

Orange : des résultats semestriels solides et des ambitions affirmées

En présentant ses résultats semestriels, Orange affiche un certain dynamisme commercial en Europe (France, Belgique, Roumanie). Tout en se montrant volontaire pour atteindre de nouveaux pays ou en renforçant ses positions en Afrique ou au Moyen-Orient.

Le groupe télécoms, présidé par Stéphane Richard, est en mesure d'augmenter son capital confiance vis-à-vis des investisseurs en présentant des résultats meilleurs que prévu au deuxième trimestre. A base comparable, le chiffre d'affaires semestriel du groupe se situe à 19,5 milliards d'euros (-0,5%). Le deuxième trimestre contribue à hauteur de 9,5 milliard d'euros (-0,2%).

L'EBITDA retraité (indicateur équivalent de l'excédent brut d'exploitation qui permet de savoir si Orange dégage un bénéfice d'exploitation au jour le jour) est évalué à 5,8 milliards d'euros (-1,2%) sur le premier semestre 2015. Le taux de marge EBITDA s'établit à 29,7% du CA. L'EBIT (résultat d'exploitation) progresse à 2,26 milliards d'euros. Ce qui donne une marge d'exploitation de 11,5%. C'est faible mais les investissements (CAPEX) sont lourds : 2,62 milliards d'euros (+6,5% par rapport à la même période l'an passé) à 2,67 milliards d'euros.

Cela s'arrange sur le front du résultat net qui s'établit à 1,27 milliard d'euros au 1er semestre 2015 (+545 millions d'euros). Le résultat net part du groupe dépasse le milliard (contre 581 millions d'euros au 1er semestre 2014). La dette nette s'élève à 26,38 milliards d'euros au 30 juin 2015 (« quasi stable par rapport au 31 décembre 2014 »).

En un an, la base globale clients du groupe est passée de 237 millions à 248 millions. La plus forte contribution est à trouver dans la mobilité : presque 190 millions de clients mobiles contre 178 millions à mi-2014. La base de clients pour le fixe évolue lentement : de 15,7 millions de clients, on passe à 16,2 millions.

Orange France solide dans le mobile et vue sur un service bancaire

En France, de quel tableau va hériter la nouvelle directrice France [Fabienne Dulac](#) qui prend ses fonctions officiellement le 22 août 2015 ?

Sachant que le groupe télécoms réalise près de la moitié de son CA en France (9,4 milliards d'euros à fin juin, - 1,3% à base comparable).

A la fin du premier semestre, Orange France affiche 27,5 millions de clients pour ses services mobiles, dont 22,8 millions disposant d'un forfait (83% de la base clients mobiles, +7,6% sur un an).

Au deuxième trimestre, l'opérateur historique se targue d'avoir conquis 76 000 nouveaux clients dans la mobilité. Le profil client SIM only monte en puissance. « Les offres premium (Origami + Open) représentent 61,3% des forfaits grand public au 30 juin 2015 (+2,1 points en un an) et les

offres en ligne Sosh comptent 2,722 millions de clients à cette date (+25% sur un an).

La part des forfaits grand public souscrits en offres SIM-only s'établit à 44% au 30 juin 2015 « contre 29% un an plus tôt ».

Autre indicateur intéressant pour Orange dans le déploiement Internet haut débit mobile : le nombre de clients 4G s'élève à 5,6 millions au 30 juin 2015 (+1,1 million de clients au 2ème trimestre). L'opérateur garde une marge d'avance sur la couverture 4G en France, qui adresse désormais 76,5% de la population. Et la formule optimisée 4G+ est disponible dans 17 grandes villes (dont Paris).

Que se passe-t-il dans le fixe en France ? La base clients en téléphonie classique faiblit de 11,3%. Tandis que celle pour le haut débit fixe progresse de 3,2% sur un an : 10,4 millions de clients à fin juin 2015 (+ 323 000 sur un an). Les offres convergentes via la gamme Open représentent 47 % de la base clients haut débit (contre 40,7% un an plus tôt).

Dans le très haut débit, Orange recense 720 000 accès fibre contre 415 000 un an plus tôt (+73%). Sachant que le nombre de foyers raccordables à la fibre s'élève à 4,31 millions (+42% en un an).

En 2016, Orange sera attendu au tournant avec son projet de banque « en partenariat avec un acteur du secteur » sur le marché français, explique [l'Espresso](#).

International : stratégie affinée par plaques régionales

Le chiffre d'affaires du secteur Entreprises (notamment via Orange Business Services) recule de 1,9% sur le premier semestre 2015 à 3,1 milliards d'euros. Les solutions de sécurité et cloud ont le vent en poupe, le business des accès IP VPN stagne mais celui des « services de données » baissent.

A l'international, on notera un certain dynamisme du groupe en Afrique et au Moyen-Orient (102 millions de clients, +12,4% en un an). Des zones qui représentent 10% du CA de l'opérateur.

Le service de transfert d'argent Orange Money, disponible au Mali, Cameroun, Sénégal, Côte d'Ivoire et Madagascar, fédère 14,2 millions de clients.

Sur le premier semestre, Orange a renforcé ses assises en Espagne avec la prise de contrôle de Jazztel mais il est sur le point de quitter le marché britannique des télécoms.

Sur ses mouvements tactiques observés à l'étranger, Orange lâche le marché arménien mais cherche à s'imposer dans les pays du Maghreb. Avec plus ou moins de succès.

Au Maroc, le groupe télécoms affiche sa volonté de monter en puissance via Meditel. Il contrôle désormais 49% du capital de l'opérateur.

En Afrique, le groupe télécoms part à la conquête de nouveaux marchés comme le Bénin, le Togo, l'Afrique du Sud, la Mauritanie et le Liberia.

Enfin, Orange précise qu'il continue d'investir dans les câbles sous-marins : augmentation de

capacité du câble SEA-ME-WE 4 (qui relie l'Europe au Moyen-Orient et à l'Asie), connexion du Bénin et des Iles Canaries au câble sous-marin ACE.

A lire aussi :

[Orange Business Services officiellement en charge du Cloud de l'Etat](#)

[Orange veut racheter 4 filiales africaines à Airtel](#)