



communiqué de presse  
Paris, le 1<sup>er</sup> juillet 2013

## Appelez-nous Orange !

**A compter d'aujourd'hui, lundi 1<sup>er</sup> juillet 2013, le nom de l'entreprise et le nom de l'action, jusqu'alors France Télécom, deviennent Orange.**

Ce changement de nom symbolise la volonté du Groupe de simplifier et moderniser sa présentation et son image auprès de l'ensemble de ses parties prenantes. Il vient achever un processus initié en 2006 pour répondre tant à la nouvelle donne du marché des télécommunications, avec notamment la convergence des réseaux fixe et mobile, qu'au développement du Groupe à l'étranger. Aujourd'hui, l'ensemble des produits et services du Groupe, en France et dans plus de 30 pays, est commercialisé sous la marque Orange et toute la communication du Groupe, commerciale, interne et institutionnelle se fait sous l'unique identité Orange.

*« La majorité des femmes et des hommes du Groupe attendait que le nom de l'entreprise se confonde avec son identité, qui repose plus que jamais sur la culture de service public, de développement des territoires, et le pacte social qui cimenter sa communauté humaine. Un groupe qui a su évoluer pour répondre au contexte concurrentiel et mondialisé d'aujourd'hui »,* indique Stéphane Richard, Président directeur-général d'Orange. *« Les études soulignent qu'Orange est en mesure de porter le nouveau souffle et le sens collectif dont le Groupe a besoin pour consolider son apaisement : Orange est porteur de modernité, de dynamisme, d'innovation, de confiance, d'orientation vers l'avenir et vers le client. »*

Avec le changement effectif du nom, le sentiment d'appartenance à un seul et même Groupe pour l'ensemble des salariés en France et à l'étranger va se trouver renforcé. Il traduit les valeurs d'un groupe français fier de ses racines, de ses conquêtes et de son histoire, et désormais immergé dans la compétition mondiale.

### **Orange, une marque universelle au rayonnement numérique puissant**

Forte des 170 000 hommes et femmes qui la font vivre auprès de ses 230 millions de clients, la marque Orange est classée 60<sup>ème</sup> marque mondiale, mais aussi 6<sup>ème</sup> marque du secteur des télécoms au classement 2013 de Millward Brown. Orange, c'est aussi une marque au rayonnement numérique puissant avec 7 millions de fans sur l'ensemble de ses pages Facebook et 600 000 followers sur l'ensemble de ses comptes Twitter, dont @orange, 1<sup>er</sup> compte Twitter du CAC 40.

### **Une campagne institutionnelle axée sur l'importance du digital en soutien du changement de nom**

Orange lance une campagne corporate qui soutient parfaitement le changement de nom du groupe, en faisant le lien entre aujourd'hui et demain, entre France Télécom et Orange. Au-delà, elle met l'accent sur le lien de manière plus large : entre les générations, entre l'individu et la société, entre la technologie et les usages. Cette nouvelle campagne tourne Orange vers l'avenir et véhicule des messages forts à un moment clé, particulièrement dynamique pour le groupe. Elle met en avant le pouvoir du digital, et la place centrale que le digital a et aura plus que jamais dans la vie de tous, pour tout réaliser, partout, à tout moment. A travers cette phrase « La révolution digitale est là. A nous de vous connecter à tout ce qui est essentiel pour vous », Orange communique ainsi sur son nouvel enjeu, le service personnalisé : écouter chacun de ses clients, pour mieux l'accompagner, et le connecter uniquement à ce qui lui est utile dans sa vie.

Pour Béatrice Mandine, Directrice Exécutive, Communication et Marque, « *Le changement de nom est l'occasion pour nous de reprendre la parole et de réaffirmer notre rôle et notre mission. A travers cette nouvelle campagne institutionnelle, Orange montre qu'il est plus que jamais à l'écoute de ses clients, pour mieux les comprendre, eux et la manière dont leur vie évolue, et leur permettre, grâce à l'intelligence de ses réseaux, à la passion et au talent de ses équipes, le meilleur usage de ce qui est devenu essentiel pour eux. Aujourd'hui comme demain, nous devons être pertinents, utiles et réactifs.*

La campagne vient tout simplement rappeler qu'Orange est une marque qui s'adresse à tous, grâce à la relation qu'elle a su créer et la confiance qu'elle engendre.

Cette campagne a été développée par l'agence Marcel – Groupe Publicis et le film réalisé par le réalisateur publicitaire Bruno Aveillan. La campagne a été pensée pour être utilisée par tous les pays Orange, en Europe comme en Afrique et au Moyen-Orient, et tout d'abord en France, du 30 juin au 20 juillet en TV.



## Les salariés célèbrent le passage de France Télécom à Orange

Pour célébrer le changement de nom, un dispositif d'envergure, baptisé « le fil Orange », a été déployé au sein de l'entreprise dans le courant des mois de mai et juin avec la possibilité notamment pour tous les salariés de poster leur témoignage et livrer leur meilleur souvenir dans le groupe sous forme de récit, vidéo ou de photo. Aujourd'hui sont également organisées des manifestations sur la plupart des sites du groupe en France et à l'international pour fêter de manière conviviale ce jour symbolique pour Orange.

Pour regarder « Le fil Orange », le film des témoignages des salariés : <http://www.orange.com/fr/groupe/France-Telecom-devient-Orange/le-fil-Orange>

Pour regarder le film de la campagne publicitaire corporate : <http://www.orange.com/laviechange>

Pour regarder la frise historique avec les dates-clés du secteur des télécoms et du groupe :

<http://www.orange.com/fr/groupe/France-Telecom-devient-Orange>

Pour les visuels : <http://www.mediatheque.orange.com>

### à propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 43,5 milliards d'euros en 2012 et 170 000 salariés au 31 mars 2013, dont 104 000 en France. Présent dans 32 pays, le Groupe servait près de 230 millions de clients au 31 mars 2013, dont 172 millions de clients du mobile et 15 millions de clients ADSL et fibre dans le monde. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services.

Orange est coté sur le NYSE Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : [www.orange.com](http://www.orange.com), [www.orange-business.com](http://www.orange-business.com), [www.orange-innovation.tv](http://www.orange-innovation.tv) ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

*Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.*

### Contacts presse

Alicia Bellance, 0696260135 – [alicia.bellance@orange.com](mailto:alicia.bellance@orange.com)

Twitter : [@alicia\\_bellance](https://twitter.com/alicia_bellance)