

Plan NEXt: les ambitions de France Télécom pour 2008

Un plan de conquête! Le nouveau président de France Télécom, Didier Lombard, détaille aujourd'hui les ambitions de l'opérateur historique pour les prochaines années. Assaini, le groupe était au bord de la faillite il y a encore trois ans, France Télécom peut aujourd'hui repartir à l'attaque des marchés. Il faut dire que les menaces grondent: concurrence dans l'ADSL, la téléphonie fixe, le mobile... Mais l'entreprise a aujourd'hui les moyens de ses ambitions après avoir achevé sa transformation en ayant réintégré ses filiales Internet et Mobile, et en étant sortie de la tutelle de l'Etat. Baptisé NEXt pour Nouvelle Expérience des Télécommunications, le plan qui sera présenté ce mercredi aux investisseurs comporte deux volets: le financier et le commercial.

Orange everywhere et offres convergées C'est sur le terrain que France Télécom est le plus attendu. Disposant de deux armes lourdes: Wanadoo et Orange, l'opérateur a détaillé sa nouvelle stratégie commerciale et notamment l'élargissement ou non de la marque Orange afin de simplifier l'ensemble. Cette stratégie intégrée doit aussi lui permettre d'enrayer la chute de l'activité traditionnelle: la téléphonie fixe. Contrairement aux dernières rumeurs, Orange ne remplacera pas le nom France Télécom. Mais la marque mobile va néanmoins être déclinée au maximum. **Au cours des 18 prochains mois, Orange devrait devenir la marque commerciale internationale du groupe pour les offres mobiles, Haut Débit et multi-services, ainsi que pour toute l'activité Entreprise.** A terme, les marques Equant et Wanadoo disparaîtront. Concernant les services, France Télécom a décidé de jouer à 100% la carte de la convergence et des innovations. Convergence avec en 2006, le déploiement d'un portail unique afin d'accéder aux services. Ce portail sera accessible non seulement via l'ordinateur mais aussi sur d'autres types de terminaux. France Télécom prévoit par ailleurs un service client unifié à fin 2006, avec un point de contact unique pour toutes les offres (mobile, fixe, internet). Un programme de fidélité Groupe sera également mis en place prochainement. Une série de nouveaux services convergents pour les particuliers et les entreprises seront également mis en place progressivement (voir encadré), dont Family Talk, une offre de communication illimitée 7j/7 et 24h/24 entre les terminaux fixes et mobiles d'une même famille. L'opérateur vient également d'étendre sa collaboration avec Microsoft (voir notre article). **Finances: retour progressif à la normale** On l'a dit, les comptes de France Télécom sont aujourd'hui épurés. La dette a été ramenée à moins de 50 milliards d'euros. France Télécom vise une croissance pro forma du chiffre d'affaires de 3% à 5% par an en moyenne au cours de la période 2006 à 2008 et une croissance de l'EBITDA légèrement supérieure à celle du chiffre d'affaires sur la même période. Les dépenses consacrées à la Recherche et Développement pourront atteindre jusqu'à 2% du chiffre d'affaires. Le groupe vise également plus de 12 millions de clients Haut Débit Fixe dont plus de 8 millions de clients pour la Livebox (6 millions en France), plus d'un million de clients abonnés à MaLigne TV en France, plus de 400 millions d'euros de chiffre d'affaires issus des contenus, plus de 12 millions de clients Haut Débit Mobile dont plus de 6 millions en France et plus de 5 millions au Royaume-Uni sur le marché Entreprise, plus d'un million de clients Business Everywhere, et plus de 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires tirés des services Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Côté dividende, l'entreprise se veut généreuse puisque le Conseil d'administration a indiqué qu'il devrait proposer à l'Assemblée

générale des actionnaires un dividende de 1 euro par action, distribué en 2006. Un signe fort de rétablissement envoyé à la communauté financière. L'ambition est donc bien au rendez-vous pour France Télécom. Il en faudra pour résister aux assauts de la concurrence. Pour autant, les syndicats s'inquiètent. « *Ce nouveau plan de Didier Lombard n'est pas surprenant ; en revanche, il accélère la transformation du groupe. Il doit donc impérativement respecter les garanties collectives données aux fonctionnaires sur leur statut et posséder une vraie ambition sociale* », explique la CFTC. **Les nouveaux services de France Télécom**

Nouveaux services de communication **-Family Talk** : offre de communication illimitée 7j/7 et 24h/24 entre les terminaux fixes et mobiles d'une même famille à 39 euros par mois (29 euros pour les 2 premiers mois) – Lancement commercial en juin 2005 pour 150.000 clients. **-LiveCom** : logiciel de communication intégrant voix, visiophonie et messagerie instantanée pour communiquer avec les ordinateurs, les terminaux fixes, les mobiles et les visiophones – Lancement commercial en juin 2005 en France. **-Livephone** : téléphone Haut Débit pour être informé de l'arrivée de ses e-mails, mettre à jour son carnet d'adresses Wanadoo, et accéder à des services pratiques sans brancher son ordinateur – Lancement commercial en 4ème trimestre 2005. **-Mobile & Connected**: offre combinant mobile et accès Internet – Lancement commercial prévu au cours du 1er semestre 2006. Nouveaux services d'information et de loisirs **-Transfert photo** : service permettant d'envoyer des photos depuis son mobile directement vers le photoblog de son choix à travers la Livebox – Lancement commercial au 4ème trimestre 2005. **-LiveMusic** : transfert sans-fil de musique entre ordinateur et chaîne HiFi / Home Cinéma grâce à une liaison WiFi et une Livebox – Lancement commercial au 4ème trimestre 2005. Nouveaux services de vie pratique **-LiveZoom** : offre associée à la Livebox, permettant de garder un oeil à distance sur son domicile à travers un mobile ou un ordinateur – Lancement commercial au 4ème trimestre 2005 **-Maintien à domicile** : offre combinant MaLigne Visio avec un bouquet de services permettant de garder le lien avec son entourage et d'accéder aux services sociaux et médicaux – Lancement commercial au 2ème semestre 2005. **-Mobivisit**: guide mobile interactif fournissant des informations géo-localisées en situation de mobilité (sites, restaurants, événements...) – Lancement commercial à fin 2006. Nouveaux services pour les entreprises **-Lancement de la nouvelle génération Business Everywhere Multimedia**, permettant d'utiliser ses applications et services professionnels partout, à tout moment, depuis chaque terminal, grâce à un multiaccès sécurisé à Intranet et Internet – Lancement commercial échelonné sur la période 2005-2008.