



Bouygues Telecom toujours
numéro 1 de la relation client

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES 2011

5 741 M€
(+ 2 %)

MARGE OPÉRATIONNELLE
COURANTE

9,8 %
(- 2,5 points)

RÉSULTAT NET
PART DU GROUPE

370 M€
(- 17 %)

COLLABORATEURS

9 870

OBJECTIF

CHIFFRE D'AFFAIRES 2012

5 140 M€
(- 10 %)

Opérateur global de communications électroniques, Bouygues Telecom s'est démarqué par ses offres innovantes et une qualité de relation client doublement reconnue¹, au service de ses 12,5 millions de clients.

En 2011, dans un environnement marqué par un contexte réglementaire défavorable et une concurrence soutenue, Bouygues Telecom a recruté 369 000 nouveaux clients **Forfait Mobile** et 433 000 nouveaux clients **Haut Débit Fixe**.

Le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 5 741 millions d'euros, en croissance de 2 % par rapport à 2010 dans un marché globalement stable en valeur. Sans la baisse des terminaisons d'appel, cette croissance aurait été de 8 %. Le résultat net ressort à 370 millions d'euros.

La **qualité de service** est la priorité de Bouygues Telecom qui reste numéro 1 de la relation client¹.

Mobile : offres innovantes

Début 2011, Bouygues Telecom s'est positionné en faveur du pouvoir d'achat de ses clients en ne répercutant pas sur ses offres Mobile l'augmentation de la TVA décidée par le gouvernement.

Dans la continuité de 15 ans d'innovation, Bouygues Telecom a lancé **B&YOU**, nouvelle marque à destination de la génération digitale, commercialisée exclusivement sur internet. B&YOU propose des forfaits sans engagement avec appels, SMS et MMS illimités 24h/24.

En complément, Bouygues Telecom a lancé **Eden**, gamme de forfaits sur mesure avec ou sans engagement, avec ou sans mobile, adaptée à tous

(1) premier prix du Podium de la Relation client 2011 TNS Sofres-BearingPoint (cinquième année consécutive, secteur Téléphonie mobile ; première année, secteur Téléphonie fixe / FAI) (2) Mobile Virtual Network Operator

FAITS MARQUANTS

→ **Janvier 2011** : premier opérateur à ne pas répercuter l'augmentation de la TVA sur les offres Mobile avec télévision.

→ **Mai 2011** : N°1 du Podium de la Relation client 2011 en téléphonie mobile (5^e année consécutive) et internet-fixe¹.

→ **Juin 2011** : cap du million de clients Haut Débit Fixe franchi.

→ **Juillet 2011** : lancement de B&YOU, première offre dédiée à la génération digitale.

→ **Octobre 2011** : obtention du label Diversité* • Lancement de la nouvelle gamme Eden.

(*) attribué par Afnor Certification

les usages voix et/ou data. Avec Eden, le client peut renouveler son mobile tous les 24 mois à un tarif inférieur à celui d'un nouveau client. Bouygues Telecom est aussi présent sur le marché des MVNO² avec 1,6 million³ de clients fin 2011.

Fixe : forte croissance

Capitalisant sur le succès d'**ideo**, une qualité de service¹ reconnue et un réseau de 7 millions de foyers éligibles à **Bbox Fibre**, Bouygues Telecom se développe rapidement sur le marché Haut Débit Fixe.

En 2011, le cap du million de clients a été dépassé et Bouygues Telecom a capté la plus grosse part de la **croissance nette** du marché pour la deuxième année consécutive.

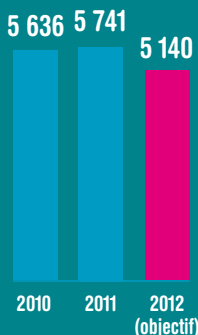
Nabyl Boughalem,
manager du Club
mandataire de Laval

(3) estimation des clients actifs



CHIFFRE D'AFFAIRES

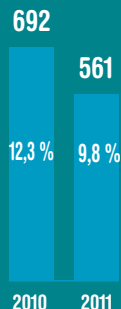
en millions d'euros



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

(en millions d'euros)

Marge opérationnelle courante en %



RÉSULTAT NET*

en millions d'euros

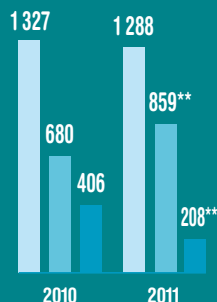


(*) part du Groupe

GÉNÉRATION DE CASH-FLOW

en millions d'euros

- Capacité d'autofinancement
- Investissements d'exploitation nets
- Cash-flow libre*



(*) avant variation du Besoin en fonds de roulement
(**) hors investissement dans les fréquences 2,6 GHz (228 Mc)

CLIENTS HAUT DÉBIT FIXE

en milliers



CLIENTS MOBILE

en milliers





FRÉQUENCES 4G : QUALITÉ ET SERVICES

En complément de son réseau 3G+ qui couvre 93 % de la population, Bouygues Telecom a acquis fin 2011 **deux blocs de fréquences de quatrième génération (4G)** dans les bandes 800 MHz et 2 600 MHz. Ces blocs, acquis pour 20 ans, permettent à Bouygues Telecom de renforcer son patrimoine de fréquences et d'offrir à ses clients les avantages de la meilleure technologie disponible sur le marché.

Si les fréquences 2 600 MHz sont principalement destinées aux zones urbaines, **les fréquences 800 MHz, dites "en or"**, permettront à la fois de couvrir les zones moins densément peuplées et de parfaire la qualité de couverture sur l'ensemble du territoire tout en offrant une meilleure pénétration à l'intérieur des bâtiments.

Dans un contexte de croissance rapide des données (communication, services, information, éducation, etc.) et d'évolution des usages, Bouygues Telecom apportera à ses clients **le confort du très haut débit mobile** avec des performances de débit très significativement supérieures à celles de la 3G.

ENVIRONNEMENT : RECYCLAGE DES MOBILES

Dans le cadre de sa politique environnementale, citoyenne et responsable, Bouygues Telecom a lancé en 2011 une boutique de **smartphones d'occasion** sur son site internet bouyguetelecom.fr.

Issus de la filière de recyclage des mobiles de l'entreprise et proposés avec une remise allant jusqu'à 50 % du prix de vente à l'état neuf, ces mobiles, remis en état par Les Ateliers du Bocage (Emmaüs France), sont disponibles sans engagement.

En savoir plus :

<http://mobile-occasion.bouyguetelecom.fr>





LE TRÈS HAUT DÉBIT POUR LE PLUS GRAND NOMBRE

Après avoir su rapidement s'imposer sur le marché du Fixe, Bouygues Telecom entend renforcer sa position d'**acteur de la fibre optique** à part entière. Grâce aux accords signés avec Numericable, SFR et, récemment, France Télécom-Orange, Bouygues Telecom pourra porter le nombre de foyers potentiellement adressables par ses offres en fibre optique à près de 13 millions.

Au rang des innovations, la **Bbox Sensation**, disponible au printemps 2012 dans ses versions très haut débit et ADSL, intégrera les technologies les plus innovantes et offrira une nouvelle expérience numérique au sein du foyer. La version Fibre sera constituée d'une *box* unique, à encombrement minimal, point de convergence de tous les contenus et de tous les appareils connectés du foyer.

LE CLIENT AU CŒUR DE LA RELATION

Pour ses 15 ans en mai 2011, Bouygues Telecom a été élu **numéro 1 de la relation client*** en téléphonie fixe et internet et, pour la cinquième année consécutive, en téléphonie mobile.

Ce prix annuel récompense notamment la clarté de l'information, la réactivité, le service après-vente et la qualité du contact, gages d'une relation client reconnue.

Bouygues Telecom reste également le seul opérateur à détenir la certification NF Service "Centre de relation client" qui récompense **le savoir-faire des conseillers de clientèle** pour l'ensemble de ses activités.

Ces deux distinctions, ainsi que son réseau de 650 magasins Clubs, témoignent de l'importance qu'accorde Bouygues Telecom à la qualité de la relation client.

(*) Podium de la relation client 2011 TNS Sofres-BearingPoint (secteurs Téléphonie mobile et fixe / FAI)

