



Jaarverslag
2010



Inhoudstafel

| | |
|--------------------------------------|--------------|
| Markante feiten in 2010 | P. 4 |
| Brief van de voorzitter | P. 6 |
| Brief van de CEO | P. 7 |
| De telecommunicatiewereld | P. 10 |
| De strategie van Mobistar | P. 12 |
| Merk- en marketingstrategie | P. 14 |
| Distributie en klantendienst | P. 16 |
| De residentiële markt | P. 18 |
| De professionele markt | P. 20 |
| Netwerk en operationele activiteiten | P. 22 |
| Personeelsbeleid | P. 24 |
| Management en controle | P. 26 |
| Informatie voor de aandeelhouders | P. 28 |
| Glossarium | P. 30 |

Markante feiten in 2010

45,4 miljoen sms'jes op het netwerk van Mobistar tijdens de oudejaarsnacht

Tijdens de oudejaarsnacht, tussen 20 en 8 uur, heeft het Mobistar-netwerk 45,4 miljoen sms'jes verwerkt, waarvan er 24,2 miljoen verstuurd werden door Mobistar-klanten. Dat is een toename van 37,4 % in vergelijking met 2009. De capaciteit van het Mobistar-netwerk was ruim voldoende om de toevloed van gesprekken en sms'jes op te vangen. Op het piekmoment, om 00.30 uur, verwerkten de sms-servers maar liefst 3.000 berichtjes per seconde.

MaTMa-samenwerkingsakkoord met Touring

In januari 2010 heeft Mobistar met Touring een contract getekend voor MaTMa-toepassingen (Machine-To-Machine) in het kader van het project "Safe Drive". Dankzij een in de auto geïntegreerd toestel dat uitgerust is met een microfoon, een luidspreker en twee toetsen (één voor noodoproepen en één voor technische oproepen in geval van panne) kunnen bestuurders bij diefstal, ongeval of pech in heel Europa en binnen enkele seconden automatisch in contact treden met de hulpdiensten. "Safe Drive" is slechts een van de talrijke toepassingen van de MaTMa-technologie, waarvan Mobistar de onbetwiste leider is in België.

Mobiel internet voor 2 euro per dag

Op 24 februari lanceerde Mobistar Travel Data Daily, een dagtarief voor mobiel internet van 2 euro voor 2 MB in Europa (plus Zwitserland, de Verenigde Staten en China). Enkele weken later activeerde Mobistar voor al zijn

residentiële klanten de optie Smart Data Traveller, een intelligente dienst die automatisch het dataverbruik in het buitenland blokkeert vanaf een bepaald bedrag.

Integratie van KPN Belgium Business

Op 25 maart heeft de Raad voor de Mededinging zijn goedkeuring gegeven voor de overname van KPN Belgium Business (b2b- en carrieractiviteiten in België). De overnameprijs voor 100 % van de aandelen bedroeg 65 miljoen euro (op schuld- en cashvrije basis). De juridische entiteit werd omgedoopt tot Mobistar Enterprise Services (MES). Dankzij deze overname kan Mobistar zijn positie als convergente speler op de professionele markt versterken.

Eerste tests op het LTE-netwerk geslaagd

Mobistar heeft zijn experimentele LTE-netwerk (Long Term Evolution) na ontvangst van een testlicentie van het BIPT geïmplementeerd in de zone Evere-Diegem. De eerste tests waren bijzonder overtuigend. Er werden downloadsnelheden geregistreerd van meer dan 60 Mbps – of 10 keer sneller dan het huidige mobiele breedbandnetwerk. Mobistar heeft echter nog geen definitieve beslissing genomen over de aankoop van een 4g-licentie.

Mobiel communicatieplatform voor professionele klanten

Op 17 juni heeft Mobistar een nieuw mobiel communicatieplatform voor zijn professionele klanten in het kleine en corporate segment gelanceerd. Businessklanten kunnen voortaan hun Mobistar-magazine en hun e-newsletters op hun gsm lezen in een daartoe aangepast formaat. Ook het archief van de vorige edities is toegankelijk.

Mvno-overeenkomst met Tellink

Tellink, een leverancier van telecom-municatiediensten aan kmo's, heeft een mvno-overeenkomst gesloten met Mobistar. Tussen juli en september werden de 65.000 actieve simkaarten van Tellink overgedragen naar het Mobistar-netwerk. Als lid van de France Telecom-groep heeft Mobistar talrijke roamingakkoorden met buitenlandse operators. Tellink zal van die akkoorden gebruik kunnen maken om unieke Traveller-diensten aan te bieden, waarmee zijn klanten tot 80 % goedkoper kunnen bellen vanuit het buitenland. De mvno-overeenkomst met Tellink werd gesloten voor een periode van drie jaar.

Nieuw contract met de NMBS-groep

In juli heeft Mobistar voor de derde keer zijn contract met de NMBS-groep verlengd. Het contract omvat zowel vaste als mobiele voice- en datatoepassingen. De voorbije zes jaar heeft Mobistar geïnvesteerd in de ontwikkeling van een netwerkinfrastructuur voor de permanente verbinding van zijn eigen netwerk met dat van de spoorwegen. Daarnaast heeft het oplossingen ontwikkeld om de veiligheid en de stiptheid van het openbaar vervoer en de informatieverstrekking aan reizigers en werknemers te verbeteren.

Lancering van de iPhone 4 in België

Op 30 juli werd de iPhone 4 gelanceerd in alle Mobistar Centers in België. Voor die gelegenheid werd voor Mobistar-klanten een special event georganiseerd in 10 verkooppunten. Het succes van de iPhone 4, in combinatie met de goede verkoop van smartphones, heeft in 2010 een boost gegeven aan de inkomsten gegenereerd door mobiele gegevensoverdracht.

In primeur: de Mobile HD Voice-technologie

Mobistar implementeerde als eerste in België de Mobile HD Voice-technologie op zijn 3G-netwerk. Deze technologie garandeert een betere geluidskwaliteit dankzij het gebruik van een breder frequentiespectrum (50-7000 Hz) in vergelijking met de huidige smalband spraakcodec. In 2011 zal Mobistar zijn aanbod van Mobile HD Voice-compatibele gsm's verder uitbreiden om nog meer klanten de mogelijkheid te bieden om gebruik te maken van deze gratis dienst.

Mobistar TV: een nieuwe televisie-ervaring

Op 8 oktober heeft Mobistar zijn digitale televisieaanbod gelanceerd in de vorm van het Starpack. Met het Starpack kan de klant voor 55 euro per maand niet alleen tv kijken, maar ook bellen en onbepert surfen, zowel mobiel als vast. Mobistar TV heeft de Mobistar-klanten dadelijk verleid dankzij een gedifferentieerd aanbod, gericht op een rijke inhoud en een aantal functionaliteiten waarmee ze hun televisie-ervaring kunnen personaliseren. Met de lancering van Mobistar TV is Mobistar een volwaardige "sextuple play"-speler op de Belgische residentiële markt geworden.

Mobistar stuurt Antoine Lesceux de ruimte in

Op 18 oktober heeft Mobistar een instapkaart voor de eerste ruimtereis overhandigd aan Antoine Lesceux, een 19-jarige Waalse student. Hij is de winnaar van de online wedstrijd die Mobistar georganiseerd had naar aanleiding van de lancering van zijn digitale tv-aanbod. Ruim 130 000 surfers hebben de website www.ikkijkvooruit.be bezocht, en 9 600 onder hen hebben ook effectief aan de wedstrijd deelgenomen.

m.mobistar.be: mobiel internet portaal

Het nieuwe mobiele portaal van Mobistar, dat begin december gelanceerd werd, is toegankelijker, sneller en gepersonaliseerder, met tal van nieuwe functionaliteiten, zoals toegang tot sociale netwerken en mailplatformen, culturele evenementen, het weerbericht, Mobile TV, ... Tegelijkertijd heeft Mobistar zijn strategie voor mobiele reclame herzien en een nieuwe regie gekozen, namelijk BEWEB.

Betalen via sms op het netwerk van De Lijn

Sinds 16 december kunnen Mobistar-klanten hun rit met De Lijn betalen met een sms-ticket. Deze oplossing is niet alleen sneller, maar ook voordeliger (een sms-ticket is tot 28 % goedkoper dan een biljet bij de chauffeur). De prijs van het sms-ticket wordt afgerekend via de gsm-factuur (abonnees) of afgetrokken van de belwaarde (herlaadkaarten). Na een twee weken durende live test werd het systeem officieel gelanceerd op 1 januari 2011.



Brief van de voorzitter

Ondanks de economische crisis en de sterke reglementering was 2010 een topjaar voor Mobistar. Zo hebben we de marktverwachtingen op het vlak van zowel omzet als nettowinst overtroffen. Alle teammembers en alle leden van het executive committee hebben, dankzij hun onvoorwaardelijke inzet, bijgedragen tot deze uitzonderlijke resultaten. Daarom sta ik erop om hen persoonlijk en in naam van de Raad van bestuur te bedanken. Mijn dank gaat eveneens uit naar de steeds talrijkere en trouwere klanten van Mobistar: in 2010 hebben we voor het eerst in onze geschiedenis de kaap van de 4 miljoen actieve mobiele telefonieklanten overschreden, mede dankzij de inbreng van onze mvno-partners en ons dochterbedrijf Orange Luxemburg. Dit getal is meer dan symbolisch: het getuigt van het belang van de klant gezichte aanpak van onze CEO, Benoit Scheen.

In 2010 steeg de geconsolideerde omzet van Mobistar met 6,2 % om aan het einde van het boekjaar 1.664,6 miljoen euro te bereiken. De ebitda-marge bedroeg 36,2 % van de omzet uit telefonie op 31 december 2010. Dit betekent een lichte daling in vergelijking met 2009. Deze daling kan toegeschreven worden aan de integratie van Mobistar Enterprise Services, het stijgende aantal aanbiedingen die gebaseerd zijn op een onbeperkt volume en de commerciële investeringen in ons nieuwe aanbod voor digitale tv en onze vaste activiteiten. Het gaat hierbij om belangrijke strategische keuzes om van Mobistar een convergente operator te maken die alle toekomstige uitdagingen het hoofd kan bieden.

De groei van onze activiteiten ging gepaard met tal van aanwervingen, in het bijzonder in de Mobistar Centers en in het contactcenter. Hoewel de zoektocht naar nieuwe talenten soms moeilijk blijkt, blijven we ook in 2011 vasthouden aan ons aanwervingsbeleid. We weten dat de bereikbaarheid van de klantendienst niet optimaal was eind 2010. De komst van Cristina Zanchi als Chief Customer Loyalty

Officer binnen het executive committee van Mobistar, toont onze vastberadenheid om vooruit te gaan in de continue verbetering van de klantendienst. Onze klanten beter leren kennen en op een gepersonaliseerde manier inspelen op hun behoeften is een prioriteit voor Mobistar in 2011 en in de komende jaren.

Deze positieve context verklaart waarom we onze aandeelhouders ook dit jaar een aantrekkelijk dividend zullen uitbetalen. De Raad van bestuur zal de uitbetaling voorstellen van een gewoon dividend van 2,90 euro per aandeel op 20 mei 2011 en een buitengewoon dividend van 1,40 euro per aandeel op 19 augustus 2011 en ter goedkeuring voorleggen op de Algemene vergadering der aandeelhouders van 4 mei 2011.

Mobistar zal in 2011 blijven investeren in de kwaliteit van zijn netwerk, zijn it-infrastructuur en zijn klantendienst. Dankzij een coherente en innovatieve strategie streeft Mobistar ernaar om door zijn klanten erkend te worden als de vertrouwenspartner die in staat is gepersonaliseerde telecomoplossingen aan te bieden en om door de maatschappij waarin het bedrijf evolueert gezien te worden als een speler die op een duurzame manier bijdraagt tot de ontwikkeling en bescherming van het milieu.

Jan Steyaert
Voorzitter van de Raad van bestuur



Brief van de CEO

Voor Mobistar was 2010 een scharnierjaar. Niet alleen hebben we de kaap van de 4 miljoen mobiele klanten overschreden, we hebben ook de laatste stappen gezet teneinde een volledig convergente telecomoperator te worden. De laatste steen hiervoor werd gelegd met de lancering van digitale televisie. Het uiteindelijke doel van Mobistar TV is om te voldoen aan een behoefte van onze klanten die op zoek zijn naar één enkele operator die een volledig gamma telecommunicatiediensten aanbiedt. Deze stap maakt de cirkel rond. Mobistar is niet langer een mobiele operator, maar een volwaardige convergente speler, zowel op de professionele als op de residentiële markt. Vandaag zijn we zelfs de enige “sextuple play”-speler die in België vaste en mobiele telefonie, vast en mobiel internet, en vaste en mobiele tv aanbiedt – een duidelijk bewijs van ons sterk innovatie- en transformatievermogen.

De lancering van Mobistar TV op 8 oktober was niet de enige mijlpaal in 2010. Ik denk hierbij in de eerste plaats aan de afronding, op 1 april, van de overname van KPN Belgium Business (nu Mobistar Enterprise Services, MES) voor 65 miljoen euro. Zo hebben we 135 nieuwe collega's en meer dan 8.000 extra klanten mogen verwelkomen. Hierdoor hebben we ook belangrijke netwerkinfrastructuur geïntegreerd, waarmee we ons als convergente operator steviger op de professionele markt kunnen positioneren.

Een andere mijlpaal was de hergroepering van al onze werknemers in het Sirius-gebouw in Evere, dat op 8 mei werd ingehuldigd. Dit gebouw bevestigt ons engagement op het vlak van maatschappelijke verantwoordelijkheid want het beschikt over unieke eigenschappen. Ik nodig u dan ook uit om het mvo-verslag dat we bij dit jaarverslag gevoegd hebben te lezen. U ontdekt er onze engagements en onze acties, die blijik geven van onze wil om als maatschappelijk verantwoorde operator te handelen. De inrichting van onze nieuwe lokalen was meteen ook de ideale gelegenheid om een nieuwe werkorganisatie te introduceren en om de teamgeest van onze teammembers te versterken – allebei aspecten die de identiteit van Mobistar weerspiegelen.

Ten slotte wil ik nog even benadrukken dat de expertise van Mobistar – dat het internationale competentiecentrum van France Telecom voor MaTMa-oplossingen (Machine-To-Machine) is geworden – in 2010 wereldwijd werd erkend.

En dankzij de grote contracten die we hebben afgesloten in Europa, de Verenigde Staten en Australië hebben we bijna dubbel zoveel MaTMa-kaarten verkocht ten opzichte van vorig jaar.

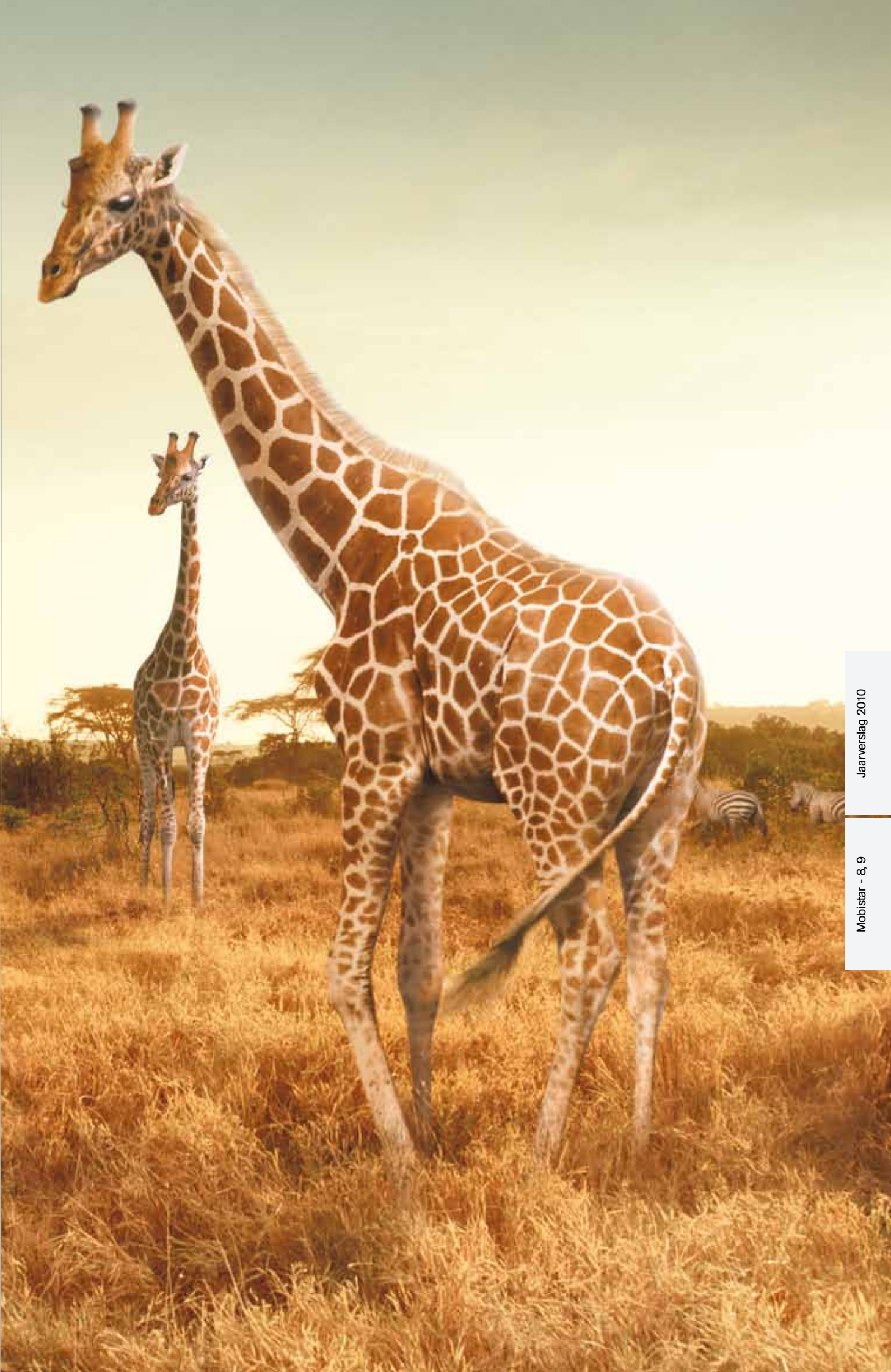
Tegelijkertijd hebben we onze interne transformatie voortgezet in lijn met het Odyssey 2011-programma, dat als doel heeft om de algemene efficiëntie van de organisatie te verhogen. Het programma bestaat uit 19 subprogramma's, waaronder de totale vernieuwing van onze it-infrastructuur en het ontwikkelen van nieuwe producten en marktsegmenten. Odyssey 2011 genereert een continue stroom van verandering waardoor wij ons voortdurend kunnen aanpassen aan de vraag van de markt.

Mobistar heeft heel mooie resultaten neergezet tijdens het boekjaar 2010. Zijn mobiele marktaandeel in waarde (value share) bedroeg 35,6 % eind 2010, terwijl dat eind 2009 nog 35,2 % was. Het percentage postpaidklanten in het volledige klantenbestand is gestegen van 60,6 % eind 2009 naar 63,6 % eind 2010, of een stijging van 145.677 postpaidklanten op een jaar. Daarenboven droegen zowel MES als Orange Luxemburg toe tot de stijging van de omzet. Orange Luxemburg steeg met 21,8 %, terwijl de meeste West-Europese operatoren hun omzet met slechts 3 tot 4 % zagen stijgen. Mede hierdoor steeg de nettowinst voor belastingen tot 263,6 miljoen euro, of 1,3 % meer dan het jaar daarvoor en hoger dan de verwachtingen. Dit resultaat werd bereikt ondanks de erg negatieve impact van de Europese en Belgische regelgeving, die in de tientallen miljoenen euro loopt. Het resultaat getuigt van ons vermogen om die opgelegde dalingen te compenseren dankzij onze transformatieplannen en de lancering van nieuwe producten en activiteiten. In 2010 hebben we 239,8 miljoen euro geïnvesteerd.



Benoit Scheen
Chief Executive Officer







De

telecommunicatiewereld

In een concurrentiële en steeds meer gereguleerde en verzadigde markt voor traditionele mobiele telefonie prijzen telecomoperatoren mobiele datatoepassingen en convergente aanbiedingen aan.

De concurrentiële omgeving

■ Een penetratiegraad van 111 %

De penetratie van simkaarten stabiliseerde zich in 2010 rond de 111 %. In die context zijn de marktaandelen die de drie operatoren in handen hebben nauwelijks geëvolueerd in 2010. Nu de markt voor traditionele mobiele telefonie verzadigd is, richten de operatoren hun groei-inspanningen op mobiele data en de multimediadiensten.

■ Koppelverkoop kent een matig succes

Gezamenlijke aanbiedingen beschikken sinds 6 april 2010 (de wet betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming) over een juridisch kader. Slechts één operator heeft resoluut voor deze methode van verkopen gekozen. Mobistar houdt zich aan zijn keuze om deze weg niet te bewandelen. Mobistar is van oordeel dat dit niet in het belang van de klanten is.

■ Convergentie wordt de norm

Zowel op de residentiële als op de professionele markt speelt convergentie een centrale rol in de marketingstrategie van de telecomoperatoren. Het aantal formules die

"triple/quadruple play"-aanbiedingen voor een unieke prijs combineren, neemt toe. Mobistar speelt in op deze tendens door, onder meer, het "sextuple play" Starpack aan te bieden voor een prijs van 55 euro per maand.

■ De distributiemarkt voor televisie

In België verschilt de markt voor televisiedistributie van gewest tot gewest. In Vlaanderen, Wallonië en Brussel wordt die markt grotendeels gedomineerd door kabeloperatoren en IPTV. Ook de overgang naar digitale televisie gebeurt op een ander tempo in Vlaanderen (60 % van de klanten vangen een digitaal signaal op), in Wallonië of in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (deze twee gewesten tellen minder dan 50 % abonnees voor digitale televisie).

Het regelgevende kader

■ Verlenging van de 2g-licentie

Na het arrest van het Hof van Beroep van 22 september 2009 werd het initiële besluit van het BIPT (het Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie) om de 2g-licentie van Mobistar niet stilzwijgend te verlengen, herroepen. Bijgevolg werd deze licentie voor 5 jaar verlengd, tot november 2015.

De mogelijkheid om een heffing te vragen voor het verlengen van de 2g-licenties werd ingevoerd door een wet van 15 maart 2010. Die heffing zou ongeveer 15 miljoen euro per jaar moeten bedragen voor een periode van vijf jaar. Mobistar, Belgacom Mobile en KPN Group Belgium hebben beroep aangetekend voor het Grondwettelijk Hof omdat deze beslissing in strijd is met het principe van de non-retroactiviteit van wetten. Een vonnis van het Hof kan verwacht worden tegen eind 2011 of begin 2012.

■ **Vierde operator voor mobiele telefonie en 4g-licentie**

Hoewel de veiling van de vierde 3g-licentie en de 4g-licenties initieel voorzien was voor 2010, werd onlangs aangekondigd dat ze respectievelijk in juni en oktober 2011 zullen plaatsvinden. De verkoop van de 4g-licenties zal voor alle bestaande gsm-operatoren toegankelijk zijn.

■ **Mobiele terminatietarieven (mtr)**

Op 30 juni 2009 annuleerde het Hof van Beroep de beslissingen van het BIPT inzake het niveau van de terminatietarieven op mobiele netwerken (mtr), genomen in augustus 2006 en december 2007. Op 10 augustus 2010 heeft het BIPT nieuwe tarieven aangenomen, met een retroactief effect voor de periode 2006-2010 die in de praktijk de vroegere tarieven opnieuw bekrachtigen.

In zijn besluit van 29 juni 2010 heeft het BIPT niettemin een nieuw tariefschema voor de periode 2010-2013 opgelegd, op basis van de gemiddelde incrementele kosten op lange termijn (GIKLT-model). Concreet zullen de tarieven geleidelijk dalen om een symmetrisch niveau van 1,08 eurocent per minuut te bereiken vanaf 1 januari 2013. KPN Group Belgium en Mobistar hebben bij het Hof van Beroep een beroep ingediend om dit besluit te schorsen en te annuleren.

■ **Europese regulering inzake roamingdiensten**

In 2010 werden de internationale kosten voor roamingdiensten zowel op retailniveau (voice, sms) als op wholesale-niveau (voice, sms, data) verder verlaagd, in overeenstemming met de Europese regulering. Er werden extra transparantiemaatregelen vastgelegd om torenhoge facturen te vermijden.

In december 2010 is het overleg in de Europese Commissie gestart over de herziening van de regulering van de roamingdiensten om de concurrentie op de markt te verbeteren. Die regulering zou halfweg 2012 in werking moeten treden.

■ **Regulering van de breedband- en kabelmarkt**

In december 2010 heeft het BIPT zijn ontwerpbesluit over de analyse van de breedbandmarkten (markten 4 en 5) voorgelegd voor raadpleging. Op dezelfde wijze lanceerden de vier mediaregulators (BIPT, CSA, Medienrat, VRM) in hun respectievelijk bevoegdheidsgebied raadplegingen om toegangs- en wederverkoop verplichtingen op te leggen aan de kabeloperatoren. In beide gevallen wordt een besluit verwacht in de loop van 2011.

■ **Misbruik van dominante positie van de Belgacom-groep**

Ten gevolge van een vonnis van de Rechtbank van Koophandel in Brussel waarin de dominante positie van Belgacom Mobile tussen 1999 en 2004 bevestigd werd, werd in een voorbereidend verslag van de experts (oktober 2010) de door Mobistar en KPN Group Belgium geleden schade geschat op 1,18 miljard euro. In een tweede tussentijds rapport (december 2010) werd het misbruik bevestigd en werd de schade en interest voor Mobistar en KPN Group Belgium geschat op 1,84 miljard euro. Het definitieve verslag wordt op 15 april 2011 naar de Rechtbank van Koophandel gestuurd, die vervolgens zijn oordeel zal vellen.

In een ander geval van misbruik van zijn dominante positie, voor de periode tussen 2005 en 2008, heeft de Raad voor de Mededinging Belgacom Mobile in mei 2009 een boete van 66 miljoen euro opgelegd. Mobistar is in hoger beroep gegaan en heeft om een annulering van dit besluit verzocht omdat er geen rekening werd gehouden met de andere punten van aanklacht (misbruik op het vlak van klantenkortingen en discriminatie tussen on-net- en off-net-oproepen). Mobistar heeft bij de Rechtbank van Koophandel ook een vordering tot schadevergoeding ingediend voor de geleden schade. Die laatste vordering is in afwachting van de aanneming van een definitieve beslissing van het Hof van Beroep over de misbruiken tussen 1999 en 2004.

Ten slotte heeft Mobistar – samen met KPN Group Belgium – in april 2009 bij de Europese Commissie een klacht ingediend jegens Belgacom voor het misbruik van zijn dominante positie op de breedbandmarkt. Die klacht werd uiteindelijk ingetrokken en op 22 maart 2010 opnieuw ingediend bij de Belgische Raad voor de Mededinging. Het onderzoek is nog steeds lopende.

■ **Wet op de sociale tarieven**

Mobistar is, samen met andere alternatieve operatoren, verwikkeld in enkele juridische geschillen betreffende het geplande financiële vergoedingssysteem met betrekking tot het aanbieden van sociale tarieven. Op 27 januari 2011 besliste het Grondwettelijk Hof om de betrokken artikels van de wet van 25 april 2007 nietig te verklaren. Deze zaak is nu gesloten. Een juridisch geschil voor de Raad van State, waarbij gevraagd wordt om bepaalde artikels van het Koninklijk Besluit van 20 juli 2006 nietig te verklaren, is nog steeds hangende.

■ **Regelgeving betreffende de emissienormen voor elektromagnetische golven**

In 2010 is het regelgevende landschap van de drie gewesten stabiel gebleven.

In het Brussels Hoofdstedelijk Gewest publiceerde de regering eind 2009 twee uitvoeringsbesluiten van de ordonnantie van maart 2007, die een cumulatieve maximumnorm van 3 voltmeter vastlegt voor alle emissiebronnen, met uitzondering van radio- en tv-signalen. De ordonnantie met betrekking tot het toekennen van de milieupremies kon pas vanaf 1 september toegepast worden, de datum waarop een ministerieel besluit gepubliceerd werd dat een simulatietool valideert om het elektrische veld te berekenen. Sindsdien moet men voor alle nieuwe antennes een milieuvergunning aanvragen. Om de norm van 3 voltmeter te respecteren en de verminderde dekking te compenseren, werden er een honderdtal nieuwe sites geïnstalleerd in Brussel.

In Wallonië legde het decreet van 3 april 2009 een maximale emissie van 3 voltmeter per antenne, per technologie en per operator vast. De installatie van antennes is onderworpen aan een milieuverklaring. Alle technische dossiers van antennes werden door Mobistar bij het Waalse controlegeorgan (het ISSeP) ingediend.

Vlaanderen koos halfweg november 2010 voor een combinatie van de oude federale norm van 20,6 voltmeter voor gecumuleerde bronnen (radio, tv, ASTRID, ...) en van 3 voltmeter per antenne (afhankelijk van de frequentie). Alle sites moeten voor december 2012 geregulariseerd zijn.



De strategie van Mobistar

Aangezien de markt voor mobiele telefonie volgroeid is en Mobistar onderhevig is aan een intense regelgevende druk, heeft de operator ervoor gekozen zich te profileren als een volledig convergente speler die zowel vaste als mobiele telefonie, internet en televisie aanbiedt. Mobistar haalt tevens voordeel uit groeiniches zoals de mobiele gegevensoverdracht of Machine-To-Machine-applicaties.

Convergentie- en innovatiebeleid

Zowel op de residentiële als op de professionele markt heeft Mobistar met succes zijn convergentiebeleid, gebaseerd op voor de klant relevante innovaties, voortgezet.

De lancering van Mobistar TV werd heel positief onthaald op de markt, enerzijds dankzij de diversiteit van zijn inhoud en anderzijds dankzij het interactieve karakter (organisatie van het programma-aanbod in functie van het persoonlijke profiel van de klant, mogelijkheid om onbepaald op te nemen dankzij een verwisselbare harde schijf, de iPhone die gebruikt kan worden als afstandsbediening). Er worden nieuwe opties gelanceerd in 2011, waarbij naast een widgetstore, de mobiele app voor Android, de topprioriteit "video on demand" (video op aanvraag) is. Digitale televisie, waartoe vandaag minder dan 50 % van de Belgische gezinnen toegang heeft, heeft een onmiskenbaar groeipotentieel voor Mobistar.

Op de professionele markt is de geslaagde integratie van KPN Belgium Business een belangrijke troef voor Mobistar. Na de goedkeuring door de Raad voor de mededinging op 25 maart 2010 werd de juridische entiteit omgedoopt tot Mobistar Enterprise Services (MES). Alle oplossingen voor de professionele markt van Mobistar en MES worden voortaan verkocht onder het handelsmerk Mobistar. Naast het feit dat zijn productengamma uitgebreid werd, heeft Mobistar nieuwe competenties verworven – vooral op het vlak van vaste diensten –, alsook een glasvezelnetwerk van 1.800 km, twee data centers en zowat 8.000 bijkomende professionele klanten.

Meer dan 4 miljoen klanten

In een hypercompetitieve markt heeft de Mobistar-groep (met inbegrip van Orange Luxemburg en de mvno-partners) in de loop van 2010 de kaap van de 4 miljoen actieve klanten voor mobiele telefonie overschreden. Het aandeel postpaidklanten in het volledige klantenbestand is gestegen van 60,6 % eind 2009 naar 63,6 % eind 2010, goed voor een toename van 145.677 abonnees in een jaar.

Dankzij de toename van het aantal applicaties waren de inkomsten gegenereerd door mobiele data goed voor 32,3 % van de omzet uit telefonie van 2010. Het segment mobiele data is een van de groeipolen van Mobistar, getuige de stijging van het aantal Internet Everywhere-gebruikers en de spectaculaire toename van het aantal geactiveerde simkaarten in het MaTMa-segment (Machine-To-Machine). Dankzij zijn expertise in dit domein positioneert Mobistar zich gunstig in het kader van het Belgische eCall-project. Dit systeem, dat automatisch oproepen van automobilisten in nood doorschakelt naar de 112 alarmcentrale, zal vanaf 2015 verplicht op iedere nieuwe wagen geïnstalleerd worden.

In 2010 heeft Mobistar ook de kaap van de 50.000 adsl-klanten overschreden, waarmee het zijn ambities in het domein van vast internet kracht bijzet.

Sterke groei van Orange Luxemburg

Orange Luxemburg heeft eveneens bijgedragen aan de groei van Mobistar in 2010. Net als in België heeft Orange Luxemburg het accent gelegd op waardecreatie van het klantenbestand zodat de gemiddelde maandelijkse inkomsten per klant gestegen zijn naar 39,72 euro, een toename van 9,5 % in vergelijking met vorig jaar. Het aantal klanten voor mobiele telefonie is gestegen met 10 %, en bedroeg 88.851 eind 2010.

De productportefeuille van Orange Luxemburg werd uitgebreid, met name met de lancering van een adsl-aanbieding. De synergieën tussen Mobistar en zijn Luxemburgse dochteronderneming werden in 2010 zowel op commercieel als op technologisch vlak versterkt. In november werd Patrick Ittah tot algemeen directeur van Orange Luxemburg benoemd.

Strategische allianties

Mobistar heeft zijn alliantiestrategie met strategische partners voortgezet, en zo toegevoegde waarde en complementariteit gecreëerd. In juni heeft Mobistar een nieuw mvno-contract afgesloten met Tellink, waardoor zijn marktaandeel in het kmo-segment gestegen is. Het contract heeft betrekking op 65.000 simkaarten, die geleidelijk naar

het Mobistar-netwerk overgedragen worden. Globaal gezien is het aantal mvno-klanten van Mobistar met 41,8 % gestegen op een jaar tijd, om 456.114 klanten te bereiken eind 2010. In 2010 werd het productengamma van Euphony, waarmee Mobistar tot 2015 een partnership heeft aangegaan, uitgebreid.

Voor de lancering van Mobistar TV heeft Mobistar zich laten omringen door diverse partners, die stuk voor stuk experts in hun respectieve domeinen zijn. Zo werkt Mobistar sinds de lancering van het project bijvoorbeeld samen met Sagem (voor de settopboxen) en Stream Group (voor het tv-platform).

In primeur: de Mobile HD Voice-technologie

Mobistar is voortdurend blijven investeren in zijn mobiele netwerk om de telefonie-ervaring van zijn klanten te verbeteren. Mobistar kon als eerste operator in België de Mobile HD Voice-technologie op zijn 3g-netwerk implementeren. Deze technologie garandeert een betere geluidskwaliteit dankzij het gebruik van een breder frequentiespectrum (50 tot 7000 Hz). Om van deze dienst te kunnen genieten, heeft de klant een 3g-compatibele toestel nodig die compatibel. Mobistar-klanten maken gratis gebruik van deze nieuwe technologie.

In 2011 zal Mobistar zijn aanbod van Mobile HD Voice-compatibele toestellen uitbreiden om deze innovatie aan nog meer klanten te kunnen aanbieden.

Modernisering van de it-infrastructuur

Tijdens het eerste trimester van 2010 heeft Mobistar zijn programma om de it-infrastructuur te moderniseren gelanceerd, Oxygen genaamd. Dat programma is bedoeld om een geïntegreerd, convergent systeem te implementeren dat in real time werkt. Het combineert zowel mobiel als vast, alsook prepaid en postpaid, en dit zowel voor de klantendienst, de levering en de facturering. Hiermee beoogt Mobistar zijn dienstverlening aan zijn klanten en de marktintroductietijd te optimaliseren.

Conquests 2015: de ambities van Mobistar

Als reactie op drie grote factoren – een ongekende sociale crisis in Frankrijk, een ecosysteem in volle transformatie, een competitieve omgeving die onder druk kwam te staan door de strengere regelgeving – heeft de France Telecom-groep, het moederbedrijf van Mobistar, het project Conquests 2015 in het leven geroepen. Dat project richt zich tegelijk tot zijn werknemers, zijn klanten, zijn aandeelhouders en, ruimer gezien, tot de maatschappij waarin het bedrijf evolueert.

Zonder te raken aan de structuur van het Odyssey 2011-programma heeft Mobistar de ambities van de groep vertaald in eigen doelstellingen. Tegen het jaar 2015 wil Mobistar:

- door zijn klanten erkend worden als de vertrouwenspartner die in staat is om gepersonaliseerde telecomoplossingen aan te bieden;
- door de arbeidsmarkt en door zijn teammembers beschouwd worden als de beste ICT-werkgever;
- door de gemeenschap gezien worden als een speler die op een duurzame manier bijdraagt tot de ontwikkeling en bescherming van het milieu.

Merk- en marketingstrategie

Met de lancering van Mobistar TV heeft Mobistar zijn profiel van "full convergent telecom operator" versterkt. Dit is een belangrijke stap in de consolidatiestrategie van het merk, die in 2011 nog geïntensifieerd zal worden dankzij acties die gericht zijn op de klantervaring.

Het merk Mobistar

De lancering van Mobistar TV in oktober 2010 was een belangrijke stap in de uitbreiding van het merk Mobistar en een bevestiging van zijn profiel van "full convergent operator" op de Belgische markt. Sommige concurrenten hadden dit marktsegment al eerder aangeboord, maar Mobistar heeft zijn klanten dadelijk verleid dankzij een gedifferentieerd aanbod, gericht op een rijke inhoud en een aantal functionaliteiten die de klant in staat stellen om zijn televisie-ervaring te personaliseren.

De lanceringscampagne, die gespreid was over drie maanden, werd heel goed onthaald. De campagne werd voorafgegaan door een online wedstrijd (www.ikkijkvooruit.be) met als inzet een ruimtereis. Ruim 130.000 surfers hebben de website bezocht en 9.600 mensen hebben deelgenomen aan de wedstrijd, waarbij uiteindelijk een 19-jarige Waalse student als winnaar uit de bus kwam. Dit evenement stelde Mobistar in staat om de spotlights op het Starpack – de lanceringsaanbieding van Mobistar TV – te richten en om de technologische keuze voor satelliet-tv te illustreren, dat zich profileert als toegangsnetwerk van de toekomst omdat het zowel beeld in HD- als 3D-kwaliteit kan overbrengen.

In 2010 werd een studie uitgevoerd bij de klanten van Mobistar. Die studie bevestigde de stevige basis van ons merk en onze geloofwaardigheid bij de consument op het vlak van convergentie. De ambitie voor 2011 is om het merk Mobistar nog steviger te positioneren en om er een "love brand" van te maken door nog meer het accent te leggen op de klantervaring.

Het merk Orange Luxemburg

De rebranding van VOXmobile naar Orange heeft het mogelijk gemaakt om de positie van Orange Luxemburg als



globale operator op de Luxemburgse markt te versterken. De bekendheid van Orange Luxemburg op de professionele markt is toegenomen, in het bijzonder dankzij scherpe aanbiedingen op het vlak van internationale communicatie. Hello Europe-tariefplannen is Orange Luxemburg de enige mobiele operator van het Groothertogdom die internationale belwaarde aanbiedt. In maart 2010 werd ook een adsl-aanbieding gelanceerd zonder vaste lijn.

Naar Antarctica ...

In december 2010 heeft Mobistar zijn partnership met Dixie Dansercoer en Sam Deltour in het kader van hun Antarctic ICE Expeditie officieel aangekondigd. Van november 2011 tot februari 2012 zullen zij proberen om op een 100% ecologische wijze een afstand van 6.000 kilometer te overbruggen in een zone van de Zuidpool waar nog niemand is geweest. Met behulp van windenergie zullen ze zich verplaatsen zonder hierbij een gram CO₂ uit te stoten, wat perfect



aansluit bij de ambitie van Mobistar om zijn ecologische voetafdruk tussen nu en 2020 te halveren.

Het partnership tussen Mobistar en de twee ontdekkingsreizigers reikt verder dan louter een financiële ondersteuning. Het ligt immers in lijn met het strategische transformatieprogramma van Mobistar en zal tegelijkertijd het startschot zijn voor een groot aantal nieuwe uitdagingen – zowel intern als extern.

Persoonlijke ontwikkeling staat centraal in de marketingstrategie

De marketingcampagnes die in 2010 zowel op de residentiële als op de professionele markt geïmplementeerd werden, reflecteren de wil van Mobistar om zijn klanten de mogelijkheid te bieden zich verder te ontwikkelen dankzij kwalitatieve, eenvoudige, relevante en innovatieve oplossingen.

Om de nieuwe applicaties die aan de basis liggen van de groei van de mobiele datacommunicatie in de verf te zetten, heeft Mobistar in de lente van 2010 een grote campagne gelanceerd in de traditionele media, gevolgd door een campagne in december. De nadruk werd hierbij gelegd op laptops en mini-pc's, alsook op smartphones – waarvan de verkoop een sterke stijging kende in de Mobistar Centers.

Daarnaast werd in mei, voor de herpositionering van het merk Tempo in het prepaidsegment, een campagne gelanceerd die opviel door zijn frisse en vernieuwende karakter.

Op de professionele markt werd de nadruk gelegd op de "convergentie van talenten" via de mediacampagne die op 24 november 2010 gelanceerd werd om de lancering van 'UW BEDRIJF & Mobistar', het nieuwe complete aanbod van convergente oplossingen voor professionele klanten, aan te kondigen. Een andere campagne, "People centric", plaatste de empathische en gezamenlijke aanpak die Mobistar wil ontwikkelen met zelfstandigen, vrije beroepen en bedrijven op de voorgrond.

m.mobistar.be: een uniek portaal naar mobiel internet

Sinds december 2010 hebben alle Mobistar-klanten dezelfde toegangspoort tot mobiel internet: m.mobistar.be. Dit nieuwe portaal is toegankelijker, gepersonaliseerder en sneller, met tal van nieuwe functionaliteiten.

Door zijn woonplaats en geboortedatum in te geven kan de gebruiker informatie op maat ontvangen over het weer, het laatste nieuws (dankzij Belga), de uitslagen van de laatste sportwedstrijden (dankzij Sport.be), de beurskoers, zijn daghoroscoop of de laatste Lotto-trekking ... Daarnaast heeft hij toegang tot 22 televisiezenders, de trailers van de nieuwste bioscoopfilms en "Best of web", een selectie van websites die het meest geschikt zijn om met de gsm te bezoeken. Bovendien kan hij zijn portaal synchroniseren met de populairste sociale netwerken en de belangrijkste mailplatformen.

Deze lancering heeft Mobistar ertoe aangezet om zijn strategie voor mobiele reclame grondig te herzien. Het heeft hiervoor een nieuwe regie gekozen, namelijk het Belgische bedrijf BEWEB.

Zich omringen met innovatieve partners

Door sterke partnerships aan te gaan kan Mobistar completere oplossingen aanbieden en de markt sneller bedienen. Dat is zo in het b2b-segment, waar Mobistar een netwerk van externe partners (TeleLinQ, Real Dolmen, Getronics, diverse leveranciers van mobiele applicaties) heeft opgebouwd, alsook in het b2c-segment. Mobistar TV illustreert die marktbenadering perfect. Om zijn tv-aanbod op punt te stellen, werkt Mobistar samen met Astra (satellietoperator), Sagem (decoders), Stream Group (interface en platform) en M7 (satellietaggregator). Er wordt ook gebruik gemaakt van de coderingsnorm die ontwikkeld werd door Viaccess, een dochteronderneming van France Telecom.



Distributie en klantendienst

In 2010 is Mobistar zijn multichannelstrategie trouw gebleven. De operator heeft eveneens voordeel kunnen halen uit de inbreng van de commerciële teams van MES om zijn aanbiedingen op de b2b-markt nog wijder te verspreiden. Zo is Mobistar in staat om al zijn klanten op alle markten een compleet gamma aan convergente diensten te bieden.

De vertrouwensrelatie met de klant versterken

De klantendienst van Mobistar had in 2009 al een vijftiental projecten gelanceerd om de service aan de klant te verbeteren. In 2010 heeft de operator beslist om nog meer de nadruk te leggen op dat beleid door zijn eerste Chief Customer Loyalty Officer te benoemen: Cristina Zanchi. Die nieuwe functie past perfect in de strategie van Mobistar om een duurzame vertrouwensrelatie met zijn 4 miljoen klanten op te bouwen en te onderhouden. Mobistar streeft ernaar om zijn klanten beter te leren kennen, hen te begeleiden en hen te steunen in hun telecomervaringen.

De kwaliteit van de klantendienst is erop vooruitgegaan in 2010. Zo heeft Mobistar bijvoorbeeld met succes een model voor proactief contact met zijn professionele klanten gelanceerd. Voor de residentiële klanten werd een technische dienst opgezet die zich specifiek richt op het tv-aanbod. Toch kreeg de customer service van Mobistar af en toe te maken met problemen van bereikbaarheid. De achterliggende oorzaken werden intussen vastgesteld en er zijn structurele maatregelen genomen om die situatie in 2011 te verhelpen.

Het voorbije jaar hebben de contactcenters van Mobistar 3.222.130 inkomende oproepen, 242.220 uitgaande oproepen en 566.590 brieven, faxen of e-mails geregistreerd.

Multichannelstrategie

Met een marktaandeel van 38 % in waarde is Mobistar koploper wat betreft de verkoop van mobiele telefoons als ook smartphones. In totaal verkocht Mobistar nv 946.246 mobiele telefoons in 2010 ten opzichte van 915.000 mobiele telefoons in 2009 of een stijging met 3,4 %. Op 30 juli heeft Mobistar de iPhone 4 gelanceerd, wat een extra boost heeft gegeven aan het gebruik van de mobiele gegevensoverdracht. Ook de iPad 3G heeft onmiddellijk succes gekend, dankzij de lancering door Mobistar van specifieke tariefplannen voor iPad. Om de verkoop van mobiele toestellen en mobiele diensten in het algemeen te ondersteunen is Mobistar in 2010 blijven investeren in zijn verschillende distributiekanaalen.

■ Mobistar Centers

Op 31 december 2010 telde de keten van Mobistar Centers 165 verkooppunten, waarvan 47 in eigen beheer en 118 onder franchise.

Het afgelopen jaar werd de helft van de Mobistar Centers in een nieuw kleedje gestoken, waardoor de bij elkaar passende producten beter gegroepeerd zijn in functie van de behoeften van de klant. In de vernieuwde verkooppunten kunnen de klanten ook een aantal toestellen uitproberen, digitale televisie, adsl en alle mogelijkheden van mobile data, zoals het ontvangen van e-mails op hun gsm ontdekken.

■ Onlineverkoop

De onlineverkoop van diensten is ook in 2010 gestegen en ligt nu ruim 40 % hoger dan in 2009. Bijna 10 % van

de commerciële activiteiten wordt nu via de website www.mobistar.be gerealiseerd. Gemiddeld wordt deze website elke maand door 2,4 miljoen mensen bezocht, met pieken tot 3 miljoen bezoekers.

■ Open distributie

Mobistar verkoopt herlaadkaarten in zowat 6.000 onafhankelijke verkooppunten. Daarnaast versterkt Mobistar ook zijn aanwezigheid in grote distributieketens. Dankzij akkoorden met MediaMarkt en Makro voor de installatie van corners kunnen de adviseurs van Mobistar alle diensten van de operator aan de klanten van die twee ketens aanbieden. Mobistar onderhoudt ook bevoorrecht relaties met ketens zoals The Phone House, Krëfel en Vanden Borre.

Mobistar heeft zijn samenwerking met Euphony voortgezet en verder ontwikkeld, zowel op de residentiële als op de b2b-markt. Euphony zal ook de lancering van het televisieaanbod van de operator ondersteunen.

Reorganisatie van de b2b-verkoop

In 2010 zijn de commerciële teams van MES (voorheen KPN Business Belgium) die van Mobistar komen versterken. Die hergroepering was de ideale gelegenheid om een nieuwe verkooporganisatie op de professionele markt uit te bouwen. Zo is er een commercieel team dat zich specifiek bezighoudt met corporate accounts en een ander met large accounts (midden van het professionele segment). Dankzij de consolidatie hebben we ook de kennis van de commerciële teams op het vlak van vaste producten kunnen vergroten.

De verkoop van producten voor het soho-segment (Small office-Home office) werd in 2010 al uitgebreid in de Mobistar Centers en zal in 2011 nog verder uitgebouwd worden.

Aanwerving van nieuwe talenten

Alle projecten van Mobistar hebben ons in staat gesteld om in 2010 meer dan honderd nieuwe talenten voor zowel de residentiële markt als de professionele markt aan te werven.

Drie keer zoveel elektronische facturen

In 2009 lanceerde Mobistar de gratis dienst Webfactuur. Met die dienst kan de operator zijn papierverbruik beperken en vermijdt de klant de ongemakken van de papieren factuur (archivering en recyclage). Op 31 december 2010 was het aantal residentiële klanten dat voor de elektronische factuur kiest verdrievoudigd, goed voor een stijging van ongeveer 100.000, naar meer dan 360.000.



De residentiële markt

Mobistar is blijven investeren in een gesegmenteerde aanpak van de residentiële markt die enerzijds naar een "multiple play"-aanpak evolueert en anderzijds voortdurend op zoek is naar innoverende aanbiedingen voor mobiel internet.

De strijd van de convergente aanbiedingen

In 2010 werden regelmatig grote mediacampagnes gelanceerd die gericht waren op convergentie – internet, telefonie en televisie – en die de concurrentie tussen telecomspelers nog meer heeft aangescherpt dan in 2009.

Mobistar is perfect tegemoet gekomen aan de marktverwachtingen met de lancering van het nieuwe Starpack in oktober 2010, dat bestaat uit een Mobistar Digital TV-aanbieding (via satelliet), een onbeperkte internetverbinding met een snelheid tot 16 Mbps, vaste en mobiele telefonie (met de optie Circle, waarmee de klanten gratis naar hun familie kunnen bellen), en de oplossing Mobile Internet Daily. De lanceringsprijs werd vastgelegd op 55 euro per maand, installatie, huur van de decoder en Livebox-modem inbegrepen. De verkoopcijfers over de laatste drie maanden van 2010 hebben de verwachtingen overtroffen.

Mobistar TV geeft toegang tot inhoud afkomstig van verschillende bronnen (met inbegrip van sommige sociale netwerken) en maakt een permanente interactiviteit mogelijk. Naast toegang tot ruim 250 tv- en radiozenders biedt Mobistar TV de klant de mogelijkheid om het programma-aanbod te schikken volgens zijn persoonlijke profiel en om onbeperkt op te nemen dankzij een verwisselbare harde schijf – zelfs op afstand, met behulp van een smartphone. Er zullen nieuwe interactieve diensten aangeboden worden gedurende het eerste semester van 2011, in het bijzonder "video on demand".

Met de verkoop van het Starpack – een echte "all in"-aanbieding – heeft Mobistar de laatste stap gezet om een volledig convergente telecomoperator op de residentiële markt te worden.

Constante stijging van postpaid in het klantenbestand

Nu de markt voor mobiele telefonie echt volgroeid is, brokkelt het gewicht van het prepaidsegment (herlaadkaarten) langzaam af ten voordele van het postpaidsegment (abonnements).

Dankzij een aantrekkelijk productportfolio en de geprivilegieerde relatie die het met zijn klanten onderhoudt, is Mobistar de operator die het meeste voordeel haalt uit deze evolutie. Het aandeel abonnees in het volledige klantenbestand is gestegen in 2010, en bedroeg op 31 december 63,6 %. Daarnaast heeft de explosie van het aantal activeringen van mobiele data de gemiddelde omzet van de abonnements verhoogd.

De optie Mobistar Circle, die in 2010 op de markt werd gebracht, was een groot succes bij de postpaidklanten. Met deze optie krijgt de klant voor slechts 6 euro per maand een bundel waarmee hij nagenoeg onbeperkt kan bellen en sms'en met familie en vrienden uit zijn directe omgeving.

Mobistar heeft ook MyWorld gelanceerd, een speciaal tariefplan met een belvolume voor oproepen naar het buitenland: een ideale formule voor expats of frequente reizigers.

Herpositionering van het merk Tempo

In februari heeft Mobistar Automatic Reload gelanceerd. Dat is een hybride product met zowel prepaid- als postpaid-eigenschappen waarmee de klant automatisch op maandelijks basis zijn Tempo-kaart kan herladen, zonder enige verplichting in de tijd.

TempoMusic werd in mei geherpositioneerd aan de hand van een frisse en vernieuwende mediacampagne, die specifiek weerklank vond bij het jonge publiek, de doelgroep van het merk Tempo.

Sterke vooruitgang van mobiel internet

Het segment mobiel internet is een belangrijke groeipool op de Belgische markt – meteen ook de reden waarom zowel de gsm-operatoren als de -fabrikanten een offensieve verkoopstrategie ontwikkeld hebben in 2010. Om tegemoet te komen aan de toenemende eisen van de klanten op het vlak van mobiele gegevensoverdracht heeft Mobistar zijn portefeuille met oplossingen voor pc, gsm of iPad herzien en uitgebreid.

De aanbieding Internet Everywhere (toegang tot het internet met een usb-modem op om het even welke laptop of desktop, altijd en overal) is het voorwerp geweest van een diepgaandere segmentatie, in overeenstemming met de verschillende klantprofielen. Na de lancering, eind 2007, van Internet Everywhere Daily – een product dat het erg goed doet bij de klanten van Mobistar – en Internet Everywhere Max heeft Mobistar in de loop van 2010 een tussenliggende aanbieding gelanceerd van 15 euro per maand voor klanten die beperktere behoeften hebben op het gebied van mobiel internet (downloadvolume beperkt tot 750 MB in België). In totaal telden alle formules samen, Internet Everywhere (prepaid en postpaid), Business Everywhere en iPad 15 en 25,111.793 klanten voor mobiel internet op

31 december 2010, goed voor een stijging van 31,1 % in vergelijking met een jaar eerder.

De bundels voor mobiel internet werden in meerdere tariefplannen voor mobiele telefonie geïntegreerd. Mobile Mail&Surf heeft nu drie varianten – Basic, Relax en Max – alsook een formule zonder abonnement (per sessie). Er bestaan ook specifieke tariefplannen voor de iPhone; My30, My45 en My60 for iPhone.

Om te anticiperen op het commerciële succes van de iPad, die in juli 2010 op de Belgische markt werd gebracht, heeft Mobistar ook twee specifieke tariefplannen voor de iPad 3G gelanceerd, een voor 15 euro per maand (een datavolume van 750 MB in België) en een voor 25 euro per maand (1,5 GB in België).

Bovendien heeft Mobistar voor al zijn abonnees en alle Tempo-, Internet Everywhere- en Internet Everywhere Ticket-klanten de oplossing Travel Data Daily gelanceerd. Deze dienst stelt de gebruiker in staat om te surfen en te mailen in het buitenland met aanzienlijke besparingen in vergelijking met het standaardtarief (2 euro per dag voor 2 MB in Europa). Daarnaast heeft Mobistar Smart Data Traveller gecommmercialiseerd, een dienst die de dataverbinding in het buitenland automatisch blokkeert vanaf een bepaald bedrag.

Via deze verschillende aanbiedingen zet Mobistar zijn verbintenis kracht bij om nog meer klanten toegang te verlenen tot mobiele multimediadiensten, waar en wanneer zij dat willen.

Een ruimer adsl-aanbod

Mobistar heeft in 2010 zijn vaste internetoplossingen uitgebreid en biedt voortaan drie packs aan: Internet Basic, Internet Relax en Internet Max. Residentiële klanten kunnen hiermee voordeel halen uit twee belangrijke technologische evoluties: enerzijds een hogere snelheid (tot 16 Mbps) en anderzijds de mogelijkheid om onbeperkt te downloaden met Internet Max.

Deze nieuwe portefeuille voldoet aan de behoeften en verwachtingen van de verschillende klantprofielen, van de occasionele "surfer" tot de "heavy user", die grote hoeveelheden muziek en films downloadt.

De herziening van het adsl-aanbod ging gepaard met een kwaliteitsverbintenis tegenover de klant, de zogenaamde Zen-garantie. Die steunt op vier pijlers: transparante prijs, transparante activering, optimale kwaliteit en kwalitatieve ondersteuning. Deze kwaliteitsverbintenis van Mobistar werd bijzonder positief onthaald, zowel door de klanten als door de distributiekanaalen.

Mobiel betalen op het netwerk van De Lijn

Sinds 16 december 2010 kunnen de klanten van Mobistar hun bus- of tramrit betalen met een sms-ticket. De twee laatste weken van het jaar dienden als live test om eventuele technische problemen op te sporen en op te lossen. De officiële lancering van de sms-tickets door Mobistar was op 1 januari 2011.



De professionele markt

De professionele markt vond in 2010 opnieuw een zekere stabiliteit, na de impact van de financiële crisis. Dankzij de overname van KPN Belgium Business met inbegrip van alle werknemers heeft Mobistar zijn positie als convergente speler versterkt door zich als ideale partner voor alle soorten bedrijven te profileren.

Geslaagde migratie van MES

Dankzij de overname van KPN Belgium Business – Mobistar Enterprise Services (MES) – kon Mobistar zijn concurrentiepositie op de professionele markt versterken, met meer dan 8.000 nieuwe klanten, en – vooral in het bovenste marktsegment – door een breder gamma convergente producten en diensten aan te bieden. Die "kruisbestuiving" heeft zijn vruchten afgeworpen aangezien tijdens de tweede helft van 2010 enkele grote klanten van het voormalige KPN Belgium Business met Mobistar een overeenkomst voor extra telecomdiensten hebben afgesloten.

Met de integratie van de 135 werknemers van MES heeft Mobistar aan menselijk kapitaal gewonnen en heeft het zijn verkoop- en marketingteams op de professionele markt merkbaar versterkt. De migratie van de teams van MES van Wemmel naar Brussel zal voor eind 2011 zijn afgerond, en de klanten zullen hiervan niet de minste hinder ondervinden.

Convergentie van talenten

Mobistar bleef in 2010 trouw aan zijn convergentiestrategie op de professionele markt, en dat was vooral belangrijk in het soho-segment (Small office-Home office) waar de klanten een voorkeur hebben voor "one-stop-shopping". Het aandeel in de gemiddelde omzet per account gegenereerd door vaste activiteiten – vaste telefonie en data – is aanzienlijk gestegen in vergelijking met 2009.

Alle convergente oplossingen voor professionele klanten werden verzameld onder de noemer 'UW BEDRIJF & Mobistar'. Die benaming symboliseert meer de band tussen personen, teams, klanten en leveranciers dan wel de groepering van technologieën. De bedrijfsstrategie van Mobistar is immers gebaseerd op het convergeren van talenten.

Groei van One Office Full Pack

Het voorbije jaar hebben de convergente telefonie/data-producten van Mobistar het erg goed gedaan. One Office Voice Pack en One Office Full Pack, de convergente aanbiedingen die vast en mobiel, voice- en datadiensten combineren aan voordelige tarieven, kenden een toenevend succes.

Het aantal bedrijfsklanten dat koos voor een van deze oplossingen steeg met 17,3 %, van 30.783 eind 2009 naar 36.102 een jaar later.

One Office Full Pack heeft vandaag 8 verschillende aanbiedingen die door hun aangepaste tarifiering aan de specifieke behoeften van de bedrijven voldoen. In 2010 werden er nieuwe opties toegevoegd. Zo biedt de formule Office Zone Comfort – waarmee de gebruiker al in het bedrijf met zijn gsm voordelig naar een vast toestel kon bellen – nu de mogelijkheid heeft om ook naar internationale nummers (vast en mobiel) te bellen tegen een tarief dat gelijkaardig is aan de tarieven voor vaste oproepen.

Bovendien biedt de formule Cool Deals de leider van een bedrijf de mogelijkheid om zijn werknemers en hun familieleden voordelige voorwaarden op het vlak van telefonie aan te bieden.

Een hele resem oplossingen voor mobiele data

Verschiedende studies onderstrepen de toegenomen behoefte op het vlak van de mobiele overdracht van gegevens in bedrijven en, tezelfdertijd, een gebrek aan concurrentie op de Belgische markt. De penetratiegraad van de smartphones is nog relatief laag in België, waardoor het potentieel groot is.

Om de verwachtingen op de professionele markt in te lossen, biedt Mobistar een compleet gamma oplossingen aan voor tablet-pc's, laptops, notebooks en smartphones: Personal Information Management (beheer van e-mails, taken, agenda, ...), toegang tot breedbandinternet, professionele applicaties zoals SFA (Sales Force Automation), FFA (Field Force Automation) of de draadloze overdracht van gegevens tussen machines (Machine-To-Machine). Dankzij zijn strategie om partnerships aan te gaan met gespecialiseerde bedrijven zoals Mobile Token, Codasystem, Galateia of Mobila kan Mobistar de kaart van de flexibiliteit trekken en zijn klanten steeds geavanceerdere toepassingen aanbieden.

Internationale erkenning op de MaTMa-markt

De expertise van het internationale competentiecentrum van France Telecom voor MaTMa-oplossingen (Machine-To-Machine) binnen Mobistar werd in 2010 wereldwijd erkend. De teams van het departement werden versterkt (met een klein dertigtal mensen) en er werden

grote contracten afgesloten in Europa, in de Verenigde Staten alsook in Australië in diverse sectoren, gaande van gezondheidssector over de secundaire sector, de "utilities" tot de autosector. Die contracten zijn goed voor een levering van in totaal 300.000 MaTMa-kaarten, waarvan 55.000 alleen al aan het bedrijf Coyote, dat een interactieve radarmelder van zowel vaste als mobiele radars ontwikkeld heeft met behulp van gps-signalen, op de Benelux-markt. Dankzij de steun van de internationale verkopers van zijn moederonderneming, maar ook van externe partners met een Europese of wereldwijde dimensie (leveranciers van modems, it-integratoren) heeft Mobistar bijna dubbel zoveel MaTMa-kaarten verkocht, zijnde 250.000 actieve kaarten eind 2010 in vergelijking met 130.000 eind 2009. Hier van heeft Mobistar in België de kaap van de 190.000 actieve MaTMa-kaarten bereikt in 2010, goed voor een marktaandeel van 70 % in volume en 70 % in waarde. In januari 2010 sloot Mobistar met Touring een overeenkomst voor MaTMa-toepassingen in het kader van het project "Safe Drive".

Er wordt almaar vaker gebruik gemaakt van MaTMa-toepassingen in de telematica en de gezondheidssector, maar ook voor smart metering en mobiele betalingen. In de transportsector rust Mobistar al sinds 2004 de locomotieven van de NMBS uit met zijn MaTMa-toepassingen zodat die lokaliseerbaar zijn en met elkaar in verbinding staan. In juni 2010 heeft Mobistar voor de derde maal het contract met de NMBS-Holding verlengd. Dit contract omvat zowel mobiele als vaste voice- en datatoepassingen. Zesduizend simkaarten zijn bedoeld om de locomotieven op te volgen en te lokaliseren; terwijl nog eens 16.500 andere kaarten het stemverkeer mogelijk maken tussen alle werknemers van de NMBS-groep, evenals de mobiele datatoepassingen zoals IBIS, het ticketing- en betaaltoestel van treinbegeleiders.

Nieuw mobiel communicatieplatform

In juni 2010 heeft Mobistar een nieuw mobiel communicatieplatform voor zijn professionele klanten in het kmo- en corporate segment gelanceerd. Businessklanten kunnen voortaan hun magazine (M) en e-newsletters (Mdirect) op hun gsm lezen in een daartoe aangepast formaat. Mobistar bereikt vandaag al meer dan 32.000 telecomverantwoordelijken in het businesssegment. M Mobile werd ontwikkeld in samenwerking met Walking Men en Cypres, twee communicatiepartners van Mobistar.



Netwerk en operationele activiteiten

Mobistar heeft in 2010 verder in zijn netwerk geïnvesteerd en met succes een lokaal experimenteel LTE-netwerk geïmplementeerd. In het eerste trimester werd het programma voor de modernisering van de it-infrastructuur gelanceerd, dat zowel een daling van de kosten en een grotere efficiëntie beoogt.

Het mobiele telecommunicatienetwerk

■ 2g- en 3g-netwerken

Het voorbije jaar is Mobistar zijn 2g-netwerk blijven optimaliseren om het aantal onderbroken oproepen te verminderen. Met een percentage van 0,6 % onderbroken oproepen op het einde van 2010 veroverd Mobistar een plaats bij de beste operators in Europa. Het 2g-netwerk dekt ongeveer de volledige bevolking van het land.

Daarnaast heeft Mobistar zijn strategie om zijn 3g-netwerk in de stadscentra verder te ontwikkelen voortgezet, en geleidelijk zijn dekking in de middelgrote steden uitgebreid. Eind 2010 bereikte de 3g/hsdpa-dekking 90,5 % van de bevolking.

Het volledige mobiele telecommunicatienetwerk van Mobistar bestond op 31 december 2010 uit 5.123 sites, waarvan 695 gedeelde sites met andere operators. Dit komt overeen met een totaal van 15.369 cellen. Mobistar is ook begonnen met het uitrollen van 4g-compatibele sites met het oog op de veiling van 4g-licenties, die gebaseerd zijn op de LTE-standaard (Long Term Evolution) en gepland zijn voor oktober 2011.

■ Beheer van het netwerk

In het kader van het partnership met Ericsson voor het beheer van zijn netwerk werden de inspanningen om de stabiliteit van het netwerk te optimaliseren en de nodige reactietijd bij incidenten te verminderen met succes voortgezet. Het Service Management Center (SMC) van Orange Luxemburg werd gemoderniseerd en geïntegreerd in het SMC van Mobistar in Brussel teneinde de procedures te harmoniseren. In 2011 zal Mobistar zijn strategie voortzetten, de instrumenten om het netwerk te meten en te controleren te moderniseren.

■ Nieuwe generatie mobiel breedband

Mobistar heeft nieuwe investeringen in de mobiele breedbandapplicaties gedaan om te voldoen aan de groeiende eisen van zijn klanten. De hsdpa+ technologie – die de gegevensoverdracht geleidelijk aan moet optrekken van 7,2 Mbps naar 14,4 Mbps en in een latere fase naar 28,8 Mbps – werd met succes uitgetest. Vanaf 2011 zal een aantal steden met deze technologie worden uitgerust.

Mobistar heeft bovendien zijn experimentele LTE-netwerk in de zone Evere-Diegem geïmplementeerd, nadat het van

het BIPT een testlicentie had verkregen. De eerste tests, die met specifieke 4g-apparatuur werden uitgevoerd, bleken bijzonder overtuigend. Door de snelheid en capaciteit van het huidige mobiele breedbandnetwerk te verhogen, geeft Mobistar zichzelf de technische middelen om naar de nieuwe generatie van mobiel breedband te evolueren en om zijn klanten zo een internetverbinding aan te bieden die een gelijkaardige kwaliteit biedt als die van het vaste breedbandnetwerk. Mobistar heeft echter nog niet beslist of het al dan niet een bod zal doen op een van de toekomstige 4g-licenties. Orange Luxemburg heeft dezelfde technologische ontwikkeling doorgemaakt in 2010. De LTE-tests op hun experimenteel netwerk waren eveneens succesvol.

■ Samenwerking met KPN Group Belgium

Mobistar en KPN Group Belgium hebben in 2010 de eerste vruchten geplukt van het samenwerkingsakkoord dat ze in 2009 getekend hadden voor de aankoop en bouw van nieuwe sites voor hun respectievelijke mobiele telecommunicatienetwerken. Deze samenwerking zal in 2011 nog versterkt worden.

Technologische investeringen

■ Backbone van het Belgische en Luxemburgse netwerk

Mobistar heeft in 2010 zijn core netwerk verder gemoderniseerd om zo goed mogelijk aan de verwachtingen van zijn klanten te voldoen.

De vervanging van zijn data core netwerk door een nieuwe Huawei-site werd vorig jaar met succes voltooid. Mobistar heeft ook de installatie van de databases van de nieuwe generatie voltooid. Deze databases bevatten alle informatie over de mobiele nummers van postpaidklanten en houden de posities van de mobiele terminals bij (HLR of Home Location Register). Dit alles zonder enige negatieve invloed op de klanten.

De implementatie van het nieuwe VoIP-IMS-platform van Huawei – de laatste stap in de strategie van Mobistar om zijn netwerkcentrum te homogeniseren – werd in 2010 volgens planning voortgezet en wordt in de loop van het tweede trimester van 2011 voltooid. Dit platform van de nieuwe generatie zal ons in staat stellen om nieuwe diensten, met name LTE-diensten, aan te bieden.

Orange Luxemburg van zijn kant is verder in technologie blijven investeren teneinde zijn teams met die van Mobistar te homogeniseren. Die strategie zal in 2011 afgerond worden met de vervanging van het Mobile Switching Center (MSC) door een MSC R4 van Huawei, zoals ook in België gebruikt wordt.

■ Hergroepering en modernisering van de core sites

Nadat een deel van zijn telecom- en it-apparatuur naar de core site van Bordet (Evere) werd verhuisd, heeft Mobistar in 2010 de installatie van een nieuwe site in Luik afgerond, alsook de verhuizing van zijn Luxemburgse core site naar het internationale hostingcentrum van Luxconnect (Luxemburg). De strategie om de core sites van Mobistar te hergroeperen werd binnen de vooropgestelde termijn tot een goed einde gebracht. De modernisering van de secundaire core sites, waarmee Mobistar in 2009 is begonnen, zal in 2011 klaar zijn.

■ Een uniek dienstenplatform

In 2010 heeft Mobistar de installatie van een nieuw, volledig geïntegreerd dienstenplatform – dat de oude dienstenplatforms (SMSC, MMSC, VMS en IVR) vervangt – zowel in België als Luxemburg tot een goed eind gebracht.

Vanaf begin 2011 zullen de Belgische en Luxemburgse klanten voordeel halen uit deze grote technologische evolutie. Bij de nieuwe diensten die aangeboden worden, hoort ook de visuele voicemail (Visual Voicemail, VVM), waarmee de gebruiker rechtstreeks toegang kan krijgen tot zijn voicemail zonder eerst naar de operator te moeten bellen. Mobistar is de eerste Belgische operator die deze dienst lanceert. VVM zal eerst beschikbaar zijn op de iPhone, maar zal later ook geleidelijk aan toegankelijk zijn op alle smartphones.

■ Het transmissienetwerk

In 2010 is Mobistar blijven investeren in de modernisering van zijn transmissienetwerk. Na de installatie van een nationaal glasvezelnetwerk van de nieuwe generatie in België en in Luxemburg heeft Mobistar deze nieuwe infrastructuur op regionaal niveau geïnstalleerd en heeft het Belgische netwerk en het Luxemburgse aan elkaar gekoppeld.

Tegelijkertijd heeft Mobistar zijn "next generation network" op basis van microwaves geïnstalleerd. Dit Mobistar-netwerk bereikte eind 2010 een totaal aantal van 1.000 straalverbindingen in België en Luxemburg. Ook in 2011 zal Mobistar hier verder in investeren om zo snel mogelijk de doelstelling van 1.500 straalverbindingen te halen. Tegelijkertijd wordt dit netwerk volledig "geüpgraded" tot een ip-netwerk om de "mobile data"-diensten aanzienlijk te verbeteren.

In navolging van de installatie van zijn eigen DSLAM's (Digital Subscriber Line Access Multiplexer) van het type ip in de colocationcentra van Belgacom zal Mobistar in 2011 een belangrijke stap zetten met de integratie van het glasvezelnetwerk van Mobistar Enterprise Services (MES). Deze stap zal het mogelijk maken om de adsl-klanten van MES naar de nieuwe DSLAM ip's te migreren.

Naast de geïnstalleerde technologieën (radiogolven en DSLAM) om zijn radiosites met elkaar te verbinden heeft Mobistar plannen om zijn sites massaal met elkaar te verbinden via zijn eigen glasvezelnetwerk. De doelstelling van Mobistar is om 800 sites met elkaar te verbinden tegen 2013.

Oxygen 2011

Dit ambitieuze programma (project Oxygen 2011) om de organisatie van Mobistar te vernieuwen, beoogt een modernisering van de it-infrastructureur. De keuze is gevallen op een "best of suite"-formule, een suite van geïntegreerde toepassingen die de vele bestaande toepassingen vervangen. De geselecteerde partner, Comverse, startte al in 2010 met de installatie van de oplossing.

De geïnstalleerde centrale database zal het de werknemers, klanten en partners van Mobistar mogelijk maken om in real time over alle nuttige informatie te beschikken. Via Oxygen 2011 verrijkt Mobistar zich met de it-technologie die het in staat stelt om een belangrijke rol te blijven spelen op de telecommarkt.

* Voor de definitie van de technische termen, raadpleeg het Glossarium op bladzijde 30

Personeelsbeleid

De hergroepering van het personeel van Mobistar in het Sirius-gebouw in Evere (Brussels Hoofdstedelijk Gewest) heeft tot grote veranderingen in de werkorganisatie geleid en was ook een belangrijke stap in de strategie van Mobistar voor een duurzame ontwikkeling. Deze nieuwe cultuur komt er op een moment dat Mobistar zijn personeelsbestand uitbreidt als gevolg van de verdere ontwikkeling van zijn activiteiten.

Duidelijke stijging van het aantal aanwervingen

Op 31 december 2010 stelde Mobistar 1.585 mensen tewerk. Na 2009 – een jaar dat gekenmerkt werd door de stabilisatie van het personeelsbestand – was er in 2010 opnieuw sprake van een duidelijke stijging van het aantal aanwervingen, met een positief nettosaldo van 9,3 % aan het einde van het boekjaar. De Mobistar Centers en Customer Service hebben de meeste nieuwe mensen aangetrokken. Het personeelsbestand werd ook verdubbeld in het departement Machine-To-Machine (MaTMa), dat zowel in België als op internationale schaal een aanzienlijke groei heeft gekend. In 2011 zal Mobistar een actief beleid voeren om dynamische profielen aan te werven.

In 2010 heeft Mobistar ook het personeel van KPN Belgium Business (nu Mobistar Enterprise Services of MES) geïntegreerd, waardoor het zijn knowhow – vooral op het vlak van vaste telecom diensten – heeft weten uit te breiden. De overname van KPN Belgium Business, die in april 2010 werd afgerond, was een verrijkende ervaring door het feit dat hierdoor twee verschillende bedrijfsculturen samenkwamen.

Nieuwe werkomgeving

In de loop van het jaar 2010 hebben de teams van Mobistar geleidelijk hun intrede gedaan in de nieuwe hoofdzetel van het bedrijf in Evere (Brussels Hoofdstedelijk Gewest). De verkopers van MES hebben zich in juli 2010 bij hen aangesloten; de rest van het MES-personeel zal Wemmel in 2011 voor Evere ruilen.

Deze nieuwe werkomgeving heeft geleid tot grote veranderingen in de werkgewoonten, die de concrete afgeleiden



willen zijn van de "mobility experience" die Mobistar op commercieel vlak verdedigt. Het "flex desk"-beleid – gedeelde werkplekken gekoppeld aan een telewerkbeleid – geldt voor 85 % van de teammembers, callcenter niet inbegrepen. Om die dynamiek te bewaren, heeft de hr-directie nieuwe communicatietools geïmplementeerd om de communicatie tussen de werknemers te bevorderen (Share-Points, webcams, intern messagingsysteem, ...). Per project werken bevordert ook de verplaatsing van de teammembers van het ene departement naar het andere, in functie van hun missies. Daarnaast werden er in 2010 opleidingssessies georganiseerd om een optimale integratie van die nieuwe tools en werkmethodes te waarborgen.

Eind 2010 deden zowat 600 werknemers van Mobistar aan telewerken – hetzij op contractuele, hetzij op occasionele basis – wat in lijn ligt met de doelstellingen.



"Groenere" mobiliteit

Mobistar werkt sinds verschillende jaren aan een ambitieus mobiliteitsbeleid. Dit wordt bekeken vanuit een globaal perspectief, waarbij men rekening houdt met de aangeboden flexibiliteit aan de teammembers, maar ook vanuit een ecologisch en economisch standpunt. Dat beleid impliceert de implementatie van een programma met variabele dimensies, zoals onder meer telewerk, openbaar vervoer, carpooling, tweewielers en bedrijfswagens. De eerste elektrische wagens, die door de teammembers gebruikt zullen worden om zich in Brussel te verplaatsen, worden in 2011 geleverd.

Dankzij dit proactieve beleid is Mobistar tweede geëindigd in de strijd om de Green Fleet Award 2010, een prijs die uitgereikt wordt door MMM Business Media om bedrijven of overheden te belonen die doelbewust werken aan een

milieuvriendelijke vlootpolitiek en daarbij de ecologische waarden en economische belangen harmoniseren.
Strategie voor duurzame ontwikkeling

Mobistar heeft in 2010 zijn mvo-aanpak uitgediept en gestructureerd, en zijn engagementen bepaald ten opzichte van de vier pijlers waarop zijn strategie is gebaseerd: zijn werknemers, zijn klanten, het bedrijf en de planeet. Die engagementen worden concreet gemaakt door een aantal acties en geëvalueerd aan de hand van prestatie-indicatoren.

De installatie van alle teams van Mobistar in het Siriusgebouw zorgt voor aanzienlijke kostenbesparingen op het vlak van transport en logistiek, en is tevens een belangrijke stap in de strategie van Mobistar voor een duurzame ontwikkeling, met als doel zijn ecologische voetafdruk tegen 2020 te halveren.

Het mvo-beleid (maatschappelijk verantwoord ondernemen) van Mobistar wordt, voor het eerst in 2010, in een apart verslag besproken. Dat verslag wordt bij onderhavig jaarverslag gevoegd.

Het imago van Mobistar als werkgever verbeteren

De hr-directie begon in 2010 te werken aan een nieuwe imagostrategie van Mobistar als werkgever. Diverse werkgroepen kregen de opdracht om de informatie te consolideren en om actieplannen in verschillende domeinen op te stellen: werkomgeving, competentieontwikkeling, maatschappelijke verantwoordelijkheid van het bedrijf, communicatie met de arbeidsmarkt, erkenning van de talenten binnen het bedrijf. De strategie die vanaf 2011 geïmplementeerd wordt, heeft als doelstelling Mobistar tegen 2015 te profileren als "beste ICT-werkgever".

Benoemingen in het executive committee van Mobistar en bij Orange Luxemburg

Hendrik Fostier werd in maart 2010 Chief Business Transformation Officer, waardoor hij toetrad tot het executive committee van Mobistar. Daarnaast kreeg hij de leiding over het Oxygen 2011-project, dat als doel heeft de it-infrastructuur te moderniseren. Hendrik Fostier begon zijn loopbaan bij Mobistar in 2000 en werd in 2008 al aangesteld als Deputy Chief Technical Officer.

Cristina Zanchi trad in oktober toe tot het executive committee als Chief Customer Loyalty Officer, een nieuwe managementfunctie in het bedrijf. Die benoeming geeft blijk van de wil van Mobistar om zich van de concurrentie te onderscheiden door zijn klanten "best in class"-diensten aan te bieden. Cristina Zanchi, Italiaanse van nationaliteit, was sinds 2006 Director Marketing & Strategy – Payment & Loyalty in de Amsterdamse vestiging van Shell. Van 2002 tot 2006 werkte ze als Director Loyalty & CRM bij de groep Air France-KLM.

Op 15 november ten slotte nam Patrick Ittah de functie van algemeen directeur van Orange Luxemburg op zich. Hij is een Fransman die in het Groothertogdom woont. Hij heeft een uitstekende kennis van de telecommarkt aangezien hij al elf jaar aan het hoofd stond van het Luxemburgse filiaal van Dimension Data.

Management en controle

Raad van bestuur

| | |
|--|--------------------------|
| Jan Steyaert | Voorzitter |
| Benoit Scheen (2) | Bestuurder |
| Christina von Wackerbarth (3) | Onafhankelijk bestuurder |
| Sparaxis (3) (4) | Onafhankelijk bestuurder |
| Eric Dekeuleneer (3) | Onafhankelijk bestuurder |
| Philippe Delaunois (3) | Onafhankelijk bestuurder |
| Bertrand du Boucher (1) | Bestuurder |
| Olaf Swantee (1) | Bestuurder |
| Brigitte Bourgoïn (1) | Bestuurder |
| Nathalie Clere (1) (6) | Bestuurder |
| Gérard Ries (1) (7) | Bestuurder |
| Wirefree Services Belgium (1) (5) | Bestuurder |

Het auditcomité

| | |
|----------------------------|------------|
| Eric Dekeuleneer | Voorzitter |
| Philippe Delaunois | |
| Bertrand du Boucher | |
| Gervais Pellissier | |
| Sparaxis | |

Het remuneratie- en benoemingscomité

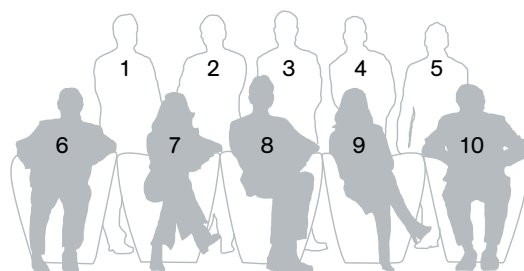
| | |
|---------------------------|------------|
| Olaf Swantee | Voorzitter |
| Jan Steyaert | |
| Eric Dekeuleneer | |
| Philippe Delaunois | |

Het strategisch comité

| | |
|----------------------------|------------|
| Jan Steyaert | Voorzitter |
| Brigitte Bourgoïn | |
| Nathalie Clere | |
| Philippe Delaunois | |
| Sparaxis | |
| Bertrand du Boucher | |

Het toezichtscomit  voor corporate governance

| | |
|----------------------------------|------------|
| Eric Dekeuleneer | Voorzitter |
| Jan Steyaert | |
| Brigitte Bourgoïn | |
| Wirefree Services Belgium | |





Executive committee

- | | | |
|----|----------------------------|---------------------------------------|
| 1 | Pascal Koster | Chief Technology Officer |
| 2 | Paul-Marie Dessart | General Secretary |
| 3 | Olivier Ysewijn | Chief Strategy Officer |
| 4 | Paul Baeck | Chief Commercial Officer |
| 5 | Werner De Laet | Chief Financial Officer |
| 6 | Stephane Beauduin | Chief Marketing Officer |
| 7 | Anne Cambier | Chief Procurement & Process Officer |
| 8 | Benoit Scheen | Chief Executive Officer |
| 9 | Cristina Zanchi (8) | Chief Customer Loyalty Officer |
| 10 | Hendrik Fostier (9) | Chief Business Transformation Officer |

(1) Bestuurders die de meerderheidsaandeelhouder (Atlas Services Belgium) vertegenwoordigen.

(2) Bestuurder belast met het dagelijks bestuur.

(3) De onafhankelijke bestuurders hebben een verklaring ondertekend die stelt dat ze de criteria voor onafhankelijkheid respecteren die vermeld worden in artikel 524 §4 van het Wetboek der Vennootschappen.

(4) De vennootschap Sparaxis is verbonden met de SIRW (Société Régionale d'Investissement de Wallonie) en wordt vertegenwoordigd door de heer Eric Bauche (adviseur van het Executive Committee van SIRW).

(5) De firma Wirefree Services Belgium wordt vertegenwoordigd door de heer Aldo Cardoso (onafhankelijk bestuurder van Orange S.A.).

(6) Mevrouw Nathalie Clere werd gecoöpteerd door de Raad van bestuur op 10 februari 2010 ter vervanging van de heer Vincent Brunet, ontslagnemend bestuurder met ingang op dezelfde datum. Haar definitieve benoeming werd bevestigd door de jaarlijkse algemene vergadering van 2010.

(7) De heer Gérard Ries werd gecoöpteerd door de Raad van bestuur op 15 december 2010 ter vervanging van de heer Gervais Pellissier, ontslagnemend bestuurder met ingang op dezelfde datum. Zijn definitieve benoeming zal worden voorgelegd tijdens de jaarlijkse algemene vergadering van 2011.

(8) Op 21 oktober 2010 werd Cristina Zanchi benoemd als Chief Customer Loyalty Officer.

(9) Op 1 maart 2010 werd Hendrik Fostier benoemd als Chief Business Transformation Officer.



Informatie voor de aandeelhouders

Mobistar houdt geregeld contact met zijn aandeelhouders via roadshows die elk jaar in de belangrijkste Europese en Amerikaanse financiële centra georganiseerd worden. Dit maakt deel uit van zijn engagementen op het vlak van goed bestuur. In 2010 haalde het een rendement van 10,8 %, dividenden inbegrepen

Corporate Governance

Al sinds de oprichting van Mobistar hecht de Raad van bestuur veel belang aan een goed bestuur. In 2009 nam de operator de Belgische Corporate Governance Code (12 maart 2009) aan als referentiecode. Een illustratie hiervan is de publicatie van het trimestriële financiële verslag, dat verschillende belangrijke prestatie-indicatoren (zoals het klantenbestand per producttype, verbruik, maandelijkse inkomsten per klant, marktaandeel, ...) verschaft, alsook een gedetailleerde jaarrekening van elke activiteitssector van Mobistar.

Deze informatie wordt telkens in de pers verspreid, alsook tijdens de trimestriële vergaderingen met de analisten en de semestriële vergaderingen met de pers. De informatie kan op elk moment geraadpleegd worden op onze website (<http://corporate.mobistar.be>). Daarnaast houdt Mobistar geregeld contact zijn potentiële en zijn bestaande aandeelhouders via de 25 roadshows die elk jaar in de belangrijkste Europese en Amerikaanse financiële centra georganiseerd worden. Deels dankzij die openheid wordt Mobistar actief gevolgd door 26 sell-side analisten, van wie 28 % in de Benelux, 12 % in Frankrijk en 60 % in het Verenigd Koninkrijk gevestigd zijn. Mobistar is ervan overtuigd dat deze openheid enkel maar kan bijdragen tot de volle ontwikkeling van de bekendheid van het telecommunicatiebedrijf in de hele wereld.

Situatie op de financiële markten

In 2010 kenden de Europese aandelen een gematigde groei, getuige daarvan de stijging met 2,6 % van de BEL20 over het voorbije jaar, wat deels kan worden verklaard door een onderpresteren van de financiële sector. Het afgelopen jaar werd ook gekenmerkt door een sterke druk op de lidstaten van de Europese Unie als gevolg van hun hoge schuldenberg. De massale steun aan Griekenland van alle lidstaten van de Europese Unie veroorzaakte een daling van het rendement van de staatsobligaties in de loop van de zomer van 2010.

In die context registreerde de Euro STOXX Telecom 600 Index (SXXP) slechts een groei van 3 % in 2010. Ondanks de ondermaatse prestaties – een steeds terugkerend fenomeen voor de aandelen van telecombedrijven – tijdens de eerste helft van het jaar heeft de sector zich in augustus 2010 goed herpakt, deels geholpen door het lage rendement van de overheidseffecten, die aantrekkelijker geworden zijn door de hoge rendementen van de telecomaandelen. Daarna ging het opnieuw wat bergaf, wat verklaard kan worden door het herstel van de aandelenprijzen en de prijzen van de staatsobligaties.



Evolutie van het Mobistar-aandeel

Het Mobistar-aandeel kende een gelijkaardige prestatie als die van de sectorindex tot het begin van de maand februari. Op 1 februari kondigde de Belgische regulator een drastische verlaging aan van de mtr (mobiele terminatietarieven), waardoor het aandeel op een dag met 6,4 % gedaald is. Van dan af aan werd de koers flink ondersteund door de solide resultaten van het jaar 2009, de aankondiging van een dividend van 4,55 euro per aandeel en van de lancering van een sextuple play-aanbieding voor de residentiële markt en de potentiële groei van het professionele segment door groen licht voor de overname van de activiteiten van KPN Belgium Business.

Die groei bleef aanhouden tot de aankondiging van de resultaten van het eerste trimester, waarna het Mobistar-aandeel de neerwaartse beweging van de sectorindex en van de BEL20 gevolgd is om zijn laagste notering van het jaar te bereiken, aan 40,04 euro per aandeel, meteen na de uitbetaling van het gewone dividend in mei 2010. Daarna ontwikkelde het Mobistar-aandeel zich in positieve richting dankzij de defensieve eigenschappen van het aandeel en de goede resultaten van het eerste semester. Die tendens is vervolgens blijven duren, onder impuls van verschillende factoren: de uitbetaling van het buitengewone dividend, de nieuwe reglementering van het vdsl-netwerk van de historische operator, de lancering van het Starpack, en de resultaten van het derde trimester die de verwachtingen van de analisten overtroffen. De koers van het Mobistar-aandeel bereikte zijn hoogste niveau op 23 december, op 48,76 euro.

Het aandeel sloot het jaar af op een prijs van 48,51 euro, wat overeenkomt met een koersstijging van 1,3 % over een periode van een jaar. Rekening houdende met de uitbetaling van dividenden bedroeg het totale bruto rendement 10,8 % (8,4 % netto).

Aandeelhoudersstructuur

Op 31 december 2010 bedroeg het kapitaal van Mobistar 109.200.000 euro, vertegenwoordigd door 60.014.414 aandelen met stemrecht.

Tot op vandaag heeft de referentieaandeelhouder, France Telecom S.A., 52,91 % van de bestaande aandelen in handen via zijn volle dochteronderneming Atlas Services Belgium nv.

Conform de regelgeving betreffende transparantie (artikel 15 van de wet van 2 mei 2007) betreffende de kennisgeving van het aandeelhouderschap van de op een gereglementeerde markt genoteerde bedrijven, behoudt Mobistar de kennisgevingdrempels op 3 %, 5 % en veelvouden van 5 %. In de loop van het jaar 2010 hebben de volgende partijen de kennisgevingdrempel van 3 % overschreden:

- MFS Investment Management (VS): 5,54 % (situatie op 28 januari 2010);
- Blackrock Inc (VS): 2,92 % (situatie op 20 januari 2010).

Uitbetaling van de aandeelhouders

Al een aantal jaren is de strategie van Mobistar gericht op waardecreatie via een consolidatie van zijn positie als waardige telecomoperator. Dit constante beleid stelt Mobistar in staat om zijn aandeelhouders sinds 2006 een aantrekkelijke aandeelhoudersvergoeding uit te betalen, of dit nu is in de vorm van uitbetaling van dividenden, van kapitaalvermindering of aankoop van eigen aandelen.

In overeenstemming met zijn beslissing van 8 februari 2011 stelde de Raad van bestuur van Mobistar voor om op de Algemene vergadering van aandeelhouders van 4 mei 2011 een deel van de winst uit te betalen voor een totaalbedrag van 258,1 miljoen euro. Dit bedrag zal in twee schijven uitbetaald worden: een gewoon dividend van 2,90 euro per aandeel op 20 mei 2011 en een buitengewoon dividend van 1,40 euro per aandeel op 19 augustus 2011. Dit voorstel ligt in lijn met een beleid van maximale pay-out van de nettowinst, zoals gevoerd.

Glossarium

2g

Mobiele telefonie van de tweede generatie.

3g

Mobiele telefonie van de derde generatie, beter gekend als umts.

4g

Mobiele telefonie van de vierde generatie.

Actieve klanten

Som van postpaidklanten die een maandelijkse factuur ontvangen en van prepaidklanten die minstens een oproep gepleegd of een sms hebben verstuurd gedurende de afgelopen drie maanden.

Abonnement

Gefactureerd product of dienst beschikbaar voor de klanten.

Adsl (Asymmetric Digital Subscriber Line)

Technologie die een digitale hogesnelheidsconnectie en datacommunicatie mogelijk maakt op een koperdraad.

Arpu (Average Revenue Per User)

Gemiddeld inkomen per gebruiker en per maand gegenereerd door telecomdiensten.

B2B

Bedrijven aan bedrijven; meestal betreft het bedrijven die specifiek zaken doen met andere bedrijven.

B2C

Bedrijven aan consumenten; meestal betreft het bedrijven die specifiek zaken doen met consumenten.

BEL20

De BEL 20 is de leidende index voor de beurs van Brussel in België.

BIPT (Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie)

Het BIPT is voornamelijk belast met de regelgeving en de controle op de telecommunicatie-operators en de postbedrijven.

BSC (Base Station Controller)

Netwerkeenheid die een bepaald aantal Base Transceiver Stations controleert.

BTS (Base Transceiver Station)

Basiselement van het cellulaire mobiele netwerk.

CRM (Customer Relationship Management)

Klantrelatiebeheer.

CSR (Corporate Social Responsibility)

CSR, in het Nederlands mvo (maatschappelijk verantwoord ondernemen), is de bijdrage van ondernemingen aan duurzame ontwikkeling.

DSLAM (Digital Subscriber Line Access Multiplexer)

Multiplexer die dsl-diensten (zoals adsl of adsl 2+) verzekerd via een telefoonlijn.

Edge (Enhanced Data Rates for GSM Evolution)

Technologie voor datatransmissie, een uitbreiding van gprs.

Gprs (General Packet Radio Service)

Mobiel telecommunicatiesysteem van de tweede generatie. Deze laat een dataoverdracht per pakketten toe die hoger ligt dan die van gsm.

Gps (Global Positioning System)

Gps is de commerciële naam voor een wereldwijd satelliet-plaatsbepalingssysteem.

Gsm (Global System for Mobile Communications)

Europese norm voor digitale cellulaire telefonie.

HLR (Home Location Register)

Database die alle nuttige informatie over de abonnees groepeerd.



Hsdpa (High Speed Downlink Packet Access)

Telecommunicatietechnologie van de derde generatie voor cellulaire telefoons, wordt soms ook 3G+ genoemd.

Hsupa (High Speed Uplink Packet Access)

Telecommunicatietechnologie van de derde generatie voor cellulaire telefoons, wordt soms ook 3.75G of 3³/₄G genoemd.

ICT (Information and Communication Technologies)

ICT is een vakgebied dat zich met informatiesystemen, telecommunicatie en computers bezighoudt. Interconnect Link tussen minimaal twee telecommunicatienetwerken die apart beheerd worden. Deze link maakt de gegevensoverdracht mogelijk tussen een netwerksegment en het andere.

Ip (Internet Protocol)

Deel van de tcp-ip-protocols die gebruikt worden voor de gegevensoverdracht per pakketten. Dit protocol wordt voor het transport van berichten via het internet gebruikt.

IVR (Interactive Voice Response)

Interactieve stemcomputer.

LTE (Long Term Evolution)

LTE is de vierde generatie mobiele telefonie, de opvolger van 3g, ook bekend als 4g.

MaTMa (Machine-To-Machine)

Machine-to-machinecommunicatie.

Mms (Multimedia Messaging Service)

Evolutie van sms die het mogelijk maakt om bovenop de tekst en verschillende multimediacontent over te dragen, zoals afbeeldingen en audio- en videoclips.

MMSC

Center dat de mms-overdracht tussen de gebruikers van mobiele telefoons beheert.

Mobile Data

Draadloze communicatiediensten die de overdracht en/of de ontvangst van gegevens toelaat, bijvoorbeeld sms, mms, gprs, edge en hsdpa.

Mobile Penetration Rate

Percentage van de totale bevolking die een mobiele telefoon bezit.

MSC (Mobile Switching Centre)

Switchingcenter van een mobiele telefonienetwerk.

Mtr (Mobile Terminating Rates)

Mobile termineringstarieven die de gsm-operator aanrekent voor gesprekken die afkomstig zijn van een netwerk van een ander bedrijf (vast of mobiel).

Mvno (Mobile Virtual Network Operator)

Mobile dienstenleverancier die een overeenkomst heeft gesloten met Mobistar om tariefplannen door te verkopen.

Roaming

Dienst eigen aan gsm die het mogelijk maakt dat de gebruiker kan bellen of gebeld worden als hij zich buiten de regio bevindt die door zijn nationale operator wordt gedekt. Bijvoorbeeld tijdens zijn reizen naar het buitenland.

Simkaart (Subscriber Identity Module)

De simkaart is een smartcard waarop de gegevens staan van een aansluiting van een gsm- of umts-mobiele telefoon.

Smartphone

Een smartphone is een mobiele telefoon die uitgebreidere computermogelijkheden biedt (kalender, agenda, webbrowser, gps, e-mail ...). Een smartphone kan ook beschouwd worden als een handcomputer of pda die tegelijk ook een telefoon is.

Sms (Short Messaging Service)

Draadloze dienst die de overdracht van korte tekstberichten mogelijk maakt van en naar een mobiele telefoon.

SMSC (Short Message Service Center)

Center dat de sms-overdracht tussen de gebruikers van mobiele telefoons beheert.

Soho (Small office/Home office)

Verscheidene activiteiten van kleine ondernemingen en kleine businessstructuren.

Umts (Universal Mobile Telecommunication System)

Mobiel telecommunicatiesysteem van de derde generatie dat multimediatelefoondata-overdracht tegen hoge snelheid toelaat.

VDSL (Very High Bitrate Digital Subscriber Line)

De VDSL-technologie is gebaseerd op dezelfde techniek als xDSL (VDSL-signalen worden getransporteerd over een koperpaar, gelijktijdig en zonder interferentie met spraakoproepen). VDSL kan zeer hoge snelheden bereiken.

VMS (Voice Messaging System)

Computersysteem dat meerdere voicemailboxen beheert.

Voip (Voice over Internet Protocol)

Technologie die de overdracht van stemverkeer toelaat via het internet of andere netwerken die de tcp/ip protocolen aanvaarden.

