

# 2. Stéphane Richard

1<sup>er</sup> téléphone mobile possédé

**1994**

# Président-Directeur Général d'Orange

Followers sur son compte Twitter  
@srichard

**+32000**

Roman fétiche

*Et rien d'autre,*  
de James Salter



S T É P H A N E

R I C H A R D

**« Notre  
stratégie  
Essentiels2020  
porte ses  
fruits. »**

### **Comment faut-il interpréter les résultats 2016 d'Orange ?**

Après bientôt deux ans de mise en œuvre du plan Essentiels2020, notre stratégie de différenciation par l'investissement et l'expérience client porte ses fruits. Nous enregistrons sur l'exercice un retour à la croissance du chiffre d'affaires (+0,6%) – notre Groupe signant même fin 2016 un cinquième trimestre consécutif de croissance. Cela prouve la pertinence de notre stratégie, et que nous la déployons efficacement malgré une concurrence toujours plus vive – exacerbée en France par l'échec des discussions avec Bouygues et de la consolidation du marché. En 2016, la progression de nos investissements a nourri une forte dynamique commerciale, avec un bond de 75% en un an sur notre base de clients Fibre (3,3 millions) et, en Europe, de 58% sur la 4G (28 millions de clients). La performance de l'Espagne, avec un EBITDA ajusté en hausse de 13,4%, est symbolique du moteur que représente la convergence des services : grâce à l'intégration de Jazztel, nous avons créé un opérateur convergent leader en Europe, qui rassemble aujourd'hui plus de 9 millions de clients mobile/TV/Internet sur le continent. En Afrique et au Moyen-Orient, c'est notre investissement dans la 3G et la 4G (lancée commercialement dans 10 pays) qui porte notre croissance en ouvrant à une population toujours plus large l'accès aux services de données.

### **Quels sont les principaux enjeux de 2017 ?**

Nous restons mobilisés pour l'exécution de notre stratégie : déployer des réseaux toujours plus étendus et puissants, réinventer la relation client et offrir les services à valeur ajoutée que nos clients attendent... En somme,

proposer une expérience client incomparable. Orange est l'un des opérateurs qui investit le plus (17% de notre chiffre d'affaires en 2016), en particulier dans les réseaux du futur (avec plus de 20 millions de foyers raccordables à la Fibre et 18 pays couverts en 4G), et nous allons continuer en ce sens. Orange est en même temps l'opérateur qui s'investit le plus dans l'accompagnement des usages numériques de ses clients : à travers nos Smart Stores, l'enrichissement permanent d'Orange et Moi, et la simplification de nos parcours clients, nous voulons réenchanter l'expérience de nos clients et leur donner les moyens d'accéder facilement et simplement à toute la richesse du numérique, avec des réponses adaptées à chacun. Le tout dans un cadre de confiance où leurs données personnelles sont protégées et où ils ont un droit de regard sur leur usage. Grâce à la solidité de notre bilan financier, nous avons les moyens de conduire notre ambitieuse politique d'investissement afin de préparer l'avenir : je pense bien entendu à la Fibre et à la 4G (et bientôt à la 5G), mais je pense également à notre montée en puissance dans l'Internet des Objets et à Orange Bank, que nous lançons en 2017 et qui marquera, avec son modèle inédit, une étape cruciale dans le développement des services financiers mobiles pour Orange.

### **Quelle est votre ambition pour Orange à plus long terme ?**

Je veux que notre Groupe continue à se distinguer par son approche conjuguant au quotidien performance économique et engagement sociétal. Dans une société

**« La performance de l'Espagne est symbolique du moteur que représente la convergence des services en Europe. »**



qui a peur de l'avenir et des mutations profondes, tant technologiques qu'écologiques, dans une société menacée par le repli sur soi, il est de notre responsabilité de répondre aux questions légitimes que soulève le numérique et d'accompagner nos clients, comme la société tout entière, dans cette transformation. Nos services ont un impact tangible bien au-delà des frontières de nos activités, et nous sommes engagés dans la recherche de solutions pour satisfaire les attentes et besoins de chacun dans sa vie numérique, en participant à la transition écologique et énergétique, en encourageant les modèles économiques innovants, et en promouvant toutes les formes d'entrepreneuriat – y compris social et solidaire.

**Quels sont vos moyens pour concrétiser cette vision ?**

Nous disposons d'une organisation engagée au service de notre vision. Partout, nous menons avec nos parties prenantes

**« Je veux que notre Groupe continue à se distinguer par son engagement sociétal. »**

des dialogues qui enrichissent nos projets ou guident certains investissements. Et nous voyons déjà nos multiples initiatives donner des résultats concrets. Pour nos clients, avec l'accompagnement des familles aux usages d'Internet. Pour la société, avec les grands programmes de la Fondation Orange, qui font du numérique un levier d'inclusion pour les plus fragiles. Pour l'environnement, avec la réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub> et le recyclage de près de 10 millions de mobiles depuis six ans. Enfin, pour tous les pays émergents, avec la mise au point de services essentiels à leur développement. Au-delà de ces actions, c'est l'ensemble de notre Groupe qui se doit de promouvoir et de proposer à nos clients un monde numérique, sûr et positif. L'innovation numérique n'est pas en soi positive ou négative : elle est ce que nous en faisons, et il ne dépend que de nous de choisir et de nous engager franchement pour faire une différence positive dans la vie de chacun. C'est pour cela, aussi, que nous communiquons pour la première fois sur notre philosophie : la dimension Human Inside d'Orange. Dans l'ensemble de nos activités et de nos pratiques, cette philosophie guide nos décisions. L'innovation n'est pas une machine désincarnée. Elle est le produit des savoir-faire, de la créativité et des émotions de femmes et d'hommes, porteurs d'une histoire, d'une éthique, et d'une vision pour le futur. Et la vision que nous revendiquons chez Orange, c'est que l'innovation ne devient progrès qu'en se mettant au service de l'humain.