

JAARVERSLAG 2011



INHOUDSTAFEL

Markante feiten in 2011	P. 4
Brief van de voorzitter	P. 6
Brief van de CEO	P. 7
De telecommunicatiewereld	P. 8
De strategie van Mobistar	P. 12
De merk- en marketingstrategie	P. 14
De distributie	P. 16
De klantendienst	P. 18
De residentiële markt	P. 20
De professionele markt	P. 22
Netwerk en operationele activiteiten	P. 24
Personeelsbeleid	P. 26
Onze maatschappelijke verantwoordelijkheid	P. 28
Management en controle	P. 52
Informatie over het aandeel	P. 54
Glossarium	P. 56
Activiteitenverslag	P. 59



MARKANTE FEITEN in 2011

4 MAART Mobistar brengt Facebook en Twitter op de tv-schermen

Mobistar is de eerste leverancier van digitale televisie in België, die van tv-toestellen uitwisselingsinstrumenten maakt. Steeds meer televisiekijkers hebben dus geen pc meer nodig om te reageren op Facebook, Twitter, Picasa en Flickr, terwijl ze naar een uitzending kijken.

4 APRIL Red Bull MOBILE gaat in België een partnerschap aan met Mobistar

Red Bull MOBILE heeft als partner Mobistar gekozen, de pionier van de prepaidkaarten in Europa. Dankzij dit comarketingakkoord kan Mobistar zijn prepaidaanbod uitbreiden tot nieuwe segmenten.

27 MEI Mobistar brengt een “quadruple play”-oplossing uit

De Starpack-aanbieding omvatte al digitale televisie, onbeperkt internet en onbeperkte vaste telefonie. Door er mobiele telefonie aan toe te voegen, brengt Mobistar een zeer volledige en competitieve “quadruple play”-oplossing uit.

22 JUNI Lancering van VT4 Mobile

Televisiezender VT4 en Mobistar brengen het prepaid gsm-aanbod ‘VT4 Mobile’ uit. De Vlaamse zender heeft met Mobistar samengewerkt om een eenheidstariefplan uit te werken, dat op maat gesneden is voor tv-kijkers. Via dit comarketingakkoord verruimt Mobistar zijn doelgroep en verstevigt het zijn positie in het zeer competitieve prepaidsegment.

23 JUNI Ondertekening van het “e-safety-handvest”

In overleg met Child Focus en met belangrijke internetspelers ondertekent Mobistar het “e-safety-handvest”, een document voor zelfregulering dat onlinebescherming voor kinderen en jongeren biedt.

30 JUNI Eén enkel internetabonnement dat met verscheidene toestel- len kan worden gebruikt

Mobistar doet baanbrekend werk door het uitbrengen van ‘Internet Everywhere Multi’, een abonnement waarbij men hetzelfde dataforfait kan gebruiken voor verschillende toestellen: smartphones, tablets, laptops. Een primeur op de Belgische residentiële markt.



7 JULI
Een groot contract met de Vlaamse overheid

Mobistar ondertekent de derde verlenging van zijn contract voor het leveren van de telecommunicatiediensten aan de Vlaamse agentschappen en ministeries. Het contract geldt voor de vaste en mobiele (13.000 simkaarten) telecommunicatiediensten en heeft een looptijd van 7 jaar.

22 AUGUSTUS
Introductie van een BlackBerry-aanbod voor prepaidkaarten

Door het uitbrengen van een prepaid-formule voor BlackBerry vanaf 7 euro, wil Mobistar zoveel mogelijk personen, en niet enkel professionelen, dat toestel laten gebruiken. Vooral de "chat" functie kent een overweldigend succes bij de jonge gebruikers.

27 AUGUSTUS
Mobistar viert zijn 15^e verjaardag

Mobistar werd in 1996 opgericht en heeft nu al meer dan 4,1 miljoen klanten. Om die belangrijke dag te vieren, heeft Mobistar een fles champagne bezorgd aan meer dan 4.500 klanten van het eerste uur.

30 SEPTEMBER
Commercialisering van de iPad 2 in België

Mobistar is de eerste Belgische operator die de tweede generatie van het revolutionaire Apple-toestel op de markt brengt.

27 OKTOBER
Lancering van de Visual Voice Mail

Deze dienst werkt ongeveer zoals het beheer van e-mails en brengt een omwenteling teweeg in de wijze waarop men zijn voicemail inkijkt.

28 OKTOBER
Introductie van de iPhone 4S in België

Voor die lancering hebben alle Mobistar Centers hun deuren al om 8 uur 's ochtends geopend, terwijl er de avond voordien een speciaal evenement werd georganiseerd op de Mobistar-zetel te Evere, waar de verkoop reeds om middernacht begon.

21 NOVEMBER
Contract met Colruyt

Via het Mobistar-netwerk verkoopt Colruyt een prepaidkaart waarmee de klant enkel betaalt wat hij verbruikt. Dankzij dat partnerschap vergroot Mobistar zijn marktaandeel in het segment van de prepaidkaarten.

28 NOVEMBER
Verwerving van een 4g-licentie

Mobistar positioneert zich voor het opvangen van de enorme groei die inzake mobiele data wordt verwacht en om optimaal in te spelen op de evolutie van de behoeften van zijn klanten, die steeds meer op mobiele wijze video's bekijken.

8 DECEMBER
Eén werknemer op twee van Mobistar doet aan thuiswerk

Als pionier inzake thuiswerk, neemt Mobistar op 8 december deel aan de tweede Nationale Thuiswerkdag. Eén werknemer op twee werkt geregeld thuis.

Brief van de VOORZITTER



“Mobistar zal in 2012 blijven investeren in een krachtig mobiel netwerk.”

Een uiterst competitieve marktsituatie

Het jaar 2011 werd gekenmerkt door een uiterst competitieve marktsituatie en door een grotere regulariseringsdruk. Niettemin hebben we alle doelstellingen bereikt, die we ons een jaar geleden opgelegd hadden. De constructieve mentaliteit van alle teamleden en van het Executive Committee heeft tot dat resultaat bijgedragen; graag wil ik hen persoonlijk en namens de Raad van Bestuur danken.

Dit jaar werd onze CEO Benoit Scheen gevraagd om toe te treden tot het Executive Committee van ons moederhuis France Télécom-Orange. Ik feliciteer Benoit met die promotie, die een blijk van erkenning inhoudt van zijn uitstekend beheer en waarop Mobistar ook heel trots is. Ik verwelkom zijn opvolger, Jean Marc Harion, die in december 2011 in functie trad. Jean Marc is een echte deskundige van de telecommunicatiesector en wordt sterk gemotiveerd door de ontwikkeling van Mobistar en van het menselijk kapitaal ervan.

In 2011 hebben we de kaap van ons 15-jarig bestaan gerond. Die verjaardag was op de eerste plaats die van onze klanten, die ik daarvoor graag dank. Het aantal trouwe en actieve mobiele-telefoonklanten steeg in 2011 tot 4.204.656, wat een toename met 4,1 % is ten opzichte van 2010. Dat succes geeft ons moed: in 2011 hebben wij veel geïnvesteerd in de tevredenheid van onze klanten, meer bepaald door ons kader uit te breiden met 140 medewerkers. In juni hebben wij het handvest ten voordele van de klanten ondertekend en wij verbinden ons ertoe onze dienstverlening aan de klanten nog te verbeteren in 2012.

Mobistar heeft in 2011 de beoogde doelstellingen gehaald. De Raad van Bestuur stelt voor een gewoon dividend van 2,90 euro per aandeel uit te keren, alsook een buiten-

gewoon dividend van 0,80 euro per aandeel, en zal dat ter goedkeuring voorleggen tijdens de Algemene Vergadering der Aandeelhouders op 2 mei 2012.

Op een in volle omwenteling verkerende telecommunicatiemarkt zal Mobistar al zijn deskundigheid en kracht gebruiken om zijn klanten in alle segmenten tevreden te stellen. Wij willen op dat gebied een toonaangevende onderneming worden in België.

Die wil komt tot uiting in onze prioriteiten op het gebied van strategische investeringen voor 2012:

- het versterken van onze mobiele netwerken om het debiet en de kwaliteit van onze stem- en datadienstverlening te vergroten,
- het ontwikkelen van de convergentie van onze diensten opdat onze klanten, ongeacht waar ze zich bevinden, er steeds mobiel toegang toe kunnen krijgen.

Ook al zal de economische toestand in 2012 waarschijnlijk heel moeilijk zijn, wil Mobistar toch blijven investeren om zijn positie op de telecommunicatiemarkt te verstevigen.

Jan Steyaert
Voorzitter van de Raad van Bestuur

“Mobistar bevestigt nogmaals zijn prioriteiten voor 2012: de mobiele netwerken, de convergentie van de diensten en de dienstverlening aan de klanten.”

Brief van de CEO



De klantenrelatie is de rode draad van onze acties in 2011

Vooreerst zou ik willen zeggen hoe trots ik ben om bij Mobistar te werken, een van de pronkstukken van de France Télécom-Orange-groep en van de BEL 20. Als geboren Brusselaar heb ik kunnen vaststellen hoeveel Mobistar heeft bijgedragen tot de democratisering van de mobiele telefonie in België en hoe het een duurzame dynamiek in die sector heeft kunnen creëren.

Met meer dan 4,2 miljoen klanten per 31 december wil Mobistar de favoriete operator in België zijn en iedereen de mogelijkheid bieden om op eender welke plaats toegang te hebben tot alle mobiele diensten die hij nodig heeft: stemverkeer, internet of televisie, persoonlijk, professioneel, familiaal of gemeenschappelijk.

Die visie wettigt de omvang van de investeringen die Mobistar zal blijven doen in 2012. Op de eerste plaats om ons mobiel netwerk te versterken en te vernieuwen, en het debiet en de kwaliteit van onze stem- en datadiensten te vergroten door gebruik te maken van de nieuwe frequenties die we in 2011 verwierven. Vervolgens om onze nieuwe dienstverleningsplatformen te ontwikkelen, waarmee we onze diensten aan onze klanten kunnen leveren via alle mogelijke toegangen. Ten slotte om de tevredenheid van onze klanten te blijven verbeteren en op dat gebied een toonaangevende onderneming te worden in België.

Dat zijn allemaal belangrijke stappen, die een doorlopende stroom van veranderingen veroorzaken en die bijdragen tot de twee jaar geleden begonnen verandering van Mobistar. Onder de invloed van enkele schokken op de markt, heeft Mobistar gedurende heel 2011 bewezen dat het een onderneming is die zich snel kan aanpassen en die proactiviteit hoog in het vaandel voert. De klantenrelatie, die in 2011 als een rode draad door al onze acties liep, blijft een prioritaire krachtlijn van onze werking in 2012. Wij willen aan de verwachtingen van onze klanten tegemoet komen aan de telefoon, op het internet en in onze Mobistar Centers, door hen producten en diensten aan te bieden die overeenstemmen met hun behoeften, en hen de middelen geven om hun verbruik in alle doorzichtigheid te controleren.

Milieuvriendelijkheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid geven zin aan de actie van Mobistar, die zijn inzet bevestigt via allerlei initiatieven ter bevordering van de communicatie tussen mensen. Ons engagement voor de integratie van autistische personen via de vereniging “Participate!” past in dat kader, net zoals de mogelijkheid die onze werknemers krijgen om met onze steun vrijwilligersacties te ontwikkelen.

Die maatschappelijke verantwoordelijkheid komt tot uitdrukking op alle niveaus van de onderneming en in al onze business areas. De verbintenissen van Mobistar ten aanzien van zijn personeelsleden, zijn klanten, de maatschappij en het milieu vormen de vier pijlers van ons verantwoordelijk maatschappelijk beleid. Het is al het tweede jaar dat daaraan een afzonderlijk deel wordt gewijd in onderhavig jaarverslag. Onrechtstreeks komt dit ook tot uitdrukking in de inspanningen die Mobistar zich getroost om nieuw talent aan te trekken en te behouden.

Een woordje over Orange Communications Luxembourg sa, waarvan de prestaties alle waardering verdienen: in 2011 steeg de omzet ervan met 19 %. Orange Communications Luxembourg sa is begonnen met vaste telefonie, heeft zijn 100.000e klant gevierd en een “flagship store” in het centrum van Luxemburg stad geopend.

In het kader van een zeer competitieve markt en ondanks een reguleringsimpact die voor 74 miljoen euro heeft gewogen op onze inkomsten, haalt de Mobistar-groep in 2011 alle beoogde doelstellingen. De totale geconsolideerde omzet, die ongeveer gelijk bleef aan die van 2010, bedraagt 1.658 miljoen euro. De EBITDA-marge van 530 miljoen euro en het geconsolideerde nettoresultaat van 221 miljoen euro beantwoorden aan de prognoses en aan de beoogde doelstellingen.

Belangrijker nog is, dat Mobistar bewijst dat het voortaan een volledige telecommunicatieoperator is, zoals blijkt uit de structuur van zijn inkomsten. Het is het eerste jaar dat de mobiele gegevens, de vaste lijnen en de televisie de helft vertegenwoordigen van de dienstverleningsomzet van Mobistar in België.

De telecommunicatiewereld evolueert snel en grondig, zowel onder impuls van de regulator als van de moeilijke economische toestand. De beslissingen van het BIPT in verband met het in 2011 aangekondigde openstellen van de kabel en van het VDSL-netwerk, dienen om op de vaste telefonie en de televisie dezelfde regels inzake openstelling en gezonde concurrentie toe te passen, als op de mobiele markt in België. Die evoluties inzake regulering vormen een opportuniteit voor Mobistar en zullen een gunstige invloed hebben op onze aanbiedingen van Mobistar TV en breedbandinternet.

Ook al zal de economische toestand waarschijnlijk heel moeilijk zijn in 2012, zijn wij toch vastbesloten te blijven investeren om onze positie op de telecommunicatiemarkt te verstevigen en om van Mobistar meer dan ooit de favoriete operator van alle Belgen te maken.

Jean Marc Harion
Chief Executive Officer



De TELECOMMUNICATIEWERELD evolueert voortdurend

Belangrijk in het jaar 2011 was de doorbraak van de smartphones en de digitale tablets. Om aan dat enthousiasme tegemoet te komen, bieden de telecomoperatoren steeds meer mobiele diensten en convergerende oplossingen aan. Onder impuls van de Europese, de federale en de gewestelijke overheid, wordt het regelgevend kader bovendien meer en meer geperfectioneerd.

Een steeds concurrentiëlere omgeving

Mobiele communicatie blijft uiterst veelbelovend

Op een markt waarvan men dacht dat ze tot rijpheid was gekomen, werd 2011 onverwacht gekenmerkt door een lichte toename van de penetratiegraad van de simkaarten in België, die op één jaar tijd steeg van 111 naar 113 %. Die groei komt niet van de klassieke mobiele telefonie (stem, sms), maar van de mobiele datacommunicatie. België is bezig zijn achterstand tegenover zijn buurlanden in te halen op dat gebied.

Koppelverkoop komt niet van de grond

Koppelverkoop, die sedert 2010 in België is toegestaan, werd in 2011 op ruime schaal toegepast door sommige telecomoperatoren. Mobistar heeft die weg nooit willen bewandelen, omdat het vindt dat dit niet tot zijn kerntaken behoort en niet beantwoordt aan het intrinsieke belang van zijn klanten.

Een jaar waarin de convergentie werd versterkt

Zowel op de privé- als op de businessmarkt werden convergerende aanbiedingen een onmisbaar element in de marketingstrategie van de telecomoperatoren. De "quadruple play"-formules (vaste en mobiele telefoon, internet, televisie) worden gecombineerd en vermenigvuldigen zich om steeds meer mogelijkheden te bieden. Door mobiele telefonie toe te voegen aan zijn Starpack-aanbieding, die al digitale televisie, onbeperkt internet en onbeperkte vaste telefonie omvatte, heeft Mobistar in mei 2011 een uiterst volledige en competitieve "quadruple play"-oplossing gelanceerd.

De grote doorbraak van de digitale tablets

De verkoop van smartphones en tablets kende een echte boom in 2011. Meer dan één op vier gsm's die in België wordt verkocht is een smartphone, terwijl de digitale tablets een echte doorbraak kenden bij het grote publiek: men raamt dat er eind 2011 zowat 300.000 tablets in handen waren van de Belgische gebruikers, tegen slechts 75.000 eind 2010. Die twee trends gaan samen: volgens een onderzoek dat door Nielsen werd uitgevoerd in de Verenigde Staten, heeft 90 % van de iPad-bezitters ook een smartphone en bezit 99 % van hen ook een laptop. En dan hebben we het nog niet over de draagbare spelconsoles en de elektronische boeken, bijvoorbeeld, die ook deel uitmaken van het arsenaal verbindingstoestellen.

Om op al die terminals te kunnen surfen, moesten de gebruikers totnogtoe verscheidene abonnementen hebben, met alle kosten en complicaties van dien. Om beter tegemoet te komen aan hun behoeften, heeft Mobistar eind juni 'Internet Everywhere Multi' geïntroduceerd, een mobiel abonnement dat voor verscheidene toestellen kan worden gebruikt. Een primeur op de Belgische residentiële markt.

Digitale televisie

De overgang van analoge naar digitale televisie kende geen echte stroomversnellingen in 2011. Nog een groot deel van de Belgische bevolking, zowat 40 %, blijft trouw aan analoge televisie.

Op inhoudelijk vlak heeft de operator Telenet de rechten verkregen om het Belgische voetbal direct uit te zenden. Dergelijke inhoud heeft zijn waarde als "public relation", maar Mobistar blijft bij zijn strategie om niet mee te doen aan die wedloop.

Het regelgevend kader evolueert

Vernieuwing van de 2g-licentie

De mogelijkheid om een retributie te vragen voor het vernieuwen van de 2g-licenties werd ingevoerd door een wet van 15 maart 2010. Het bedrag van die retributie zou ongeveer op 15 miljoen euro moeten liggen voor een periode van 5 jaar. Mobistar, Belgacom Mobile en KPN Group Belgium hebben daartegen hoger beroep aangetekend bij het Grondwettelijk Hof.

In juni 2011 heeft dat Hof besloten aan het Europees Hof van Justitie enkele vragen voor te leggen in verband met de mogelijkheid dat de lidstaten zulke retributies zouden invoeren. Tegen eind 2012 wordt er een uitspraak verwacht.

De vierde umts-operator

Als enige kandidaat voor het verkrijgen van de vierde umts-licentie heeft Telenet/Tecteo Bidco eind juli 2011 die licentie verkregen voor een spectrum van 2,1 GHz. Het consortium wil ook gebruik maken van de bijkomende optie om zijn frequentie te verruimen van 900 MHz naar 1800 MHz.

Licenties voor de 4g-netwerken

Er werden vijf aanvragen ontvangen voor het toekennen van 4g-licenties in de 2,6 GHz-frequentiebanden. Daarvan zijn er vier verworven (Mobistar, Belgacom, KPN Group Belgium, BUCG). Mobistar heeft de minimumprijs (20,02 miljoen euro) betaald voor een licentie van 2x20 MHz geldend voor een periode van 15 jaar. De 4g-licenties worden van kracht op 1 juli 2012.

De mobiele termineringstarieven (mtr)

Met zijn beslissing van 29 juni 2010 heeft het BIPT een nieuw tariefschema vastgelegd voor de periode 2010-2013, waarbij het zich heeft gebaseerd op de incrementele kosten op lange termijn. 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 verzoekschrift ingediend om dit besluit te schorsen en te annuleren. Het schorsingsverzoek werd verworpen in februari 2011. Een beslissing over de nietigverklaring wordt verwacht tegen half 2012.

De Europese regelgeving inzake roamingdiensten

In 2011 werden de internationale kosten voor roamingdiensten zowel op retailniveau (voice, sms) als op wholesaleniveau (voice, sms, data) verder verlaagd, in overeenstemming met de Europese regelgeving.

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. Op de agenda staan bijkomende tariefdalingen en structurele maatregelen.

De regelgeving voor de breedband en kabelmarkt

In juli 2011 heeft het BIPT zijn studie van de breedbandmarkten afgerond. De voornaamste nieuwigheid is dat Belgacom zijn eigen netwerk moet openstellen voor een

alternatief televisieaanbod (multicast). Tegelijk hebben de vier mediaregulatoren (BIPT, CSA, Medienrat, VRM) beslist de kabeloperatoren verplichtingen inzake toegang en voortverkoop op te leggen. De kabeloperatoren moeten aan de alternatieve operatoren hun netwerk open stellen voor analoge televisie, digitale televisie en breedbandinternet.

Alle partijen zowel de kabeloperatoren als Belgacom, hebben hoger beroep aangetekend tegen die beslissingen. Een eventuele schorsing kan worden verwacht tegen half 2012.

Misbruik van de dominante positie van Belgacom

In mei 2007 vaardigde de Rechtbank van Koophandel van Brussel een vonnis uit dat de dominante positie van Belgacom Mobile tussen 1999 en 2004 bevestigde. Er werden experts aangesteld om de misbruiken vast te stellen en om het door Mobistar en KPN Group Belgium geleden verlies te berekenen. Een tweede tussentijds rapport dat werd uitgegeven in december 2010 bevestigde de misbruiken en verhoogde het bedrag van de geschatte schade tot 1,84 miljard euro voor Mobistar en KPN Group Belgium samen. Alhoewel de vraag van Belgacom om de experts te wraken aanvankelijk niet werd weerhouden bekam het daarna een opschorting van het werk van de experts in afwachting van de afhandeling van haar vraag tot wraking in beroep. In januari 2012 tekende Belgacom beroep aan tegen de initiële uitspraak van de Rechtbank van Koophandel van Brussel. In het begin van maart 2012 besliste het Hof van Beroep dat de vraag van Belgacom om de experts te vervangen terecht was. Als een gevolg hiervan dienen de partijen (en het Hof als er geen overeenkomst hierover is tussen de partijen) te beslissen over de aanstelling van nieuwe experts.

In een ander geval van misbruik van een dominante positie tijdens de jaren 2004 en 2005 heeft de Raad voor de Mededinging Belgacom Mobile in mei 2009 een boete opgelegd van 66 miljoen euro. Mobistar is tegen dat vonnis in beroep gegaan en heeft het hof verzocht om bijkomende vormen van misbruik (getrouwheidskortingen en discriminatie tussen on-net- en off-nettarieven) toe te voegen aan de bestaande klacht. Ook maakte Mobistar de zaak aanhangig bij de Rechtbank van Koophandel, en eiste de onderneming schadevergoeding voor het geleden nadeel. De procedure voor schadevergoeding voor de Rechtbank van Koophandel ligt momenteel stil tot er een definitieve beslissing wordt genomen over het misbruik in beroep.

Tot slot heeft Mobistar, samen met KPN Group Belgium, in april 2009 bij de Europese Commissie een klacht ingediend tegen Belgacom wegens misbruik van een dominante positie op de breedbandmarkt. In de loop van 2010 werd deze klacht ingetrokken en in plaats daarvan ingediend bij de Belgische Raad voor de Mededinging. Het onderzoek loopt nog steeds.

De wet op de sociale tarieven

Op 27 januari besliste het Grondwettelijk Hof tot de nietigverklaring van een aantal artikelen van de wet van 25 april 2007 betreffende de financiële compensatie in verband met het aanbieden van sociale tarieven. In het kader van de omzetting van de Europese telecommunicatierichtlijnen kan men er zich aan verwachten dat er een nieuwe berekeningswijze zal worden vastgelegd.



LUC BOEKE, Competitive Intelligence Manager :

“Ons sterproduct blijft connectiviteit. Dat hebben we nog bewezen door eind juni een mobiel abonnement te introduceren, dat kan worden gebruikt voor verschillende toestellen; een primeur op de Belgische markt.”

De nieuwe wetgeving en de omzetting van de Europese telecommunicatierichtlijnen

In de loop van 2011 werden er nieuwe verplichtingen van kracht, die hoofdzakelijk verband houden met de consumptie (bijvoorbeeld aangaande de regels betreffende de facturatie, het oprichten van een ethisch comité, de sms-abonnementsdiensten ...). Er werden zelfregulerende initiatieven genomen, meer bepaald inzake de bescherming van kinderen die het internet gebruiken en inzake de dienstverlening aan de klanten. Ten slotte moet men (in 2012) ook de hulpdiensten per sms kunnen bereiken.

De omzetting van de Europese telecommunicatierichtlijn van december 2009 is aan de gang. Er worden nieuwe verplichtingen verwacht inzake consumentenbescherming, meer bepaald in de vorm van contractuele verplichtingen.

Evolutie van de stralingsintensiteitsnormen voor elektromagnetische golven

In 2011 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 volt/meter vastlegt voor alle stralingsbronnen, met uitzondering van radio- en televisiesignalen. Op 31 augustus heeft Mobistar een eerste partij aanvragen voor milieuvergunningen (voor de sites boven de 120 watt) ingediend. Leefmilieu Brussel is deze aanvragen aan het verwerken. De aanvraag van milieuvergunningen voor de andere sites moeten voor eind augustus 2012 worden ingediend. Om de kracht van 3 volt / meter te respecteren en de verminderde dekking te compenseren, heeft Mobistar een honderdtal nieuwe sites in Brussel aangelegd.

In Wallonië legde het decreet van 3 april 2009 een maximale emissie van 3 volt/meter, per antenne, per technologie en per operator vast. De installatie van antennes is onderworpen aan een milieuverklaring. Alle technische antennedossiers werden door Mobistar bij het Waalse controleorgaan, het ISSeP, ingediend.

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



De Mobistar- **STRATEGIE:** vertrouwen in actie

In 2011 heeft Mobistar zijn positie als convergerende operator krachtig bevestigd, meer bepaald door nieuwe inhoud en functionaliteiten toe te voegen aan zijn tv-platform. De mobiele datacommunicatie en het Machine-to-Machine-segment zijn bijzonder veelbelovende markten. De klantenbasis blijft groeien, meer bepaald dankzij verscheidene comarketingakkoorden die in de loop van het jaar werden gesloten.

Versteviging van het convergentiebeleid

In de loop van 2011 heeft Mobistar zowel op de residentiële als op de professionele markt zijn positie als convergerende operator versterkt.

Na de lancering van Mobistar TV in 2010 werden er in 2011 nieuwe functionaliteiten aan toegevoegd, zodat er een tv-platform met verscheidene schermen ontstond, dat het verschil maakt met de concurrentie. Dankzij de kosteloze toegang tot Facebook en Twitter via de televisieschermen heeft een tv-kijker voortaan geen pc meer nodig om tijdens het bekijken van een uitzending op de sociale netwerken te gaan. Hij kan ook zijn smartphone als afstandsbediening gebruiken, een dienstverlening die al bestond voor iPhone en iPad. Het aanbod van inhoud werd aanzienlijk uitgebreid met de mogelijkheid om meer dan 250 tv- en radiozenders te ontvangen en met een nieuwe dienstverlening voor "video on demand" (video op aanvraag) die eind augustus werd gelanceerd.

In 2011 hebben de Mobistar-teams zich ingezet om het activeringsproces te versnellen.

Een veelbelovend ecosysteem

Op een steeds meer verzadigde markt (waarop de penetratiegraad van mobiele telefonie 113 % bedraagt in België), waar de reguleringdwang zwaar doorweegt en waar er veel nieuwkomers zijn, blijft Mobistar zijn woord houden ten aanzien van meer dan 4 miljoen klanten voor mobiele telefonie. Die klantenbasis werd nog groter in 2011 (+ 3,9 % in één jaar), met een steeds groter aandeel abonnees.

Voor de toekomst vertrouwt Mobistar op het groeipotentieel dat wordt gevormd door mobiele datacommunicatie en digitale televisie. Het jaar 2011 werd gekenmerkt door een sterke toename van nieuwe communicatievormen, meer bepaald via digitale tablets en smartphones.

Het segment Machine-to-Machine (MaTMa) verkeert in volle ontwikkeling. Met een marktaandeel van meer dan 70 % is Mobistar marktleider in België. In 2011 heeft Mobistar het aantal geactiveerde simkaarten meer dan verdubbeld en het aantal verkochte kaarten vermenigvuldigd. Er zijn enkele veelbelovende projecten, meer bepaald het Europese eCall-project: dat systeem, dat noodoproepen van automobilisten automatisch doorgeeft aan de alarmcentrale, moet vanaf 2015 verplicht worden geïnstalleerd in de nieuwe voertuigen.



OLIVIER YSEWIJN, Chief Strategy Officer:

“De nieuwe communicatievormen – digitale tablets, smartphones enz. – vormen een veelbelovend ecosysteem voor de telecommunicatie-operatoren.”

Partnerschappen met veel toegevoegde waarde

In 2011 heeft Mobistar zijn strategie inzake partnerschappen met veel toegevoegde waarde voortgezet. In april werd er een comarketingakkoord gesloten met Red Bull MOBILE, waardoor Mobistar zijn positie in het zeer concurrentiële segment van prepaidformules kon verstevigen en tegelijk zijn penetratie in de leeftijdsgroep van de 15-29 jarigen kon vergroten. In dezelfde geest werd er begin juli een comarketingakkoord opgestart met de televisiezender VT4. Eind november, ten slotte, kondigde Mobistar aan dat er met Colruyt een contract zou worden gesloten voor het commercialiseren van een eenvoudige en doorzichtige prepaidkaart, waarmee de klant enkel betaalt wat hij verbruikt.

De pioniersgeest gaat verder met de 4g

Met het verwerven van de 4g-licentie in november, versterkt Mobistar zijn positioneringsstrategie inzake mobiele communicatie. Die vergunning is 15 jaar geldig vanaf 1 juli 2012 en bestrijkt een frequentieblok van 20 MHz duplex in de 2,6 GHz band. De 4g, die ook LTE (Long Term Evolution) wordt genoemd, biedt de gebruikers extreem hoge transmissiesnelheden.

Mobistar is ook blijven investeren in zijn transmissienetwerk en beschikt momenteel over een zeer robuust en volledig “geüpgraded” netwerk. Dankzij die evoluties zal de klantenbeleving op het snelle datanetwerk vanaf 2012 tot ongekende hoogten worden gevoerd. In de toekomst zal Mobistar blijven investeren om optimaal tegemoet te komen aan de behoeften van zijn klanten, die steeds meer van het mobiele netwerk gebruik maken om data door te sturen en om films en video's te bekijken.

De ambities van Mobistar voor 2015

De France Télécom-Orange-groep, het moederbedrijf van Mobistar, heeft het project “Conquêtes 2015” opgestart. Mobistar heeft dat project vertaald in eigen doelstellingen. Tegen 2015 wil Mobistar:

- door zijn klanten worden erkend als de vertrouwenspartner die geïndividualiseerde telecommunicatieoplossingen kan aanbieden;
- door de arbeidsmarkt en door zijn teamleden worden erkend als de beste ICT-werkgever;
- door de samenleving worden gezien als een belangrijke speler die op duurzame wijze bijdraagt tot de vooruitgang en tot de bescherming van het milieu.



MERK en MARKETINGSTRATEGIE: een “love brand” worden

In 2011 heeft Mobistar drie grote doelstellingen nagestreefd: de inkomsten uit de traditionele marktsegmenten veiligstellen, het profiel van convergerende speler versterken en de nadruk leggen op de klantenervaring.

STEPHANE BEAUDUIN, Chief Marketing Office:

*“Mobistar en de technologie
staan niet centraal in het leven,
maar vergemakkelijken het.”*

De strategie die Mobistar in 2011 volgde, vergde een verruiming van de marketingbelofte. Uitgaande van een merk dat hoofdzakelijk bekend staat voor zijn aanbod inzake individuele mobiele telefonie, werd de nadruk gelegd op het profiel van convergerende speler die zich resoluut op de gezinnen richt. Het sterproduct van die communicatie was de Starpack (de ‘quadruple play’-aanbieding). Het emotionele register van de “Love Work Play”-wereld staat voortdurend centraal bij het merk.

Theatre of life

Het concept dat werd uitgewerkt om die strategie te vertalen, is dat van het “Theatre of life”. Bij verschillende aspecten van het leven – love, work, play – komen in het zwart geklede mannen op het toneel om de gezinsleden discreet hun dromen te helpen verwezenlijken, door op de achtergrond bepaalde dingen te doen. Mobistar en de technologie staan niet centraal in het leven, maar vergemakkelijken het.

De campagne verscheen op televisie, maar ook in magazines, op de sociale netwerken en in allerlei andere media, met een slagkracht van 360°. Resultaat: meer dan 50 % van de Belgen beschouwen Mobistar nu als een convergerende operator.

De klanten aan de eer

Op de professionele markt blijft de nadruk liggen op de “talentenconvergentie” via het aanbod van convergente oplossingen “UW BEDRIJF & Mobistar”. Op dat platform komt een aantal professionele klanten aan de eer via gevallenstudies en afbeeldingen die worden gepubliceerd op het web en in de vakpers.

De klantenervaring staat op de voorgrond

Op een relatief verzadigde markt heeft Mobistar in 2011 ook de naverkoopdienst en de klantenervaring onder de aandacht gebracht. De verkooppunten stonden centraal in die boodschap. De nieuwe inrichtingen van de Mobistar Centers hebben ertoe bijgedragen dat die echte media voor klantenervaring werden: een plaats waar de klant oplossingen vindt voor zijn telecommunicatiebehoeften. Een voorbeeld: aan elke klant wordt een individualisering voorgesteld bij de aankoop van een nieuwe smartphone, opdat hij er onmiddellijk gebruik zou kunnen van maken (configuratie van de mail of downloaden van een toepassing). Die herpositionering van de verkooppunten ging gepaard met een opleidingsprogramma voor de 450 verkopers.

Noteer dat de marketinginspanningen veel verder gingen dan het loutere productaanbod. Enkele voorbeelden: Mobistar Insurance, die de gsm dekt tegen diefstal en beschadiging, telefonische adviezen voor het activeren, de Travel Data Daily-dienstverlening voor reizigers die hun smartphone gericht en met mate willen gebruiken in het buitenland, de “selfcare”-functionaliteit waarmee de klant een volledig overzicht krijgt van zijn mobiel telefoongebruik en zijn budget beter in de hand kan houden.

Het merk Orange Communications Luxembourg sa

Twee jaar na het lanceren van de rebranding van het merk Orange in Luxemburg, zijn de resultaten bijzonder positief op het vlak van betere bekendheid, wat zich in 2011 vertaalde in een groter marktaandeel.

Het mobiele datacommunicatienetwerk presteerde nog veel beter, wat mooie vooruitzichten biedt voor 2012.

De DISTRIBUTIE gebeurt meer dan ooit langs verschillende kanalen

In 2011 heeft Mobistar zijn multichannelstrategie versterkt. Naast de heringerichte Mobistar Centers en de “corners” in sommige grootwarenhuizen, wil Mobistar het internet steeds centraler plaatsen in het distributiesysteem. Op de professionele markt heeft Mobistar in 2011 zijn positie als convergerende speler voor ondernemingen versterkt.

PAUL BAECK, Chief Commercial Officer:

“Wij willen het internet centraal in ons distributiesysteem plaatsen.”

In 2011 was Mobistar de eerste Belgische operator die op 28 oktober de iPhone 4S introduceerde. Met het aanhoudende succes van de iPhone stond de verkoop van mobiele toestellen en diensten over het algemeen en heel het jaar lang centraal in de verschillende distributiekkanalen.

Over heel het jaar 2011 werden er 800.000 terminals verkocht.

De gedaanteverandering van de Mobistar Centers wordt voltooid

Eind 2011 telde de Mobistar Center-keten 165 verkooppunten, waarvan 49 in eigen beheer en 116 agenten. Het nieuwe binneninrichtingsprogramma voor de Mobistar Centers, dat in 2010 was aangevat, werd in 2011 voortgezet en zal in 2012 worden voltooid.

Die nieuwe binneninrichtingen moeten van de winkels echte dragers van de klantenervaring maken, door het bevorderen van een productsegmentering die beter beantwoordt aan de behoeften van de gebruikers en door hun de mogelijkheid te bieden om een reeks toestellen uit te testen. In 2012 zal Mobistar zich op het vlak van de verkooppunten blijven onderscheiden door het lanceren van het nieuwe “Care”-productengamma.

Om die herpositionering van de verkooppunten te begeleiden, werden er 70 nieuwe werkplekken gecreëerd, terwijl er voor 450 verkopers een opleidingsprogramma van 16 weken werd georganiseerd.

De onlineverkoop blijft groeien

De onlineverkoop van diensten blijft sterk toenemen. Meer dan 10 % van de commerciële prestaties wordt voortaan via het internet uitgevoerd. De site www.mobistar.be krijgt elke maand 3 miljoen bezoekers.

Mobistar zal het internet de volgende jaren centraal stellen in zijn distributiesysteem: de klanten zullen er een steeds rijker dienstenaanbod vinden.

De “corners” komen tot ontwikkeling

De herlaadbare Mobistar-kaarten worden verkocht in 6.000 zelfstandige verkooppunten. Mobistar is ook aanwezig via de “corners” die worden geplaatst bij sommige ketens zoals Media Markt, Makro en Saturn. De huidige 26 “corners” worden door Mobistar-adviseurs bemand die de klanten door heel het gamma kunnen loodsen.

Mobistar onderhoudt ook bevoorrechte betrekkingen met merken zoals The Phone House, Kréfel en Vanden Borre. Zowel op de residentiële als op de professionele markt werkt Mobistar nauw samen met Euphony en het netwerk van zelfstandige consultants daarvan.

Een speler die meetelt voor de ondernemingen

Op de professionele markt werd in 2011 de integratie van de MES-teams (ex-KPN Business Belgium) in de Mobistar-teams voltooid. De nieuwe verkoopsorganisatie op de professionele markt moet voornamelijk de betrekkingen met de klanten versterken en alle technische processen vergemakkelijken.

Mobistar heeft in juli 2011 de derde verlenging ondertekend van zijn contract voor het leveren van telecommunicatiediensten aan alle Vlaamse agentschappen en ministeries. Het contract heeft betrekking op de vaste en mobiele (13.000 simkaarten) telecommunicatiediensten en heeft een looptijd van 7 jaar. In 2011 werden er nog andere grote contracten gesloten. Die akkoorden versterken de positie van Mobistar als convergerende speler op de telecommunicatiemarkt voor ondernemingen en grote accounts.

De verkoop van producten voor het soho-segment (Small office – Home office) evolueert ook goed. Die gebeurt vooral door speciale teams, zoals de “Experts Points” in een vijftigtal Mobistar Centers.



De KLANTENDIENST heeft voorrang

De klantendienst van Mobistar is in 2011 structurele maatregelen blijven invoeren om zijn 4 miljoen klanten het leven te vergemakkelijken. Dat kreeg heel het jaar 2011 voorrang en was een diepgaand werk, dat tot positieve resultaten leidde.

Een specifiek plan: het “Happy Customer Program”

Begin 2011 werd er een specifiek plan ingevoerd, dat “Happy Customer Program” werd gedoopt en diende om de actie van Mobistar ten aanzien van het cliënteel te structureren.

Mobistar wil zijn klanten op de eerste plaats een kwalitatief hoogstaande dienstverlening bieden, zowel door hun problemen zo snel en zo doelmatig mogelijk op te lossen en daarbij rekening te houden met hun opmerkingen om de producten en diensten te verbeteren, als door hen de mogelijkheid te bieden om met Mobistar te contacteren wanneer ze dat wensen en via het door hen gekozen kanaal.

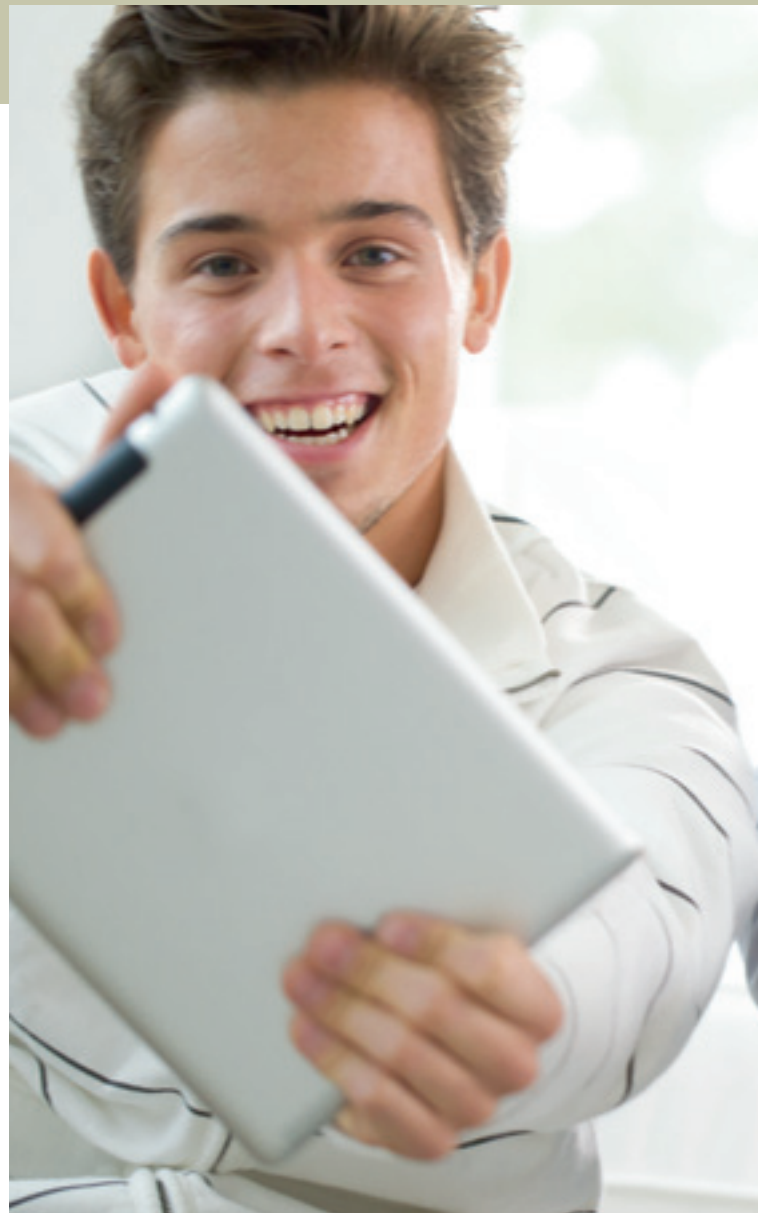
De aandacht die aan de klanten wordt besteed, leidde tot een versterking van de teams van de contactcenters (aanwerving van 73 interne medewerkers en versterking van de externe partnerschappen). Er werd veel studiewerk gedaan voor het identificeren van de terugkerende problemen en van de middelen om die snel en efficiënt te verhelpen. Er werd ook veel aandacht besteed aan de aard van de ontvangen klachten.

In 2011 registreerden de contactcenters van Mobistar 3.788.626 binnenkomende oproepen en 287.116 uitgaande, alsook 551.237 brieven, faxen of e mails.

De klantenervaring wordt gemeten

De ervaring van de klanten wordt concreet gemeten via de “Net Promoter Score”, die tegelijk een loyaliteitscore en een organisatorische discipline is. De score wordt verkregen door de klanten een heel eenvoudige vraag te stellen: “Hoe waarschijnlijk is het, dat u Mobistar zou aanbevelen aan een vriend of collega?”, op een schaal van 0 tot 10, waarbij “10” staat voor “zeer waarschijnlijk” en “0” voor “helemaal niet”.

Mobistar streeft naar een NPS van 30 %, waarmee het aan de kop zou komen te staan van de Europese telecommunicatie-industrie. Een klant zal een onderneming slechts aanbevelen, wanneer hij er al sedert lang heel tevreden over is. De NPS geeft een aanwijzing van de tevredenheid van de klant sedert hij klant is en vormt dus de som van de verschillende ervaringen die hij opdeed. In het kader van de toenemende impact van de sociale netwerken heeft de aanbeveling van een klant dikwijls meer waarde dan veel reclame of marketingactiviteiten.



De stem van de klanten is essentieel

Er werden verscheidene initiatieven genomen om meer rekening te houden met de “stem van de klanten”. Zo heeft Mobistar meer bepaald een “Webcare”-team opgericht, dat speciaal dient om met de klanten gesprekken te voeren op de sociale netwerken, en één enkel adres gecreëerd waarnaar de residentiële klanten hun e-mails kunnen sturen.

CRISTINA ZANCHI, Chief Customer Experience & Loyalty Officer:

“Een klant die ons opbelt, geeft ons de gelegenheid zijn probleem op te lossen. Dat is een kans die we moeten grijpen.”



Positieve resultaten

Het diepgaande werk dat in 2011 is verricht, leidde tot positieve resultaten. Enkele voorbeelden:

- Het niveau van de telefoondienst - het percentage van de oproepen die binnen 30 seconden werden beantwoord, steeg in alle teams.
- De achterstand bij de schriftelijke vragen verminderde van 43.000 tot 18.000.

- Het percentage niet beantwoorde oproepen verminderde van 41 % tot 6 %.
- De telefonische verkoopacties hebben voor 183 miljoen euro aan contracten opgeleverd.
- Het niveau van de 'first time resolutions' - het aantal gevallen dat bij het eerste contact werd opgelost - bedraagt nu 92 %.

Blijven vooruitlopen op de behoeften en de verwachtingen van de klanten

De verschillende acties die in 2011 werden gevoerd, lopen vooruit op het 'Customer Friendliness'-handvest dat Mobistar samen met andere grote Belgische bedrijven heeft ondertekend. De ondertekenaars van dat handvest, dat op 1 januari 2012 in voege trad, verbinden er zich onder meer toe 90 % van de oproepen te beantwoorden binnen 2 minuten, een bepaling die door Mobistar al wordt nagekomen, dat de ambitieuze doelstelling heeft 80 % van de oproepen te beantwoorden binnen 30 seconden.

Bij een langere wachttijd, biedt Mobistar de klant de gelegenheid een boodschap in te spreken en zorgt ervoor hem uiterlijk aan het einde van de volgende werkdag terug te bellen. De klanten kunnen alleszins reeds een boodschap inspreken na een wachttijd van 2 minuten.

Doorzichtige communicatie

Er worden ook inspanningen geleverd om te komen tot een doorzichtige communicatie van de contractuele informatie en van de manier waarop de klanten Mobistar kunnen contacteren, op alle documenten en facturen, alsook op het internet.

De vernieuwing van de klantendienst voor professionele klanten staat ook op de agenda. Daarbij zal gebruik worden gemaakt van de beste processen om te voldoen aan de wensen van die veeleisende markt. Op het programma voor 2012 staat tevens het implementeren van een nieuwe interactieve stemserver en het uitwerken van een nieuwe retentieaanpak om te voldoen aan de toekomstige nieuwe wet die de klanten de mogelijkheid biedt hun contract na 6 maanden zonder ontbindingskosten te beëindigen.

Al die in 2011 gevoerde acties dienen te worden beschouwd als een eerste stap naar uitmuntendheid ten aanzien van het cliënteel. Ze zullen worden opgevoerd en veralgemeend in de loop van het jaar 2012.

Meer eenvoud en flexibiliteit op de **RESIDENTIËLE MARKT**

Smartphones, tablets, laptops ...
Er komen altijd meer verbindingstoestellen op de markt. Mobistar wil daar zoveel mogelijk mensen van laten profiteren. Daarom biedt het toestellen tegen democratische prijzen aan, lanceert het innoverende tariefplannen en levert het functionaliteiten waarmee de klanten hun budget in de hand kunnen houden.



Prepaidsegment: een volledige vernieuwing van de Tempo-aanbieding

In 2001 werd de aanbieding van herlaadbare kaarten aanzienlijk vereenvoudigd. De visuele identiteit van Tempo werd opnieuw bekeken voor het product, dat voortaan bestaat uit een "Talk" en een "Text" versie, die beantwoorden aan verschillende gebruikersprofielen (meer telefoon of meer sms).

Het TempoMusic-product is TempoTribe geworden, waarmee men een onbeperkt aantal sms'jes kan versturen en ook surfen op Facebook, Netlog en Twitter. Om de Tempo-klanten te binden, werd er een uitgebreid animatieprogramma uitgevoerd op TempoPlay, dat bij elke herlaadingskans bood op geschenken en bonussen.

Anderzijds werkte Mobistar samen met verscheidene partners om aanbiedingen te doen die bij specifieke publieksegmenten pasten: Red Bull MOBILE werd gelanceerd op 4 april en was bestemd voor jongeren van 15 tot 29 jaar, terwijl VT4 Mobile, dat op de gezinnen mikt, beschikbaar is vanaf 1 juli. Dankzij die comarketingacties kan Mobistar zijn doelgroepen verruimen en zijn positie versterken in het zeer competitieve prepaidsegment.

Het abonnementenaandeel groeit

Over het algemeen stellen de operatoren voor mobiele telefonie jaar na jaar een lichte afkalking vast van het prepaidsegment, ten voordele van de abonnementen. De marketingstrategie van Mobistar, die bindingsacties voor

prepaid omvat, blijkt relevant om volop te profiteren van die evolutie. In de mobiele telefonie steeg het aandeel van de abonnees van 63,6 % eind 2010 tot 66,3 % eind 2011.

De Mobistar Circle-optie, die in 2010 werd geïntroduceerd en waarmee men haast onbeperkt gesprekken kan voeren en sms'jes versturen tussen de leden van eenzelfde kring (familie en vrienden), kende veel succes. Het MyUnlimited-tariefplan, dat in november werd gelanceerd voor 90 euro per maand, werd ook heel goed ontvangen.

In 2012 zal de commerciële aanpak worden aangepast aan de nieuwe wetgevende context, waarbij de klanten hun contract zullen kunnen verbreken na 6 maanden in plaats van na 24 maanden.

Mobistar democratiseert mobiel internet

Mobistar bleef verder streven naar een democratisering van de toegang tot de mobiele multimediadiensten. Mobiel internet bleef vooruitgaan in 2011: alle formules samengeteld, had mobiel internet 140.296 klanten eind 2011, wat een stijging van 25,5 % betekent op één jaar.

Met de lancering van de formule Internet Everywhere Multi, eind juni 2011, biedt Mobistar de gebruikers de mogelijkheid om met één enkel abonnement te surfen op eender welk toestel. Die innoverende formule tegen 15 euro per maand is uniek op de Belgische markt en geeft het antwoord op het toenemend aantal terminals: laptops, tablets, gsm's, smartphones ...



LAURENT DE HAUWERE, Director Device & Care Marketing :

“Wij waren de eersten die de gedeelde dataforfaits uitbrachten en daarmee zorgden voor een omwenteling in het telecomlandschap, zoals vroeger met de prepaidkaarten.”

In augustus 2011 lanceerde Mobistar ook een prepaid-formule voor BlackBerry tegen 7 euro. Het onderliggende idee bestaat erin het gebruik van die terminal binnen het bereik van zoveel mogelijk mensen te brengen en niet enkel van professionals. Vooral de chat-functie kent heel veel succes bij de jonge gebruikers in de verschillende Europese landen. Het zou jammer geweest zijn, mocht België die evolutie niet hebben kunnen volgen.

De doorbraak van de smartphones

2011 was het jaar waarin de smartphones doorbraken. Mobistar was de eerste speler die smartphones tegen minder dan 100 euro op de Belgische markt bracht. Mobistar wilde niet alleen de aankoop van dat toestel democratiseren, maar ook de gebruiker geruststellen door in december 2001 de “selfcare”-functionaliteit te lanceren. Die biedt de klant een volledig overzicht van zijn mobiel telefoongebruik en dus meer mogelijkheden om zijn budget in het oog te houden. Veel mensen zijn immers nog heel beducht voor de prijs van mobiel internet.

Als een echte pionier was Mobistar de eerste operator die, op 30 september, de iPad 2 in België introduceerde, alsook, op 28 oktober, de iPhone 4S. In 2011 werden er 800.000 toestellen verkocht, zonder dat we, in tegenstelling tot sommige andere operatoren, onze toevlucht moesten nemen tot koppelverkoop.

Gezinsconvergentie

2011 werd ook gekenmerkt door de lancering van de “quadruple play”, op 28 mei. Starpack 4 omvat voortaan mobiele telefonie, digitale televisie, onbepaald internet en vaste telefonie. De klanten sloten zich al vlug bij die nieuwe formule aan, wat Mobistar bevestigde in zijn strategie van convergerende speler.

De Starpack 4-formule is gemaakt op gezinsformaat, aangezien men er tot 4 simkaarten kan op gebruiken, met voor elk daarvan een korting van 20 % op de prijs van het abonnement.

Een rijker televisieaanbod

Het tv-aanbod van Mobistar TV werd in 2011 aangevuld met meer dan 250 te ontvangen televisie- en radiozenders en met de lancering, eind augustus, van een nieuwe “video on demand”-dienst. Er werden innoverende functionaliteiten aan toegevoegd, zoals gratis toegang tot Facebook en Twitter op de tv-schermen.

Er zijn twee handige toebehoren beschikbaar: de power plug, waarmee een aansluiting via het elektriciteitsnet mogelijk is (kabels zijn hierbij overbodig geworden), en de Cusat om de satellietantenne te verbergen, wat zeer op prijs wordt gesteld door wie bijvoorbeeld in een beschermde site woont.

De Mobistar TV-decoder verbruikt ook minder elektriciteit dan de concurrerende toestellen.

De PROFESSIONELE MARKT wordt steeds belangrijker voor Mobistar

In 2011 heeft Mobistar zijn positie op de professionele markt versterkt. Dat segment wordt op de eerste plaats beïnvloed door de opmars van de mobiele datatransmissie. Mobistar heeft ook een stevige basis gelegd om tegemoet te komen aan de behoeften van een markt in volle expansie, namelijk die van de Machine-to-Machine-oplossingen.

RUDY VERCAMMEN ,

Director Business Marketing:

“Mobistar was de eerste operator in België om de BlackBerry en later de iPhone en de iPad aan te bieden. We zullen een baanbreker blijven op het vlak van mobiliteit.”

Een versterkte positie

De migratie van de teams van Mobistar Enterprise Services (MES, ex-KPN Belgium Business) ging verder in 2011. Veel grote klanten, zoals SD Worx en BNP Paribas Fortis, hebben hun contract vernieuwd, wat Mobistar de kans gaf zijn positie op de professionele markt te versterken.

Het jaar 2011 heeft ook de verwachtingen van de markt voor convergente oplossingen bevestigd. Op die trend heeft Mobistar verder gewerkt aan de uitbouw van zijn businessstrategie, die altijd uitgaat van de telecommunicatiebehoeften van elk bedrijf. De taak van Mobistar is klanten te helpen bij het beheren van hun zaken en niet hun kost wat kost een of andere technologie te leveren. Die opvatting blijkt uit het devies “UW BEDRIJF & Mobistar”, waarin Mobistar zich op de tweede plaats stelt, na het “&” teken, en de klant op de eerste plaats komt.

In het soho-segment (Small office / Home office) heeft Mobistar met Mobile Pro een specifiek aanbod gedaan om klanten te helpen om meer voordeel uit de convergentie te halen door naar oplossingen op maat te migreren. De soho-dienstverlening is bovendien gestructureerd rond speciale teams, zoals de “Experts Points” die in een vijftigtal winkels werden ingevoerd. Dankzij een nieuwe dienst, “afspraak maken”, kunnen die professionele klanten in de winkel terecht op het uur dat hun het best schikt.

Een unieke reeks mobiele toepassingen

In 2011 werd ook de opmars van mobiele datatransmissie binnen de ondernemingen bevestigd. Mobistar heeft een unieke reeks toepassingen ontwikkeld rond toestellen zoals tablets, laptops, notebooks en smartphones. Twee elementen moeten worden benadrukt: BlackBerry-toestellen blijven zeer geëerd op de markt en ondervinden een grote stimulans dankzij de doorbraak van de iPhones en de iPads.





Mobistar is goed geplaatst om te groeien in die mobiele omgeving, die wordt gekenmerkt door een hoog convergentieniveau van de toestellen. Dankzij zijn investeringen beschikt Mobistar over een uitstekend datanetwerk en over knowhow, tariefplannen ... om de toestellen te integreren in een hoogwaardige gebruikersbeleving. Die positionering werd versterkt door de verwerving van de 4g-licentie in november 2011.

De Machine-to-Machine-markt barst uit haar voegen

In België herbergt Mobistar sinds mei 2009 het International M2M Center (IMC), een MaTMa-bevoegdheidscentrum van de FT/Orange Groep voor globale offertes. Het IMC heeft de MaTMa-markt veroverd dankzij de deskundigheid van zijn teams, in nauwe samenwerking met het MaTMa-team van de Enterprise Line of Business en met de verkoopteams van Mobistar, van de Orange Business Services en van de Groep. In 2011 heeft het IMC het aantal simkaarten dat wordt geactiveerd om een basis te bereiken, 417.000 kaarten (tegen 250.000 kaarten begin 2011) en het aantal gesigneerde kaarten meer dan vertienvoudigd tot meer dan 1,5 miljoen.

Absolute marktleider in België

Met een marktaandeel van meer dan 70 % is Mobistar de onbetwiste leider op de Belgische M2M-markt; daarbij heeft het kunnen voortbouwen op bestaande partnerschappen, zoals met Atos Worldline (elektronische betalingen) en Transics (een internationale specialist in het beheer van vrachtwagenparken). Met die partner heeft Mobistar een toepassing ondersteund voor vrachtwagens, die tot dan een niet bediend marktsegment vormden. Mobistar heeft nog andere grote contracten gesloten, zoals met Coca-Cola voor het uitrusten van drankautomaten.

Op internationaal vlak heeft Mobistar veelbelovende contracten gesloten in verscheidene Europese en Noord-Amerikaanse landen, waaronder een contract van 600.000 kaarten in Zwitserland en een ander met SITA, de wereldmarktleider in telecommunicatie en IT oplossingen voor de luchtvaartindustrie.

Internationale zichtbaarheid en erkenning

In 2011 heeft Mobistar actief deelgenomen aan een dertigtal colloquia, forums en workshops met speciale aandacht voor de autosector. Met een belangrijke autoconstructeur werd er een contract gesloten voor een pilootproject in Europa en in de Verenigde Staten. Mobistar werd ook als partner betrokken bij een proefproject voor het laden door inductie van de batterijen van elektrische auto's in België.

Anticipatie

In 2011 heeft Mobistar een stevige basis gelegd om tegemoet te kunnen komen aan de toekomstige behoeften van een in volle expansie verkerende markt: het verbeteren van de processen en het uitbouwen van de nodige infrastructuur om een groot aantal M2M-simkaarten gelijktijdig en snel te activeren, het uitbreiden van het personeelsbestand, het sluiten van partnerschappen met nieuwe verkoopkanalen enz.

Een steeds krachtiger NETWERK

PASCAL KOSTER,

Chief Technology Officer:

“Door onze technische keuzes kunnen we gemakkelijk evolueren naar de 4g. We zijn klaar om onze klanten het beste netwerk te bieden voor innoverende diensten.”

In 2011 vatte Mobistar de volledige vernieuwing van zijn mobiel netwerk aan. De nieuwe uitrustingen bieden een beter bereik en verbruiken minder energie. Dankzij het verwerven van de 4g-licentie, in november, kan Mobistar nu inspelen op de snelle groei van het mobiele internet. De modernisering van de it-infrastructuur werd voortgezet en de kernsites zijn nu heergroeped en gemoderniseerd.

Een volledig gemoderniseerd netwerk

In 2011 begon Mobistar met het vernieuwen van zijn mobiel netwerk van de 2^e generatie (het 2g-netwerk). Aangezien die update aan het begin van het jaar met succes was aangevat op het Luxemburgse netwerk, werd er besloten hem vanaf de maand september uit te breiden tot heel het Belgische netwerk. In 2011 werden er door Mobistar in totaal 497 antennes vervangen; de rest zal volgen in 2012 en tijdens het eerste kwartaal van 2013.

Het nieuwe materieel is energiezuiniger en biedt een beter bereik. Het is bovendien toekomstgericht, aangezien het gemakkelijk kan worden aangepast voor 3g en 4g. Mobistar heeft zich in 2011 trouwens ingespannen om zijn 3g-netwerk gevoelig uit te breiden. Aan het einde van het jaar bedroeg het bereik van 3g/hsdpa 97 % van de bevolking.

Eind 2011 telde het mobiele telecommunicatienetwerk van Mobistar 5.483 sites (antennes), waarvan er 730 gedeeld worden met andere operatoren. Die sites komen overeen met 16.449 cellen.

Het verwerven van een 4g-licentie

Mobistar verwierf in november 2011 een 4g-licentie. Die vergunning geldt voor 15 jaar vanaf 1 juli 2012. De 4g, die ook LTE (Long Term Evolution) wordt genoemd, biedt de gebruikers veel hogere transmissiesnelheden en een kortere reactietijd, waardoor de klantenervaring aanzienlijk wordt verbeterd. Met een draagbaar toestel (netbook, laptop, smartphone, tablet ...) zal men kunnen profiteren van een internetaansluiting met zeer hoog debiet, zoals op een vaste lijn.

Tijdens de LTE-proeven die Mobistar in 2011 zowel in België als in Luxemburg uitvoerde, werden er downloadsnelheden bereikt die meer dan 10 maal hoger lagen dan deze van het huidige mobiele netwerk met hoog debiet. Dankzij het openstellen van het LTE-netwerk op de frequentiebanden 1800 MHz en 2,6 GHz, zal Mobistar vanaf 2012 de klantenervaring kunnen opvoeren tot nooit geziene hoogten.

Dankzij die evolutie zal Mobistar het hoofd kunnen bieden aan de verwachte toename van het gebruik van de mobiele diensten door zijn klanten.



Degelijke partners

Het partnerschap met Ericsson voor het beheer van het netwerk werd in 2011 vernieuwd. In dat kader werden de inspanningen om de stabiliteit van het netwerk te optimaliseren en om de in geval van nood vereiste reactietijd te verkorten, met succes voortgezet.

In 2011 heeft Mobistar ook zijn instrumenten voor het meten en controleren van het netwerk vernieuwd. Die nieuwe installaties maken alle klantparameters beter zichtbaar. Door de problemen op individuele basis te visualiseren, kan Mobistar snel en op relevante wijze ingrijpen.

Dit jaar zijn Mobistar en KPN Group Belgium ook nauwer gaan samenwerken voor het verwerven en bouwen van nieuwe sites voor hun respectievelijke mobiele telecommunicatienetwerken.

Veel vooruitgang inzake mobiele communicatie met hoog debiet

Mobistar is in 2011 blijven investeren om optimaal tegevoet te komen aan de evolutie van de behoeften van zijn klanten, die meer en meer van het mobiele netwerk gebruik maken om data door te sturen en om films en video's te bekijken.

Het is in dat kader dat het programma "Need4Speed" werd gelanceerd, om meer hoog debiet te geven aan de klanten, namelijk met downloadsnelheden van ongeveer 100 megabits per seconde (Mbps), die de volgende jaren kunnen worden opgedreven tot 200 Mbps. In 2012 zou 90 % van de 3g/4g-sites moeten uitgerust zijn met "Need4Speed", wat overeenkomt met een totaal van 800 stadssites.



Een netwerkkern die klaar is voor de toekomst

Om zijn klanten beter te bedienen, heeft Mobistar in 2011 verder gewerkt aan de homogenisering en de modernisering van zijn netwerken.

Het nieuwe VoIP/IMS-platform van Huawei werd in 2011 getest en geïnstalleerd. In 2012 zal het geleidelijk in bedrijf worden genomen. Dankzij dat platform van een nieuwe generatie zullen er nieuwe innoverende diensten kunnen worden ontwikkeld, meer bepaald op Machine-to-Machine-gebied, maar ook voor het beheren van het LTE-netwerk. Heel de LTE-netwerkkern is nu operationeel. Het testen en installeren van nieuw functionaliteiten voor klantenbeheer zal in 2012 worden voortgezet, met het oog op de commerciële lancering in 2013.

Gemoderniseerde kernsites

Na verscheidene technische fasen die in 2010 werden uitgevoerd, heeft Mobistar zijn hergroeperingsstrategie van zijn kernsites afgerond in 2011. De sites van Bordet (Evere), Luik en Luxconnect zijn nu gemoderniseerd en beveiligd, en de migratie van de telecom en it-uitrustingen is voltooid.

De modernisering van de secundaire kernsites - met inbegrip van de sites die werden overgenomen door Mobistar Enterprise Services - werd voortgezet in 2011 en zal voltooid zijn in 2012.

Een innoverende manier voor het beheren van voicemail

Begin 2011 kregen de Luxemburgse klanten toegang tot een functie die een omwenteling betekent in de manier waarop ze hun voicemail raadplegen. Dankzij het installeren van het dienstverleningsplatform Visual Voice Mail, kunnen die klanten voortaan de lijst van al hun voicemails zien en die beheren zoals hun e-mails.

Na het succes dat in Luxemburg was geogst, heeft Mobistar die nieuwe dienstverlening eind oktober aangeboden aan zijn Belgische klanten en wel volgens een geleidelijke migratie van 100.000 klanten per dag gedurende 40 dagen, en zonder het netwerk te verstoren. Mobistar is de eerste mobiele operator die deze innovatie in België lanceert.

Een vernieuwd transmissienetwerk

In 2011 heeft Mobistar doorgewerkt aan de vernieuwing van zijn transmissienetwerk, zowel op nationaal niveau in België en Luxemburg, als op regionaal niveau.

Het straalverbindingen-netwerk van de nieuwe generatie is nog groter geworden. Om de mobiele dienstverlening met hoog debiet gevoelig te kunnen verbeteren, werd dat netwerk tegelijk "geüpgraded" tot een ip-netwerk.

Mobistar is ook begonnen met zijn eigen sites massaal met elkaar te verbinden met glasvezel. Eind 2011 waren er al 150 sites op die manier aangesloten. In 2012 zullen er nog 400 andere sites worden aangesloten, om in 2013 tot 800 aangesloten sites te komen.

Oxygen 2011: facturering van een nieuwe generatie

De modernisering van de it-infrastructuur (Oxygen 2011 project) werd in 2011 voortgezet met de installatie van de Comverse oplossing in Luxemburg, begin 2011. Die gecentraliseerde databank maakt een facturering van een "nieuwe generatie" mogelijk voor mobiele en vaste klanten, zowel met abonnement als met prepaidkaart.

PERSONEELSBELEID: de “beste ICT-werkgever” worden

Het jaar 2011 werd gekenmerkt door een dynamisch rekruteringsbeleid. Tegen 2015 willen we van Mobistar de “beste ICT-werkgever” maken. De acties die we heel het jaar lang voerden, passen in dat kader.

Een dynamisch rekruteringsbeleid

Per 31 december 2011 stelde Mobistar 1.794 personen te werk. Het jaar 2011 werd gekenmerkt door een dynamisch rekruteringsbeleid. Het personeelsbestand van Mobistar werd met 140 nieuwe werknemers uitgebreid, hoofdzakelijk om de dienstverlening aan de residentiële klanten te versterken en om nieuwe verkooppunten te kunnen openen. Ook in 2012 zullen we voorrang blijven geven aan de dienstverlening aan de klanten.

Als werkgever wil Mobistar talent aantrekken en binden. Tegen 2015 willen we van Mobistar de “beste ICT-werkgever” maken.

De actieplannen bestrijken uiteenlopende terreinen:

- werkomgeving,
- ontwikkeling van de bekwaamheden,
- maatschappelijke verantwoordelijkheid van de onderneming,
- communicatie ten aanzien van de arbeidsmarkt,
- erkenning van het talent binnen de onderneming.

Op al die krachtlijnen werden er in 2011 grote vorderingen gemaakt.

Optimalisering van de nieuwe werkomgeving

Geleidelijk hebben de Mobistar-teams zich gewend aan hun nieuwe werkomgeving in het Sirius-gebouw dat zij in 2010 hebben betrokken. Het “flex desk”-principe van gedeelde bureaus geldt voor 85 % van de teammembers buiten de callcenters. Om dat model te optimaliseren, werden er in 2011 proefopstellingen uitgevoerd, met de inrichting van verscheidene testzones op een verdieping van het Sirius-gebouw (vergaderingen, telefoongesprekken, rustige zone, bibliotheekhoek ...). Op basis van de ervaringen van de personeelsleden zullen die inrichtingen in 2012 ruim worden uitgebreid. De medewerkers zullen daarbij veel inspraak krijgen.

Thuiswerk is een belangrijke nieuwe werkwijze. Sinds 2008 voert Mobistar daarvoor actieve promotie bij zijn medewerkers. Eind 2011, maakten ongeveer 920 medewerkers (op een in aanmerking komend personeelsbestand van 1100 werknemers die niet rechtstreeks in contact met de klanten komen) op contractuele of occasionele wijze gebruik van thuiswerk. Op 8 december 2011 heeft Mobistar deelgenomen aan de Nationale Thuiswerkdag. Er werd een interne promotiecampagne gevoerd om de teammembers tot deelname aan te sporen.

Ontwikkeling van nieuwe bekwaamheden

Bij de implementatie van nieuwe infrastructures, meer bepaald de verandering van het it-platform (Oxygen-project van 2011) bleek dat de teammembers van Mobistar zich nieuwe technische en organisatorische bekwaamheden moesten eigen maken. Om aan die nieuwe uitdagingen het hoofd te bieden, heeft het humanresourcesmanagement bekwaamheidscentra opgericht en een volledig opleidingsplan uitgewerkt.

Het totale aantal opleidingsuren steeg met 40 % ten aanzien van 2010. Er wordt gestreefd naar twee opleidingsdagen per jaar en per persoon, wat reeds door 75 % van de werknemers werd bereikt in 2011. Vanaf 2012 zal er een verplicht opleidingsplan worden opgelegd aan het management, om de nieuwe uitrustingen zo snel en zo doelmatig mogelijk te optimaliseren.

Versterking van het beleid inzake maatschappelijke verantwoordelijkheid

In 2011 heeft Mobistar zijn beleid inzake maatschappelijke verantwoordelijkheid (mvo) verder gestructureerd. De daartoe bestemde strategie steunt op vier pijlers: de werknemers, de klanten, de maatschappij en het milieu. De voor elk van die pijlers gevoerde acties zijn multidisciplinair en worden geëvalueerd aan de hand van prestatie-indicatoren. Voor wat de human resources betreft, werd de nadruk



PAUL-MARIE DESSART, Secretary General :

“Ons beleid inzake maatschappelijke verantwoordelijkheid is multidisciplinair. Wij willen dat onze teammembers zelf de drijvende krachten zijn achter de acties die wij voeren.”

gelegd op de genderdiversiteit, waarbij Mobistar ernaar streeft om tussen dit en 2015 een verhouding van 65/35 % mannen/vrouwen te bereiken op alle hiërarchische echelons van de onderneming.

Het hr-team nam ook deel aan de organisatie van de ICE Challenge tijdens het jaar 2011. Dat initiatief gaf de werknemers de kans om projecten in verband met de mvo te lanceren op het vlak van mobiliteit, van een gezondere levenswijze of van het milieu. De bedoeling was om zoveel mogelijk collega's bij elk van die projecten te betrekken, wat de samenhang van de teams heeft versterkt en tegelijk de hiërarchische echelons heeft vermengd. De Challenge stelde elk teamlid in staat een nieuwe kijk te verwerven op de structuur en de organisatie van de onderneming. Sommige projecten die in dat kader werden uitgewerkt, meer bepaald het vrijwilligerswerk (teammembers die dat wensen, vrijwilligerswerk laten doen tijdens hun werkuren), zullen worden voortgezet in 2012.

Nieuw talent aantrekken

De communicatie ten aanzien van de arbeidsmarkt werd in het jaar 2011 opgevoerd. Mobistar heeft zijn positionering uitgedrukt in een “Employer Value Proposition”, die een samenvatting geeft van wat de onderneming te bieden heeft aan nieuwkomers en van wat ze van hen in ruil daarvoor verwacht. De waarden van Mobistar worden daarin duidelijk, levendig en dynamisch meegedeeld. Dankzij dat werk zal Mobistar zich in 2012 beter kunnen aandienen op de arbeidsmarkt.

Mobistar heeft ook deelgenomen aan verschillende interne initiatieven (zoals de “stress”-enquête in maart 2001), maar ook aan externe, zoals de Gender European Equality Award die werd gewonnen, en aan de enquête over de merkkwaliteit van de grootste Belgische ondernemingen, die door Randstad werd georganiseerd en waar Mobistar als 5^e in het bekendheidsklassement eindigde. Door aan die projecten deel te nemen, konden de sterke en de zwakke punten van de onderneming aan het licht worden gebracht en konden de uit te voeren verbeteringen worden geobjectiveerd.

Erkenning van het talent binnen de onderneming

In 2011 werd er een intern erkenningsprogramma opgezet. Het bevat zowel financiële als niet-financiële aspecten. Elke maand wordt er aan de werknemers ook gevraagd om collega's te nomineren voor hun goede samenwerking. Voor het verwelkomen van nieuwe werknemers blijft er veel aandacht bestaan in de onderneming.

Een nieuwe Chief Executive Officer

De algemene directie van Orange Communications Luxembourg sa, die sinds 15 november 2010 werd verzeerd door Patrick Ittah, heeft in 2011 geen grote veranderingen ondergaan.

In juli werd het Executive Committee van Mobistar jammer genoeg getroffen door het onverwachte overlijden van Hendrik Fostier, de Chief Business Transformation Officer.

Op 27 juli 2011 werd Benoit Scheen, die al vier jaar de functie van Chief Executive Officer bekleedde voor Mobistar, aangesteld tot Executive Officer Europe van France Télécom-Orange. Hij is de eerste Belg die van het Executive Committee van de Franse groep deel uitmaakt. De keuze werd ingegeven door de grote ervaring die Benoit Scheen heeft in de it- en de telecommunicatiesector, door zijn geslaagd beheer en door zijn inzet en motivatie.

Chief Financial Officer Werner De Laet heeft hem tijdelijk vervangen tussen 1 september en 1 december 2011, datum waarop Jean Marc Harion als nieuwe CEO in functie trad. De Raad van Bestuur heeft zich laten overtuigen door de visionaire kant van Jean Marc Harion, die veel ervaring heeft binnen de France Télécom-Orange-groep, zowel met het ontwikkelen van multimediale diensten, als met het lanceren van technologische innovaties en met het verbeteren van de distributiekanaalen.



De MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID bij Mobistar

Verleden jaar besloten we u geregeld te informeren over onze vorderingen inzake maatschappelijke verantwoordelijkheid. We hebben toen beloofd elk jaar een mvo-verslag te publiceren. Dit is al het tweede nummer van de reeks.

Bij Mobistar is mvo niet voorbehouden aan enkele verantwoordelijken. We willen er onze medewerkers zoveel mogelijk bij betrekken. Het is via hen dat mvo kan leven en zich ontwikkelen. Daarom hebben we in 2011 veel inspanningen geleverd op het vlak van de interne communicatie. Maar de engagementen en de acties van Mobistar hebben ook betrekking op onze klanten, op de maatschappij en op het milieu. Die 4 pijlers – werknemers, klanten, maatschappij en milieu – vormen de basis van onze mvo-strategie. Onze verwezenlijkingen in elk van die 4 pijlers worden in dit verslag voorgesteld.

De pioniersgeest die Mobistar altijd gekenmerkt heeft, ligt ook aan de basis van onze mvo inzet. Zo willen we bijvoorbeeld onze CO₂-uitstoot met 50 % verminderen tegen 2020. Die ambitieuze doelstelling zullen we niet in één dag halen. Maar ze maakt het mogelijk onze inspanningen te structureren, zoals voor al onze andere doelstellingen die op de volgende bladzijden worden uitgelegd. Veel leesgenot!

*We willen er al onze medewerkers
zoveel mogelijk bij betrekken*

De samenvattende tabel op de volgende pagina heeft u een overzicht van de mvo-structuur bij Mobistar. Daar we dit in het kort wensten weer te geven, hebben we bepaalde keuzes moeten maken. De markantste feiten vindt u terug onder "Resultaten voor 2011". Een volledig overzicht van de verwezenlijkingen vindt u in de volgende pagina's.

PIJLER

ENGAGEMENT

WERKNEMERS

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

WERKOMGEVING

Een werkomgeving tot stand brengen die de inspiratie 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 strijden tegen stress

THUISWERK

Flexibiliteit en mobiliteit mogelijk maken voor de werknemers (organisatie van de werktijd + vermindering van de CO₂-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

SOLIDARITEITS-ACTIES

Voor degenen die er nood aan hebben, infrastructuur en materieel ter beschikking stellen, meer bepaald computermaterieel

ETHIEK

Een ethische en verantwoordelijke werking garanderen van onze aankoopprocedures en onze betrekkingen met de leveranciers

MILIEU

Onze impact op het milieu verminderen

CO₂-BALANS

Onze CO₂-uitstoot verminderen

ENERGIE

Het gas- en elektriciteitsverbruik beperken en gebruik maken van groene en hernieuwbare energie

MOBILITEIT

De impact op het milieu verminderen van het woon-werkverkeer van de werknemers

AFVAL

Onze impact op het milieu verminderen door aan te sporen tot hergebruik en vervolgens tot recyclage 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 beheer van machines te bevorderen (hierdoor kunnen verplaatsingen en vervoer worden bespaard)

DOELSTELLING	VERWEZENLIJINGEN 2011
Tegen 2015 worden erkend als de beste ICT-werkgever van België	Proeffase voor het optimaliseren van de "flex desk" met het oog op een veralgemening in 2012
Tegen 2015 volgt 100 % van de werknemers 2 dagen opleiding per jaar	75 % van de werknemers heeft 2 dagen opleiding gevolgd
Tegen 2015 worden erkend als de beste ICT-werkgever van België	331 werknemers werden gevaccineerd tegen de griep, 283 geneeskundige onderzoeken, 832 deelnemers aan ontspanningsactiviteiten, 148 kinderen van personeelsleden bij Mobikids tijdens de vakantie
Tegen 2015: 100 % van de werknemers (die niet in contact komen met de klanten)	920 werknemers op 1100 komen in aanmerking voor thuiswerk
Tegen 2015: verhouding van 35 % vrouwen en 65 % mannen op alle hiërarchische echelons	Verkrijgen van het Label "Gender European Equality Standard"
Elk jaar 3 concrete punten kiezen, waaraan wordt gewerkt	Ondertekening van het "E-safety"-handvest
De geheimhouding van de klanten, leveranciers en werknemersgegevens verzekeren	Uitvoeren van een audit van de "Gegevensbescherming"
De klanten de mogelijkheid bieden om contact op te nemen met Mobistar wanneer en hoe ze dat willen	Signature de la charte "Customer Friendliness"
100 % van de door autisme getroffen Belgische families bereiken	Organiseren van een congres "Autisme, praat erover!" op 1 oktober, met meer dan 600 deelnemers
Aan verenigingen 50 dagen vrijwilligerswerk schenken in 2012	Partnership met Human Business: computerplatform voor het centraliseren van vraag en aanbod inzake vrijwilligerswerk
100 % van het afgedankte computermaterieel bezorgen aan de vereniging "Close the Gap"	300 afgedankte werkstations bezorgd aan de vereniging Close the Gap
100 % van de werknemers bewustmaken en opleiden voor dat thema	Installeren van 2 opleidings en e learningmodules die in 2012 door alle werknemers dienen te worden gevolgd
Onze CO ₂ -afdruk met 50 % verminderen tegen 2020	Uitvoeren van een koolstofaudit door CO2logic
Ons energieverbruik met 15 % verminderen tegen 2020	Dankzij de gevoerde acties werd er 587.000 euro bespaard in 2011
De in 2015 bestelde voertuigen stoten maximum 115g CO ₂ /km uit 370 gebruikers van het openbaar vervoer tellen tegen eind 2012	De nieuwe voertuigen stoten maximum 121g CO ₂ /km uit 344 werknemers gebruiken het openbaar vervoer
Verkrijgen van het label van "Ecodynamische Onderneming"	Invoeren van het selectief ophalen van PMD in alle kantoren
Een werkomgeving zonder papier organiseren	Het papierverbruik in de kantoren daalt met 4,5 % De elektronische facturering stijgt met 13 %
30 % van de in de Mobistar Centers verkochte mobiele telefoons recycleren tegen 2015	55.000 ingezameld; 97 % daarvan kregen een nieuw leven
1 miljoen kaarten geïnstalleerd in 2012	Meer dan 600.000 SIM-kaarten geïnstalleerd



MVO BIJ MOBISTAR: niet opgelegd, maar aangemoedigd

Sturing en indicatoren: een duidelijk kader voor mvo

De mvo-strategie van Mobistar wordt actief ondersteund door zijn CEO en zijn Executive Committee en heeft ook twee actieve 'sponsors': de Chief Strategy Officer en de Algemeen Secretaris. Een team van een twintigtal personen, dat onder verantwoordelijkheid van een Business Transformation Director en een CSR Senior Expert staat, zorgt voor het beheer van de maatschappelijke en milieu-projecten en vormt het mvo-comité. De verantwoordelijken en de sponsors komen elke maand bijeen. In 2011 heeft het mvo-comité drie keer vergaderd. De evolutie van het mvo-beleid wordt elk kwartaal aan het Executive Committee voorgelegd.

De mvo-strategie van Mobistar steunt op vier pijlers: de werknemers, de klanten, de maatschappij en het milieu. De acties die voor elk van die punten worden ontwikkeld, zijn multidisciplinair en worden aan de hand van prestatie indicatoren geëvalueerd. Die kernindicatoren voeden een door de France Télécom-groep ontworpen en gehoste databank. Deze computeroplossing maakt het verzamelen van gegevens, het rapporteren en het sturen van het mvo-beleid mogelijk.

De essentiële rol van de interne communicatie

Mvo is niet beperkt tot enkele verantwoordelijken. We willen er onze 1.790 personeelsleden zoveel mogelijk bij betrekken. Om hen daartoe aan te sporen en opdat mvo van binnenuit zou worden beleefd, werd in 2011 de nadruk gelegd op interne communicatie.



AN VAN RIE :

“Een speciaal woordje voor mijn 'ICE Challenger'-collega's: jullie waren daar samen met mij ... Ginder heb ik begrepen wat het betekent warm eten te hebben en te kunnen schuilen voor kou en wind. Toen ik de schoonheid en de kracht van onze planeet zag, was ik er meer dan ooit van overtuigd dat we ze moeten beschermen.”

Dit jaar werd meer bepaald gekenmerkt door een grote bewustmakingsactie omtrent de ICE challenge. Die interne challenge gaf de werknemers de gelegenheid projecten in verband met mvo te lanceren, zowel op het gebied van de mobiliteit als op dat van een gezondere levenswijze of van het milieu. Het was de bedoeling zoveel mogelijk collega's te mobiliseren voor elk van de projecten, wat de samenhang van de teams heeft versterkt, alsook van de afdelingen onder elkaar. Van de 35 ingediende projecten werden er 11 gekozen door de jury van de ICE challenge en werden er 9 tot een goed einde gebracht. Heel het jaar lang heeft die dynamiek veel aandacht gekregen in de communicatiemedia, zodat mvo echt is begonnen “leven”.

Sommige projecten die in het kader van de Challenge werden ontwikkeld, meer bepaald Move Green (1), de Mobicents en de recyclage, zullen in 2012 worden voortgezet.

Hoe mvo bij Mobistar “leeft”

Het is het door An Van Rie verdedigde “Move Green”-project, dat als winnaar werd uitgeroepen door de jury van de ICE Challenge. An wilde de werknemers van Mobistar ertoe brengen meer met de fiets naar het werk te komen. Als laureate heeft An begin november Dixie Dansercoer en Sam Deltour mogen vergezellen naar de Russische basis op Antarctica, voor het vertrek van hun Antarctic ICE-expeditie, waarvan Mobistar de strategische partner is. Die volledig CO₂ vrije expeditie vestigde een afstandswereldrecord, doordat er op 80 dagen meer dan 5.000 kilometer over de Zuidpool werd afgelegd met behulp van een vlieger en door uitsluitend gebruik te maken van windkracht.

De interne communicatieverrichtingen over mvo werden in 2011 versterkt :

- **Verwezenlijking van een “mvo-muur”** op een strategische plaats in het hoofdkantoor, om te herinneren aan de desbetreffende engagementen en doelstellingen van Mobistar.
- **Geregelde publicatie van onlineartikelen op Insight**, het intranet van Mobistar. In 2011, gingen 78 “news” over een mvo onderwerp, waarvan er 47 in verband stonden met de ICE Challenge.
- **Communicatiecampagnes** voor het ondersteunen van acties in verband met de Mobiliteitsweek, de Week van de Afvalvermindering en de Nationale Thuiswerkdag.
- **Verwezenlijking van een permanente “mvo-minisite”** op het intranet, om de ambitie van Mobistar op dat gebied uit te leggen aan de werknemers.
- **Aanwezigheid in het elektronische magazine** voor interne communicatie, e-together, dat in elk nummer verscheidene bijdragen wijdt aan mvo-onderwerpen. In 2011 verschenen er 3 nummers van e-together.
- **mvo-presentatie bij de verwelcoming van nieuwe personeelsleden**. In 2011 waren er 5 informatiesessies.
- **Voorstellen van mvo-projecten tijdens 2 “Lunch & Learn”-bijeenkomsten**, waar collega's met collega's praten.
- **Drie van de 4 gezellige “Happy to gather”-bijeenkomsten van 2011** waren gewijd aan de ICE Challenge.

Uitwisseling van goede praktijken

Mobistar is sedert 2007 lid van Business & Society, een netwerk dat ondernemingen verenigt rond maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Business & Society biedt zijn leden een platform voor het ontwikkelen van kennis en goede praktijken, waar ze van elkaar leren en ook uitleg vinden over hoe ze mvo meer en meer in hun activiteiten kunnen integreren.

Door sommige workshops te leiden en door in het directiecomité te zetelen, heeft Mobistar het netwerk in 2011 geholpen bij het ontwikkelen van zijn expertise.

(1) Move Green wil de werknemers van Mobistar aanzetten om met de fiets naar het werk te komen. In Mobicents worden er muntstukjes ingezameld ter ondersteuning van operatie Thermos, die in de winter maaltijden verstrekt aan daklozen. Recyclage werd ingevoerd in heel het Sirius-gebouw en ondersteund door een grote sensibiliseringscampagne.



De WERKNEMERS

DE WERKOMGEVING

Geleidelijk hebben de Mobistar-teams zich gewend aan hun nieuwe werkomgeving in het Sirius-gebouw dat zij in 2010 hebben betrokken. Het “flex desk”-principe – gedeel- de bureaus – geldt voor 85 % van de werknemers buiten de callcenters.

Verwezenlijkingen over 2011

Om het “flex desk”-model te optimaliseren, werden er in 2011 op een verdieping van het Sirius-gebouw proefinrich- tingen uitgevoerd met de installatie van verscheidene test- zones (vergadering, telefoongesprek, stille zone, biblio- theekhoek ...). Bij die proeffase zijn ongeveer 300 medewerkers betrokken. Ze steunt op een raadplegings- proces waarbij twee groepen van 15 personen nauw be- trokken zijn.

Plannen voor 2012

Afhankelijk van de ervaringen van de medewerkers zal de inrichting in 2012 ruim worden uitgebreid. De medewer- kers zullen daarbij veel inspraak krijgen.

BEROEPSOPLEIDING EN ONTWIKKELING

Opleiding is een belangrijk instrument om medewerkers te motiveren en te betrekken. Ook de mogelijkheden inzake interne beroepsmobiliteit hebben een onontbeerlijke aantrekkingskracht, waaraan Mobistar de volgende jaren wil werken.

Verwezenlijkingen over 2011

- Het totaal aantal opleidingsuren nam met 40 % toe in vergelijking met 2010. De inhoud van de opleidingen is van technische (75 %) of generische (25 %) aard.
- Om als werkgever de sterke en de zwakke punten objec- tief te kunnen meten, heeft Mobistar in 2011 deelgeno- men aan verscheidene initiatieven, zowel interne (de “stress”-enquête die in maart 2011 werd gehouden), als externe, zoals de Gender European Equality Award (audit in februari 2011, zie pagina 37), die werd behaald, en aan de enquête over de naambekendheid van de grootste

Belgische ondernemingen, die werd uitgevoerd door Randstad (in de zomer van 2011), waar Mobistar als 5e in het bekendheidsklassement eindigde.

Plannen voor 2012

Er wordt gestreefd naar twee opleidingsdagen per jaar en per persoon, wat in 2011 reeds door 75 % van de werkne- mers werd bereikt. De door Mobistar geleverde inspannin- gen op het vlak van opleiding, professionele ontwikkeling, mogelijkheid voor glijdende uurroosters, thuiswerk, even- wicht tussen werk en privéleven enz., passen over het algemeen bij zijn ambitie om zich tegen 2015 te profileren als de “Beste ICT-werkgever” (zie pagina 26).

GEZONDHEID EN WELZIJN OP HET WERK

Mobistar meent dat het tot zijn verantwoordelijkheid be- hoort verscheidene diensten en inlichtingen inzake ge- zondheid aan te bieden. Ervoor zorgen dat het evenwicht tussen werk en privéleven bewaard blijft, is ook een van de belangrijke engagementen van Mobistar.

Verwezenlijkingen over 2011

- Op het vlak van gezondheid worden er verscheidene diensten en inlichtingen aangeboden. Zo werden er in 2011, 331 medewerkers tegen de griep gevaccineerd, konden er 283 genieten van een medisch onderzoek en hebben er 34 deelgenomen aan een informatiebijeen- komst over de bestrijding van het tabaksgebruik.
- Het bedrijfsrestaurant van het Sirius-gebouw, dat wordt uitgebaat door Sodexo (1000 maaltijden per dag), ont- ving in mei 2011 het “Smiley”-label van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV). Dat label wordt voor een periode van 3 jaar toe- gekend aan keukens die een geloofwaardig systeem hebben ingevoerd voor hygiëne, voedselveiligheid en traceerbaarheid. We wijzen er ook op dat Mobistar se- dert de maand mei 2011 deelneemt aan “Donderdag Veggiedag”, een initiatief van het EVA (Ethical Vegetarian Alternative).
- Mobistar stelt een aantal diensten ter beschikking van zijn medewerkers: droogkuis, strijken, bank-, verzeke- rings- en ziekenfondsdiensten, bloemen- en broodver- koop, meeneemmaaltdagen...

- Tijdens de schoolvakanties worden er gedurende 6 weken activiteiten voor de kinderen van de personeelsleden georganiseerd. In 2011 hebben 148 kinderen uit 101 gezinnen gebruik gemaakt van deze dienst, die Mobikids werd gedoopt. Gemiddeld 65 kinderen hebben per dag deelgenomen aan ludieke en creatieve activiteiten die door professionele monitoren werden georganiseerd.
- Om stress beter te kunnen beheersen, worden er verscheidene ontspanningsactiviteiten aangeboden (tai chi chuan, pilates, sofrologie, zumba, ritmische dans); in 2011 hebben 832 personeelsleden daaraan deelgenomen.

Plannen voor 2012

Mobistar zal in 2012 verscheidene diensten en inlichtingen op het vlak van gezondheid blijven aanbieden, meer bepaald via het organiseren van behandelingen tegen het roken en van cardiovasculaire controles. Er blijft veel aandacht uitgaan naar het evenwicht tussen werk en privéleven.

THUISWERKEN

Het "flex desk"-beleid dat bij het betrekken van het Siriusgebouw werd veralgemeend, gaat gepaard met een proactief thuiswerkbeleid. Dankzij die dubbele dynamiek heeft Mobistar de voor zijn activiteiten benodigde ruimte kunnen beperken tot 10.000 m².

Mobistar wil zijn medewerkers ook een beter evenwicht

bieden tussen werk en privéleven, door hen zelf te laten kiezen waar en wanneer ze werken. Bovendien draagt thuiswerk bij tot een toename van de mobiliteit en dus tot een groener milieu: dankzij zijn thuiswerkers, verlaagt Mobistar zijn CO₂-emissies met 3,3 % per dag.

Verwezenlijkingen over 2011

- Sinds 2008 voert Mobistar actief promotie voor thuiswerk bij zijn medewerkers. Eind 2011 maakten ongeveer 920 medewerkers (op 1.100 werknemers die hiervoor in aanmerking komen omdat ze niet direct met klanten in contact komen) op contractuele of occasionele wijze gebruik van thuiswerk.
- Op 8 december 2011 heeft Mobistar deelgenomen aan de Nationale Thuiswerkdag. Er werd een interne promotiecampagne gevoerd om de teamleden tot deelname aan te sporen

Plannen voor 2012

- Thuiswerk zal blijven worden aangemoedigd en wel op alle echelons van de bedrijfshiërarchie. Die nieuwe manier van werken maakt voortaan deel uit van de Mobistar-cultuur.
- Met het oog op een optimale organisatie zullen er in 2012 opnieuw opleidingssessies voor het gebruik van de nieuwe communicatietools (kennisdeling, instant messaging, videoconferentie enz.) worden aangeboden.
- Het is de bedoeling dat 100 % van de 1.100 werknemers die voor thuiswerk in aanmerking komen, daar ook geregeld gebruik van maken.



DIVERSITEIT

Mobistar wil de leeftijds- en genderdiversiteit verbeteren. Tegen 2015 zou de verhouding tussen mannen en vrouwen op alle echelons van de onderneming 65 % - 35 % moeten bedragen en zouden we aantrekkelijk moeten blijven voor jong talent. Een "diversiteits"-werkgroep van een tiental personen komt om de 2 maanden bijeen om in die zin vaart te zetten achter de projecten.

Verwezenlijkingen over 2011

- De France Télécom-Orange-groep, waarvan Mobistar deel uitmaakt, heeft zich kandidaat gesteld voor het verkrijgen van het label "Gender European Equality Standard" (GEES). Mobistar onderging in februari een audit over 6 criteria:

1. maatregelen om werk en privéleven met elkaar te verzoenen.
2. 'employee practices'
3. sociale dialoog over de gelijkheid tussen mannen en vrouwen
4. specifieke initiatieven inzake gelijkheid tussen mannen en vrouwen
5. bewustmaking en/of opleiding van de HR-afdeling en de managers
6. initiatieven om de mix van profielen en/of functieniveaus te bevorderen

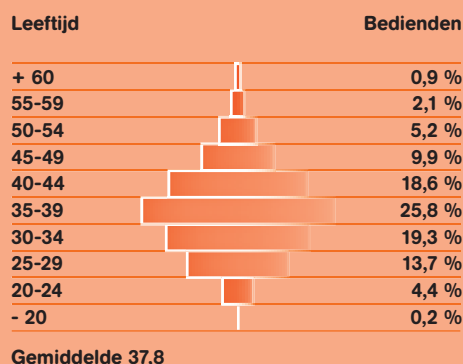
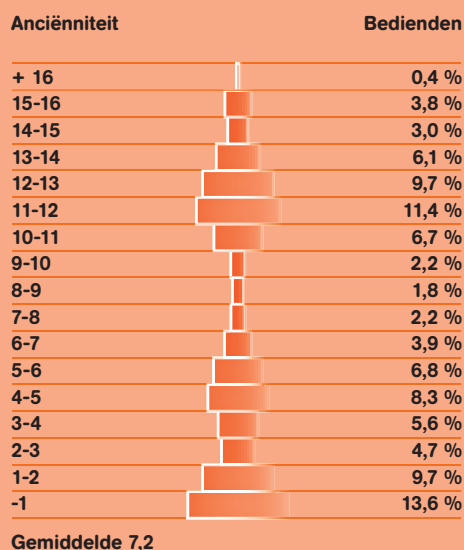
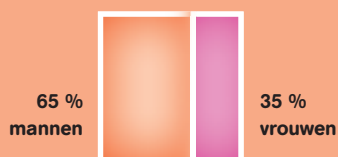
De eerste drie criteria kregen een uitstekende evaluatie, meer bepaald dankzij de initiatieven voor thuiswerk en voor glijdende werkuren, alsook wegens het organiseren van de Mobikids. Die eerste deelname leidde tot het verkrijgen van het label in juli.

- Mobistar heeft bovendien verscheidene evenementen gesteund, zoals het Jump Forum voor actieve vrouwen en de AXA prijs Wo_Men@Work, die de pioniers van de beroepsgelijkheid wil eren.
- Inzake leeftijdsdiversiteit werden er in 2011 inspanningen geleverd om zich beter aan te dienen op de arbeidsmarkt en dus meer jonge medewerkers aan te werven. Mobistar heeft zijn visie uiteengezet in een "Employer Value Proposition", namelijk een synthese van wat de onderneming te bieden heeft aan nieuwe werknemers en wat ze in ruil daarvoor van hen verwacht. De waarden van Mobistar worden daarin duidelijk, levendig en dynamisch meegedeeld.
- Sinds 1999 vertrouwt Mobistar de uitvoering van verscheidene "back office"-activiteiten toe aan Entra, een onderneming die kwaliteitsbetrekkingen creëert voor personen met een handicap. Die onderneming telt momenteel meer dan 700 werknemers, van wie er bijna 10 % direct betrokken is bij dat partnerschap met Mobistar.

Plannen voor 2012

- Voor Mobistar is het GEES-label een eerste erkenning van zijn ambities op het vlak van gelijkheid tussen mannen en vrouwen. Eind 2012 zal er een nieuwe audit plaatsvinden. De scores zullen niet alleen moeten worden bevestigd, maar ook verbeterd.
- We staan aan het begin van een vier jaar durend partnerschap met de HEC Liège en met het onderzoekscentrum SEIN (Sociaal Economisch Instituut) van de Universiteit van Hasselt, waarbij een leerstoel diversiteitsbeheer wordt opgericht. Dat is de eerste leerstoel in België die diversiteit zal behandelen vanuit het standpunt van het beheer

De GEES is een Europese norm voor beroepsgelijkheid tussen vrouwen en mannen. Het label werd gecreëerd door het Arborusfonds en dient om overal in Europa tot eenzelfde cultuur te komen voor het bevorderen van de gelijkheid tussen mannen en vrouwen op het werk.



De KLANTEN



HET BESCHERMEN VAN MINDERJARIGEN

Volgens Child Focus is 93 % van de Belgen van 9 tot 16 jaar geregeld online en brengt veel tijd door op het internet: gemiddeld één uur per dag in de week en het dubbele tijdens het weekend en de vakantie. 83 % van de jongeren van 13-14 jaar heeft een profiel op een sociale netwerksite. Het toenemend aanbod van mobiele telecommunicatietoestellen versterkt die evolutie nog.

Hoewel het van belang is dat kinderen en jongeren kennismaken met mobiele telefonie en met het internet, als ook met de bijbehorende innoverende diensten, is die gebruikersgroep ook kwetsbaar en moet hij dus via een specifieke aanpak worden beschermd.

Verwezenlijkingen over 2011

- Op initiatief van Child Focus heeft Mobistar, samen met andere belangrijke spelers van de internetindustrie, het "E-safety"-handvest ondertekend, dat online bescherming biedt aan kinderen en jongeren.
- Op vraag van de ouders biedt Mobistar de mogelijkheid om de toegang tot de Premiumdiensten te blokkeren (wedstrijden via sms, 0900 nummers enz.).

Plannen voor 2012

Het "E-safety"-handvest is geen eindpunt, maar in tegenwoordig het begin van gemeenschappelijke acties. Onder de auspiciën van Child Focus zullen de ondertekenaars elk jaar verscheiden concrete actiepunten kiezen, waaraan ze zullen werken.

DATABESCHERMING

Databescherming heeft tot doel gevoelige of persoonsgebonden data van klanten, leveranciers en werknemers te beschermen en om de integriteit en de geheimhouding ervan te vrijwaren, terwijl die data toch beschikbaar zijn wanneer dat nodig is. Dit gebeurt binnen het wettelijke kader en met respect voor de persoonlijke levenssfeer

Verwezenlijkingen over 2011

Onder leiding van de in 2010 opgerichte werkgroep "gegevensbescherming" werd er in de loop van 2011 een gedetailleerde audit uitgevoerd. Dankzij die audit kon er een nauwkeurig actieplan worden opgesteld, dat werd voorzien van processen, methodes en instrumenten.

Er werd een interne bewustmakingscampagne gevoerd.

Plannen voor 2012

De bewustmakingscampagne wordt in 2012 voortgezet en is gericht op de specifieke kenmerken van de verschillende afdelingen.

AANDACHT VOOR DE KLANTEN

Zorgen voor de doorzichtigheid, veiligheid en kwaliteit van de producten en diensten inzake telecommunicatie is een prioriteit voor Mobistar.

Verwezenlijkingen over 2011

In 2011 werden er veel inspanningen geleverd om op alle documenten, op de facturen en op het internet te komen tot een doorzichtige communicatie van de contractuele gegevens en van de manier waarop de klanten contact kunnen opnemen met Mobistar.

- Duidelijke vermelding van de begin- en einddatum van het contract.
 - Gemakkelijk toegankelijke documenten: onze offertes en onze algemene voorwaarden moeten altijd online beschikbaar zijn.
 - Vermelding, in alle communicatie met de klanten, van alle manieren waarop ze contact kunnen opnemen met onze klantendienst (telefoonnummers, webformulieren, openingsuren).
- Om onaangename verrassingen te besparen aan klanten die in het buitenland op hun mobiel toestel surfen, heeft Mobistar op 28 maart de 'Travel Data Daily'-dienst gecreëerd, een oplossing waarmee reizigers hun factuur kunnen beheersen.
 - Samen met andere grote Belgische ondernemingen heeft Mobistar op 15 juni het 'Customer Friendliness'-handvest ondertekend. De ondertekenaars van dat handvest, dat in voege trad op 1 januari 2012, verbinden er zich onder meer toe 90 % van de oproepen te beantwoorden binnen 2 minuten, een bepaling die al wordt nagekomen door Mobistar, dat de ambitieuze doelstelling heeft 80 % van de oproepen te beantwoorden binnen 30 seconden.
 - Op 21 december heeft Mobistar zijn "selfcare"-functionaliteit gelanceerd, waarmee de klant een volledig overzicht krijgt van zijn mobiel telefoongebruik en zijn budget beter in de hand kan houden.

Plannen voor 2012

Het 'Customer Friendliness'-handvest wordt van kracht op 1 januari 2012 en om eraan te voldoen, zal Mobistar verscheidene acties ondernemen. Heel de organisatie wordt gemobiliseerd om een doorzichtige, veilige en kwalitatieve dienst te bieden aan de klanten, of het nu is om hun problemen zo snel en zo doelmatig mogelijk op te lossen en daarbij rekening te houden met hun opmerkingen om de producten en diensten te verbeteren, dan wel om ervoor te zorgen dat ze contact kunnen opnemen met Mobistar, wanneer en hoe ze dat willen.



De MAATSCHAPPIJ

Participate!

DE VERENIGING PARTICIPATE!

In november 2006 heeft Mobistar de vzw Participate! opgericht, die, door het ontwerpen van informatie en bewustmakingstools, de levenskwaliteit van personen met autisme en hun omgeving tracht te verbeteren.

Dit project van nationale omvang is ontstaan uit de ontmoeting van Mobistar met de 8 referentiecentra voor autismespectrumstoornissen en met 2 grote verenigingen van ouders. Het past in het kader van de missie van Mobistar, namelijk de communicatie tussen personen bevorderen.

Verwezenlijkingen over 2011

- Naar aanleiding van de Werelddag Autisme, op 2 april, heeft Mobistar verscheidene mededelingen gedaan over dat onderwerp, zowel op de internetsite van Participate!, als op die van Mobistar zelf. Voor de werknemers werd er ook een interne mededeling verspreid op het intranet. Op initiatief van Mobistar werden er reportages aan het onderwerp gewijd in de geschreven pers en op de televisie.
- De internetsite werd aangevuld met een Praktische Handleiding om de ouders te helpen zoeken naar verenigingen, dienstverlening en financiële hulp voor hun kinderen.

- Na een eerste congres in 2008, werd er besloten dat initiatief te herhalen in 2011. Dat tweede congres was gewijd aan autisme en communicatie en vond op 1 oktober 2011 plaats op de Heizel onder het motto "Autisme, praat erover!". Er waren meer dan 600 deelnemers, zowel ouders en personen met autisme en hun omgeving, als mensen die zich beroepshalve met autisme bezighouden.
- Er werd een evaluatie van het congres uitgevoerd. De meeste personen die op de enquête hebben gereageerd, hebben dat congres positief beoordeeld en 90 % van de deelnemers vinden dat er een 3e congres moet worden georganiseerd.

Plannen voor 2012

- Met alle partners zal er worden nagedacht over de toekomst van de vereniging, meer bepaald om de derde fase van het project voor te bereiden.
- De Praktische Gids zal nog worden aangevuld met teksten en video's. In de loop van 2012 zal hij in brochurevorm verschijnen.
- De "Wegwijzer voor uw kind" zal worden geëvalueerd en aangepast naargelang de feedback. Het is een baanbrekend online-instrument dat de ouders in staat stelt het dagboek van hun kind bij te houden en op die manier beter te communiceren met de personen die met hun kind in aanraking komen (monitoren, professoren, babysitters enz.).



In 2011 werd de site www.participate-autism.be gemiddeld 13.800 keer per maand bezocht. Personen met autisme en hun omgeving vinden er een massa informatie die nergens elders beschikbaar is.

"De getuigenissen waren zeer ontroerend, zeer sprekend, zeer bemoedigend."

"Dank u, omdat u me mijn zoon beter hebt leren begrijpen."

"Dank u! Dank u! Dank u! Hopelijk komt er vlug een volgend congres!!!"

"Zowel de ouders als de beroepsmensen hebben veel belangstelling voor de brochures 'Autisme begrijpen' en 'Mijn kind helpen'. Het is een eenvoudige en aangename manier om informatie te krijgen over autisme."

"De Praktische Gids is een zeer gewaardeerd hulpmiddel. Men kan er op eenvoudige en gecentraliseerde wijze informatie in vinden."

VRIJWILLIGERSWERK

Via verscheidene initiatieven stimuleert Mobistar zijn medewerkers om vrijwilligerswerk te doen. Doel is het versterken van de bedrijfscultuur en van het gevoel van trots omdat men tot een onderneming behoort die zich voor de samenleving inzet.

Verwezenlijkingen over 2011

- In het kader van de intern georganiseerde wedstrijd 'ICE Challenge 2011' (zie pagina 27), kwam er bij twee projecten vrijwilligerswerk kijken.
- Een dertigtal medewerkers heeft voor de logistiek van het congres van de vereniging Participate! op 1 oktober gezorgd.
- Mobistar heeft zijn partnerschap met de vereniging Human Business afgerond. Eind 2011 heeft die partner het computerplatform opgestart, waarmee verenigingen die vrijwilligers zoeken en medewerkers van Mobistar met elkaar in contact kunnen komen. In totaal staan er ongeveer twintig verenigingen op dat platform; ze bieden initiatieven aan die verband hebben met de mvo-strategie van Mobistar, zoals sociale integratie en milieubescherming. Medewerkers kunnen in het systeem overigens verenigingen invoeren waarbij ze reeds actief zijn.
- Mobistar heeft deelgenomen aan verscheidene vergaderingen over vrijwilligerswerk onder de auspiciën van Business & Society. Die vergaderingen hebben in augustus 2011 geleid tot het organiseren van een bezinningsdag in aanwezigheid van veel verenigingen en tot het uitgeven van een handige en concrete Gids, "10 Tips voor vrijwilligerswerk in bedrijven"

Plannen voor 2012

Aan personeelsleden die dat wensen, wil Mobistar de gelegenheid geven om vrijwilligerswerk te doen tijdens hun werkuren. Die mogelijkheid zal via de interne communicatiemediamedia heel zichtbaar zijn in 2012. Men zal kunnen kiezen tussen een individuele en een collectieve formule (deze laatste geldt voor een team van collega's). De doelstelling is 50 gepresteerde dagen in 2012.

SOLIDARITEITSACTIES

Als sociaal geëngageerde onderneming, die opkomt voor sociale en digitale integratie, doet Mobistar al sedert vele jaren mee aan solidariteitsacties.

Verwezenlijkingen over 2011

- In het kader van sms-fondsenwerving, heeft Mobistar in 2011 bijgedragen tot verscheidene campagnes, bijvoorbeeld voor de Vredeseilanden, voor Dokters van de Wereld... De operatoren rekenen dat speciale sms verkeer niet aan. Opdat een project in dat kader zou passen, moet het betrekking hebben op een natuurramp of van nationale of regionale omvang zijn (maar niet van lokale) en moet het veel impact hebben. Alle Belgische operatoren hanteren dezelfde criteria.
- Sinds 2004 heeft Mobistar 2.400 werkstations (waarvan 390 in 2011) geschonken aan de vereniging Close The Gap. Die internationale organisatie knapt het computermaterieel volledig op en schenkt het aan opvoedings- en ontwikkelingsprojecten in opkomende landen.
- Bloed geven is een andere traditie bij Mobistar. Er wordt met het Rode Kruis samengewerkt om twee inzamelingen per jaar te organiseren. In 2011 hebben 156 personeelsleden aan die inzamelingen deelgenomen, en 1295 sedert 2002.
- Om uit de eerlijke handel voortkomende producten te promoten, werd er in de maand mei een "Fair Trade"-markt georganiseerd in het Sirius-gebouw, en in oktober ook een ontbijt.
- Door het organiseren van een plastic dopjesactie, kon er steun worden verleend aan het Belgisch Centrum voor Geleidehonden. Op vier maanden tijd werden er 11 grote zakken met dopjes bijeengebracht en gerecycleerd, waardoor we de opleiding van een blindengeleidehond konden financieren.
- Mobistar heeft deelgenomen aan een inzamelactie van muntstukjes om hulp te verlenen aan de daklozen te Brussel en aan de vzw Operatie Thermos (het Mobicents-project). Het ingezamelde geld (80 kilogram kopeken muntjes ofwel 1084 euro) heeft vier avonden met warme maaltijden helpen financieren in het centraal station. Het eten werd uitgedeeld door werknemers van Mobistar, een honderdtal in totaal. In 2012 willen we die inzameling en die maaltijden nog eens overdoen, maar dan op méér avonden.

Plannen voor 2012

In 2012 zullen er solidariteitsacties per thema worden gegroepeerd. De bedoeling is een relatief beperkt aantal acties te selecteren, om er meer zichtbaarheid aan te geven. Die grotere zichtbaarheid is nodig om meer impact te geven aan de acties.



ETHIEK

Mobistar heeft zijn ethische regels en zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid ook ingebed in zijn aankoopprocessen en zijn betrekkingen met de leveranciers. Sedert 2007 beschikt de onderneming over een "Handvest voor Bedrijfsethiek", waarvan verscheidene aspecten in het arbeidsreglement zijn opgenomen. Volgens dat handvest mogen werknemers bijvoorbeeld geen geschenken of voordelen met aanzienlijke economische waarde (meer dan 75 euro) aanvaarden van klanten of leveranciers.

Sedert enkele jaren wordt er een voluntaristisch intern communicatiebeleid gevoerd, dat meer bepaald heeft geleid tot het maken van een speciaal aan ethiek gewijde site op het "Insight"-intranet.

Verwezenlijkingen over 2011

- In 2011 werden er twee opleidings- en e-learningmodules geïnstalleerd, waarvan de ene gewijd is aan de traditionele ethische krachtlijnen en de andere aan concrete gevallen. Die tweede module, ontwikkeld door de France Télécom-groep, dient zich aan in de vorm van een spel.

- Bedrijfsethiek is een van de onderwerpen die aan bod komen tijdens de onthaalsessies voor nieuwe medewerkers. In 2011, werden er 5 van die sessies georganiseerd.
- De ethische en sociale aspecten maken deel uit van het model voor prijsaanvragen bij leveranciers. Met die aspecten wordt ook rekening gehouden in de prestatieanalyses van de strategische leveranciers.

Plannen voor 2012

- Beide opleidings- en e-learningmodules worden verplicht gemaakt voor alle managers. In 2012 wordt er een cascadesysteem ingevoerd om die opleiding te veralgemenen tot alle werknemers.
- Naast de opleidingen van het e-learningtype wordt er een verplichte training ingevoerd voor alle managers van de banden 1, 2 en 3 (3). Die module gaat over risicobeheer, met inbegrip van een deel dat aan ethiek is gewijd.

(3) Dat bandensysteem beantwoordt aan een classificatiesysteem per niveau. Mobistar gebruikt verscheidene criteria om het gewicht van een functie te bepalen. Elke functie kan dan worden geplaatst in een band van 1 tot 4. Band 1 komt overeen met de topmanager in rechtstreeks verband met een chief officer, terwijl band 3 overeenkomt met een teamleider.





Het MILIEU

DE CO₂-BALANS

Mobistar wil zijn impact op het klimaat verkleinen, zijn energiekosten verlagen en de bewustwording van de werknemers, de leveranciers en de klanten verbeteren. Dit om de CO₂-uitstoot tegen 2020 met 50 % te verlagen

Verwezenlijkingen over 2011

- Sinds 2010 past Mobistar de aanbevelingen toe die werden opgesteld op basis van de koolstofbalans van 2009.
- Mobistar heeft in 2011 opnieuw een update van zijn koolstofbalans gevraagd aan de firma CO2logic. Die berekening werd uitgevoerd op basis van het in 2010 vastgestelde verbruik.
Mobistar heeft de draagwijdte van zijn koolstofbalans uitgebreid om een completer overzicht en een diepgaandere kennis van de directe en indirecte impact ervan te verwerven.
- Het is de tweede keer dat Mobistar opdracht geeft voor die berekening, die onder andere een vergelijking mogelijk maakt door de verhuizing naar het Sirius-gebouw. Naast het hoofdkantoor, werd er ook rekening gehouden met de gebouwen te Charleroi, de eigen Mobistar Center-winkels, de technische centra en de antennesites.
- In de geauditeerde zone had Mobistar in 2010 een afdruk van 9.759 ton CO₂, wat een toename van 9 % per FTE betekent voor de jaren 2009 en 2010. Deze verhoging is vooral het resultaat van de grotere mobiliteit. Dit kan onder andere verklaard worden door de aangroeiende "netwerk"-activiteit, die in 2010 meer stroom heeft verbruikt en door de overname van KPN Belgium Business waardoor het aantal firmawagens is gestegen.
- De CO₂ uitstoot komt hoofdzakelijk van de mobiliteit van de medewerkers (73 %) en vervolgens van de infrastructuur (16 %) en de materialen (11 %).

Plannen voor 2012

Wanneer de koolstofbalans is opgesteld op basis van het verbruik over 2011, zullen we een vergelijking kunnen maken op basis van dezelfde zone als voor de koolstofbalans over 2010.

Met die gegevens zullen we het actieplan voor het verminderen van de koolstofafdruk kunnen uitdiepen.



ENERGIE

Mobistar wil het verbruik van elektriciteit, gas en diesel terugdringen. De firma streeft naar een rationeel gebruik van energie. In de mate van het mogelijke zal ze de voorkeur geven aan hernieuwbare energie.

Sinds 2008 komt al de door Mobistar gebruikte elektriciteit van groene energie die wordt geleverd door Nuon, waardoor de CO₂-uitstoot met 22.000 ton per jaar kan worden verminderd. De 200 m² thermische en fotovoltaïsche zonnepanelen op het Sirius-gebouw helpen dat soort emissies ook te verminderen.

Op alle grote verbruiksgebieden worden er systematisch technische, menselijke of contractuele onderzoeken uitgevoerd. Vervolgens worden er ambitieuze doelstellingen bepaald, die vergezeld gaan van nauwkeurige en in de tijd gespreide actieplannen.

De voornaamste 5 energieverbruikers, in dalende volgorde, zijn:

- Het gsm netwerk
- Het vaste netwerk en het Internet
- De technische centra en de antennesites
- De kantoorgebouwen
- De Mobistar Centers

Verwezenlijkingen over 2011

- Er werden meettoestellen geplaatst voor "smart metering", dit laat ons toe om in elk punt de werkelijke consumptie op afstand te volgen. Hiervoor gebruikt Mobistar de Machine-to-Machine-simkaarten.
- In de technische centra zijn er veel initiatieven genomen:
 - Technische uitrustingen werden vervangen door efficiëntere (UPS, 48V) en door systemen zonder uitstoot van broeikasgas (vervanging van de airconditioning).
 - Installatie en gebruik van "free-cooling", dit wil zeggen gebruik maken van de frisse buitenlucht om het gebouw te koelen.
- De bestaande functionaliteiten van het Sirius-gebouw werden geoptimaliseerd:
 - Aanwezigheidsdetectoren die de verlichting aan en uitschakelen.
 - Installatie van zonne-energie.
 - Maximale isolatie van het gebouw.
 - Geautomatiseerd temperatuurbeheer.
- Door de infrastructuur van onze computerservers sterk te rationaliseren, is ons verbruik sterk gedaald.
- In de winkels werden verscheidene ingrepen gedaan, zoals het systematisch plaatsen van een "timer" voor de airconditioning.
- Alle acties van 2011 stellen samen een besparing van 587.000 euro voor.

Plannen voor 2012

- Het algemeen plan voor het verminderen van het energieverbruik wordt verder geïmplementeerd. Een van de geheimen van het succes bestaat erin alle afdelingen en werknemers, verkopers, leveranciers en betrokken partijen erbij te betrekken.
- Voor elke nieuwe uitrusting zal er in het bestek aandacht worden besteed aan het energieaspect.
- Op alle gebieden is een project gepland voor het vervangen van de klassieke lampen door LED-lampen (Sirius-gebouw, technische centra en winkels).
- Op alle gebieden is een project gepland voor het vervangen van de klassieke lampen door LED-lampen (Sirius-gebouw, technische centra en winkels).
- Tot slot herzielt Mobistar volledig de infrastructuur van zijn gsm-netwerk en zal de verouderde apparatuur vervangen door moderne apparatuur die veel minder energie verbruikt.
- Kortom, het energie-efficiëntieprogramma van Mobistar bewijst dat het mogelijk is om de operationele kosten aanzienlijk te verminderen en efficiënter te zijn, en terwijl de kwaliteit van de klantendienst te verbeteren.

MOBILITEIT

Door de overname van KPN Belgium, dat Mobistar Enterprise Services (MES) werd, nam het aantal bedrijfsvoertuigen in 2011 toe van 920 naar 998. Die overname heeft dus een tamelijk grote impact op de algemene koolstofafdruk van Mobistar. We mogen immers niet vergeten dat de verplaatsingen van de werknemers 73 % van de koolstofuitstoot veroorzaken. Daarom wordt alles in het werk gesteld om het autogebruik terug te dringen en andere manieren van vervoeren en thuiswerk aan te moedigen. Het mobiliteitsbeleid steunt op een grondige kennis van de diensten, de producten en de desbetreffende wetgeving.

Verwezenlijkingen over 2011

- Mobistar won in juni de Business Mobility Award 2011, een onderscheiding om privé- en overheidsbedrijven te belonen, die streven naar duurzame mobiliteit, hoofdzakelijk voor het woon-werkverkeer.
- Mobistar heeft met zijn personeelsleden actief deelgenomen aan de Europese Mobiliteitsweek, van 16 tot 22 september. Naar aanleiding daarvan heeft Mobistar ook 200 fietsen geschonken aan TempoPlay klanten.
- Vijf elektrische auto's werden aangekocht en ter beschikking van het personeel gesteld volgens een "carsharing"-concept van het Cambio-type.
- Het programma voor milieuvriendelijk rijden, dat door de firma Drivolution wordt gegeven, is bij wijze van test gevolgd door 22 medewerkers. Er kon 3000 liter brandstof mee worden bespaard, wat overeenkomt met 8 % van de brandstof voor die testgroep.
- De Railease-formule, waardoor het gebruik van een bedrijfswagen kan worden gecombineerd met dat van het openbaar vervoer, werd in 2011 getest. In 2012 zal ze worden uitgebreid.

AANTAL GEBRUIKERS

	Doelstelling			
	2009	2010	2011	2012
Openbaar vervoer	150	200	344	370
Fietsen	20	80	36	45
Motorfietsen	45	50	42	50
Carpooling	2	2	8	16
Elektrische voertuigen	0	0	2	15
Plooi-fietsen	0	10	20	25

Tussen 2009 en 2011 steeg het aantal gebruikers van het openbaar vervoer bij Mobistar van 150 naar 344, terwijl het aantal werknemers dat met de fiets naar het werk komt, toegenomen is van 20 naar 36. Voor 2012 streven we ernaar dat 370 medewerkers van Mobistar het openbaar vervoer zouden gebruiken en 45 de fiets. Bovendien komen 40 werknemers met de motorfiets naar het kantoor, een gebruik dat wordt aangemoedigd door een compatibele tankkaart voor auto's en motorfietsen.

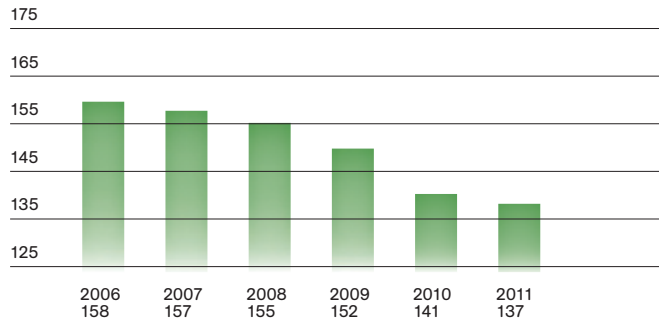
Plannen voor 2012

- Het plan voor de aankoop van elektrische voertuigen wordt verder doorgedreven. Die elektrische wagens zullen systematisch worden opgenomen in de lijst van de in 2012 aangeboden wagens.
- Het programma voor milieuvriendelijk rijden, alsook de Railease-formule, zal worden veralgemeend tot alle werknemers.
- Mobistar zal als proefbedrijf deelnemen aan het Cocar-project van het VIM (Vlaams Instituut voor Mobiliteit).
- Mobistar wil in 2012 voertuigen bestellen met een gemiddelde CO₂-uitstoot van 120 gram en het brandstofverbruik voor heel het wagenpark verminderen met 10%. Het is de bedoeling om in 2015 uit te komen op een maximum van 115 gram.

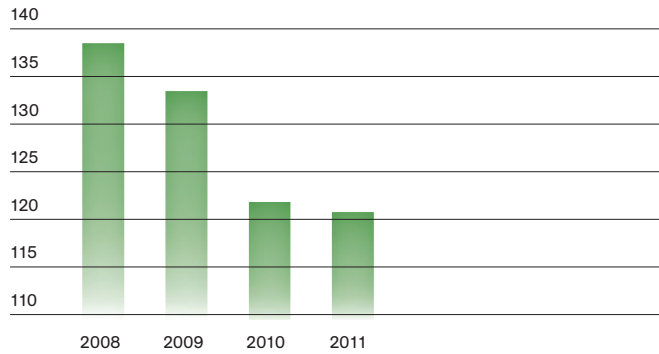
Een honderdtal fietsers bij Mobistar

In het kader van de interne ICE Challenge-wedstrijd, hebben 145 werknemers van het bedrijf tussen 1 april en 31 augustus 2011 meer dan 9.000 kilometer gefietst tussen woonst en werk. Zo werd er bijna 5.000 ton CO₂ uitgespaard! Het door An Van Rie gedragen "Move Green"-project heeft fietsen zodanig "in" gemaakt bij Mobistar, dat er binnen het bedrijf een groep van een honderdtal fietsers ontstond. Meer nog: An heeft zelfs drie van haar collega's zover gekregen, dat ze voor het eerst van hun leven gingen fietsen!

CO₂-uitstoot vloot



CO₂-uitstoot van nieuwe wagens



AFVAL

Het door Mobistar voortgebrachte afval vertegenwoordigt 1 % van zijn koolstofafdruk. Er wordt op verschillende vlakken actie ondernomen. Vooreerst willen we het in de kantoren geproduceerde afval terugdringen. Dat loopt via een zeer actieve communicatiecampagne waarbij alle personeelsleden worden betrokken. Ten tweede willen we zoveel mogelijk aanzetten tot hergebruik: drinkbekertjes, kladpapier enz. Wanneer, ten slotte, afval onvermijdelijk is, komt het erop aan zoveel mogelijk te recyclen.

Verwezenlijkingen over 2011

- In april 2011 werd er in het kader van de Ice Challenge een ambitieus project opgestart voor het selectief inzamelen van PMD. Om dat project goed zichtbaar te maken, werden er op alle verdiepingen van het Sirius-gebouw en in het bedrijfsrestaurant 22 PMD-bakken geplaatst. Met deze actie werd er 2011 3.125 kilogram PMD ingezameld. Vanaf april werd de actie uitgebreid tot de sites van Bordet en Charleroi.
- Naast de logistieke aspecten, loopt het PMD-sorteerproject bij Mobistar via een goede communicatie. Meer dan 1700 werknemers hun afval doen sorteren, gebeurt niet van de ene dag op de andere. Heel het jaar lang werden er veel interne communicatieacties op poten gezet, en die werden nog opgedreven tijdens de Europese Week van de Afvalvermindering, eind november.
- Sedert 2011 kan Mobistar rekenen op een team van milieubassadeurs, dat wil zeggen medewerkers die gemotiveerd zijn om een duurzame "groene reflex" aan te kweken en die voor die taak zijn opgeleid. De milieubassadeurs moeten het sorteren en recyclen aanmoedigen en uitleggen waarom dat nodig is, hoe dat moet gebeuren enz. Daarvoor krijgt Mobistar de steun van Fost Plus.
- In 2011 heeft Mobistar de bestaande acties voortgezet, zoals het inzamelen van voedsel en koffieresten voor compostering. In 2011 werd er ook 996 kilogram koffiecapsules van aluminium ingezameld.
- Begin 2011 werd er bij Mobistar een eerste informatiesessie over "cradle-to-cradle" (4) georganiseerd met de voornaamste partners (maintenance, catering, printen, afvalverwerking enz.). Het reinigen van de tapijten volgens dat principe begon in april 2011. De sanitaire zones worden gereinigd met milieuvriendelijke producten.

Plannen voor 2012

- Mobistar zal in 2012 het aantal interne communicatieacties opdrijven om alle medewerkers een "groene reflex" bij te brengen. Om zoveel mogelijk resultaat te boeken, zal het optreden van de "milieubassadeurs" verder worden ontwikkeld en bestendig.
- Om het label van "Ecodynamische Onderneming" te verkrijgen, zullen er ook stappen worden gezet bij Leefmilieu Brussel.

(4) Van wieg tot wieg, in het Engels cradle-to-cradle (C2C), bestaat in het invoeren op alle niveaus - ontwerp, productie-recyclage van het product - van een milieueis die gebaseerd is op een totale afwezigheid van vervuiling en 100% recyclage.

PAPIER

In zijn kantoren neemt Mobistar initiatieven ter bevordering van een werkomgeving zonder papier: een centraal print en fotokopieersysteem, het afschaffen van individuele brievenbussen, het beperken van het aantal kasten voor het opslaan van papier. De twee andere belangrijke "bronnen" van papierverbruik zijn de facturen en de promotiemagazines: op die gebieden worden ook initiatieven genomen om de milieu-impact te verminderen.

Verwezenlijkingen over 2011

- Mobistar spoort zijn personeelsleden zoveel mogelijk aan om papierverbruik te verminderen, meer bepaald door het aanleren van goede praktijken voor printwerk op kantoor. In 2011 werd er ook begonnen met het verminderen van de binnenkomende post zoals magazines en nieuwsbrieven. Sinds april 2011 wordt er gerecycled papier met FSC label gebruikt voor alle print en fotokopieerwerk op A4 en A3 formaat.

AANTAL VERBRUIKTE VELLEN

2008	2009	2010	2011
6.269.691	5.243.307	4.138.018	3.948.202

Jaar na jaar stelt men vast dat er minder papier wordt gebruikt in de kantoren. De initiatieven van Mobistar voor een werkomgeving zonder papier dragen dus vrucht.

- Dankzij de in 2009 opgestarte elektronische factureringdienst wordt er minder papier verbruikt, terwijl het beheer door de klant gemakkelijker wordt (archivering). Eind 2011 waren er 423.424 residentiële klanten die geselecteerd hadden voor elektronische facturering, wat een toename van 13 % was tegenover 2010. Die actie levert een jaarlijkse besparing op die wordt gebruikt voor het beschermingsproject van het Amazonewoud in Peru. Daartoe werkt Mobistar sinds 2008 samen met de vereniging Groenhart, waaraan ze elk jaar een vast bedrag van 30.000 euro toekent.

Plannen voor 2012

- In 2012 zullen de facturen, catalogen en promotiemagazines van Mobistar worden gedrukt op PEFC papier. PEFC is een label voor het promoten van duurzaam bosbeheer.
- De acties om medewerkers bewust te maken van de voordelen van een papierloze omgeving, zullen worden uitgebreid. Elektronische facturering zal verder worden gepromoot.
- Het contract met Groenhart is vernieuwd voor 2012, zodat er 20 miljoen bomen méér zullen kunnen worden beschermd.



HET RECYCLEREN VAN GSM'S

Om de impact van gsm's op het milieu te verminderen, is Mobistar in 2003 begonnen met het inzamelen van gebruikte toestellen.

Verwezenlijkingen over 2011

- In 2011 werden er meer dan 55.000 gebruikte gsm's ingezameld via de Mobistar Centers. Voor het inzamelen en verwerken van de gsm's werkt Mobistar samen met een gespecialiseerde firma.
- Van die toestellen krijgt 97 % een "nieuwe leven", namelijk ingezamelde gsm's die nog steeds werken of enkel kleine herstellingen nodig hebben. Ze worden gesorteerd, opnieuw verpakt en verkocht op de opkomende markten.
- Slechts 3 % van de gsm's, waarvan de onderdelen te oud zijn of niet te herstellen zijn, worden verwerkt om de grondstoffen ervan terug te winnen.

Plannen voor 2012

Mobistar zet zijn promotieactie voor recyclage verder. Het is de bedoeling om tegen 2015 30 % van alle mobiele telefoons die in de Mobistar Centers worden verkocht, te recyclen.

MACHINE-TO-MACHINE-TOEPASSINGEN

Het Machine-to-Machine-segment (MaTMa) is een markt in volle ontwikkeling. Met een aandeel van 70 % is Mobistar marktleider in België. Met dat systeem kan men machines op afstand beheren, waardoor industriële gebruikers bedrijven hun bevoorrading beter kunnen beheren en hun brandstofverbruik en dus hun CO₂-uitstoot tot een minimum kunnen beperken.

De MaTMa-technologie biedt industriële klanten dus zeer doelmatige oplossingen inzake duurzame ontwikkeling.

Verwezenlijkingen over 2011

In 2011 heeft Mobistar het aantal geactiveerd simkaarten meer dan verdubbeld om te komen tot een geïnstalleerde basis van meer dan 600.000 kaarten (tegen 250.000 kaarten aan het begin van 2011) en het heeft het aantal verkochte kaarten vertienvoudigd tot meer dan 1,5 miljoen.

Plannen voor 2012

Als internationaal bekwaamheidscentrum van de France Télécom-groep voor MaTMa-oplossingen, wil Mobistar zijn deskundigheid op wereldvlak laten blijven erkennen en partnerovereenkomsten sluiten met verscheidene firma's.





MANAGEMENT en CONTROLE

Raad van bestuur

Jan Steyaert

Voorzitter

Benoit Scheen (1)

Bestuurder

Jean Marc Harion (1) (2) (8)

Bestuurder

Eric Dekeuleneer (3)

Onafhankelijk bestuurder

Conseils Gestion Organisation (3) (4)

Onafhankelijk bestuurder

Bertrand du Boucher (1)

Bestuurder

Brigitte Bourgoïn (1)

Bestuurder

Gérard Ries (1)

Bestuurder

Wirefree Services Belgium (1) (5)

Bestuurder

Société en Gestion, Conseil et Stratégie d'Entreprise (3) (6)

Bestuurder indépendant

Geneviève André - Berliat (1) (7)

Bestuurder

Johan Deschuyffeleer (3)

Onafhankelijk bestuurder

Het auditcomité

Eric Dekeuleneer

Voorzitter

Conseils Gestion Organisation

Bertrand du Boucher

Gérard Ries

Société en Gestion, Conseil et Stratégie d'Entreprise

Het remuneratie- en benoemingscomité

Benoit Scheen

Voorzitter

Jan Steyaert

Eric Dekeuleneer

Conseils Gestion Organisation

Société en Gestion, Conseil et Stratégie d'Entreprise

Het strategisch comité

Conseils Gestion Organisation

Voorzitter

Jan Steyaert

Brigitte Bourgoïn

Société en Gestion, Conseil et Stratégie d'Entreprise

Gérard Ries

Bertrand de Boucher

Johan Deschuyffeleer

Geneviève André – Berliat

Benoit Scheen

Het toezichtscmité voor corporate governance

Eric Dekeuleneer

Voorzitter

Conseils Gestion Organisation

Wirefree Services Belgium

Geneviève André – Berliat

Jan Steyaert

Executive committee

1. **Jean Marc Harion**
Chief Executive Officer
2. **Paul Baeck**
Chief Commercial Officer
3. **Stephane Beauduin**
Chief Marketing Officer
4. **Anne Cambier**
Chief Procurement & Process Officer
5. **Werner De Laet**
Chief Financial Officer
6. **Paul-Marie Dessart**
General Secretary
7. **Pascal Koster**
Chief Technology Officer/
Chief Business Transformation Officer
(ad interim)
8. **Olivier Ysewijn**
Chief Strategy Officer
9. **Cristina Zanchi**
Chief Customer Loyalty 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 542 §4 van het Wetboek der Vennootschappen.
- (4) De firma Conseils Gestion Organisation wordt vertegenwoordigd door de heer Philippe Delaunois.
- (5) De firma Wirefree Services Belgium wordt vertegenwoordigd door de heer Aldo Cardoso.
- (6) De firma Société en Gestion, Conseil et Stratégie d'Entreprise wordt vertegenwoordigd door mevrouw Nadine Lemaitre - Rozencweig.
- (7) Mevrouw Geneviève Berliat - André werd gecoöpteerd door de Raad van bestuur op 10 oktober 2011. Haar definitieve benoeming zal worden vastgelegd door de jaarlijkse algemene vergadering van 2012.
- (8) De heer Jean Marc Harion werd gecoöpteerd door de Raad van bestuur op 1 december 2011. Zijn definitieve benoeming zal worden vastgelegd door de jaarlijkse algemene vergadering van 2012.



INFORMATIE voor de AANDEELHOUDERS

Het bestuur van de onderneming

Sinds de oprichting van Mobistar heeft de Raad van Bestuur altijd veel belang gehecht aan goed bestuur. In 2009 nam hij als referentiecode de Belgische Corporateregovernancecode aan (12 maart 2009).

De aanpak wordt onder meer geïllustreerd door de publicatie van gedetailleerde financiële kwartaalverslagen, die een volledig overzicht geven van de voornaamste prestatie-indicatoren (zoals het cliënteel per producttype, het verbruik, het maandelijks inkomen per klant, het markt-aandeel enz.) en de financiële staten per bedrijfssector (vaste en mobiele verrichtingen in België en Luxemburg), samen met een spreiding van de directe en indirecte kosten.

Die resultaten worden vier keer per jaar meegedeeld aan de pers en tijdens kwartaalvergaderingen met de analisten. Ze kunnen altijd worden geraadpleegd op onze internet-site <http://corporate.mobistar.be>. Bovendien onderhoudt Mobistar geregeld contact met de bestaande en potentiële aandeelhouders, door elk jaar 25 roadshows te organise-

ren in de voornaamste Europese en Amerikaanse financiële centra. Het is deels te danken aan dat open beleid, dat Mobistar vandaag actief wordt gevolgd door 26 analisten aan de sell-side uit de Benelux (28 %), Frankrijk (12 %) en het Verenigd Koninkrijk (60 %). Mobistar is ervan overtuigd dat die openheid alleen maar kan bijdragen tot zijn wereldwijde faam als telecomoperator.

Toestand op de financiële markten

Zoals de andere Europese beurzen heeft de Bel-20-index in 2011 een slecht jaar gekend – het derde op rij – met een daling van 19,2 % op een jaar. Net zoals 2010, werd het vorige jaar gekenmerkt door een zware druk op de Lidstaten van de Europese Unie, wegens hun hoge schuldenlast.

In die context heeft de index Euro STOXX Telecom 600 (SXKP) 6,2 % verloren in 2011. Het jaar werd getekend door een slecht presterende sector tijdens het eerste semester, wat een terugkerend verschijnsel is voor de telecomaandelen. Vanaf september 2011 heeft de sector zich dan zeer



goed herpakt. De aantrekkelijkheid van de telecomaandelen werd vergroot door een daling van de opbrengst van de staatsobligaties en door de goede resultaten in het derde en het vierde kwartaal van 2011.

Evolutie van het Mobistar-aandeel

Ondanks het feit dat de (in februari 2011 aangekondigde) resultaten over 2010 beantwoordden aan de doelstellingen, lag de koers van het Mobistar-aandeel aan het begin van het jaar lager dan de Bel-20 en dan de Europese telecomindex. De reden van die ondermaatse prestatie moet hoofdzakelijk worden gezocht in een evolutie die zwakker was dan verwacht voor het jaar 2011, deels wegens de opstartkosten van de Starpack-aanbieding. Tijdens het tweede kwartaal begon de koers van het Mobistar-aandeel te stijgen. Die stijging is gedeeltelijk te verklaren doordat de groep France Télécom tijdens zijn Beleggersdag op 31 mei 2011 aankondigde dat hij zijn Europese portefeuille grondig zou herbekijken. Tijdens heel die periode veronderstelden de financiële markten dat het ging over de participatie in Mobistar. Op basis van de goede halfjaarresultaten heeft Mobistar zijn EBITDA-prognose over het jaar op 520-535 miljoen euro gebracht, tegen een oorspronkelijke prognose van 505-535 miljoen euro.

Bij de voorstelling van de halfjaarresultaten kondigde France Télécom aan dat het zijn participaties in Zwitserland, Oostenrijk en Portugal wilde verkopen. De groep bevestigde opnieuw zijn vertrouwen in zijn huidige participatie in Mobistar, wat een zekere speculatie tegen het Mobistar aandeel heeft afgezwakt.

Sinds die aankondiging heeft het Mobistar-aandeel de neergaande trend van de sector en van de BEL-20-index gevolgd. Na de uitbetaling van het buitengewoon dividend (19 augustus 2011) en de teleurstellende resultaten over het derde kwartaal wegens de aanhoudende activeringsproblemen in verband met de vaste telefoniediensten (20 oktober 2011), zakte de koers op 8 december 2011 tot op het laagste peil van het jaar, namelijk 38,13 euro.

Het Mobistar-aandeel heeft het jaar afgesloten met een koers van 40,49 euro, wat een daling van 16,5 % was. Met inbegrip van de uitbetaalde dividenden, daalde het totale brutorendement met 9,8 % (-7,7 % netto).

Structuur van het aandeelhouderschap

Per 31 december 2011 bedroeg het kapitaal van Mobistar 131,7 miljoen euro, een stijging wegens de transfer van de wettelijke reserve ten bedrage van 22,5 miljoen euro. Het kapitaal wordt vertegenwoordigd door 60.014.414 stemrechtige aandelen.

Momenteel is 52,91 % van de in omloop zijnde aandelen in handen van de referentieaandeelhouder, France Télécom S.A., via haar 100 %-dochter Atlas Services Belgium N.V.

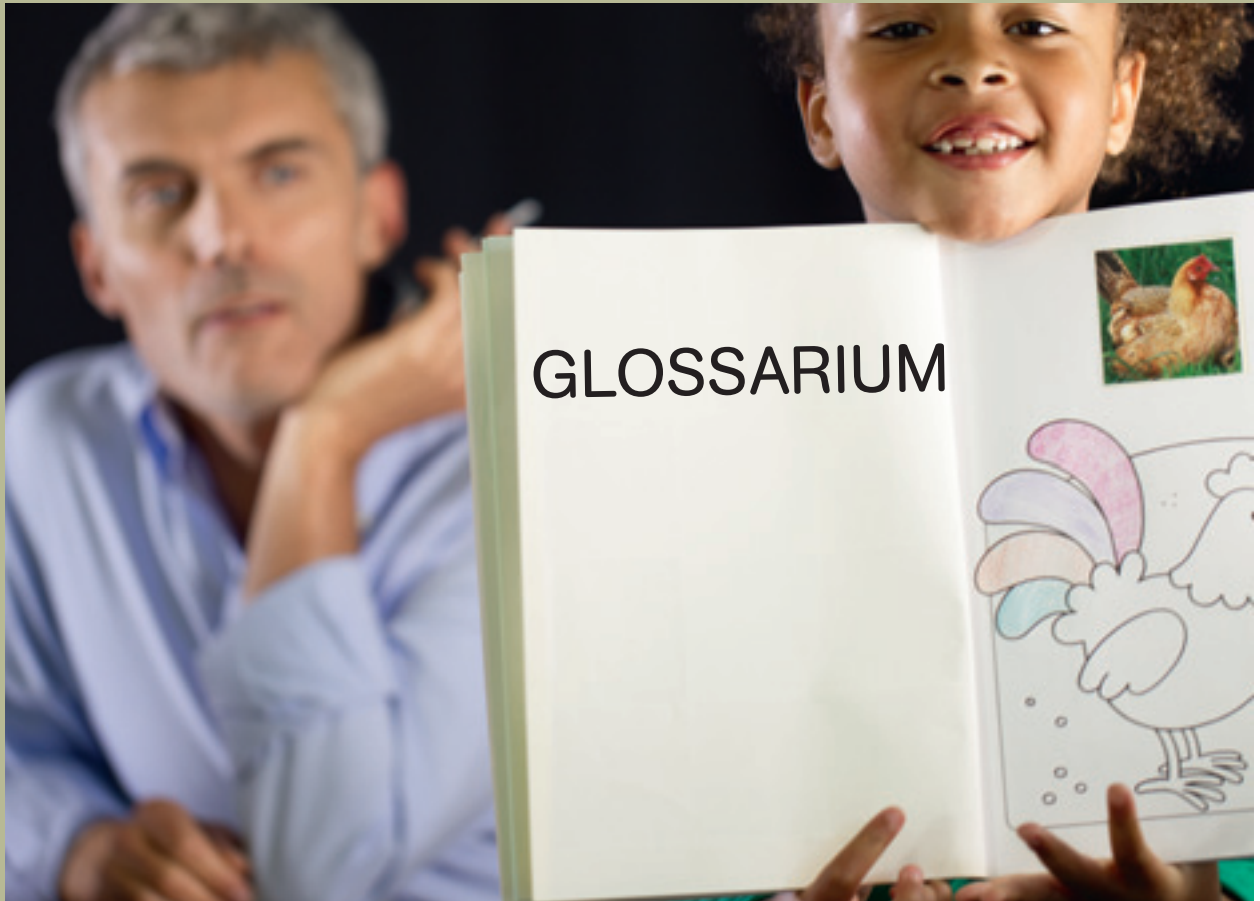
In overeenstemming met de doorzichtigheidsregels (artikel 15 van de wet van 2 mei 2007) inzake de openbaarmaking van belangrijke deelnemingen in emittenten waarvan aandelen zijn toegelaten tot de verhandeling op een gereguleerde markt, neemt Mobistar de bekendmakingsdrempels van 3 %, 5 % en van veelvoud van 5 % in acht. In de loop van het jaar 2011 hebben volgende aandeelhouders de bekendmakingsdrempel van 3 % overschreden:

- MFS Investment Management (Verenigde Staten): 5,54 % (toestand per 28 januari 2011)
- BlackRock Inc (Verenigde Staten): van 3,12 % (per 15 maart 2011) naar 2,85 % (per 20 oktober 2011)

Vergoeding van de aandeelhouders

Sedert verscheidene jaren is de strategie van Mobistar gericht op het creëren van waarde. Het financieel beheer legt dan ook de nadruk op een beleid dat moet zorgen voor voldoende middelen en soepelheid om onze positie als volledige telecomoperator te vrijwaren. Die constante strategie heeft Mobistar sinds 2006 in staat gesteld om aan de aandeelhouders grote vergoedingen uit te betalen in de vorm van dividenden, kapitaalsverlaging en aandeleninkoop.

In de lijn van zijn beslissing van 7 februari 2012 zal de Raad van Bestuur van Mobistar aan de Algemene Vergadering op 2 mei 2012 voorstellen een deel van de winst uit te keren aan de aandeelhouders, ten belope van 222,1 miljoen euro. Dat bedrag zal in twee keer worden betaald: een gewoon dividend van 2,90 euro per aandeel op 25 mei 2012 en een buitengewoon dividend van 0,80 euro per aandeel op 24 augustus 2012. Dat voorstel ligt in de lijn van het beleid dat de voorbije jaren werd gevoerd, namelijk een uitkering die equivalent is aan de nettowinst.



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 gegeneerd 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 cellulair 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.

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 groepeert.

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 3¾G genoemd.

ICT (Information and Communication Technologies)
ICT is een vakgebied dat zich met informatiesystemen, telecommunicatie en computers bezighoudt.

IMS (IP Multimedia Subsystem)
Het IP Multimedia Subsystem (IMS) is een gestandaardiseerde Next Generation Networking (NGN) infrastructuur voor telefonie aanbieders die multimedia diensten willen aanbieden voor mobiele en vaste toepassingen. Het maakt gebruik van de voip-technologie.

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

NPS (Net Promoter Score)
Met de NPS meten we de klantbinding. Hij wordt verkregen door aan klanten een enkele vraag te stellen op een schaal van 0 tot 10, waarbij 10 'zeer waarschijnlijk' en 0 'helemaal niet waarschijnlijk' is.

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.

Voip (Voice over Internet Protocol)
Technologie die de overdracht van stemverkeer toelaat via het internet of andere netwerken die de tcp/ip protocolen aanvaarden.



ACTIVITEITENVERSLAG