren	2010	2011	2012
LA1	Totaal aantal werknemers	1.635	1.771	1.787
LA1	Totaal aantal tijdelijke werknemers	7	8	14
LA13	Aantal mannelijke kaderleden	441	459	467
LA13	Aantal vrouwelijke kaderleden	149	171	174
LA1	Gemiddelde leeftijd van de werknemers	37,1	37,2	37,7
LA2	Aantal ontslagen	70	77	101
LA2	Aantal externe aanwervingen	213	342	239
LA2	Aantal ontslagnemingen	54	105	104
LA1	Totaal aantal werknemers in het vorige jaar	1.418	1.628	1.763
LA2	Aantal vertrekken van mannelijke werknemers	81	153	153
LA2	Aantal vertrekken van vrouwelijke werknemers	43	35	58
LA2	Aantal vertrekken van werknemers <30 jaar	37	82	77
LA2	Aantal vertrekken van werknemers tussen 30 en 50 jaar	83	101	127
LA2	Aantal vertrekken van werknemers >50 jaar	4	5	7
LA10	Totaal aantal opgeleide werknemers	1.369	1.692	1.992
LA10	Aantal opleidingsuren	40.849	60.261	57.987



Werknemers

Telewerken

Het mag duidelijk zijn: Mobistar gelooft in telewerken. De voordelen zijn dan ook talrijk. Zo staan alle medewerkers minder in file. Daarnaast beschikken ze over een rustige werkruimte, flexibele uren, werk en privé meer in balans, bespaart het bedrijf op vervoerskosten en is Mobistars ecologische voetafdruk kleiner. Iedereen wint dus bij thuiswerk: de werknemers, de planeet en Mobistar zelf.

REALISATIES IN 2012

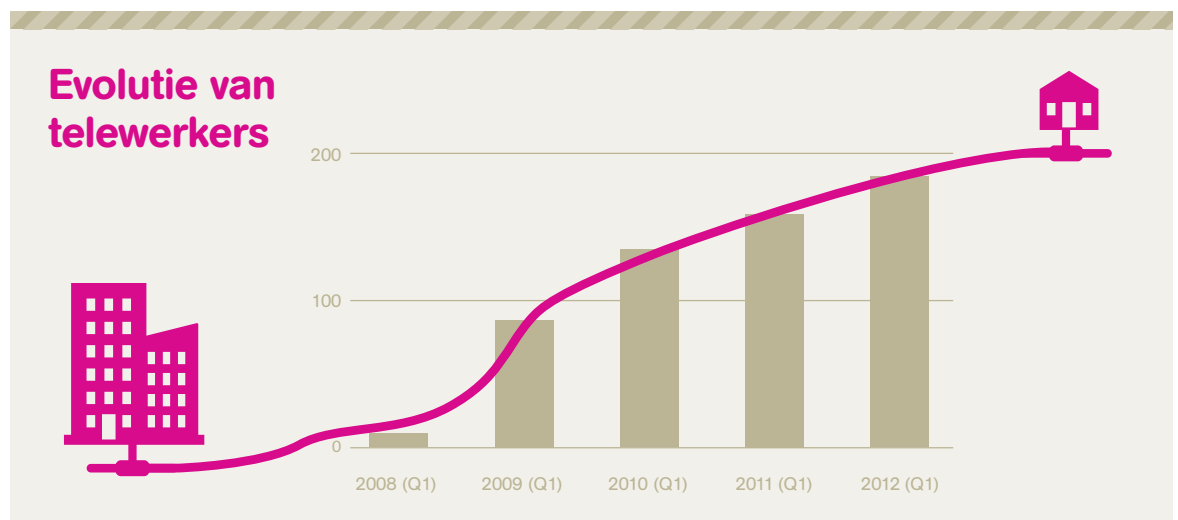
- Opnieuw hebben de inspanningen van Mobistar om thuiswerken te stimuleren, gelooind. Dit jaar schakelden 1.000 medewerkers voor minstens 1 dag over op telewerken. Dat zijn 80 thuiswerkers meer dan vorig jaar.
- Afgelopen herfst deed Mobistar voor de tweede keer mee aan de Nationale Thuiswerkdag, een initiatief dat werken op afstand promoot. Meer dan 350 Mobistar-medewerkers werkten op 22 november een dagje thuis. In vergelijking met 2011 is dat een mooie stijging, want toen deden 293 medewerkers mee.

Werkomgeving

In 2010 betrok Mobistar het Sirius-gebouw, waar het 'flex desk'-principe geldt. Om zowel een rustige als stimulerende werkomgeving te garanderen, werden in 2012 enkele verbeteringen aangebracht aan de inrichting.

REALISATIES IN 2012

- Mobistar wil zijn medewerkers de kans geven om in verschillende zones te werken. Enerzijds zijn dat zones die de concentratie bevorderen, anderzijds ruimtes waar de uitwisseling tussen collega's centraal staat. In 2011 werden al verschillende proefzones ingericht, waaronder zones om te vergaderen, te telefoneren of om gefocust te werken. Afgelopen jaar paste Mobistar die inrichting toe in het hele Sirius-gebouw. Daarnaast deed het bedrijf ook inspanningen om de verschillende zones nog beter van elkaar te onderscheiden.



Gezondheid en welzijn op het werk

Mobistar vindt dat het zijn verantwoordelijkheid is om bepaalde gezondheidsdiensten aan te bieden.

Diversiteit

Binnen zijn mvo-beleid richt Mobistar zich ook op diversiteit, met bijzondere aandacht voor diversiteit in gender en leeftijd. Daarnaast blijft ook gelijkheid een topprioriteit. De doelstelling om tegen 2015 op elk niveau 35 % vrouwen en 65 % mannen tewerk te stellen, geldt nog steeds.

REALISATIES IN 2012

- Afgelopen jaar werden 292 medewerkers gevaccineerd om hen te beschermen tegen griep.
- In 2012 bood Mobistar Allen Carr's training om te stoppen met roken aan. In totaal slaagden 6 medewerkers erin de sigaret definitief af te zweren.
- Dit jaar werden de gezondheid en de ogen van 288 medewerkers getest.
- Regelmatig bewegen helpt stress verminderen. Daarom konden Mobistar medewerkers in 2012 deelnemen aan activiteiten zoals Tai Chi, Pilates, relaxatietherapie, Zumba en Rythm Dance. Met succes, want 665 deelnemers volgden deze lessen.
- Mobikids, het project dat kinderen van medewerkers tijdens de schoolvakanties opvangt, kent steeds meer succes. In 2012 deden 173 kinderen mee aan de activiteiten, in 2011 waren dat er nog 148.

REALISATIES IN 2012

- Mobistar wil onderzoek rond diversiteit op de werkvloer ondersteunen. In april ging het bedrijf daarom een samenwerkingsverband aan met de Universit  de Liège en SEIN, het interdisciplinair onderzoekscentrum van de Universiteit Hasselt. Er werd een gedeelde leerstoel 'Diversiteit en sociale innovatie' opgericht, die over een periode van vier jaar loopt.
- Dit jaar zetelde Anne Cambier, Chief People Officer bij Mobistar, in de jury van de 'AXA Wo_Men@Work Award'. Deze prijs belooft leidinggevendenden die zich persoonlijk engageren voor een evenwichtige man-vrouwverdeling van het management in hun onderneming.
- In december werd een werkgroep samengesteld die zal bijdragen tot een tewerkstellingsplan voor medewerkers van verschillende leeftijden. De groep zet initiatieven op voor oudere werknemers en doet daarnaast ook inspanningen om jongere werkrachten aan te trekken.

Gezondheid en welzijn van de medewerkers in 2012



292

griepvaccinaties



6

medewerkers
stopten met roken



288

medische
onderzoeken



665

deelnemers aan Tai Chi, Pilates, relaxatie-
therapie, Zumba en Rythm Dance



173

Mobikids-deelnemers

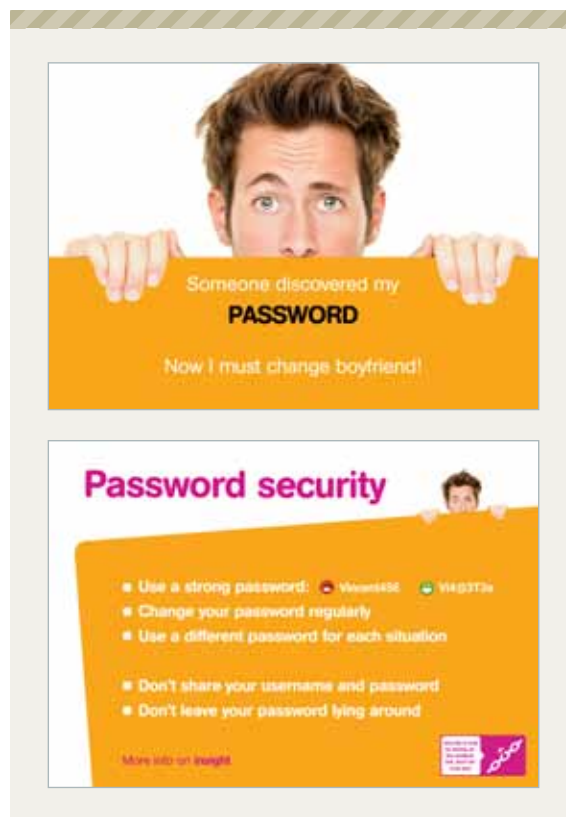
Klanten

Bescherming van gegevens

Als telecomoperator biedt Mobistar elke dag nieuwe digitale diensten aan. Dat zorgt er natuurlijk voor dat het over steeds meer klantgegevens beschikt. Omdat die informatie heel vertrouwelijk en gevoelig kan zijn, moet Mobistar het vertrouwen van zijn klanten winnen. De klanten moeten weten dat hun gegevens bij Mobistar in goede handen zijn. Open communiceren over wat er met de data gebeurt en dat de klant er steeds controle over houdt, is daarom essentieel.

REALISATIES IN 2012

- Begin 2012 lanceerde Mobistar een poster-campagne in zijn kantoren. Het doel was duidelijk: ervoor zorgen dat alle medewerkers beseffen dat ze de gegevens waarmee ze dagelijks omgaan, voorzichtig en discreet moeten behandelen. Dit soort communicatie werd regelmatig herhaald om ook nieuwe medewerkers te informeren.
- Voor een marketingteam zijn andere databeschermingsaspecten van belang dan voor de medewerkers van de klantendienst. Om die reden werden specifieke informatiesessies voor de verschillende afdelingen georganiseerd.
- Er werd afgelopen jaar ook gewerkt aan de procedures van incidentmanagement. Want als iemand aan bepaalde gegevens probeert te geraken, maar daar geen machtiging voor heeft, moet Mobistar dit goed kunnen opvolgen. Daarnaast werd ook voor de nodige gedragscodes gezorgd, zoals een cookies-beleid.
- Mobistar deed in 2012 een grondige analyse van alle mogelijke externe en interne bedreigingen. Dit bracht de kwetsbaarheden in kaart én de beste manieren om ze aan te pakken. Zo kan Mobistar binnenkort starten met de vernieuwing van zijn beveiligingsinfrastructuur.





Maatschappij

Participate!

Het project Participate! voor mensen met autisme, is Mobistar's belangrijkste sociale project. Sinds 2006 verenigt het specialisten op het gebied van autisme, ouders en Mobistar rond één globaal doel: de levenskwaliteit van personen met autisme en die van hun omgeving verbeteren.

REALISATIES IN 2012

- De interactieve Participate!-website biedt kwalitatieve en toegankelijke info aan ouders die net de diagnose autisme te horen kregen. De site bestaat uit drie grote modules. De eerste module bevat theoretische informatie, maar ook video's die de theorie illustreren via concrete gevallen. Het tweede luik geeft tips over onderwijs en het dagelijks leven. De derde module, een praktische gids, werd in 2012 voltooid. Drie psychologen werkten de inhoud uit onder leiding van een wetenschappelijk comité van specialisten en ouders. Deze module bevat ook 'De Wegwijzer', een handige tool die ouders kunnen gebruiken om informatie over hun kind met hun omgeving te delen.
- In de loop van 2012 heeft Participate! haar sensibiliseringsacties rond autisme verveelvoudigd. Daarnaast werden ook verschillende vormingslessen over het gebruik van de website opgezet.

Vrijwilligerswerk

Mobistar moedigt zijn medewerkers aan om zich sociaal in te zetten. Het viel alvast op dat de belangstelling om samen vrijwilligerswerk te doen groeit.

REALISATIES IN 2012

- Juni stond bij Mobistar in het teken van 'Mobicents', een actie waarbij collega's zich konden ontdoen van hun eurocentjes voor het goede doel. De buit besloeg 80 kilo koperwerk, goed voor zo'n 1.080 euro. Het geld werd door een groep vrijwilligers van Mobistar gebruikt voor de vzw 'Operatie Thermos', ofwel de verdeling van 600 gratis warme maaltijden aan daklozen in het Brusselse Centraal Station.



Solidariteitsacties

Al vele jaren is Mobistar betrokken bij verschillende solidariteitsacties. In 2012 was dat niet anders.

REALISATIES IN 2012

- Mobistar mobiliseert zich, samen met andere Belgische operatoren, voor verschillende geldinzamelingsacties via sms. Bij dit soort acties worden geen kosten aangerekend voor de verstuurde berichtjes. Het bedrag van de sms wordt volledig doorgestort ten voordele van een goed doel. Om hiervoor in aanmerking te komen, moeten de acties wel verband houden met een natuurramp, of een actie met nationale of regionale reikwijdte. Afgelopen jaar deed Mobistar traditioneel mee aan Cap 48, de solidariteitscampagne van RTBF, en verschillende acties van VRT en Q-Music. Ook tot de campagne 'Een Sms voor een Dakloze' van de Brusselse Samu Social droeg Mobistar zijn steentje bij.
- Sinds 2004 doneert Mobistar zijn gebruikte IT-materiaal aan de vzw Close the Gap. Deze organisatie recycleert de toestellen en gebruikt ze voor educatieve projecten in ontwikkelingslanden. In 2012 schonk Mobistar 733 apparaten, waaronder faxen, laptops, desktops en printers.
- Net als andere jaren organiseerde Mobistar, in samenwerking met het Rode Kruis, in 2012 opnieuw 2 bloedinzamelingsacties. In totaal kwamen 171 medewerkers bloed geven.

Bij Mobistar beperkt het maatschappelijk engagement zich niet tot enkele medewerkers, maar wordt het breed gedragen door de verschillende departementen. En dat leidt tot mooie resultaten.

'Operatie Thermos'

4 avonden    

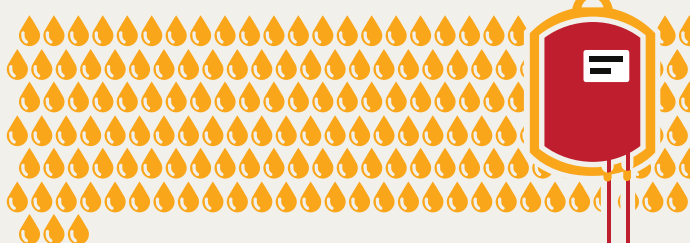
90 Mobistar-vrijwilligers



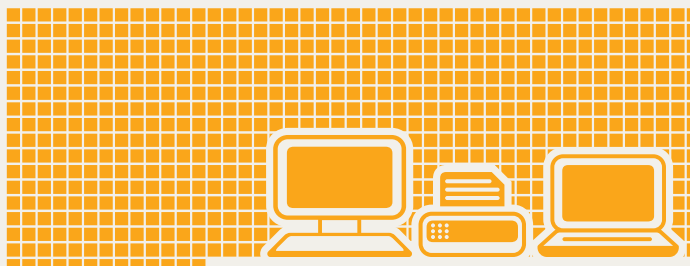
600 maaltijden



171 bloedinzamelingen



733 Close the gap donaties



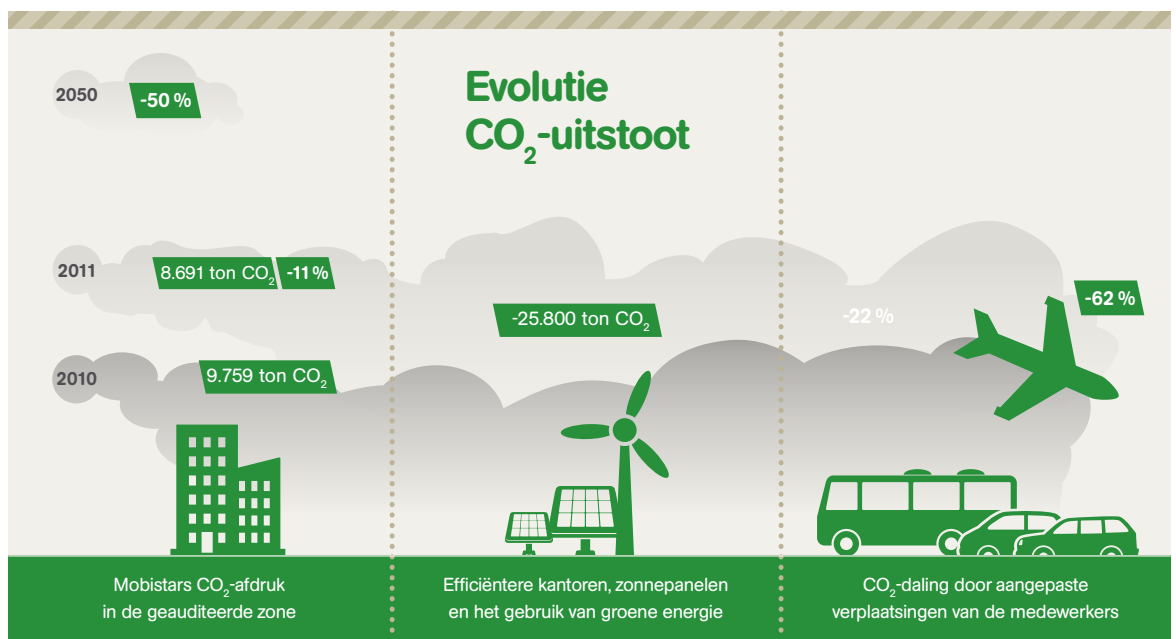
Milieu

CO₂-balans

De doelstelling van Mobistar is om tegen 2020 de CO₂-uitstoot van het bedrijf met 50 % te verminderen.

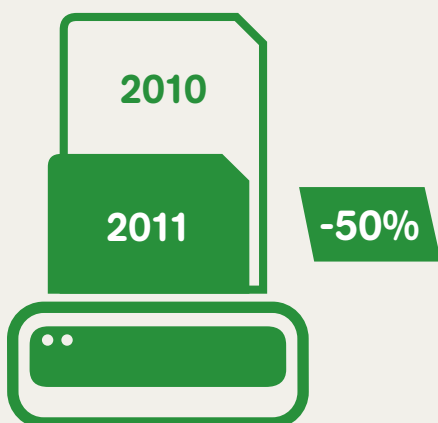
REALISATIES IN 2012

- Voor zijn koolstofbalans riep Mobistar in 2012 opnieuw de hulp in van het bedrijf CO2logic, gespecialiseerd in het berekenen, het beperken en het compenseren van de CO₂-uitstoot. De berekeningen werden gedaan op basis van het in 2011 vastgestelde verbruik.
- In de geauditeerde zone had Mobistar in 2011 een afdruk van 8.691 ton CO₂, wat een afname van 11 % betekent ten opzichte van 2010.
- De CO₂-uitstoot die wordt veroorzaakt door de verplaatsingen van onze medewerkers, daalde met 22 %. Dat is voornamelijk te danken aan het intensief stimuleren van telewerk en het gebruik van het openbaar vervoer.
- Door een gecentraliseerd printstelsel en de introductie van elektronische facturatie, slaagde Mobistar erin om zijn papierverbruik met 50 % terug te schroeven.
- Er werd ook vaker de trein genomen in plaats van het vliegtuig. Dat zorgde voor 62 % minder uitstoot op deze post.
- Door milieuvriendelijke kantoorgebouwen, fotovoltaïsche zonnepanelen en het gebruik van groene stroom vermeerde Mobistar in 2011 een CO₂-uitstoot van 25.800 ton.



- Het gebruik van groene stroom betekent uiteraard niet dat Mobistar zijn ambitie om minder energie te verbruiken overboord gooit. Toch zorgt het ervoor dat Mobistars ecologische voetafdruk nu voornamelijk veroorzaakt wordt door bedrijfswagens. Daarom blijft het bedrijf inspanningen doen om ook die impact te verlagen, door onder andere videoconferencing, cursussen eco-rijden, nieuwe auto's met een gemiddelde uitstoot van 121g CO₂/km en elektrische auto's.

Evolutie van het papierverbruik



INTERVIEW JAN JANSSEN, CO2LOGIC



“Wij weten bij CO2logic maar al te goed dat de transitie naar een bedrijfsvoering met een lage koolstofintensiteit niet vanzelfsprekend is. We appreciëren dan ook des te meer de inzet en het doorzettingsvermogen van bedrijven die de inertie van de status quo proberen te overwinnen.”

In de telecomsector waar u steeds mee moet met de nieuwste technologieën is het zeer moeilijk om het absolute energieverbruik te reduceren. Toch zoekt Mobistar actief naar creatieve maatregelen om de energie-efficiëntie te verhogen en gebruikt het bovendien al jaren groene stroom. Ook op het vlak van mobiliteit voert Mobistar een zeer sterk doorgedreven beleid en behoort het bedrijf ongetwijfeld tot de avant-garde. De meest uiteenlopende en vernieuwende acties worden jaar na jaar aan het ambitieuze lijstje van reductiemaatregelen toegevoegd.

“Het is indrukwekkend om te zien hoe een team van gedreven mensen bij Mobistar alles in het werk stelt om de klimaatimpact tot een minimum te herleiden.”



Target van 2015 al bereikt

De ambitie van Mobistar was om in 2012 gemiddeld niet meer dan 120 gram CO₂ per nieuw bestelde auto uit te stoten. Die doelstelling werd ruimschoots behaald. Gemiddeld lag de uitstoot het afgelopen jaar namelijk op amper 112 gram, oftewel het objectief voor het jaar 2015. Dat is geen reden om het rustiger aan te doen: de doelstellingen zullen bijgesteld worden.

Mobiliteit

In 2012 deed Mobistar opnieuw flinke inspanningen om het autogebruik te verminderen en alternatieve vervoersmiddelen en thuiswerk te stimuleren.

REALISATIES IN 2012

- In 2012 stelde Mobistar vijf elektrische poolwagens ter beschikking van het personeel. Wie dat wilde, kon de elektrische auto's testen om bijvoorbeeld naar een afspraak met een klant te rijden. In totaal werd er 30.000 kilometer gereden, wat op een geschatte besparing van 3,5 ton CO₂ neerkomt.
- Mobistar ontwikkelde afgelopen jaar, naast een klassieke lijst, ook een aparte lijst met uitsluitend elektrische en hybride bedrijfswagens. Het is de eerste onderneming in België die dit doet.
- Carpoolen had de voorbije jaren niet veel succes binnen Mobistar. Om het samen rijden nieuw leven in te blazen, werkt het bedrijf sinds september samen met Djengo. Dit nieuwe webplatform maakt carpoolen een stuk toegankelijker, onder andere met een carpooling-agenda en software om de trajecten van de medewerkers te matchen.
- Ook een vloot van tien deelfietsen werd opgezet. Mobistar moedigt iedereen aan om bij korte verplaatsingen met de fiets te gaan.
- Na een succesvolle test in 2011, werden in 2012 de lessen 'ecologisch rijden' opgenomen als training in de opleidingscatalogus. Een veertigtal medewerkers schreven zich in en verminderden hun brandstofverbruik gemiddeld met 8 %.
- Afgelopen jaar won Mobistar ook de Green Fleet Award 2012, een prijs voor bedrijven die doelbewust werken aan een milieuvriendelijke vlootpolitiek.
- Om medewerkers te stimuleren om naast hun bedrijfswagen ook het openbaar vervoer te gebruiken, werd hen een gratis Railease-abonnement aangeboden. Met deze formule konden zij een dag per week, en heel het jaar lang, met de trein naar Sirius komen.

Energie

Mobistar wil zijn elektriciteits-, gas en dieselverbruik terugschroeven. Deze doelstelling kadert in een verstandig energiegebruik, met focus op hernieuwbare energie. Sinds 2008 komt het totale energieverbruik van Mobistar uit groene energie, afkomstig van 100% hernieuwbare energiebronnen met certificaat. Hierdoor vermindert het zijn CO₂-uitstoot met 28.000 ton per jaar.

De 5 grootste verbruiksgebieden zijn volgens grootte: het gsm-netwerk, het vaste netwerk en internet, de centrale telecomcentra en de informaticacentra, de kantoorgebouwen, de Mobistar Centers.

REALISATIES IN 2012

- Het resultaat van alle acties leverde in 2012 een besparing van 735.000 euro op.
- Eind 2011 maakte de nieuwe energieverantwoordelijke een gedetailleerd overzicht van het energieverbruik in elk gebied om – op de juiste plaats en het juiste moment – acties op te starten.
- Installatie 'smart metering'-meettoestellen met m2m-kaarten (om op afstand en in real time het verbruik in elk gebied op te volgen).
- Talrijke initiatieven in de technische centra:
 - vervanging van technische uitrustingen door efficiëntere uitrustingen zonder broeikas-effect
 - installatie en gebruik van 'free-chilling' (gebruik van buitenlucht om het gebouw te koelen)
 - verhoging van de consignetemperatuur in de belangrijkste sites om het gebruik van de airconditioning te verminderen.
- De functionaliteiten in het Sirius-gebouw werden geoptimaliseerd: aanwezigheidsdetectoren voor de verlichting, installatie van zonne-energie, maximale isolatie en geautomatiseerd temperatuurbeheer.
- Een uitgebreid programma van rationalisering, virtualisatie en consolidatie van de informaticaservers werd uitgevoerd, wat het verbruik enorm verminderde.
- Verschillende acties in de winkels, waaronder de installatie van een 'timer' voor de airconditioning.

Afval

Bij Mobistar werden heel het jaar door acties georganiseerd om afval terug te dringen en hergebruik te stimuleren. Afval dat toch nog overbleef, werd zo goed mogelijk gesorteerd.

REALISATIES IN 2012

- Medewerkers werden gesensibiliseerd om zo weinig mogelijk afval te produceren door onder andere drinkbekers en kladpapier opnieuw te gebruiken.
- Er kwamen aparte inzamelpunten voor gebruikt schrijfmateriaal en plastic doppen. De opbrengst van de verkoop aan een recyclagebedrijf ging integraal naar het Belgisch Centrum voor Geleidehonden.
- De Europese Week van Afvalvermindering waaraan Mobistar ook dit jaar deelnam, was het ideale moment om nieuwe acties te lanceren en de gekende activiteiten rond afval in de verf te zetten.
- Waar mogelijk wil Mobistar zoveel mogelijk gebruikmaken van recycleerbare kantoorbenodigdheden. Daarom werd in 2012 een interne catalogus gelanceerd met groene artikelen, in samenwerking met leverancier Lyreco.

Plannen voor 2013

In 2013 gaat de France Télécom-groep het afvalbeheer van haar dochterbedrijf Mobistar evalueren. Om de processen te verbeteren, zal zij analyseren hoe de Mobistar-kantoren, -winkels en netwerkinfrastructuur omgaan met afval.

PIJLER ENGAGEMENT

WERKNEMERS

De werknemers in staat stellen om in een stimulerende omgeving te werken, erkend te worden om hun bijdrage en hun potentieel te ontwikkelen

WERKOMGEVING	Een werkomgeving tot stand brengen die de creativiteit stimuleert, een doelmatige samenwerking tussen de werknemers bevordert en een serene mentaliteit schept
OPLEIDING EN PERSOONLIJKE ONTWIKKELING	De werknemers in staat stellen hun potentieel te ontwikkelen
GEZONDHEID EN WELZIJN OP HET WERK	Een goed evenwicht garanderen tussen privéleven en werk, en stress bestrijden
THUISWERK	Flexibiliteit en mobiliteit mogelijk maken voor de werknemers (organisatie van de werktijd + vermindering van de CO ₂ -uitstoot)
DIVERSITEIT	Diversiteit en billijkheid bevorderen bij de werknemers

KLANTEN

Een kwaliteitsservice, veiligheid en doorzichtigheid bieden

BESCHERMING VAN DE MINDERJARIGEN	De bescherming van kinderen en jongeren verzekeren betreffende hun toegang tot sommige ongeschikte inhoud
BESCHERMING VAN DE GEGEVENS	Respect voor het wettelijke kader en voor het privéleven
DIALOOG MET DE KLANTEN	Actief luisteren naar de klanten en gunstig gevolg kunnen geven aan hun verwachtingen

MAATSCHAPPIJ

Sociale en digitale integratie bevorderen

DE VERENIGING PARTICIPATE!	De levenskwaliteit van aan autisme lijdende personen en hun familie bevorderen dankzij het ontwikkelen en verspreiden van instrumenten voor een betere integratie en meer zelfstandigheid voor die personen
VRIJWILLIGERSWERK	De werknemers de gelegenheid geven om zich sociaal in te zetten via vrijwilligerswerk
SOLIDARITEITSACTIES	Voor degenen die er nood aan hebben, infrastructuur en materieel ter beschikking stellen, meer bepaald computermaterieel
ETHIEK	Een ethische en verantwoordelijke werking garanderen van de aankoopprocedures en de betrekkingen met de leveranciers

MILIEU

De impact op het milieu verminderen

CO ₂ -BALANS	De CO ₂ -uitstoot verminderen
ENERGIE	Het gas- en elektriciteitsverbruik beperken en gebruikmaken van groene en hernieuwbare energie
MOBILITEIT	De impact op het milieu verminderen van het woon-werkverkeer van de werknemers
AFVAL	De impact op het milieu verminderen door aan te sporen tot hergebruik en tot recycling van het afval
PAPIER	Het gebruik van papier verminderen, het recycleren ervan optimaliseren en gelabeld papier gebruiken
GSM-RECYCLAGE	Afgedankte gsm's inzamelen, recycleren en weer geschikt maken voor gebruik
MACHINE-TO-MACHINE	De negatieve impact op het milieu verminderen door het telebeheer van machines te bevorderen (hierdoor kunnen verplaatsingen en vervoer worden bespaard)

DOELSTELLING

VERWEZENLIJINGEN 2012

Tegen 2015 erkend worden als een van de beste werkgevers van België	Aanpassingen en verbeteringen aan 'Flex desk'-principe in het hele Sirius-gebouw
Tegen 2015 100 % van de werknemers 2 dagen opleiding per jaar laten volgen	57.987 uren opleiding gevolgd door de werknemers
Tegen 2015 erkend worden als een van de beste werkgevers van België	292 medewerkers gevaccineerd tegen griep, 288 geneeskundige onderzoeken, 665 deelnemers aan sport- en ontspanningsactiviteiten, 173 kinderen van personeelsleden bij Mobikids tijdens de vakantie
Tegen 2015: 100 % van de werknemers (<i>die niet in contact komen met de klanten</i>) laten telewerken	1.000 medewerkers werkten thuis. Meer dan 350 deelnemers aan de Nationale Thuiswerkdag
Tegen 2015: verhouding van 35 % vrouwen en 65 % mannen op alle hiërarchische echelons	Oprichting van een leerstoel rond diversiteit in samenwerking met de Universiteit de Liège en de Universiteit Hasselt. Het label 'Top Employer 2012' werd behaald
Elk jaar 3 concrete punten kiezen, waaraan wordt gewerkt	Ondertekening van het 'E-safety'-handvest
De geheimhouding van informatie over de klanten, leveranciers en werknemersgegevens verzekeren	Interne campagne rond gegevensbescherming, specifieke informatiesessies voor de verschillende afdelingen, verbeterde procedures van incidentmanagement, grondige analyse van externe en interne bedreigingen
De klanten de mogelijkheid bieden om contact op te nemen met Mobistar wanneer en hoe ze dat willen	Invoering eenvoudige 'dierentarieven', verbetering van de Net Promoter Score (NPS) en de oprichting van het Customer Test Center voor klantenfeedback
100 % van de door autisme getroffen Belgische families bereiken	Voltooiing van de derde module van de Participate!-website en vereenvoudiging van het aantal sensibiliseringsacties rond autisme
Aan verenigingen 50 dagen vrijwilligerswerk schenken in 2012	Inzameling van 80 kilo kopercentjes voor 'Operatie Thermos' en 90 vrijwilligers voorzien 600 daklozen van een maaltijd
100 % van het afgedankte computermaterieel bezorgen aan de vereniging "Close the Gap"	733 gebruikte IT-apparaten geschonken aan Close the Gap
100 % van de werknemers bewustmaken en opleiden voor dat thema	Installeren van 2 opleidings- en e-learningmodules die door alle werknemers dienen te worden gevolgd
De CO ₂ -afdruk met 50 % verminderen tegen 2020	Het bedrijf CO2logic berekende dat Mobistar zijn CO ₂ -uitstoot in 2011 met 11 % heeft verminderd ten opzichte van 2010
Het energieverbruik met 15 % verminderen tegen 2020	Dankzij energiebewuste ingrepen werd er 735.000 euro bespaard in 2012
Tegen 2015 is de maximumuitstoot van bestelde voertuigen 115g CO ₂ /km. Tegen eind 2013 maken 400 teammembers gebruik van het openbaar vervoer	De doelstelling voor 2015 is nu al behaald: de uitstoot van nieuwe voertuigen lag gemiddeld op 112g CO ₂ /km, 370 medewerkers gebruikten het openbaar vervoer
Verkrijgen van het label van "Ecodynamische Onderneming"	Het Ecodynamisch label werd verkregen, met het maximum van drie sterren voor milieuprestaties
Een werkomgeving zonder papier organiseren	30 % van de facturen zijn elektronisch
30 % van de in de Mobistar Centers verkochte mobiele telefoons recyclen tegen 2015	34.925 ingezamelde gsm-toestellen
1 miljoen kaarten geactiveerd in 2012	Partnerovereenkomsten voor een totaal van 4,5 miljoen m2m-simkaarten