



Orange ambitionne de devenir un acteur clé de la transition énergétique en Afrique et étend ses services dans cinq nouveaux pays

A l'occasion de l'Africa CEO Forum qui se tient actuellement à Abidjan (Côte d'Ivoire), Orange confirme sa volonté de devenir un acteur clé de la transition énergétique auprès des populations et des opérateurs publics en Afrique. Après la République Démocratique du Congo et Madagascar, Orange annonce aujourd'hui le lancement de son service d'accès à l'énergie solaire pour les populations en zones rurales au Burkina Faso, ainsi que le lancement prochain du service au Sénégal, au Mali, en Guinée et en Côte d'Ivoire.

L'Afrique compte une population de 1,2 milliard d'individus, mais 50 % n'a pas accès à l'électricité. Dans les zones rurales, éloignées des réseaux électriques nationaux, ce taux atteint 82 % de la population, soit plus de 600 millions de personnes¹. L'enjeu d'électrification de ces zones est donc primordial.

L'électricité au cœur des ambitions d'Orange en Afrique

Engagé sur le terrain de l'accès à l'énergie depuis de nombreuses années, Orange a choisi de contribuer au défi de l'électrification de l'Afrique dans les pays où le Groupe est présent. Après le lancement [d'Orange Energie en République Démocratique du Congo](#), puis celui de [Mijro](#) à Madagascar en février, Orange s'apprête à franchir une nouvelle étape dans le déploiement de son programme d'électrification dans les zones rurales, en lançant le service au Burkina Faso.

Proposé sous forme de kit comprenant un panneau solaire, une batterie et des accessoires (ampoules LED, kit pour recharger plusieurs téléphones, poste radio et /ou télévision), le matériel est fourni par des partenaires (BBOX en République Démocratique du Congo, D Light à Madagascar et Niwa au Burkina Faso) sélectionnés par Orange pour la qualité de leurs produits et leur capacité de répondre à une demande massive.

Les kits solaires que propose Orange sont robustes et permettent d'éclairer toute la maison, de recharger les téléphones portables du foyer, ou de faire fonctionner une radio, voire une télévision. Facile et rapide à mettre en œuvre, il suffit d'installer un panneau solaire sur le toit et un boîtier dans l'habitation. Les utilisateurs bénéficient de la garantie d'Orange, qui prend intégralement en charge l'installation, la maintenance et les dépannages, avec le concours des partenaires techniques.

Plusieurs formules existent pour s'adapter au rythme de vie des populations : abonnement hebdomadaire, mensuel ou trimestriel. Les abonnements mensuels commencent, par exemple en République Démocratique du Congo, à partir de 15 USD. Le paiement via Orange Money permet d'octroyer ou de rétablir automatiquement à distance le service pour la durée souhaitée. Ce service innovant rend l'énergie solaire accessible au plus grand nombre grâce à la grande flexibilité du paiement par mobile.

¹ Source : Africa Progress Panel 2017

Vers une accélération du développement économique sur une base écologiquement responsable

Le secteur de l'électricité est un axe important de diversification du plan stratégique d'Orange en Afrique où les défis d'accès à l'énergie sont considérables. En Afrique Sub-saharienne en particulier, 70 % de la population n'a pas accès au réseau électrique et les coupures de courant, même dans les grandes métropoles sont fréquentes.

Une nouvelle étape va être franchie au premier semestre, avec la diffusion de 12 000 kits Orange Energie et le lancement du service dans quatre nouveaux pays (Sénégal, Mali, Guinée et Côte d'Ivoire) à l'occasion de la Coupe du Monde de Football en juin. L'étape suivante verra le déploiement massif du service Orange Energie dans les pays Orange, et la commercialisation de plusieurs centaines de milliers de kits dans les cinq prochaines années, notamment à travers l'extension du partenariat déjà noué en République Démocratique du Congo avec la société BBOX.

« Orange veut être beaucoup plus qu'un opérateur télécom en Afrique. Il veut être un fournisseur de services essentiels à la population. Le développement de solutions permettant au plus grand nombre d'accéder à des biens essentiels au quotidien comme l'énergie durable, est un message fort en ce sens » indique **Bruno Mettling** PDG d'Orange Middle East and Africa. Et il précise *« Nous pensons en premier lieu aux enfants qui pourront faire leurs devoirs le soir venu, mais aussi aux professionnels qui gagneront en efficacité grâce à une énergie plus largement disponible à leurs activités. »*

Orange est présent dans 20 pays en Afrique et au Moyen-Orient et compte plus de 130 millions de clients (décembre 2017). Avec 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017, cette zone est une priorité stratégique pour le Groupe. Son offre phare de transfert d'argent et de service financiers sur mobile, appelée Orange Money, est disponible dans 17 pays et compte plus de 37 millions de clients. La stratégie du Groupe en Afrique et au Moyen-Orient est de se positionner comme partenaire majeur de la transformation numérique et d'apporter son savoir-faire international pour accompagner le développement de nouveaux services digitaux.

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2017 et 152 000 salariés au 31 décembre 2017, dont 93 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 273 millions de clients dans le monde au 31 décembre 2017, dont 211 millions de clients mobile et 20 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur 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, www.orange-business.com ou pour nous suivre sur Twitter : @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 : + 33 1 44 44 93 93

Nathalie Chevrier ; nathalie.chevrier@orange.com

Tom Wright ; tom.wright@orange.com