

Résultats 2011 : 226 millions de clients pour France Télécom-Orange

Avec 226,3 millions de clients dans le monde au 31 décembre 2011 (en hausse de 8 % sur l'année), dont 167,4 millions d'abonnés mobiles hors MVNO, France Télécom peut se réjouir de sa progression globale en 2011, même si tout n'est pas rose. C'est notamment grâce au développement des services mobiles en Afrique et au Moyen-Orient (74,6 millions de clients, une hausse remarquable de 26,4 %) et les bonnes performances de l'Espagne (avec un résultat en hausse de 4,5 % en absolu, 7 % hors mesures de régulation). Le groupe a gagné 16,7 millions de clients en un an. Ce n'est pas rien.

Une progression de la clientèle qui se traduit par 45,277 milliards d'euros de chiffre d'affaires (dont 22,5 pour la France, en baisse de 3,3 %). Un résultat relativement stable par rapport aux 45,5 milliards de 2010 et en ligne avec les dernières prévisions du groupe, malgré la hausse de la TVA en France, la situation en Égypte ([qui s'éclaircit](#) pour l'entreprise) et en Côte d'Ivoire. Mais à l'exception de l'Espagne, tous les secteurs (France, Pologne, reste du monde, Entreprise, opérateurs internationaux) accusent des baisses de CA allant de 0,9 % (reste du monde) à 4,1 % (Pologne). À noter cependant que, soutenu par les services et le développement à l'international, le secteur de l'Entreprise est en voie de progression et limite la baisse de son résultat à 1,6 % contre -4,8 % en 2010.

Une marge en légère baisse

Les revenus net (EBITDA) dépassent les 15 milliards d'euros, soit une marge de 33,3 %, en légère baisse de 1,1 point. Les investissements ont continué à progresser de 3,3 % par rapport à 2010 à 5,77 milliards (hors coût des licences 4G en France), soit 12,7 % du CA « conforme à la trajectoire 2011-2013 », souligne le groupe. Investissements évidemment liés au déploiement du réseau en fibre optique en France, mais aussi à la mise en place de câbles sous-marins en Afrique ([ACE](#)) et dans l'océan Indien (LION2) ainsi qu'aux développements et renouvellement d'équipement dans les réseaux mobiles en Europe, et le développement de la 3G en Afrique.

Le résultat net s'élève à 3,83 milliards d'euros, en légère hausse (de 21 millions) par rapport aux 3,8 milliards de 2010. La dette s'établit à 32,33 milliards. La trésorerie opérationnelle se remplit à 9,3 milliards d'euros, supérieurs aux 9 milliards fixés dans l'objectif initial. Pour 2012, France Télécom joue la prudence « compte tenu du contexte macro-économique et concurrentiel incertain » avec un *cash flow* opérationnel à 8 milliards d'euros. En 2012, pas de changement stratégique à attendre malgré la situation (détérioration de l'économie, pression concurrentielle, hausse de la fiscalité, impacts réglementaires...). Le groupe entend poursuivre le plan Conquête 2015 tout en cherchant à renforcer son efficacité opérationnelle.

Le paradoxe français

En France, le résultat est un paradoxe. Alors que le chiffre d'affaires tend à baisser (-3,3 % à 22,5 milliards d'euros), le nombre de clients augmente. Les offres d'accès Internet haut débit (ADSL

essentiellement) connaissent une hausse des abonnés de 4,2 % avec 391 000 clients supplémentaires (notamment grâce au succès du *quadruple play* Open qui compte 1,2 million d'abonnés) en un an pour un total de 9,6 millions d'utilisateurs au 31 décembre. Soit 30,5 % du marché en 2011 (avec forte progression exceptionnelle à 38,4 % rien qu'au quatrième trimestre) pour un CA en hausse de 2,2 %. En revanche, les services fixes affichent une baisse de CA de 5 % (12,86 milliards), notamment victimes du recul des services de téléphonie classique (-13,4 %). Dans le cadre du dégroupage total, France Télécom loue désormais 11,43 millions de lignes aux opérateurs alternatifs (+12,3 % en un an).

Le secteur mobile en France reste en relative bonne santé pour Orange qui capte 39,9 % du marché (en comptant les abonnés Open en *quadruple play*). Le CA est stable à 10,9 milliards d'euros (+0,8 % ou +4,3 % hors régulation) et le nombre de forfaits est en hausse de 2,5 %. Ils constituent désormais 71,8 % de la base clients mobiles (70,5 % en 2010). Il restera néanmoins à vérifier cette bonne tenue dans les prochains mois face à la concurrence de Free Mobile, laquelle [a déjà un impact](#).

*« Je suis plus que jamais convaincu qu'Orange, qui a retrouvé sa combativité, marquera davantage sa différence dans les mois à venir en s'appuyant sur ses excellents fondamentaux : ses réseaux, sa capacité d'innovation et bien sûr, ses équipes au service de ses clients, déclare le PDG de France Télécom-Orange, **Stéphane Richard**. C'est donc avec confiance que j'aborde 2012 et que le groupe confirme les orientations de son plan stratégique Conquêtes 2015. »*