

Lausanne, le 30 juin 2000

## **Retour en arrière sur une année d'Orange**

Orange a maintenant plus de 600.000 clientes et clients

**De zéro à plus de 600.000 clientes et clients et un taux de notoriété de 95 % en Suisse en un an seulement: la direction d'Orange et son PDG Andreas S. Wetter dressent un bilan des plus positifs à l'issue d'un exercice turbulent. Le jour même de son anniversaire, Orange annonce une surprise, en l'occurrence un attrayant programme de fidélité pour toutes ses clientes et tous ses clients à partir du mois de juillet.**

Le calendrier d'Orange pour la mise en place de la société et son démarrage était ambitieux. Le 29 mai 1998, Orange avait remporté l'appel d'offres pour l'édification d'un réseau de téléphonie mobile GSM à la fréquence de 1800 MHz sur la totalité du territoire et obtenu la concession de la ComCom. L'équipe de pionniers se composant de vingt collaboratrices et collaborateurs a rapidement grandi jusqu'à la fin de 1999. Avec 780 nouveaux emplois, Orange est l'une des entreprises de Suisse, qui a, l'an dernier, créé le plus grand nombre d'emplois. Aujourd'hui, environ 1300 collaboratrices et collaborateurs travaillent chez Orange. Et, à partir de l'automne prochain, Orange va aussi s'engager en mettant en oeuvre un concept à caractère de projet pilote pour la formation des apprentis.

### **La demande a dépassé toutes les espérances**

Les objectifs fixés étaient ambitieux et ont requis chaque jour l'engagement total des collaboratrices et collaborateurs de tous les échelons. D'un côté, le boom énorme a prouvé que plus de la moitié des Suisses des deux sexes qui possèdent d'ores et déjà un handy sont convaincus de l'utilité de la téléphonie mobile. En espace d'un an après son arrivée sur le marché, Orange a atteint un taux de notoriété de 95 pour cent en Suisse. Fin 1999, la jeune entreprise comptait 312.000 nouveaux clientes et clients ; à la mi-2000, ce nombre dépasse déjà largement 600.000 et continue d'augmenter chaque jour. A l'origine, Orange a proposé quatre produits, dont un produit PrePay. Plus tard s'y est ajoutée une offre taillée sur mesure pour les PME, Orange Business 5+5. Des promotions attrayantes sont allées de pair avec la campagne publicitaire de lancement qui cultivait le life style et a été extrêmement populaire auprès des Suisses des deux sexes. Les lectrices et lecteurs de la WerbeWoche l'ont, d'ailleurs, consacrée comme "Meilleure campagne de 1999".

Un facteur décisif pour ce grand succès a été l'excellente collaboration avec les plus de 4200 points de vente de la Suisse entière. Sept Orange shops soutiennent les ventes en tant que centres de compétences pour la communication mobile. Orange place l'homme au coeur de son action et il est donc logique qu'elle attache une attention particulière au service. Les deux Customer Care Centers de Bussigny et de Zurich traitent chaque jour des milliers d'appels.

### **Obstacles à l'édification du réseau**

Malheureusement, des craintes diffuses au sein de la population imputables au "smog électronique" et des retards dans l'octroi de permis de construire ont entraîné des reports dans l'édification du réseau d'antennes autonomes exigé expressément par le Conseil fédéral. Le fédéralisme suisse a aussi obligé à demander une autorisation spécifique pour chaque antenne prise isolément. Une task force Environnement forte de sept personnes instituée spécialement par la direction de l'entreprise s'est, entre-temps, efforcée sur place de mener un dialogue constructif avec les autorités, le grand public et les riverains des antennes. Largement plus de 300 présentations témoignent de ses activités.

Grâce à l'accord de National Roaming passé avec Swisscom, les clientes et clients ont cependant pu, dès notre arrivée sur le marché, bénéficier d'une couverture du réseau de 90 pour cent de la population. Aujourd'hui, la couverture dépasse 95 pour cent. Avec l'entrée en vigueur du "Décret sur la

protection contre les rayons non-ionisants (DPRNI)", le 1er février 2000, le Conseil fédéral a mis fin formellement à l'incertitude juridique dans le domaine des antennes de téléphonie mobile. La Suisse possède maintenant les prescriptions les sévères du monde. Aujourd'hui, Orange dispose de plus de 1000 antennes qui lui appartiennent en propre et qui, toutes, respectent le nouveau décret. Depuis notre arrivée sur le marché, nous avons pu annoncer des développements réjouissants dans le domaine de l'International Roaming. Aujourd'hui, plus de 120 accords ont été passés avec des exploitants de réseaux étrangers dans 70 pays. Ces accords concernent entre autres les villes les plus importantes des Etats-Unis.

## **Les technologies de l'avenir**

Et, enfin, grâce à Orange, le dual handy est devenu, avant la fin de l'année, le nouveau standard pour la téléphonie mobile en Suisse. Aujourd'hui, l'arrivée de technologies ultramodernes est déjà imminente. Début mars, Orange a lancé des services SMS encore plus perfectionnés sous le vocable Orange Info. Et, à la mi-juin, a été donné le signal du départ du portail WAP de l'Orange. Et maintenant vont suivre, notamment, le lancement du HSCSD (Orange Fast Data), au troisième trimestre, et le GPRS. Les premiers essais ont déjà été menés à terme avec succès. Le démarrage du GPRS est prévu pour le quatrième trimestre. En outre, Orange a fait acte de candidature pour une licence UMTS.

## **En primeur: une authentique surprise d'anniversaire**

A l'avenir, Orange va encore plus récompenser la fidélité des clients. Au cours du mois de juillet va être lancé le programme de fidélité "OrangeThanks", novateur et sans précédent en Suisse, pour les abonnées et les abonnés à Orange Personal, Plus 100 et Professional.

---

### **Orange Communications SA**

World Trade Center  
Av. de Gratta-Paille 2  
Case postale 455  
CH-1000 Lausanne 30 Grey

### **Therese Wenger, Director Media & PR**

mobile +41 78 787 10 16  
tel +41 21 216 10 16  
fax +41 21 216 10 15  
email [therese.wenger@orange.ch](mailto:therese.wenger@orange.ch)  
website [www.orange.ch](http://www.orange.ch)