



communiqué de presse

Paris, le 4 mai 2012

Orange et le Consortium Stade de France inaugurent le parcours des supporters du stade de demain

- Le mobile sans contact devient un véritable sésame pour entrer dans le stade, recevoir des informations et participer à des animations exclusives
- Un parcours client innovant et interactif *en amont, pendant et après l'événement* initié dans le cadre du projet M-Stadium

Le mobile sans contact : l'élément clé du parcours client dans le stade de demain

Le 5 mai 2012, grâce au mobile sans contact, Orange et le Stade de France expérimenteront la capacité à déployer un parcours innovant et interactif pour les supporters à l'occasion du match de rugby du Top 14 Racing Métro 92 - Stade Français Paris.

Initié dans le cadre du projet collaboratif M-Stadium, ce parcours utilise les technologies sans contact pour proposer une nouvelle expérience de l'accueil du grand public et de nouveaux services avant, pendant et après le match. Ainsi, via leur mobile sans contact, les testeurs pourront le 5 mai :

- être guidés depuis le parking jusqu'à l'entrée, et retrouver leur véhicule à l'issue du match
- passer le contrôle d'accès au stade d'un geste, grâce au billet d'entrée dématérialisé dans la carte SIM
- trouver facilement leur place dans les tribunes
- participer à des animations exclusives (vote pour l'équipe préférée, quiz, loterie)
- recevoir des informations ciblées sur le match.

En amont, via l'application <http://mstadium.stadefrance.com>, le supporter peut réserver sa place pour le match puis charger son billet dématérialisé sur un téléphone mobile doté de la technologie NFC (Near Field Communication). Il peut également obtenir depuis ce site une contremarque au format PDF pour l'accès au parking.

L'innovation au service du parcours client

Le projet M-Stadium est un cadre d'expérimentation idéal à la démarche d'innovation initiée par le Stade de France avec Orange Business Services et avec le soutien d'Orange Labs, l'entité de recherche et de développement d'Orange.

Ainsi, Orange Business Services et le Stade de France proposent aujourd'hui grâce au mobile sans contact un parcours client abouti qui permet au spectateur de devenir acteur de l'événement.

La technologie NFC (sans contact) ouvre la voie à de nouvelles expériences client dans le stade comme la billetterie, le paiement, la géolocalisation, la diffusion d'informations, le vote, etc. Orange Business Services a acquis un véritable savoir-faire dans ce domaine et propose des solutions ad hoc aux entreprises dans de nombreux secteurs d'activités comme les loisirs, le tourisme, le transport, la banque, la vente de détail. Cet axe « multi-services », est un atout dans l'univers des loisirs, en particulier du stade, et s'appuie sur plusieurs leviers de croissance d'Orange Business Services : l'internet des objets, le cloud computing et la gestion de la relation client.

Orange, acteur majeur dans les services mobiles sans contact

Le projet M-Stadium s'inscrit dans la stratégie globale du Groupe Orange de déployer en Europe des services mobiles sans contact innovants et sécurisés en coopération étroite avec les fournisseurs de services.

Selon Thierry Millet, vice-président des paiements et des services mobiles sans contact chez Orange, « le projet M-Stadium montre bien la valeur ajoutée apportée par les services mobiles sans contact dans un stade, en simplifiant et en enrichissant l'expérience du spectateur. Nous sommes heureux que le Stade de France ait joué un rôle leader pour le mettre en place avec notre collaboration ».

M-Stadium : vers une solution complète de billetterie et de services associés

M-Stadium est l'un des 12 projets retenus par le Gouvernement dans le cadre de l'appel à projets « objets communicants et sans contact » Edition 2010 visant à développer des services issus des technologies sans contact dans les collectivités locales. Ce projet collaboratif est porté par l'Orange Labs de Caen, en partenariat avec le consortium stade de France, Clicmobile (agence mobile interactive), le Stade Malherbe Caen et le labo PRINT-CRDP de l'Université de Caen. Le projet M-Stadium est labellisé par le pôle de compétitivité TES (Transactions Electroniques Sécurisées) de Basse-Normandie.

Les travaux que mènent les partenaires depuis octobre 2010 et jusqu'en juin 2012 démontrent la capacité à mettre en place une solution complète de billetterie et de services associés.

A propos d'Orange

France Télécom-Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec 172 000 salariés au 31 décembre 2011, dont 105 000 en France, et un chiffre d'affaires de 45,3 milliards d'euros en 2011. Présent dans 35 pays, le Groupe servait 226 millions de clients au 31 décembre 2011, dont 147 millions de clients Orange, la marque unique du Groupe pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. Au 31 décembre 2011, le Groupe comptait 167 millions de clients du mobile et 14 millions de clients ADSL et fibre dans le monde. Orange est l'un des principaux opérateurs européens du mobile et de l'accès internet ADSL et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

Avec son projet d'entreprise « conquêtes 2015 », Orange s'adresse simultanément à ses salariés, à ses clients, à ses actionnaires et plus largement à la société dans laquelle l'entreprise évolue en s'engageant concrètement sur des plans d'actions. Ceux-ci concernent les salariés du Groupe grâce à une nouvelle vision des Ressources Humaines ; les réseaux, avec le déploiement des infrastructures du futur sur lesquelles le Groupe bâtira sa croissance ; les clients, avec l'ambition de leur offrir la meilleure expérience parmi les opérateurs grâce, notamment, à l'amélioration de la qualité de service ; et l'accélération du développement international.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com, www.orange-innovation.tv

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques déposées appartenant à Orange Brand Services Limited, Orange France ou France Télécom.

A propos d'Orange Business services

Orange Business Services, entité de France Télécom-Orange dédiée aux services de communication pour les entreprises dans le monde (B2B), est un leader mondial en matière d'intégration de solutions de communication pour les sociétés multinationales. Avec un réseau sans couture le plus étendu au monde pour la voix et les données, Orange Business Services est présent dans 220 pays et territoires, avec une assistance locale dans 166 pays. Offrant une gamme complète de services incluant le cloud computing, l'entreprise mobile, la relation client, le M2M, la sécurité, les communications unifiées, la visioconférence et le haut débit, Orange Business Services fait bénéficier à ses clients de la meilleure expertise en la matière au niveau mondial. 1,4 millions d'utilisateurs et des milliers d'entreprises s'appuient sur la plateforme internationale d'Orange Business Services pour communiquer et mener à bien leurs activités. Orange Business Services a remporté quatre fois le titre de meilleur opérateur mondial aux World Communication Awards. Pour en savoir plus : www.orange-business.com www.orange-business.tv
www.blogs.orangebusiness.com.

Contacts presse ORANGE:

Khadija Komara – 01 44 44 93 93 – khadija.komara@orange.com

Hélène Dos Santos – 01 44 37 65 56 – helene.dossantos@orange.com

Contact presse Stade de France

Céline Hercelin – 01 55 93 00 14