



Orange Espagne, S.A.U. ha sido un agente clave en el desarrollo de la sociedad de la información en España, dinamizando el entorno competitivo del mercado de las telecomunicaciones desde su liberalización hasta el momento actual. Orange es el operador alternativo de referencia del mercado español y ha finalizado el primer semestre de 2008 con más de 12 millones de clientes a los que ofrece servicios convergentes de telefonía móvil, fija, Internet de banda ancha y TV por ADSL, tanto para clientes residenciales como de empresa.

En la actualidad, Orange cuenta con más de 11 millones de clientes de telefonía móvil, el 21% de cuota de mercado, y casi de 1,2 millones de clientes de Internet de Banda Ancha, el 18% del mercado del ADSL. Por otra parte, Orange ha alcanzado los 92.000 clientes de IPTV (a 30 de junio de 2008), frente a los 16.000 con los que contaba en la misma fecha del año pasado.

Orange ofrece cobertura 3G al 83% de la población española y al 79% con HSDPA. Además, a lo largo de los últimos años ha realizado un gran esfuerzo de mejora en la cobertura de red móvil gracias al despliegue GSM 900. En el ámbito de Internet de banda ancha, cuenta con el 70% de la población con cobertura ULL, lo que sitúa como primer operador en cobertura ULL del territorio español.

Esta posición en ULL, se vio reforzada el pasado año con la adquisición de Ya. Com, el tercer operador de ADSL en España, en junio de 2007. Gracias a ello, Orange cuenta en la actualidad con infraestructura de red en más de 600 centrales, lo que constituye el despliegue de red propia más completo entre los operadores alternativos.

Orange ha sido el primer operador de red en alcanzar acuerdos con OMVs, entre los que se encuentran empresas como Carrefour, The Phone House, Día, KPN, Jazztel o Más Móvil.

Además en abril de 2008 se lanzó al mercado 40 Movil by Orange, la marca de Los 40 Principales en telefonía móvil dirigida al público joven amante de la música. De esta forma, Los 40 Principales y Orange unen sus fuerzas para llevar al mercado un producto de telefonía joven, con terminales adecuadas para la música y unos precios específicos para los seguidores 'Los 40'.

Por otra parte, Orange ha firmado este año un acuerdo con Yoigo para compartir infraestructuras de sus redes móviles en todo el territorio nacional. Esta alianza permite a ambas compañías disponer de un mayor número de emplazamientos que posibiliten la prestación de sus servicios con una mayor calidad para sus clientes. El acuerdo se suma al que ya cerró Orange con Vodafone el pasado año para optimizar y racionalizar el despliegue de las redes 3G en España y limitar el impacto medioambiental de estas infraestructuras.

Líder en innovación

La trayectoria de Orange ha estado marcada por múltiples iniciativas innovadoras que han dinamizado el mercado español de las telecomunicaciones. El pasado año la compañía afianzó su apuesta por la innovación y la convergencia con lanzamientos como "Único", "Todo en uno" o la televisión en el móvil en Alta Definición (HDTV Móvil).

En los últimos meses, Orange ha sorprendido de nuevo al mercado con innovadoras iniciativas como el servicio "Promo Tonos", con el cuál ha revolucionado el mercado de la publicidad. "Promo Tonos" de Orange utiliza los tonos de espera en servicios de comunicaciones móviles, ofreciendo a los anunciantes la posibilidad de incorporar a estos tonos música relacionada con una campaña publicitaria y retribuyendo a su vez al usuario por su activación a través de beneficios en su factura.

Por otra parte, a la alianza alcanzada por Sogecable y Orange para desarrollar y lanzar distintos servicios conjuntos de telecomunicaciones móviles y de banda ancha se ha traducido ya en nuevos productos "triple play" como el paquete Orange-Digital+ y Yacom+, una oferta conjunta "triple-play", que incluye en un solo producto la oferta completa de Yacom Total 10Mb -alquiler de línea, acceso ADSL hasta 10 Mb y llamadas ilimitadas a teléfonos fijos nacionales- y también el Paquete Plus de Digital+.

Fruto de dicho acuerdo es también el lanzamiento de DIGITAL+ móvil, la plataforma de canales de televisión para teléfonos móviles 3G que cuenta actualmente con cerca de una treintena de canales.

Adicionalmente, Orange ha reforzado en los últimos meses su apuesta por los contenidos innovadores, como la retransmisión de los Juegos Olímpicos de Pekín, tanto a través de móvil como de Internet y TV, gracias al acuerdo con RTVE, que tenía la exclusiva en España de los Juegos. Además, como patrocinador oficial de la ACB, Orange ofrece servicios exclusivos e innovadores de la Liga española de baloncesto a todos los aficionados y clientes a través de las distintas plataformas de Orange.

En la misma línea se sitúa la incorporación del Gol TV, el canal de deporte de la productora Mediapro, a la parrilla de OrangeTV, su plataforma de televisión por ADSL. Gracias a este acuerdo, Orange TV incorpora un nuevo canal deportivo con programación durante las 24 horas del día, que incluye retransmisión en directo y diferido de partidos de fútbol de las principales ligas de todo el mundo, incluyendo la Liga Española.

Además, Orange ha reforzado su posición en el campo de las comunidades sociales con sus recientes acuerdos con Match.com, MySpace y Tuenti para lanzar dichas redes sociales en el móvil, donde ya cuenta con Meetic. Estas alianzas profundizan en la apuesta de Orange por llevar las redes sociales, tan populares en lo que se ha dado en llamar la Web 2.0, al móvil, ofreciendo servicios y contenidos de calidad y valor para sus clientes.

Asimismo, Orange prosigue con su objetivo de crecer en el mercado de "e-salud", en el que cuenta con más de una década de experiencia. En este contexto se enmarca la alianza alcanzada con la Clínica Universitaria de Navarra para la definición y desarrollo de una línea específica de servicios de salud basados en la innovación y en el uso de tecnologías de última generación. El primer objetivo de este acuerdo es el lanzamiento de un innovador servicio de control remoto de enfermos crónicos, definido y gestionado por el equipo de endocrinología de la Clínica Universitaria de Navarra.

Dinamismo Comercial

Orange ha sido el principal agente dinamizador del mercado en el último año, con el lanzamiento continuo de nuevas ofertas y productos destinados a proporcionar a cada usuario, particular o empresa, las soluciones de comunicación fija y móvil más adaptadas a sus necesidades. A día de hoy, la oferta de soluciones de comunicación de Orange sigue siendo la más competitiva del mercado.

Así Orange ha sido pionero en el lanzamiento de nuevas ofertas. Así, para los clientes jóvenes, se comercializa desde marzo una nueva categoría de telefonía móvil, "Fusión", que combina lo mejor de prepago y postpago para lograr control del gasto y acceso a terminales atractivos. Para los hogares se lanzó el pasado noviembre la oferta " Todo en uno, que combina ADSL, voz y TV sobre IP".

Y para todos los que acceden a internet desde el terminal móvil, se lanzó en mayo la primera tarifa plana de voz e internet desde el móvil, nuestra "Tarifa plana navegable" , a un precio muy competitivo.

Entre los últimos lanzamientos de Orange al mercado están las dos tarjetas SIMS "Hablo" y "Mundo", con beneficios diferenciales para los clientes de prepago, que junto con la actual "Tarjeta Más Mensajes, completan la gama haciendo que sea la más atractiva del mercado. Las nuevas tarjetas recompensan a los clientes por las recargas realizadas y se adaptan a las necesidades de diferentes grupos de usuarios del servicio de prepago: clientes orientados a llamadas y clientes que realizan habitualmente comunicaciones internacionales.

Consciente además de la importancia de la pequeña y mediana empresa en el mercado español, Orange ha puesto en marcha un plan especial para afianzar su fuerte presencia en este segmento a través de la figura de los asesores certificados para pymes, expertos en telecomunicaciones que conocen a fondo la necesidad de cada cliente y le proporcionan las soluciones más adecuadas dentro del portfolio que ofrece Orange para el mercado empresarial.

En Orange situamos al cliente en centro de toda nuestra actividad comercial. Este compromiso se refleja no sólo en el lanzamiento de los productos y servicios más innovadores sino también en la mejora continua de las distintas vías a través de las cuales interactuamos con nuestros clientes. Para mejorar esta relación con el cliente Orange planea invertir entre 80 y 100 millones de euros en la apertura de 300 tiendas a lo largo de toda la geografía española durante los próximos 2/3 años. El objetivo de Orange es crear un entorno comercial donde los

clientes pueden acercarse a la marca en un ambiente agradable, acogedor, sencillo de entender y atractivo de visitar y probar toda la gama de productos y servicios disponibles de la compañía.

Soluciones globales para la empresa

En el mercado corporativo de la Gran Empresa y las Administraciones Públicas, Orange está presente en más de 220 países o territorios a través de la marca Orange Business Services. Bajo esta enseña, el Grupo ofrece la mayor gama de productos y servicios del mercado, dirigida al segmento gran empresa (primeras 5.000 compañías españolas) Orange, líder en tecnología e innovación, gestiona el ciclo completo de vida de sus soluciones globales de telecomunicación, adaptándose a las necesidades de cada cliente.

La compañía cuenta con una red propia de alta capacidad y con el soporte del grupo France Télécom, uno de los principales operadores de telecomunicaciones del mundo. La oferta de servicios cubre todas las necesidades de comunicación, tanto en voz como en datos y a escala nacional o internacional.

El portafolio de servicios incluye soluciones de datos, telefonía, movilidad, seguridad, colaboración y aplicaciones verticales, así como servicios para operadores.

Para más información: <http://www.orange.es>

