



2017

Proximus Groep Jaarverslag

Inhoudstafel

Corporate introduction	4
Wie we zijn	4
2017, een boeiend jaar	6
Een leverancier van digitale diensten worden	10
Internationale hoogtepunten	16
Key Financial Highlights	18
Key achievements 2017	22
Blijven gaan voor een betere klantenervaring	24
Altijd dichtbij met de beste ervaring thuis en op kantoor	27
Altijd dichtbij met nieuwe, innovatieve diensten voor smartphonegebruikers	28
Altijd dichtbij door te garanderen dat bedrijven krijgen wat ze nodig hebben	28
Altijd dichtbij, permanent verbonden met onze klanten	29
Altijd dichtbij met beter leesbare facturen	31
Altijd dichtbij met comfortsnelheid voor onze klanten	31
Altijd dichtbij door leider te blijven voor mobiel	32
Altijd dichtbij met “digital first”	34
Fit worden	36
Een eenvoudigere organisatie	38
Efficiënter worden	40

De kernactiviteiten laten groeien	42
Onze geïntegreerde en gerichte aanbiedingen voor residentiële klanten	44
Proximus: de toegangspoort tot een boeiende wereld van sport, muziek en entertainment	45
We helpen businessklanten om ‘ook morgen mee’ te zijn	47
De toekomst bouwen	48
Glasvezel - het netwerk van de toekomst	48
De weg bereiden voor 5G	51
Relevante innovatie	52
Sterke partnerschappen en ecosystemen zoeken en koesteren	57
Onze manier van werken transformeren	60
Mensen maken dit bedrijf	63
Onze cultuur bepaalt hoe we werken	63
Een organisatie met digitaal DNA worden	64
Onze manier van werken transformeren	64
Een duurzame digitale maatschappij	66
We engageren ons voor een welvarend België	68
Milieu: een koolstofneutraal bedrijf	69
Opleiding en vaardigheden bijbrengen	69
Gemeenschap	70



Wie we zijn

Proximus is een
telecommunicatie- en
ICT-bedrijf dat in België
en internationaal actief
is en diensten verstrekt
aan consumenten,
bedrijven en
overheden.

We zijn de toonaangevende provider van telefoon-, internet-, televisie- en netwerkgebaseerde ICT-diensten in België, via onze merken Proximus en Scarlet. Onze geavanceerde, onderling geconnecteerde vaste en mobiele netwerken bieden altijd en overal toegang tot digitale diensten en data, en tot een brede waaier van multimediacontent. We investeren in toekomstzekere netwerken en innovatieve oplossingen en leggen zo de grondslagen voor duurzame groei. Proximus levert een volledig gamma van telecom- en ICT-diensten voor consumenten, bedrijven en overheden.

proximus

'Belgisch leider in telecom en ICT met de beste kwaliteit en service en een volledige waaier van mogelijkheden. Brengt de klanten onmiddellijk dicht bij wie voor hen belangrijk is.'



'Het aanbod zonder franjes voor klanten die de beste prijs willen.'



'De telecomoperator van de Proximus Groep in Luxemburg, met een aanbod van vaste en mobiele producten, tv en convergente diensten.'



'ICT en telecom met een focus op bedrijven en institutionele klanten in Nederland en Luxemburg.'



'Toonaangevend enabler van internationale communicatie. Verbindt de wereld door altijd en overal betrouwbare en veilige mobiele ervaringen te creëren.'

In de groeiende digitale economie bouwt het succes van een onderneming meer en meer op partnerschappen en innovatie. Proximus is hiervan rotsvast overtuigd en deed de voorbije twee jaar een aantal belangrijke strategische overnames. In 2016 namen we Be-Mobile over en in 2017 drie andere bedrijven: één internationaal bedrijf met Telesign en twee in de bedrijvenmarkt met Davinsi Labs en Unbrace.



Unbrace: de overname van Unbrace heeft de rol van Proximus als businesspartner in digitale transformatie nog versterkt.




Davinsi Labs: dankzij de overname van Davinsi Labs beschikt Proximus nu over een 360°-cybersecurityportfolio



Telesign: BICS, een filiaal van de Proximus Groep, nam TeleSign over en creëerde zo het eerste wereldwijde end-to-end Communication Platform as a Service (CPaaS).



Be-Mobile: drie mobiliteitsbedrijven bundelden hun krachten met de oprichting van Be-Mobile, dat een breed gamma van oplossingen aanbiedt die overheden, wegbeheerders en privébedrijven helpen om de dagelijkse mobiliteit van reizigers te verbeteren.



2017, een boeiend jaar

De in 2014 gelanceerde Fit for Growth-strategie van Proximus zorgde voor verdere groei van het bedrijf in 2017, nu al voor het derde jaar op rij. CEO Dominique Leroy en Voorzitter van de Raad van Bestuur Stefaan de Clerck spitsten zich het voorbije jaar toe op het versnellen van de Fit for Growth-strategie van Proximus en pushten de ambitie van het bedrijf om een leverancier van digitale diensten te worden. We nodigden hen uit om terug te kijken op de voorbije prestaties en vooruit te kijken naar de ambities van Proximus voor de komende jaren.

Als we terugkijken op de voorbije drie jaar, zien we dat Proximus erin geslaagd is te groeien in een hoogst concurrentiële en gereguleerde markt. Kunt u ons meer vertellen over de prestaties in 2017?

Dominique Leroy: Onze financiële resultaten zijn volledig in lijn met onze marktbelofte. Deze groei is te danken aan de nauwgezette uitvoering van onze Fit for Growth-strategie om een organisatie te worden die klantgericht, wendbaarder en efficiënter is.

Onze omzet op de thuismarkten steeg met 1,1 %, vooral onder impuls van de aanhoudende expansie van ons klantenbestand voor tv, internet en mobiele postpaid, en een solide omzetstijging uit ICT, ondanks de sterkere nationale en internationale concurrentie en fikse tegenwind van de regelgeving. Door te blijven inzetten op vereenvoudiging en structurele kostendalingen haalden we een solide groepsebitda van 1.823 miljoen EUR, een stijging met 1,5%. Tezelfdertijd investeerden we 1.092 miljoen EUR in het verbeteren van de algemene klantenervaring.

De klantenervaring staat van in het begin centraal in de Fit for Growth-strategie. Wat heeft 2017 gebracht?

Dominique Leroy: Het is altijd onze ultieme doelstelling geweest om een superieure klantenervaring te bieden. Daarom bleven we investeren in een geïntegreerd netwerk van topkwaliteit, gebruiksvriendelijke en innovatieve oplossingen, optimale toegankelijkheid en dito lokaal bereik, en een proactieve servicing. In 2017 verbeterden we ook verder onze mobiele en vaste netwerken. We startten met de uitrol van glasvezel in diverse steden in het land en brachten daarmee als eersten glasvezel direct in de huizen van onze klanten binnen. We lanceerden ook als eersten 4,5G. Met onze Happy House-bezoeken en de lancering van de In Home Optimizer-app verbeterden we verder de ervaring binnenshuis van onze klanten. En met Smartphone Omnium, Clear-Coat en de vervang-smartphone lieten we onze klanten kennismaken met nieuwe innovatieve diensten voor hun smartphone. Voor onze businessklanten lanceerden we Invoice Insights, waarmee ze hun mobiele facturen kunnen beheren via een gebruiksvriendelijke appinterface.

Uit uw strategie blijkt duidelijk dat de transformatie van Proximus een cruciale succesfactor is. Hoe verloopt die transformatie concreet binnen het bedrijf?

Dominique Leroy: We hebben de voorbije jaren diverse transformatieprogramma's opgezet om onze Fit for Growth-strategie uit te voeren. Deze programma's zijn essentieel om een betere klantenervaring te creëren en drastisch te snoeien in onze kosten. Onze transformatie is gebaseerd op drie grote pijlers: vereenvoudiging, digitalisering en onze organisatie. In 2017 vereenvoudigden we onze infrastructuur voort met de grootschalige migratie van klanten van onze legacy-netwerken, zoals PSTN en ATM, naar IP-technologie. Ons aanbod van producten en oplossingen wordt jaar na jaar eenvoudiger. Tegen eind 2017 was 99,7% van onze convergente klanten geabonneerd op een pack van de laatste twee generaties. De verdere digitalisering van ons bedrijf helpt ons die vereenvoudigingsobjectieven te halen. Zo hebben we ter ondersteuning van onze beslissingen inzake investeringen in de vaste en mobiele netwerken een intern data analytics-project ontwikkeld om onze investeringen optimaal te prioriteren en het rendement ervan op te volgen. Om ons aan te passen aan de veranderende marktomstandigheden moeten we onze manier van werken veranderen. We moeten dus streven naar de juiste cultuur, de juiste attitude en skills, en een optimale organisatie om succesvol en veerkrachtig te zijn. De voorbije drie jaar hebben we gewerkt aan de culturele transformatie van ons bedrijf met het Good to Gold-programma en in 2017 werden in het hele bedrijf Good to Gold-teams opgericht. Al deze transformatie-initiatieven hebben bijgedragen tot een efficiëntere kostenstructuur, met een daling van onze onderliggende kosten op de thuismarkten met 3,2% op jaarbasis.

Cultuurverandering is zonder twijfel een van de grote ambities in deze transformatie. Wordt dit ook vertaald in concrete attitudes?

Dominique Leroy: We doen voort met Good to Gold, want dat is cruciaal om onze strategie met succes te realiseren. We willen zeker zijn dat de Good to Gold-principes blijvend aanslaan. De Good to Gold-opleidingstrajecten en de aanwezigheid van rolmodellen in alle geledingen van de organisatie zullen daarbij helpen. In 2017 lanceerden

we de eerste projecten in 'design thinking'-modus en werkten we toe naar echte klantcentriciteit en first time right delivery. Onze manier van werken is fundamenteel aan het veranderen. De lokale zelfsturende teams in het kader van de glasvezeluitrol zijn daar een goed voorbeeld van. Werken met specifieke, regionale en crossfunctionele teams op eenzelfde locatie is de beste manier om onze ambities te verwezenlijken. Deze teams nemen zelf verantwoordelijkheid op en hebben de juiste tools om autonoom te beslissen. Op die manier kunnen ze de glasvezeluitrol optimaal afstemmen op de lokale context. Mensen maken ons bedrijf en we willen hun voortdurend de kans geven om nieuwe uitdagingen aan te gaan binnen het bedrijf en nieuwe ervaringen op te doen. Het voorbije jaar volgde elke Proximus-medewerker gemiddeld 19 uur opleiding en in 2017 veranderden 1177 medewerkers intern van job. We lanceren ook het digitale platform Newtowne, dat medewerkers helpt om aan tijdelijke projecten mee te werken zonder hun gewone job op te geven.

Naast de transformatiedoelstellingen zei u verleden jaar dat u ook van plan was het contentaanbod uit te breiden. Wat waren de hoogtepunten op dat vlak in 2017?

Dominique Leroy: We tilden de Proximus TV-ervaring naar een hoger niveau met onze nieuwe tv-interface en extra content. Voetbalfans kunnen nu het volledige Belgische profvoetbal bekijken en alle wedstrijden van de UEFA Champions League. We sloten ook een exclusieve deal met Studio 100. In Vlaanderen is Studio 100 TV nu exclusief beschikbaar in het basisaanbod. Verder breidden we ons aanbod uit met Studio 100 GO, een volledig herwerkt digitaal platform, en Studio 100 HITS, een nagelnieuwe muziekzender. Daarmee beschikken we nu ook over een bijzonder aantrekkelijk aanbod voor kinderen en gezinnen.

Wat heeft Proximus nog gedaan om zijn core-business van telecom- en ICT-oplossingen te doen groeien?

Dominique Leroy: Voor onze residentiële klanten hebben we met de lancering van de nieuwe all-inpakketten Tut-timus en Bizz All-in eind 2016 ons commercieel aanbod als het ware heruitgevonden. Meer dan 360.000 klanten hebben op die aanbiedingen ingetekend eind 2017. Om in 2017 beter aan de klantenverwachtingen te voldoen,

We realiseerden een solide groei van de groepsebitda van

1,5% vs 2016

Onze omzet op de thuismarkten groeide met

1,1% vs 2016

Dominique Leroy

CEO



De voorbije jaren hebben we conform onze Fit for Growth-strategie diverse transformatieprogramma's gelanceerd die cruciaal zijn om een betere klantenervaring te creëren en onze kosten drastisch te verminderen.



verhoogden we het inbegrepen volume mobiele data voor nieuwe en bestaande klanten. Ons merk zonder franjes Scarlet haalde in 2017 ook heel wat klanten binnen met nieuwe, aantrekkelijke aanbiedingen als Poco & Loco en HiFive, ons aanbod voor millennials met alleen maar data. Voor onze bedrijfsklanten hebben we onze samenwerking en onze ICT-portfolio nog versterkt met de lancering van nieuwe oplossingen als Call Connect, waardoor bedrijven nu een PABX in de cloud gebruiken en niet meer in dure hardware hoeven te investeren. Met de Office 365 Voice Connect-plug-in kunnen klanten naar alle mobiele of vaste nummers bellen via Skype for Business. We zijn ook trots dat we onszelf Belgisch leider op het vlak van geconnecteerde objecten kunnen noemen: bijna 1,3 miljoen voorwerpen zijn via LoRaWAN en cellulaire netwerken op onze IoT-netwerken aangesloten.

Stefaan De Clerck: We vinden het belangrijk zinvolle innovaties op de markt te brengen en technologieën als het Internet of Things (IoT), big data, cloud en security om te zetten in praktische oplossingen die een positieve impact hebben op mens en maatschappij, zoals slimme reclame, het slimme huis, slimme mobiliteit en de slimme stad. Daarnaast wil Proximus baanbrekende technologische vernieuwingen blijven lanceren voor zichzelf en voor de klant, voornamelijk op het vlak van blockchain, big data, artificiële intelligentie, enz.

In de groeiende digitale economie is het succes van een bedrijf steeds meer afhankelijk van zijn vermogen om sterke partnerschappen en ecosystemen te bouwen. Geldt dat ook voor Proximus?

Dominique Leroy: We beseffen dat we als telecom- en ICT-operator alleen succesvol kunnen zijn door samen

te werken. Het is belangrijk dat we sterke partnerschappen creëren om op te klimmen in de waardeketen en end-to-endoplossingen te creëren met een tastbare impact op de manier van leven en werken van mensen. We hebben diverse strategische initiatieven lopen die getuigen van dat engagement: recente overnames van bedrijven als TeleSign, Davinsi Labs en Unbrace, cocreatie-initiatieven met andere bedrijven en lokale start-ups voor de ontwikkeling van nieuwe ecosystemen zoals Co.Station en B-Hive, en onze traditie om samen te werken met universiteiten. Ook gaven we ontwikkelaars en bedrijven toegang tot de technologieën van Proximus en zijn partners om op volledig digitale wijze oplossingen en toepassingen te ontwerpen via het Proximus Enabling Company-platform (EnCo).

We hebben het gehad over de producten en diensten die u aanbiedt, maar ik veronderstel dat de maatschappelijke bijdrage van een groot Belgisch bedrijf als Proximus meer inhoudt?

Dominique Leroy: Een leverancier van digitale diensten zijn betekent voor ons dat we de klanten helpen om de voordelen van de digitale transformatie maximaal te benutten. We willen deze wereld van nieuwe mogelijkheden voor iedereen ontsluiten, met oplossingen die beantwoorden aan echte noden. Proximus wil een positieve rol spelen in de digitalisering van alle aspecten van het leven, het werk en de openbare diensten, voor een welvarender digitaal België.

Stefaan De Clerck: Als een van de grootste nationale werkgevers en investeerders speelt Proximus een belangrijke rol in het uitbouwen en stimuleren van de Belgische digitale economie. Daarom investeren we in de infrastructuur van de toekomst met de versnelde uitrol

van glasvezel. In 2016 stelden we “Glasvezel voor België” voor, een investeringsplan van drie miljard euro over tien jaar dat mensen en bedrijven internet tegen lichtsnelheid zal bieden. De langetermijnambitie is om meer dan 85% van alle bedrijven en de centra van al onze steden en gemeenten te bedekken. In 2017 startten we de uitrol in steden als Antwerpen, Brussel, Charleroi, Gent, Hasselt, Luik en Namen en onlangs sloten we een deal met de stad Roeselare om ook daar ons glasvezelnet te implementeren.

Tegelijk willen we grote maatschappelijke problemen aanpakken door MVO structureel in te bedden in al onze activiteiten zodat iedereen kan leven in een duurzamere, inclusievere en veiligere wereld. Zo blijven we het Bednet-programma steunen waardoor meer dan 600 zieke kinderen virtueel school kunnen blijven lopen. Met ons Digitalent-programma brengen we jonge werkzoekenden digitale vaardigheden bij en bereiden we hen voor op de digitale jobs van de toekomst. Met Safer Internet gingen 150 Proximus-medewerkers in lagere scholen langs om de kinderen te informeren over veilig en verantwoord internetgebruik, een andere grote maatschappelijke uitdaging van vandaag. En last but not least werd Proximus in 2017 volledig klimaatneutraal en kregen we voor het vijfde jaar op rij de CDP-klimaatonderscheiding. We zijn trots dat Proximus een actieve rol blijft vervullen in de samenleving en zich inzet voor een welvarender digitaal België.

Proximus heeft grootste dingen verwezenlijkt in 2017. Hoe ziet u 2018?

Stefaan De Clerck: In 2017 werden Easy Switch en de verplichte registratie van prepaidkaarten ingevoerd. Vanuit regelgevingsperspectief wordt ook 2018 een belangrijk jaar met de uitwerking van de breedbandmarktanalyse van het BIPT met betrekking tot glasvezel en van de herziening van het volledige EU-telecompakket. Deze grote beslissingen en de komende spectrumveilingen zullen doorslaggevend zijn voor een concurrentielandschap dat investeringen naar waarde schat en digitale innovatie in aanloop naar een gigabitmaatschappij stimuleert. We bereiden ons ook voor op de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming of AVG die in mei 2018 van kracht wordt. Mensen zullen meester worden van hun eigen data en we willen de aanpassingen die de AVG vereist, omzetten in troeven die ons van de concurrentie onderscheiden. Een datacentrische aanpak kan ons op bedrijfsniveau een aantal grote voordelen opleveren op het vlak van databeveiliging, klantcentriciteit, datalokalisering en -indexering, en dataopslag.

Dominique Leroy: We zijn actief op een snel veranderende concurrentiële markt waarin de behoeften van zowel residentiële als professionele klanten constant evolueren. Internet heeft een cruciale plaats ingenomen in het privé- en professioneel leven van mensen en in hun interacties met de overheid. Smartphones vormen een vitale verbinding met de wereld en een toegangs-

Stefaan De Clerck Voorzitter



poort tot informatie, muziek en video's, communicatie, games, e-commerce en betaalmogelijkheden. En dat is een fantastische opportuniteit. Er wordt van uitgegaan dat de wereldwijde groei van de omzet uit traditionele telecom tot 2020 zeer beperkt zal blijven aangezien voor de telecomoperatoren de druk op de omzet hoog blijft door de regelgeving. Toch ben ik ervan overtuigd dat we goed gewapend zijn voor de uitdagingen van de toekomst dankzij de verdere implementering van onze Fit for Growth-strategie en onze doorgedreven transformatie tot een leverancier van digitale diensten die een superieure klantenervaring biedt. We vereenvoudigen en optimaliseren onze kosten zonder de klantenervaring aan te tasten. We zullen onze kernactiviteiten verder laten groeien door geïntegreerde oplossingen aan te bieden en verder bouwen aan onze toekomst door glasvezel en andere relevante innovaties uit te rollen. Dit alles zal aangedreven worden door een verdere transformatie van onze manier van werken, met onze Good to Gold-cultuur als motor. Ik heb alle vertrouwen dat we de juiste mensen en de juiste strategie hebben om klaar te zijn voor wat er op ons afkomt. 2018 belooft opnieuw een interessant jaar te worden. We weten dat de context niet ideaal is, maar ik verwacht wel dat de omzet op de thuismarkten min of meer stabiel zal blijven en dat onze ebitda licht zal groeien. We zullen onze investeringen van circa 1 miljard EUR het hele jaar door verderzetten en toch een stabiel dividend uitkeren aan onze aandeelhouders.



Regelgevend kader

Voor meer informatie over het regelgevend kader, lees het volledige rapport.

➤ [Download het regelgevend kader](#)



Een
leverancier
van digitale
diensten
worden



Een leverancier van digitale diensten worden

We moeten een leverancier van digitale diensten worden die een superieure klantenervaring biedt

Internationale trends en de realiteit van de Belgische markt maken dat we voorbereid moeten zijn op een aantal jaren vol uitdagingen, met een stagnerende telecomomzet, toenemende concurrentie, grote capexbehoefte, verhoogde risico's van disintermediatie en meer volatiliteit.

In die context is wendbaarder en efficiënter worden een absolute prioriteit. We willen nog wendbaarder zijn, niet alleen door onophoudelijke vereenvoudigingsinitiatieven, permanente talentontwikkeling en mobielere werknemers, maar ook door de vernieuwende manier waarop we diensten ontwikkelen en leveren, met meer open modellen en meer partnerschappen. We willen de dingen anders doen, niet langer alles zelf ontwikkelen en digitale ecosystemen aanspreken. Zo ontwikkelen we nieuwe digitale diensten ten behoeve van onze klanten.

We blijven trouw aan onze Fit for Growth-strategie

Om onze ambitie waar te maken zetten we onze Fit for Growth-strategie voort.

Ons richtinggevend doel is alles en iedereen te connecteren zodat mensen beter leven en slimmer werken. We wil-

We zullen onze transformatie voortzetten om een leverancier van digitale diensten te worden die een superieure klantenervaring biedt en onze klanten helpt de vruchten te plukken van de digitale transformatie.

len deze wereld van nieuwe mogelijkheden voor iedereen toegankelijk maken, met oplossingen die tegemoetkomen aan echte noden. Proximus wil een positieve rol spelen in de digitalisering van alle aspecten van het leven, het werk en de openbare diensten, voor een welvarender digitaal België. Om deze missie te volbrengen op middellange tot lange termijn zullen we kosten besparen en onze kernactiviteiten laten groeien, zodat we kunnen investeren om zo nieuwe groei te stimuleren in een efficiënte cyclus van besparen-investeren-groeien.

We connecteren alle personen en alle dingen zodat mensen **beter leven en slimmer werken**



Fit worden

Sinds de lancering van onze Fit for Growth-strategie drie jaar geleden hebben we fantastische resultaten geboekt in onze ambitie om de kosten te verlagen en gestroomlijnder te worden. We blijven de volgende jaren vereenvoudigen door onze traditionele IT- en netwerksystemen uit te faseren en aldus onze processen te reorganiseren. Tezelfdertijd zullen we onze transformatie naar flexibele IT versnellen en onze initiatieven beter faseren om er maximaal voordeel uit te halen. We zullen ook de vereenvoudiging van onze productportfolio en de migratie van oude tariefplannen verderzetten.

Door onze 'Fit battles' zullen we een grotere efficiëntie bereiken en de kosten optimaliseren zonder in te boeten aan klantenervaring, die we zelfs verbeteren door de positieve impact van onze digitale transformatie.

Tot slot pakken we de structurele hoofdoorzaken van verspilling aan, dit door de 'First time right' via specifieke actieplannen te verbeteren, maar ook door de regels voor de ontwikkeling van producten te vereenvoudigen en de facturatiekwaliteit te verbeteren.

De kernactiviteiten laten groeien

Onze kernactiviteiten blijven de komende jaren de grootste groeibijdrage leveren. Op een uitdagende ICT-markt, betekent groei vinden sneller groeien dan de markt. Dankzij een meer gesegmenteerd aanbod zullen onze marktaandelen groeien. Ook moeten we meer modulaair te werk gaan bij het ontwerpen en prijzen van onze geïntegreerde oplossingen. In plaats van ongedifferentieerde marketingacties zullen we gerichte marketing- en verkoopcampagnes voeren die meer op data gebaseerd zijn. We verzetten ons tegen commodificatie, waarbij het



aanbod puur wordt afgestemd op de publieke vraag, en versterken onze merkkeuze en relevantie door meer te focussen op wat onze klanten willen en nodig hebben en minder op onze producten en technologie.

De digitale transformatie is niet langer iets waarop we ons moeten voorbereiden. De digitale transformatie voltrekt zich nu. Het gaat erom de dingen juist te doen om mee te zijn met onze tijd en op een efficiënte manier te voldoen aan de servicenormen van jongere generaties. We versnellen de digitalisering van ons support- en servicemodel en integreren permanente feedbacklusen met de klant. We blijven digitale verkoop- en CRM-tools ontwikkelen voor een echte omnichannelervaring en vlotte digitale interacties op alle interfaces.

De toekomst bouwen

Door fit te worden en de kernactiviteiten te laten groeien vinden we de noodzakelijke middelen om te investeren in het ontwikkelen van nieuwe activa en het aanboren van

nieuwe inkomstenbronnen op middellange en langere termijn.

We blijven glasvezel verder uitrollen in België. Het doel is om in de komende tien jaar 85% van de bedrijven en de huishoudens in de centra van alle steden en gemeenten te bereiken. Glasvezel geeft het bedrijf de kans om op alle fronten (processen, netwerkonderhoud, organisatie en manier van werken) radicaal te transformeren. We blijven eveneens investeren in mobiel om ons leiderschap te behouden en we zullen klaar zijn om in 5G te investeren als de juiste gebruiksscenario's zich aandienen. Advanced analytics zal worden ingezet om gericht in ons netwerk te investeren en het financiële voordeel ervan te traceren.

Door winnende partnerschappen en ecosystemen op te zetten, bieden we consumenten en ondernemingen echt geïntegreerde oplossingen aan (bv. voor inhoud, reclame, cloud, samenwerking, enz.). We beogen een eerlijk aandeel van de waarde die door deze partnerschappen wordt gecreëerd. We blijven samenwerken met OTT-spelers,

lokale start-ups, innovatieve bedrijven, lokale flagships en universiteiten. Toegang tot onze netwerkactiva via API op het Proximus Enabling company platform (Enco) zal het gemakkelijker maken om nieuwe digitale diensten te ontwikkelen (zelf of door derden).

We blijven relevante innovaties op de markt brengen en focussen op de innovatiedomeinen die we hebben geselecteerd en waarin we de grootste kans op slagen hebben op basis van onze bestaande vaardigheden en klanten. Unified Communications en Collaboration, cloud en contentaggregatie versterken onze kernactiviteiten en helpen ons. Beveiliging is en blijft een belangrijk groeidomein. 'Smart advertising' komt het lokale contentecosysteem ten goede en opent de deur voor nieuwe businessmodellen. IoT en mobiliteitsdiensten zijn nauwverwante activiteiten met veel potentieel voor de toekomst.

Onze manier van werken transformeren

Zich aanpassen aan almaar veranderende marktomstandigheden vraagt een andere manier van werken. Het gaat om zoeken naar de juiste cultuur, vaardigheden en attitudes en de beste organisatie om succesvol en veerkrachtig te zijn.

Daarom zetten we ons Good to Gold-traject voort en zorgen we dat iedereen ermee vertrouwd is door opleidingen, rolmodellen en aanpassingen aan ons prestatiebeheer. We professionaliseren verder de aanpak wat change management betreft, wat onze werknemers beter zal ondersteunen en zal leiden tot een doeltreffendere transformatie.

We investeren in de ontwikkeling en het engagement van onze medewerkers, door ze verantwoordelijk te maken voor hun permanente ontwikkeling en de interne mobiliteit te bevorderen. We streven naar een 'digital first' mindset, waarbij we de digitale skills van onze medewerkers stimuleren en de geschikte tools en werkomgeving ter beschikking stellen.

Met een outside-in perspectief evolueren we geleidelijk naar een flexibele organisatie, door selectief op te schalen via design thinking, wendbare ontwikkeling, lokale teams en transversale manieren van werken. Na verloop van tijd zullen we de organisatiestructuur van de Groep aligneren en streven naar bedrijfsmodellen die overeenstemmen met de (arbeids)marktomstandigheden. Op die manier slagen we erin om de juiste talenten aan te trekken, tegen een juiste prijs en met de passende flexibiliteit.



Internationale hoogtepunten

BICS

In 2017 nam BICS TeleSign over, een in de VS gevestigd toonaangevend Communication Platform as a Service-bedrijf (CPaaS) actief in beveiliging. Dankzij deze strategische overname kan BICS uitgroeien van een wereldwijde carrier tot een internationale digitale enabler en zijn strategie versnellen om te diversifiëren op het vlak van klanten, oplossingen en geografisch bereik. Ze laat BICS ook toe om expertise te verwerven in domeinen als mobiele identiteit, accountbeveiliging en cloudcommunicatie.

Ook lanceerde BICS in 120 landen zijn wereldwijde aanbod van 'Cloud Numbers as a Service' en haalde het met suc-

ces zijn eerste klanten binnen, terwijl het zijn wereldwijde bereik verder ontwikkelt.

[Meer informatie over TeleSign p. 5](#)

Proximus Luxembourg

Proximus Luxembourg is actief via zijn commerciële merken Tango en Telindus. Beide bedrijven werken samen om tegemoet te komen aan alle telecommunicatiebehoeften van residentiële en businessklanten in Luxemburg. Tango richt zich met vaste en mobiele telefonie, internet- en televisiediensten op residentiële klanten en kleine on-

Daniel Kurgan CEO van BICS



We zijn blij dat we de overname van TeleSign tot een goed einde hebben gebracht en enthousiast dat we de ruime talenten- en expertisepool van TeleSign aan de BICS-familie kunnen toevoegen. Deze complementaire combinatie zal verschillende van onze groeistrategieën versnellen, waaronder de uitbreiding van ons klantenbestand, ons regionale bereik en onze productinnovatie.





ondernemingen, terwijl Telindus ICT- en telecomdiensten aanbiedt aan middelgrote en grote ondernemingen.

Telindus Luxemburg

Om beter het hoofd te kunnen bieden aan de specifieke uitdagingen van financiële instellingen heeft Telindus Luxemburg zijn Fintech-oplossingen gelanceerd.

Telindus kwam ook met een hybride cloudoplossing voor een veilige uitrol en beheer van specifieke applicaties, via de publieke en private cloud maar ook via de cloud op de site van de klant.

Tango

2017 was voor Tango het jaar van de glasvezeluitrol. Het haalde meer dan 5000 nieuwe klanten binnen voor vast internet en positioneerde zich als de nieuwe referentie qua prijs/snelheid op de Luxemburgse markt.

Tango voegde ook meer mobiele data toe aan zijn Smart-bundel. De hele zomer lang konden klanten gebruikmaken

van 5 GB aan data om overal in Europa te surfen. Deze promotie was een groot succes bij de klanten van Tango.

Telindus Nederland

In 2017 sloot Telindus verschillende grote deals die perfect aansluiten bij de belangrijkste focusdomeinen (managed services, beveiliging, cloud, automatisering en analyse) en segmentspecifieke benadering. Een mooi voorbeeld is Road2016. In het kader van deze overeenkomst met de Rijksoverheid heeft Telindus een innovatieprogramma gerealiseerd, waarmee ministeries doeltreffender van IT-investeringen kunnen profiteren.

Telindus sloot ook de eerste deals met Davinsi Labs en zal blijven focussen op de markt van vulnerability management en security analytics (SIEM).

Telindus Nederland tekende daarnaast een belangrijke raamovereenkomst voor een datacenteroplossing met de Nederlandse overheid.

Key Financial Highlights

Met stevige financiële resultaten in het vierde kwartaal, resulteerde onze Fit for Growth-strategie voor het derde jaar op rij, tot een groei van onze omzet op de thuismarkten met 1,1% en een groei van onze groepsebitda met 1,5%.

In een alsmear meer concurrentiële markt hebben we ons klantenbestand verder uitgebreid. Proximus won marktaandeel voor zowel internet als tv, met een solide klantengroei, en ook verbeterde churnniveaus voor zijn vaste activiteiten. We slaagden er ook in ons mobiele postpaid klantenbestand te laten groeien, ondanks de vele promoties van de concurrentie. Deze klantengroei werd ondersteund door onze convergente 'all-in'-aanbiedingen, met Tuttimus/Bizz All-in die 360.000 klanten telden eind 2017, en door Scarlet, dat in het lagere marktsegment een concurrentiële positie inneemt.

Ons Enterprise-segment wist zijn solide positie te behouden: het breidde zijn mobiele klantenbestand fors uit, kon profiteren van een sterke vooruitgang in ICT en van aanhoudende groei voor mobiliteit en convergente diensten, die de druk op de traditionele producten compenseerden.

Dankzij de forse besparingen in de eerste negen maanden van het jaar, resulteerde het transformatieprogramma van ons bedrijf in 2017 in een groei van onze onderliggende ebitda op de thuismarkten met 2,0%. Dit werd bereikt ondanks de 'Roam-like-at-Home'-regelgeving, die leidde tot een nettoverlies in de roamingmarge van -41 miljoen EUR. Zonder dit zou de ebitda op de thuismarkten over het jaar 2017 met 4,5% gestegen zijn.

BICS, geconfronteerd met de aanhoudende verschuiving in het verbruik van spraak naar data, sloot 2017 af met een lagere ebitda. TeleSign, geconsolideerd sinds november

2017, zal de strategische ambities van BICS versnellen op de groeiende 'Application to Person'-markt.

In lijn met onze plannen hebben we fors geïnvesteerd in de verbetering van onze netwerken en van de globale klantenervaring. Zonder de verlenging van de voetbalcontracten voor de Jupiler Pro League en de UEFA Champions League lag de capex van 2017 volledig in lijn met de verwachting van ca. 1 miljard EUR. De capex omvatte ook investeringen in het kader van het project 'Glasvezel voor België', dat nu in verschillende steden is opgestart.

In 2018 zullen we doorgaan met ons transformatietraject om Proximus om te vormen tot een fittere organisatie. Daarnaast zullen we onze efficiëntie- en vereenvoudigingsinspanningen voortzetten om onze kosten verder structureel te verminderen en ons transformatieprogramma naar een digitaal bedrijf verderzetten. Dit alles zal ons ebitda-groeitraject ondersteunen, met een verwachte lichte groei van de groepsebitda in 2018, rekening houdend met verdere tegenwind in de regelgeving. Deze zal ook een impact hebben op onze omzet op de thuismarkten, die naar verwachting stabiel zal blijven in 2018. Eventuele spectrumveilingen buiten beschouwing gelaten, verwachten we dat de capex voor 2018 ongeveer 1 miljard EUR zal bedragen, inclusief de verdere uitrol van ons glasvezelproject. We herbevestigen tegelijk ook onze intentie om onze aandeelhouders over de periode 2018 en 2019 een stabiel dividend van 1,50 EUR per aandeel uit te keren.

Omzet

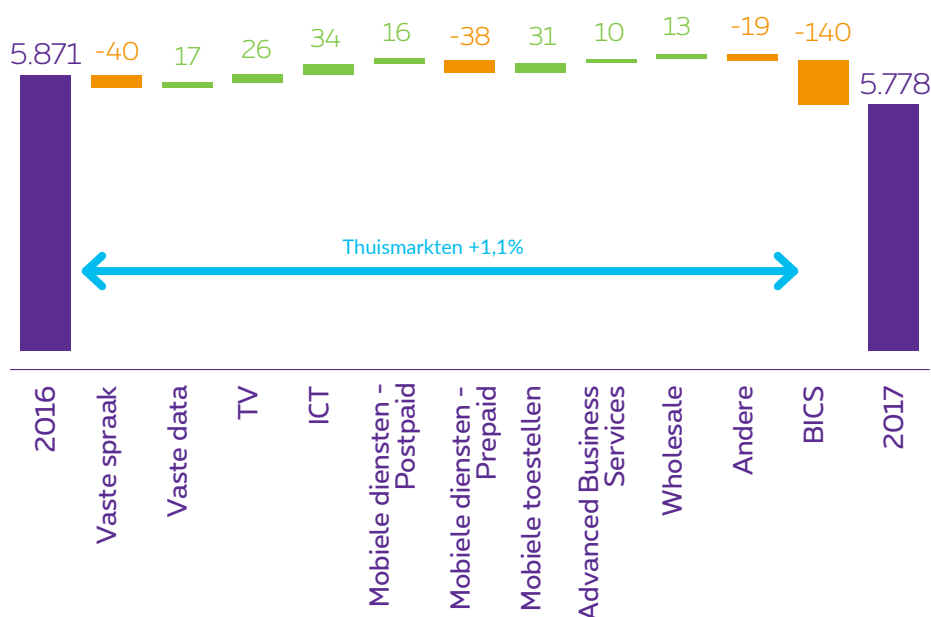
De Proximus Groep sloot het jaar 2017 af met een totale onderliggende omzet van 5.778 miljoen EUR, of 1,6% lager dan het jaar voordien. De lagere onderliggende omzet van de Groep was het gevolg van een gedaalde omzet bij BICS, de International Carrier-businessunit van Proximus. Dit werd voor een deel gecompenseerd door de activiteiten van Proximus op zijn thuismarkten, die in 2017 bleven groeien ondanks een concurrentiëler Belgisch landschap en aanzienlijke tegenwind van de regelgeving.

Proximus rapporteerde voor zijn activiteiten op de thuismarkten een omzet van 4.458 miljoen EUR, een verbetering met 1,1% tegenover 2016. De omzetgroei was vooral te danken aan de verdere uitbreiding van zijn klantenbestanden voor televisie, internet en mobiele postpaid en aan een solide omzetstijging uit ICT. Bovendien realiseerde

Proximus in 2017 een hogere omzet uit mobiele toestellen en tekende het een positieve omzetevolutie op in Advanced Business Services. Ook het wholesalesegment van Proximus kan terugblikken op een gunstig jaar, dankzij het gestegen inkomende roamingverkeer. Deze groei deed de druk op de omzet uit vaste spraak en de forse daling voor prepaid als gevolg van de prepaid.



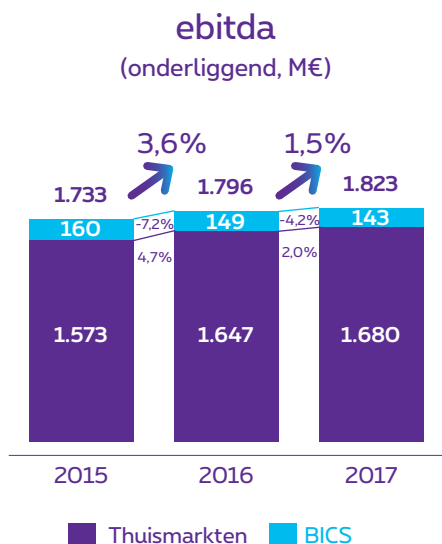
Omzet evolutie per productgroep
(onderliggend, M€)



Onderliggende ebitda

Over 2017 boekte de Proximus Groep een onderliggende ebitda van 1.823 miljoen EUR, een stijging met 1,5% tegenover 2016. De activiteiten van Proximus op de thuismarkten deden de ebitda met 2,0% toenemen tot een totaal van 1.680 miljoen EUR. Dit ondanks een nettodaling met -41 miljoen EUR voor de roamingmarge. Afgezien van deze daling, steeg de ebitda op de thuismarkten voor het jaar 2017 met 4,5% tegenover 2016.

BICS sloot 2017 af met een totaal segmentresultaat van 143 miljoen EUR, 4,2% lager dan dat van 2016. De onderliggende segmentmarge van BICS als percentage van de omzet van 2017 bedroeg 10,8%, of 0,6 p.p. hoger dan het jaar voordien.



Capex

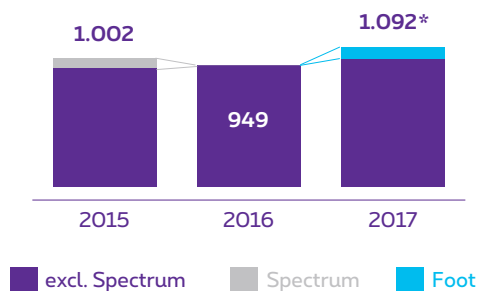
Het capexniveau weerspiegelt de strategie van de Groep om aanzienlijk te investeren in het verbeteren van zijn netwerken en het optimaliseren van de globale klantenervaring. In 2017 investeerde Proximus in totaal 1.092 miljoen, EUR, 143 miljoen EUR meer dan in 2016. De stijging was grotendeels toe te schrijven aan de verlenging van de contracten op drie jaar voor de uitzendrechten van het voetbal, met medio 2017 de ondertekening van de verlenging van de Jupiler Pro League en eind 2017 de ondertekening van de verlenging van de UEFA Champions League. Afgezien hiervan lagen de investeringen van 2017 hoger dan die van 2016 door de start van het project 'Glasvezel voor België'. In verschillende grote steden¹ werd

met de uitrol van dit toekomstzekere netwerk begonnen. Proximus finaliseerde ook de vectoringupgrade van zijn vaste netwerk. Met een bereik van 83%, het grootste wereldwijd, kunnen Proximus-klanten een significant betere breedbandervaring genieten. Mobiele klanten van Proximus beschikken ook over een netwerk van hoge kwaliteit: de 4G-uitrol werd voltooid en biedt een bereik van 99,8% buitenshuis en 98,1% binnenshuis.

Andere investeringen hadden betrekking op de IT-systemen, verbeterde tv-content en verdere vereenvoudiging en transformatie die bijdroegen tot de verminderde kostenbasis.

¹ Antwerpen, Brussel, Charleroi, Gent, Hasselt, Luik, Namen en Roeselare

Capex (M€)



* Inclusief de uitzendrechten voor drie jaar van de Belgische Jupiler Pro League en de Champions League.

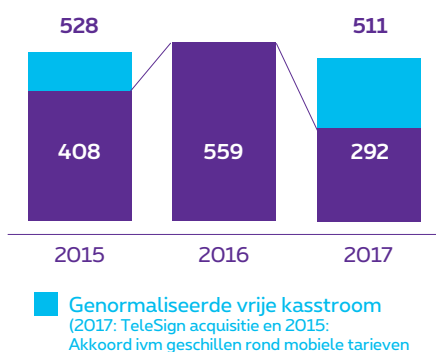


Vrije kasstroom

De totale vrije kasstroom van Proximus over 2017 kwam uit op 292 miljoen EUR, inclusief 219 miljoen EUR uitgaande cash in het kader van de overname van TeleSign. Op vergelijkbare basis kwam de totale vrije kasstroom over 2017 uit op 511 miljoen EUR. De daling in vergelijking met de 559 miljoen EUR over 2016 was vooral het gevolg van hogere inkomstenbelastingen, waaronder hogere voorafbetalingen ingevolge het optrekken van het percentage voor de wettelijke voorafbetalingen tot 59%.

Daarnaast lag de cash betaald voor capex en voor het lopende plan voor vervroegd vertrek voorafgaand aan het pensioen hoger dan in 2016. De behoefte aan bedrijfskapitaal nam ook enigszins toe na de forse daling in de periode 2015- 2016. Dit werd voor een stuk gecompenseerd door een groei van de onderliggende ebitda en lagere interestbetalingen op langetermijnleningen.

Vrije kasstroom (M€)



Key achievements

2017



Exclusief partnerschap met Studio 100



Nieuwe facturatie tool voor professionele klanten

3,4 Mio

Gemigreerd spraaklijnen



Exclusieve uitzending van de UEFA Champions League



Nieuwe tool om verkeersdata te analyseren voor Be-Mobile



Lancering van de nieuwe MyProximus-app



360.000 klanten op onze nieuwe productfolio



HiFive, Scarlets aanbod voor millennials

428

nieuwe collega's werden aangeworven

1.177

medewerkers veranderen intern van job



Nieuwe strategische overnames



Marktleider voor geconnecteerde objecten: 1,3 miljoen geconnecteerde objecten

83%
vectoring bereik

Grootste vectoringbereik ter wereld



Fin tech-oplossingen voor Telindus



We werden als enige telecomoperator in België klimaatneutraal

4.5G

We waren de eersten om de uitrol van 4,5G te starten in zeven steden

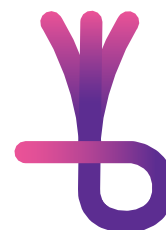


150.000

Happy House-bezoeken



NxtPort, een nieuw digitaal platform voor de Antwerpse havengemeenschap



Uitrol van 'Glasvezel voor België' in 7 steden



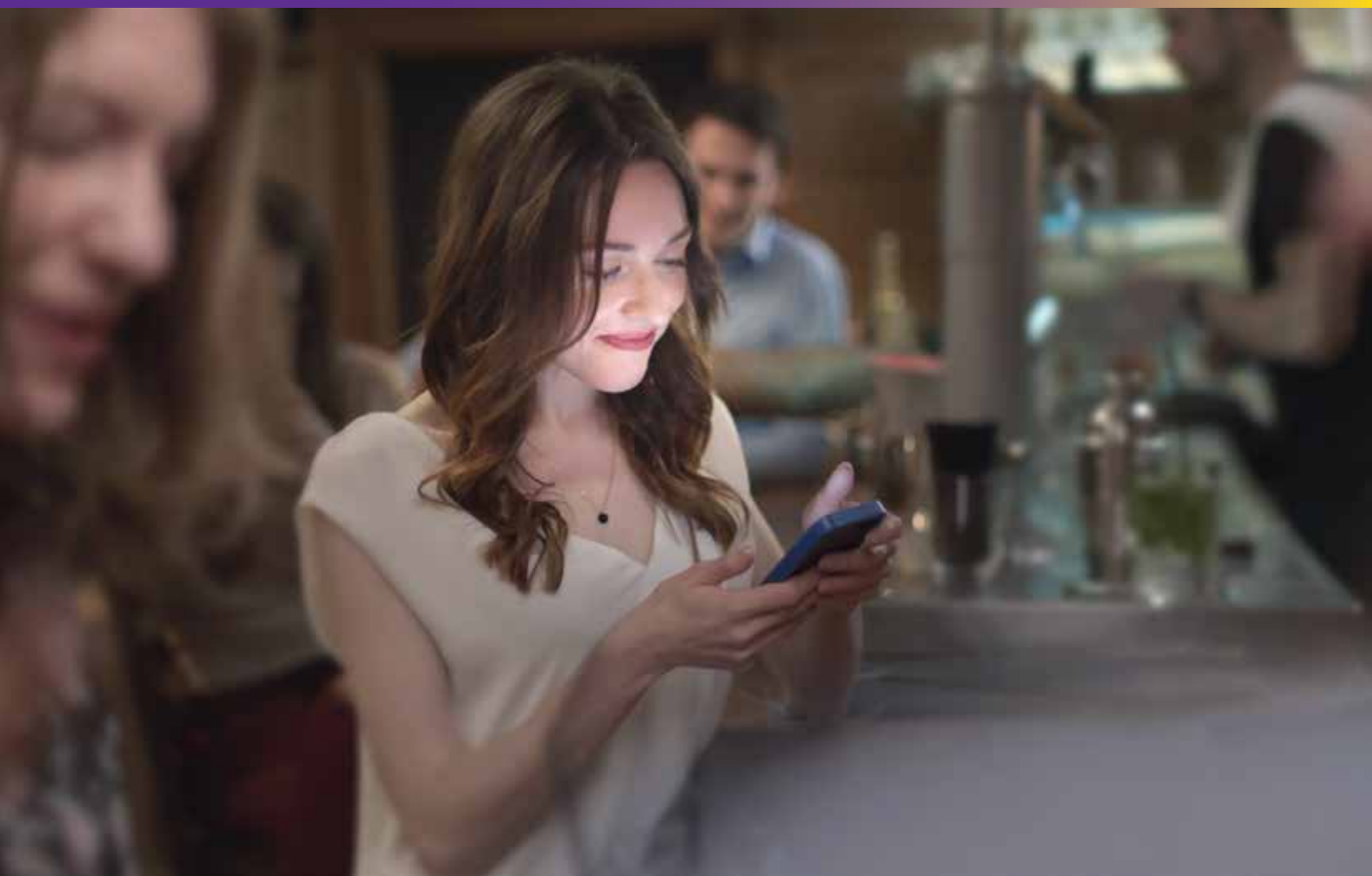


Blijven gaan
voor een betere
klantenervaring

Blijven gaan voor een betere klantenervaring

“ We gaan verder met onze transformatie om een leverancier van digitale diensten te worden die een superieure klantenervaring biedt. ”

We willen onze producten en diensten gebruiksvriendelijk maken, met eenvoudige, vriendelijke klanteninteracties en een uitstekende klantenervaring over de hele lijn: altijd, overal en op elk toestel.



We stellen vast dat het kunnen genieten van de beste wifi-ervaring binnenshuis hetgene is dat momenteel echt telt voor de klant.



Onze ultieme doelstelling is een superieure klantenervaring te bieden. Dat is cruciaal om onze merkbelofte 'Altijd dichtbij' in te lossen. Proximus wil klanten dichtbij mensen brengen die voor hen belangrijk zijn. Daarom blijven we investeren in een geïntegreerd netwerk van topkwaliteit, gebruiksvriendelijke en innovatieve producten en diensten, een optimale toegankelijkheid en dito lokaal bereik én een proactieve dienstverlening.

Altijd dichtbij met de beste ervaring thuis en op kantoor

Elke dag zetten we ons extra in om onze miljoenen klanten de beste gebruikservaring te bieden. Ons Happy House-programma liep gewoon door in 2017. De voorbije twee jaar bezochten we meer dan 150.000 woningen, en dat met een tevredenheidsgraad van 93%. Met onze Happy House-bezoeken garanderen we onze klanten de best mogelijke ervaring binnenshuis: we controleren en beveiligen alle internet- en wiferverbindingen en vervangen indien nodig modems en decoders. We migreerden ook proactief klanten van ADSL naar VDSL, goed voor een gevoelige verbetering van de klantenervaring, dankzij een betere tv-ervaring met hd-tv en sneller internet.

We lanceerden de nieuwe Home Optimizer-app. Daarmee kunnen de klanten de wifikkwaliteit in hun woning meten en met één druk op de knop het beste wifikanaal configureren op hun modem. De oplossing geeft ook informatie over de sterkte van het wifisignaal en advies, indien nodig, over de beste positie voor wifi-extenders. In nauwelijks drie maanden tijd werd de applicatie al door meer dan 16.000 gebruikers gedownload.

150.000

Happy House-bezoeken

93%

klantentevredenheid over de Happy House-bezoeken

Altijd dichtbij met nieuwe, innovatieve diensten voor smartphonegebruikers

Mobiele telefoons zijn vandaag omzeggens onmisbaar en je doet er zoveel meer mee dan louter bellen en sms'en. Het zijn echte zakcomputers geworden met een vermogen dat enkele jaren geleden nog ondenkbaar was. Een nieuwe servicecampagne voor smartphones benadrukt hoe belangrijk ze vandaag zijn voor mensen en bedrijven.

'Alles voor je smartphone' bevat een aantal gloednieuwe, unieke diensten voor onze residentiële en professionele mobiele klanten, zoals een Smartphone Omnium-verzekering voor wie totale gemoedsrust wenst, Clear-Coat om je mobieltje een beschermlaag tegen krassen en deuken te geven, en de vervangsmartphone.

Dat laatste houdt in dat klanten bij beschadiging, verlies of diefstal van hun smartphone een vervangexemplaar

kunnen afhalen in een Proximus-shop, dat ze een maand lang gratis mogen gebruiken! Op die manier zijn de klanten in geen tijd weer bereikbaar, terwijl ze het toestel dat stuk is laten herstellen of een nieuw toestel kiezen.

Altijd dichtbij door te garanderen dat bedrijven krijgen wat ze nodig hebben

We willen dat onze professionele klanten over elke ervaring met Proximus tevreden zijn. Daarom lanceerden we het businesstransformatieprogramma *Excite*.

Onze ambitie om van a tot z de beste klantenervaring te leveren, houdt in dat we onze processen optimaliseren, onze portfolio vereenvoudigen en onze interacties digitaliseren. *Excite* zal onze klanten ook uitstekende nieuwe





Giles Daoust

CEO Daoust

“

Voice of the Customer (VOC) is gericht op het delen van feedback tussen Proximus en de klant. Het bood Daoust de kans om mee te werken aan de oplossingen van Proximus. Op die manier kan Proximus oplossingen ontwikkelen die werkelijk op maat gesneden zijn van de klant. Een pure win-winsituatie!

”

collaboration tools verschaffen om flexibeler en digitaal te werken.

Daarom luisteren we naar onze klanten en betrekken hen actief in het ‘Voice of the Customer’-programma, met een adviespanel en workshops. Deze aanpak steunt op de inspraak van klanten uit onze verschillende segmenten en helpt ons nagaan of onze projecten voldoen aan hun verwachtingen. Hun onmiddellijke feedback heeft reeds zijn bijzondere waarde bewezen en bijgevolg passen we onze plannen en deliverables aan. Zo pasten we bijvoorbeeld onze interne roadmap voor IT-ontwikkelingen aan om voorrang te geven aan de uitrol van Invoice Insights, omdat onze klanten dit zelf hadden aangestipt als een absolute prioriteit.

Invoice Insights wordt ontwikkeld in samenwerking met onze klanten. Het is een app-interface waarmee professionals hun mobiele facturen kunnen beheren, en die ervoor zorgt dat ze alle nodige informatie bij de hand hebben. Op termijn zullen al onze klanten toegang krijgen tot dit platform en zal het ook voor andere producten en oplossingen worden gebruikt.

Sommige van onze klanten hebben sinds de recente lancering van ons nieuwe servicingplatform *ServiceNow* al een verbetering van de reactiviteit ondervonden. Deze

portal is bedoeld om problemen te melden en te traceren en belooft een snellere en efficiëntere probleembehandeling in de toekomst. *ServiceNow* is cruciaal in onze servicingtransformatie, die zal leiden tot nieuwe digitale manieren van werken voor onze klanten en interne teams. Het is dan ook een belangrijke factor in de verbetering van de klantenervaring.

Salesforce, het nieuwe systeem voor het beheer van de klantenrelaties, maakt de gegevens van de businessklanten altijd en overal beschikbaar. Dit resulteert in een betere klantenservice en efficiëntere interacties. Dit systeem houdt niet alleen rekening met de productportfolio van de klant, maar ook met andere informatie op basis van data analytics en CRM (Customer Relationship Management).

Altijd dichtbij, permanent verbonden met onze klanten

In een hypergeconnecteerde wereld zijn constante beschikbaarheid en dienstcontinuïteit van levensbelang. Daarom blijven we aan onze diensten schaven. We zijn trots dat we kleine ondernemingen dienstcontinuïteitsniveaus van ca. 99,99% kunnen bieden, met herstelling de dag



99,99%

dientcontinuïteit voor kleine ondernemingen

24 / 7

beschikbaarheid voor businessklanten

7 / 7

technische support

zelf in geval van een probleem. Onze experts blijven elke weekdag tot middernacht paraat om technische vragen te beantwoorden en ons technisch helpcenter voor businessklanten is de klok rond toegankelijk. Voor alle andere vragen zijn we beschikbaar van maandag tot zaterdag van 8 tot 22 uur. Voor problemen die telefonisch niet te verhelpen zijn, kan de klant het bezoek van een technicus vragen op een tijdstip naar keuze, ook 's avonds en op zaterdag.

Onze nieuwe interne tool voor commerciële informatie cliX bevat alle recente gegevens en promoties en garandeert dat meer klanten mogen rekenen op een snellere en slimmere service en een betere algemene ervaring. Om beter in te spelen op de complexiteit van sommige situaties kunnen onze data analytics- en CRM-teams voortaan klanten met bepaalde problemen proactief identificeren en een behandeling op maat geven. Zo slagen we erin risicoklanten te identificeren en hun oproep door te sturen

naar een gespecialiseerd team dat hun uiteenlopende problemen (van technische, administratieve, commerciële aard, ...) kan behandelen.

Voor klanten met problemen die bijzondere aandacht vragen, kunnen we zo nodig high-care teams inschakelen. Dit zijn gespecialiseerde experts die zelfs met de hardnekkigste problemen raad weten. Verder hebben we een 'vangnet' ingevoerd, zodat we zeker zijn dat ze de nodige opvolgingsinformatie ontvangen over alle gedetecteerde problemen.

Altijd dichtbij met beter leesbare facturen

We zullen ook de leesbaarheid van onze facturen verder verbeteren. Samen met onze klanten en interne stakeholders werken we aan een nieuwe lay-out voor onze facturen. We willen daarmee het aantal oproepen en klachten in verband met onze facturen verminderen en

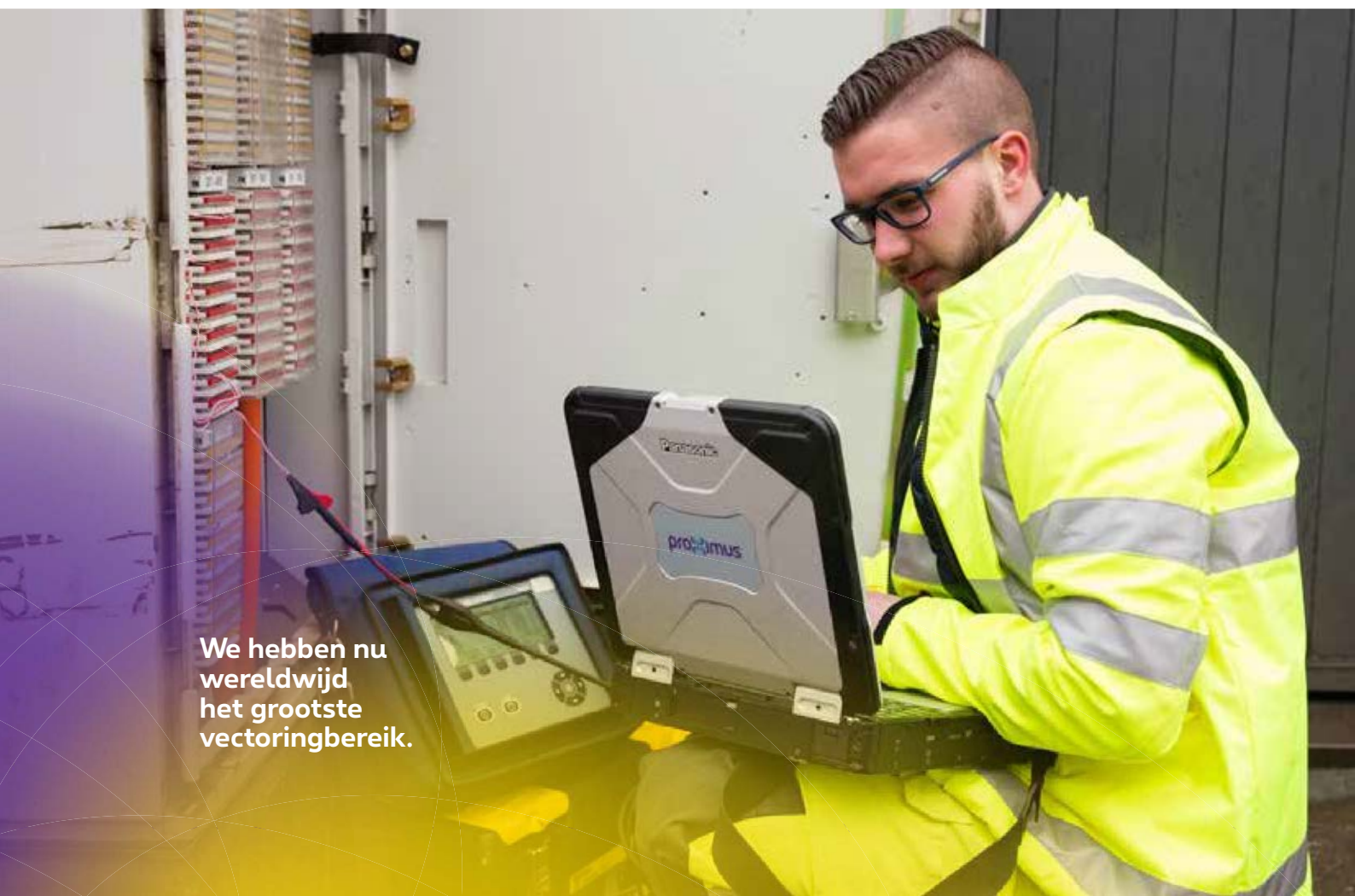
onze operationele kosten verlagen. De lay-out van onze nieuwe 'aanrekening' werd drastisch herzien en sommige items kregen voor de duidelijkheid en begrijpbaarheid een nieuwe naam.

Altijd dichtbij met comfortsnelheid voor onze klanten

Technologieën van de volgende generatie op koper

Proximus blijft ook investeren in nieuwe technologieën op het kopernetwerk om al zijn klanten hoge snelheden te kunnen bieden.

Daardoor heeft Proximus nu het grootste vectoringbereik ter wereld. De voorbije drie jaar installeerden we maar liefst 26.500 ROP-kasten in de straten, waardoor 94%



We hebben nu wereldwijd het grootste vectoringbereik.



van de bevolking op een zeer comfortabele manier van VDSL kan genieten. In oktober 2017 hadden we al meer dan twee miljoen actieve VDSL2-gebruikers.

Door een verdere verdichting van ons glasvezelnet, wat glasvezel nog dichter bij de klanten brengt, te combineren met de installatie van de meest recente vectoringtechnologieën blijft Proximus altijd een paar stappen voor op de snelheidsbehoeften van de klant.

Hoge snelheden, ook in afgelegen gebieden

Door de troeven van de vaste en mobiele netwerken van Proximus te combineren kan Proximus hoge snelheden aanbieden in dunbevolkte landelijke gebieden. Deze 'Access bonding'-oplossing werd ontwikkeld in samenwerking met de Belgische start-up Tessares, waarin Proximus een minderheidsaandeel heeft. Na een uitgebreide reeks

tests met uitstekende klantenfeedback willen we een geselecteerd aantal klanten van de oplossing gebruik laten maken. Dit laat een drastische verhoging van de internetsnelheid van de klanten toe.

Altijd dichtbij door leider te blijven voor mobiel

Proximus blijft investeren in het mobiele netwerk. Steeds meer bedrijven hebben immers altijd en overal mobiele toegang nodig en willen bijgevolg de meest recente connectiviteitstechnologieën gebruiken. Concrete cijfers staven onze inspanningen: het BIPT bevestigt dat Proximus voor de derde keer op rij zowel qua oppervlakte als bevolking het grootste bereik heeft. Dit bewijst dat onze investeringen lonen en we onze klanten de beste mobiele ervaring geven.

Uitrol van 4,5G

Proximus lanceerde als eerste in België de mobiele 4,5-technologie. Deze technologie, die twee- tot drie-maal hogere downloadsnelheden toelaat, werd al in zeven steden uitgerold. Zones met een sterke economische activiteit (bv. grote delen van de Antwerpse haven en

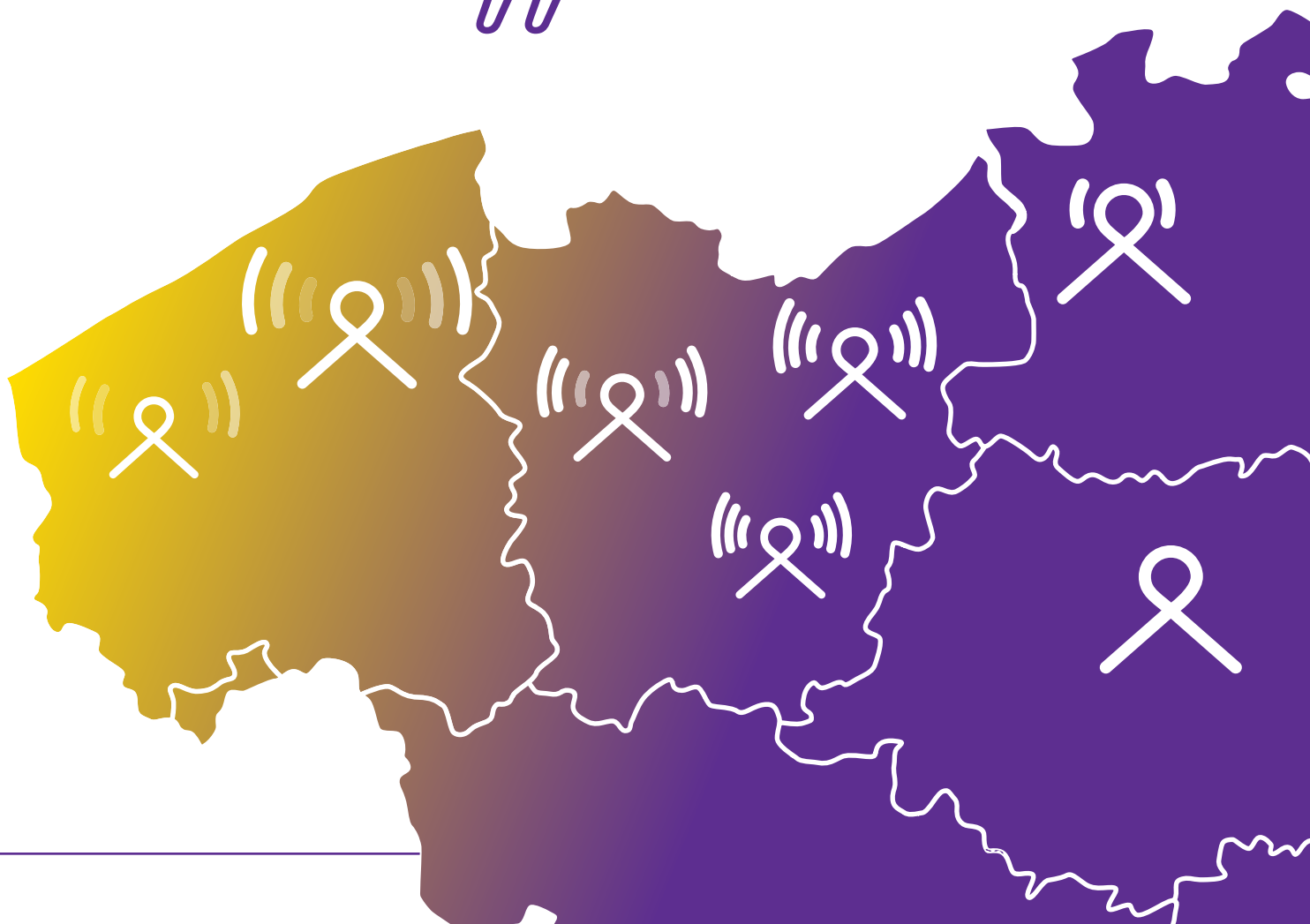
een aantal industriezones) en gebieden met een grote studentenpopulatie mochten als eerste met deze technologie kennismaken.

De huidige ervaring verbeteren

Proximus was de eerste operator in België die VoLTE lanceerde en telt intussen 600.000 gebruikers. Deze technologie werd het eerst aangeboden op compatibele Samsung-toestellen, maar is nu ook beschikbaar op iPhone. VoLTE garandeert dat we de beste mobiele ervaring van het land blijven aanbieden, met een snellere connectietijd en een aanzienlijk betere spraakkwaliteit. Het geeft gebruikers ook de mogelijkheid tegelijk te bellen en te surfen tegen 4G-snelheden.

Met deze innovaties neemt Proximus eens te meer het voortouw om zijn klanten de best mogelijke gebruikservaring te bieden. Het is technologie ten dienste van de klant.

We waren de eerste die 4,5G in 7 steden in België implementeerde, met downloadsnelheden die 2 tot 3 keer hoger lagen.



231.710

gemiddeld aantal bezoeken per maand op het forum

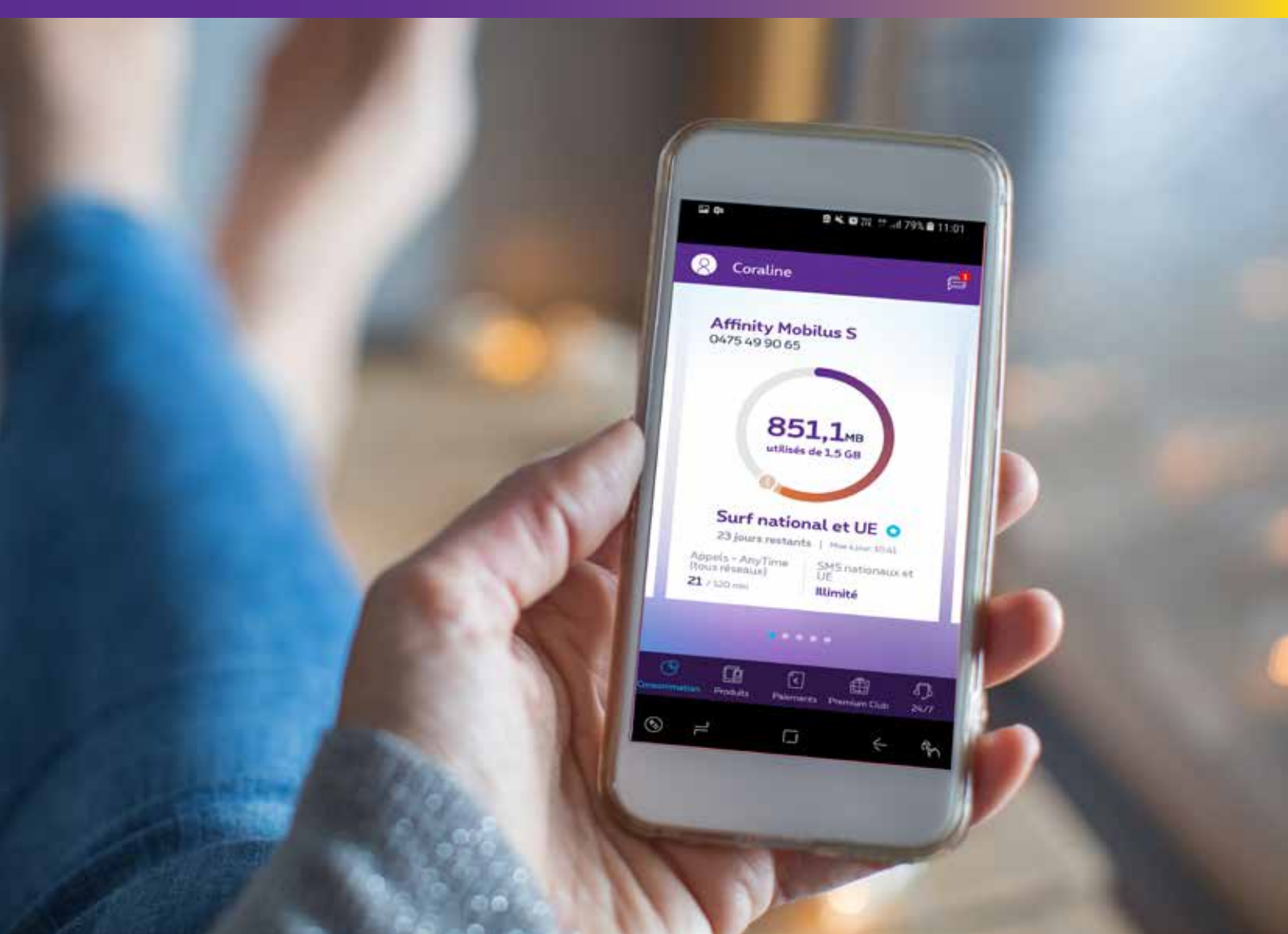
100

supportvideo's beschikbaar

Altijd dichtbij met “digital first”

Ons digitaal transformatieprogramma verhoogt de inzet van de servicing aan onze klanten. De nieuwe **MyProximus-app** laat de klanten sneller, efficiënter en meer op maat communiceren met het bedrijf en staat voor flexibiliteit, interactiviteit en, last but not least, eenvoud. Via de app kunnen klanten nu direct extra data kopen, producten en opties beheren en hun facturen bekijken, inclusief de betalingshistoriek. Ze kunnen zelfs in realtime hun dataverbruik controleren!

De commerciële Proximus-website, www.proximus.be, onderging een make-over en is nu nog klantvriendelijker. Klanten kunnen er nu ook online producten reserveren,





Digitale aankopen betalen met je Proximus-account

Klanten met een officieel ID (Apple, Android of Windows) kunnen nu games, muziek, boeken en ander entertainment kopen via hun Proximus-account. Een eenvoudige en veilige manier om content en andere producten en diensten aan te schaffen. Klanten kunnen bijvoorbeeld een busticket kopen en rechtstreeks betalen via hun smartphone. De betaling verschijnt dan op de volgende Proximus-factuur. Bijzonder praktisch en gebruiksvriendelijk en opnieuw een ingrijpende verbetering van onze klantenservice.

kijken naar de beschikbaarheid van toestellen in de shops en nog veel meer! Met meer dan een miljoen residentiële bezoekers/maand en 36.000 kleine bedrijven is de rubriek 'Frequently Asked Questions' een groot succes. Nog beter is dat zeven op de tien bezoekers zeggen tevreden te zijn over dit deel van de website.

Het supportgedeelte onderging ook een aantal structurele verbeteringen. Klanten beschikken nu over meer dan honderd supportvideo's over uiteenlopende onderwerpen. Ze kunnen ook het forum raadplegen, ons online-self-servicingplatform waar klanten andere klanten kunnen helpen of vragen stellen aan medewerkers van Proximus.

Omdat de sociale media als ondersteunend kanaal al maar belangrijker worden, bieden we onze klanten nu ook dedicated support aan via Facebook Messenger, naast

de chatfunctie. We houden zo'n 50.000 webchats per trimester, met een zeer hoge tevredenheid van 86%. We introduceerden ook chatbots om onze klanten naar de juiste oplossing of het juiste kanaal te leiden.

Door verder te digitaliseren verbeterden we ook de efficiëntie en werkzaamheid van onze interacties met de klanten.

Ook het BCI-platform, onze belangrijkste applicatie voor customer relationship management met meer dan 6000 gebruikers in commerciële en technische teams in front- en backoffice, kreeg een upgrade. Klanten kunnen nu direct een e-mail van Proximus beantwoorden met de zekerheid dat de e-mail automatisch terechtkomt bij de oorspronkelijk behandelende medewerker. Optimale opvolging verzekerd dus!





Fit
worden

Fit worden

Sinds de lancering van onze Fit for Growth-strategie, vier jaar geleden, hebben we extra inspanningen gedaan om de kosten verder te verlagen en onze operationele efficiëntie te verhogen. Tegelijk bleven we onze producten en diensten vereenvoudigen om onze klanten beter te bedienen.

Om onze strategie onverkort door te voeren hebben we de voorbije jaren diverse transformatieprogramma's gelanceerd. In januari 2017 werd een 'Group Transformation Office' opgericht voor het algemeen beheer. Dat was nodig gezien de schaal van onze transformatie en de complexiteit en onderlinge afhankelijkheid van de programma's. Met een sterke governance en passende methodologie voor het management van de programma's begeleidt het Group Transformation Office elk programma op de transforma-

tieroadmap om gemeenschappelijke doelstellingen te verwezenlijken, die elk afzonderlijk programma overstijgen.

Naast onze transformatiedoelstellingen onder leiding van het Group Transformation Office startten we ook met een transversale aanpak van de kostenbeheersing: onze 'Fit battles'. Het is onze doelstelling de kosten structureel te verlagen en belangrijke opexbesparingen te realiseren in de periode 2017-2019. Dankzij verschillende initiatieven zijn ze we goed op weg om deze kostenverlagingsobjectieven te verwezenlijken, met alvast een daling van de onderliggende kosten op de thuismarkten met 3,2% op jaarbasis.

Een eenvoudigere organisatie

Onze infrastructuur moderniseren

Proximus investeert permanent in het moderniseren en vereenvoudigen van zijn netwerken. Het drukt de kosten,





maakt het bedrijf wendbaarder op de markt en zorgt ervoor dat klanten gemakkelijk kunnen worden overgezet naar toekomstveilige oplossingen.

De grootschalige overschakeling van klanten van traditionele netwerken als PSTN en ATM naar IP-technologie liet ons toe om de voorbije vijf jaar 1119 centrales buiten dienst te stellen en 3,4 miljoen spraaklijnen te migreren. Ons PSTN-netwerk werd volledig uitgefaseerd. Tezelfdertijd moderniseerden we ons corenetwerk door verder te gaan met de uitrol van ons Simplified Backbone-glasvezelnetwerk (SIMBA), wat de capaciteit van ons corenetwerk met factor 10 vermenigvuldigt.

In 2017 ontruimden we zo drie gebouwen en verkochten we onze lokalen in Antwerpen, wat de voorbije vijf jaar het aantal uitgefaseerde gebouwen op veertien en het aantal verkochte gebouwen op negentien brengt.

Vereenvoudiging van IT en de processen

De hertekening van de IT-architectuur gaat gepaard met een hertekening van de processen met het oog op meer First Time Right en maximale efficiëntie. Zo hebben bijvoorbeeld de nieuwe IT-systemen voor de massamarkt de verkoop- en orderingsystemen binnen Proximus drastisch vereenvoudigd. We vereenvoudigden ook onze facturatiesystemen met de migratie van massamarktklanten naar een en hetzelfde platform.

-18%

stroomverbruik in 4G-basisstation door de activatie van groene ICT-functies

1.119

centrales buiten dienst

3.400.000

spraaklijnen gemigreerd

Hilde Essers

voorzitter van de raad van bestuur van H.Essers



Onze samenwerking met Proximus kan worden omschreven als een echt partnerschap dat altijd streeft naar een win-winsituatie. Het distributiecentrum in Courcelles stelt meer dan 200 jobs veilig in een streek met een significant werkloosheidspercentage.



Vereenvoudiging van onze portfolio

Jaar na jaar wordt onze portfolio van producten en diensten eenvoudiger, onder meer dankzij de afslanking van onze traditionele catalogus en het proactief aanbieden van packmigraties naar toekomstgerichte, gebruiksvriendelijke oplossingen die voordeliger zijn voor onze klanten. Eind 2017 had 99,7% van onze klanten met een convergent aanbod een pack van de twee recentste generaties. In totaal migreerden we 680.000 klanten naar onze nieuwe productportfolio, 44% van ons totale klantenbestand.

Efficiënter worden

Optimalisering van het netwerk

Investeringen onder impuls van data

Om onze beslissingen inzake investeringen in vaste en mobiele netwerken te ondersteunen, hebben we een intern data-analyseproject ontwikkeld dat de hele netwerkinvesteringsketen omvat, van de prioritering tot het winstbeheer. We kunnen onze investeringen prioriteren en de opbrengsten traceren op basis van de analyse van een breed gamma van data, van lanceringskosten tot de

680.000

klanten naar onze huidige productportfolio

99,7%

van de convergente klanten heeft een pack van de twee recentste generaties

verwachte stijging van het marktaandeel en de klantwaarde. We gebruiken deze tool al voor de prioritering van de glasvezelzones en zullen hem ook gebruiken voor mobiele investeringen.

Operationele efficiëntie

Logistiek

Eind september 2017 vernieuwden we onze opslag- en distributieovereenkomst met H.Essers voor ons distributiecentrum in Courcelles, waardoor we de tewerkstelling van ca. 220 medewerkers veiligstelden. Door al onze logistieke operaties daar te centraliseren, slaagden we erin onze CO₂-uitstoot met 170 ton te verlagen en verminderden we de vervoersafstanden met 200.000 km.

Onze klanten zullen ook blijven profiteren aangezien nieuwe logistieke systemen, ontworpen voor meer flexibiliteit

en reactiviteit, hun vruchten afwerpen. Zo konden we door een optimalisatie bij het herstellen van de decoders meer dan 1 miljoen boxen hernieuwen in Courcelles sinds de start van de activiteit in 2014.

Internet der dingen voor een efficiënter Proximus

Als belangrijke nationale leverancier van IoT-diensten gebruiken we deze nieuwe technologie natuurlijk ook zelf. Het is een fantastische manier om onze operationele efficiëntie verder uit te bouwen. We gebruiken het bijvoorbeeld om de locatie te bepalen van al onze mobiele netwerkextendercontainers. Deze netwerkextendercontainers reizen het land rond om ons netwerkbereik op festivals en events een boost te geven, zodat onze klanten ook daar de beste netwerkqualiteit van het land genieten. Daarnaast gebruiken we ook IoT-sensoren om na te gaan of een verdeelkast open of toe is en te zien waar zich kabelhaspels bevinden.







De
kernactiviteiten
laten groeien

De kernactiviteiten laten groeien

De aardverschuivingen in de telecommarkt van de voorbije jaren maken het belangrijker dan ooit om waarde te creëren voor onze klanten door onze oplossingen op een intelligente manier te bundelen, het percentage multiplayklanten te verhogen en gebruikswaarde te creëren door een slimme prijszetting.

Onze geïntegreerde en gerichte aanbiedingen voor residentiële klanten

Eind 2016 vond Proximus zijn commerciële aanbod opnieuw uit met de lancering van zijn all-inaanbiedingen Tuttimus en Bizz All-in. Met dit aanbod kunnen klanten

hun diensten op maat samenstellen naar eigen smaak en behoeften. Het is ontworpen voor het digitale tijdperk, waarin klanten een all-inpakket willen met een overvloed aan opties die ze gemakkelijk kunnen personaliseren. Gebruikers kunnen thuis en op verplaatsing zorgeloos bellen, surfen, tv-kijken en werken. Het was een instantsucces en 360.000 klanten hebben ingetekend eind 2017.

Om nog beter aan de verwachtingen van de klanten te voldoen pasten we in juli onze aanbiedingen aan door het inbegrepen volume mobiele data voor zowel nieuwe als bestaande klanten te verhogen. Klanten met een Mobilus-abonnement krijgen tot 10 GB extra en zelfstandigen en kleine ondernemingen met Bizz Mobile of Bizz All-in zelfs tot 20 GB extra.

We zagen ook dat klanten weliswaar een kwaliteitservaring wensen en specifieke behoeften hebben, maar toch gevoelig blijven voor de prijs. Daarom lanceerden we Minimus. Dit abonnement biedt exact wat klanten thuis en op verplaatsing nodig hebben: surfen thuis en onderweg, Proximus TV met 80 zenders, en afhankelijk van de gekozen formule ofwel onbeperkt bellen ofwel 120 belminuten.



De essentie van het merk Proximus - mensen dichterbij brengen bij wie voor hen belangrijk is - werd in de verf gezet in onze nieuwe communicatiecampagne "Altijd dichtbij".



Scarlet, ons merk zonder franjes, haalde in 2017 nieuwe klanten binnen met zijn nieuwe aanbiedingen. Scarlet lanceerde met Poco het voordeligste vastinternetaanbod in België en met Loco een laaggeprijsde formule om onbeperkt te surfen. Verder heeft Scarlet nu ook het perfecte aanbod voor tieners: HiFive is het eerste mobiele abonnement zonder belminuten of sms'en maar met een massa mobiele data.

Klanten op verplaatsing willen overal toegang hebben tot hun content, ook in het buitenland. In juni 2017 werden de roamingtarieven binnen de EU volledig afgeschaft, waardoor klanten in de EU voortaan kunnen surfen, bellen en sms'en tegen hetzelfde tarief als in België. Proximus ging nog een stap verder door zijn klanten zelfs in het buitenland gratis gebruik te laten maken van hun favoriete apps.

Proximus: de toegangspoort tot een boeiende wereld van sport, muziek en entertainment

Voetbalfans kunnen met Proximus TV kijken naar zowat alles wat ze zich maar kunnen wensen: de exclusieve uitzending van de prestigieuze UEFA Champions League, alle matches van het Belgische voetbal (Proximus League en Jupiler Pro League) plus de spectaculairste momenten van het basketbal, American football, tennis, volleybal, handbal, wielrennen en internationaal voetbal via Eleven

Hans Bourlon

CEO Studio 100



Wij zijn erg tevreden over de samenwerking met Proximus de laatste jaren, en zijn erg opgetogen dat we deze nu kunnen verbreden in Vlaanderen. Samen met Proximus gaan we een mooi Belgisch verhaal schrijven. Proximus biedt ons een globaal bereik voor al onze figuren, via alle mogelijke kanalen, in beide landsdelen.



60.000

radiostations en audiopodcasts

1,1 miljoen

klanten met een nieuwe TV-ervaring



Sports. Vanaf dit jaar kunnen ook Scarlet-klanten dankzij een nieuw thematisch zenderpakket genieten van het beste van de sport.

In 2017 breidden we ons aanbod voor gezinnen en kinderen verder uit dankzij een exclusieve deal met Studio 100. Sinds 1 januari 2018 is Studio 100 TV in Vlaanderen exclusief beschikbaar in het basisaanbod en is Njam!, de eerste kookzender in Vlaanderen, beschikbaar voor alle Proximus TV-klanten. Verder breidden we ons aanbod uit met Studio 100 GO, een volledig hertekend digitaal platform, en Studio 100 HITS, een nagelnieuwe muziekzender.

Muziek is een andere grote passie van onze klanten. Proximus ondertekende dan ook een overeenkomst met Radioline, de grootste Europese radioaggregator, met een catalogus van meer dan 60.000 radiostations en audiopodcasts.

Dit alles is beschikbaar via een nieuwe Proximus TV-interface en een hertekende shop, waardoor het voor klanten nu gemakkelijker is om te grasduinen in de filmcatalogus en automatische opnames te maken van hun favoriete content. Deze nieuwe gebruikerservaring is vandaag beschikbaar voor 1.100.000 klanten.

We helpen businessklanten om ‘ook morgen mee’ te zijn

Proximus lanceerde ook nieuwe oplossingen voor zijn businessklanten met Unified Communications en Call Connect.

Met de Office 365 Voice Connect-plug-in kan elke Proximus-klant nu Office 365 combineren met Call Connect, onze spraakapp in de cloud. Zo kunnen klanten via Skype for Business naar eender welk (mobiel of vast) nummer bellen.

Call Connect biedt onze professionele klanten een convergente en flexibele oplossing, zodat ze overal en altijd bereikbaar zijn. Call Connect is eigenlijk een PABX in de cloud. Dat betekent dat klanten niet in dure hardware

hoeven te investeren. Bovendien kunnen klanten alle vaste en mobiele oproepen beheren vanop het even welk toestel en via een app of webportaal hun virtuele telefooncentrale helemaal zelf configureren.

Proximus en Vodafone verlengden ook hun samenwerkingsovereenkomst voor België en Luxemburg met vijf jaar. Op die manier bouwen ze voort op een succesvol langetermijnpartnerschap dat in 2003 begon en waarin ze samen een gamma van producten en diensten leveren om hun professionele en residentiële klanten beter te bedienen.

Onze businessstrategie loont en heeft een hele reeks nieuwe klanten overtuigd om voor onze diensten te kiezen, waaronder USG People, Astrid, Bel&Bo, Daoust, Argenta, Vinçotte International, de Koninklijke Federatie van het Belgisch Notariaat, en vele anderen.

“Ook morgen mee”



De nieuwe campagne voor onze businessklanten “Ook morgen mee” ondersteunt de merkbelofte ‘Altijd dichtbij’. Ze herbevestigt ons relevant partnerschap tussen alle partijen en positioneert Proximus als de partij die de digitale transformatie mogelijk maakt. De campagne was opgebouwd rond diverse thema’s die de businessdoelstellingen van onze klanten weerspiegelen en de onderliggende verhaallijnen, zoals klantenervaring, wendbare organisatie en operationele uitmuntendheid, ondersteunen. Met “Ook morgen mee” illustreren we dit met betekenisvolle verhalen die de klant centraal stellen en een toegevoegde waarde bieden, en waarbij alle communicatietools, online en offline, worden ingezet. Innovatie, IoT, beveiliging, servicing en efficiënt samenwerken waren de thema’s die in 2017 onder de aandacht werden gebracht.





De toekomst bouwen

De toekomst bouwen

Het dataverkeer en de digitale diensten zullen de komende jaren exponentieel blijven groeien, vooral onder impuls van video- en cloudapplicaties en het internet der dingen. Als pionier op het vlak van netwerktechnologieën wil Proximus anticiperen op de behoeften van de klant en zijn infrastructuur klaarmaken voor de toekomst. Tezelfdertijd creëert Proximus winnende partnerschappen en nieuwe ecosystemen om werkelijk geïntegreerde oplossingen voor consumenten en bedrijven aan te bieden.

De glasvezeluitrol is uitermate transversaal en bijna alle divisies van Proximus zijn er in zekere mate bij betrokken. Intern lanceerden we een specifiek programma, Fiber+, om alle glasvezelopportunities te maximaliseren. Momenteel zijn ongeveer 450 medewerkers bij dit programma betrokken, naast de mensen in het consortium (300-500). Dit aantal zal de komende jaren exponentieel toenemen.

Glasvezel - het netwerk van de toekomst

Glasvezel is het ultieme breedbandnetwerk voor zowel residentiële als professionele klanten.

Met glasvezel kunnen alle leden van het gezin tegelijk surfen, streamen en gamen zonder vertraging of kwaliteitsverlies. Ze krijgen ook het scherpste beeld op alle schermen.



Dankzij zijn sterke betrouwbaarheid en verhoogde dataveiligheid is glasvezel ook de perfecte oplossing voor professionele klanten. Het vergemakkelijkt het samenwerken op afstand en de migratie naar cloudapplicaties.

Proximus is al vele jaren bezig met de uitbreiding van zijn glasvezelnet: als backbone voor het VDSL-netwerk (dat al 94% van België beslaat), met een aanbod van specifieke glasvezeloplossingen voor bedrijven, en met de lancering van greenfieldprojecten (nieuwe verkavelingen).

Proximus heeft beslist een volgende grote stap te zetten en de capaciteit van glasvezel tot in de bestaande woning of bedrijfsgebouw (brownfield) van de klant te brengen.



7

steden waar glasvezel is uitgerold:
Antwerpen, Brussel, Charleroi, Gent, Hasselt,
Luik en Namen

46

industriezones voorzien van een
GPON-netwerk

94%

van onze backbone bestaat uit glasvezel

Daartoe lanceerden we het grootschalige investeringsplan 'Glasvezel voor België', dat de ambitie heeft om meer dan 85% van de bedrijven en ruim 50% van de gezinnen te bereiken. In 2017 startten we met de uitrol in diverse steden: Antwerpen, Brussel, Charleroi, Gent, Hasselt, Luik en Namen. Onlangs ondertekenden we een overeenkomst met de stad Roeselare om ook daar de uitrol van glasvezel te starten.

Naast point-to-pointglasvezelverbindingen lanceerden we in 2017 voor onze professionele klanten een aanbod van GPON-technologie op basis van gedeelde glasvezel, dat ons bereik zal vergroten en glasvezel betaalbaarder moet maken voor de klant. In 2017 hebben we 46 industriezones van een GPON-netwerk voorzien, zonder terminatiekosten voor onze klanten.

De weg bereiden voor 5G

In november 2016 startte Proximus als eerste Belgische operator met 5G-tests. Samen met een reeks andere innovaties zal deze onstuitbare ontwikkeling leiden tot drastisch hogere downloadsnelheden. Op die manier wil Proximus inspelen op de veranderende klantenbehoeften.



Met 5G aan de horizon bereidt Proximus zich op dit supersnelle mobiele netwerk voor door tests uit te voeren (gestart in 2016) en de roadmap uit te werken voor de Europese tests van 5G in 2017. Proximus werd ook lid van de 5GAA. Deze vereniging ontwikkelt, test en promoot communicatieoplossingen die inspelen op de maatschappelijke behoeften inzake geconnecteerde mobiliteit en verkeersveiligheid.

Relevante innovatie

We willen een leverancier van digitale diensten worden die nieuwe technologieën voor onze klanten makkelijk toegankelijk maakt en hun leven en werkomgeving verbetert. We focussen niet enkel op technologie, maar ook op hoe we technologieën als het Internet of Things (IoT), de cloud, big data en security kunnen omvormen tot oplossingen met een positieve impact op mens en maatschappij, bv. "Smart advertising", "Smart home", "Smart mobility" and "Smart city".

Internet of Things (IoT): exponentiële groei in de toekomst

Het internet der dingen is de volgende stap in de digitalisering van onze maatschappij en economie. Het verbindt voorwerpen en mensen met elkaar via communicatienet-

werken en rapporteert over hun status en/of omgeving.

Proximus neemt de opportuniteit om voorwerpen als gebouwen, machines en voertuigen uit te rusten met sensoren die deze voorwerpen onderling en met het internet verbinden

Door waardevolle informatie te verzamelen over hun toestand en/of omgeving wisselen de sensoren via de IoT-netwerken informatie uit die het mogelijk maakt om ze op afstand te inspecteren, bedienen en controleren. Proximus wil zijn LoRaWAN®-netwerk verder uitbreiden en ontwikkelt partnerschappen met gebruikers en gevestigde integratoren van IT-applicaties om IoT in nieuwe klantenapplicaties in te bedden. We evalueren voortdurend nieuwe technologieën. Momenteel testen en bekijken we Narrowband-IoT om een zo breed mogelijk gamma aan netwerken en oplossingen te kunnen aanbieden die het best tegemoet komen aan de noden van onze klanten.

Proximus investeert continu in nieuwe producten met uiteenlopende toepassingsmogelijkheden. De succes ingrediënten zijn en blijven: de klantgerichtheid door al van in de ontwerpfase experts uit de sector in te schakelen, het hergebruik van bestaande modulaire infrastructuur (platformen, sensoren, ...) en de bereidheid om onze infrastructuur open te stellen voor partners, die van ons ecosysteem (van bijna 200 partners) gebruik kunnen maken.

Het LoRaWAN®-netwerk

Het LoRaWAN®-netwerk van Proximus is een draadloze technologie voor het zenden en ontvangen van data over een lange afstand met een laag vermogen. Dit netwerk is een kernaspect van de IoT-architectuur en maakt het mogelijk om automatisch en accuraat kleine datapakketten te versturen.

Tegen eind 2017 had Proximus zijn nationale commerciële IoT-netwerk (op basis van LoRaWAN®-technologie) uitgerold in België en Luxemburg en uitgebreid met geolocatiemogelijkheden.

LoRaWAN® in actie

Dankzij het LoRaWAN®-netwerk van Proximus en de expertise van SilentSoft heeft Antargaz ervoor gekozen zijn gasmeters uit te rusten met geconnecteerde IoT-sensoren. Eens de LoRaWAN®-sensor aangesloten is op een Antargaz-gasmeter in zijn propaan-gasnetwerk worden de meterstanden periodiek doorgestuurd en kunnen ze om het even wanneer geraadpleegd worden op het online-platform van SilentSoft.

Proximus is ook partner van TVH, een wereldwijd marktleider in onderdelen voor materiaalbehandeling, industriële voertuigen en landbouwmachines. Via machineconnectiviteit verzamelen ze relevante data over hun gebruik. Na analyse van de verzamelde data kunnen ze hun klanten advies geven over hoe ze hun machines beter kunnen gebruiken. De eerste doelstelling blijft echter het onderhoud en de servicing te optimaliseren. Data-analyse in

“ Met bijna 1,3 miljoen geconnecteerde voorwerpen bevestigt Proximus zijn marktleiderschap op het vlak van geconnecteerde voorwerpen in België. ”

Het LoRaWAN-netwerk



realtime laat toe om op basis van statistische modellen programma's voor preventief onderhoud te plannen.

Proximus Enabling Company (EnCo)

De Proximus Enabling Company (EnCo) is een goed voorbeeld van hoe Proximus een leverancier van digitale diensten aan het worden is en softwareontwikkelaars aanmoedigt om de Proximus-infrastructuur te gebruiken om nieuwe oplossingen te cocreëren. Het EnCo-platform geeft ontwikkelaars en bedrijven eenvoudige toegang tot de technologieën van Proximus en zijn partners wat telecom, IoT, data en cloud betreft om op een volstrekt digitale manier oplossingen en applicaties te ontwikkelen. Het Proximus EnCo-platform werd het voorbije jaar uitgebouwd op een wendbare, digitale manier en in constante interactie (in de vorm van hackathons en workshops) met de klanten. Zie hiervoor www.encore.io.

NxtPort, een digitaal dataplatform voor de Antwerpse havengemeenschap

In januari 2017 lanceerde de Antwerpse havengemeenschap zijn dataplatform NxtPort. Dit garandeert dat de Antwerpse haven klaar is voor een wereld waarin elk voorwerp en elk proces intelligent kan worden gemaakt en data in realtime kan worden omgezet in relevante inzichten die tot betere beslissingen leiden.

Proximus maakte deel uit van het consortium dat de aanbesteding in de wacht sleepte. Andere leden van dit partnerschap waren Microsoft en Nallian, een Belgische data exchange expert met diepgaande logistieke expertise. Samen met NxtPort leverden we een state-of-the-art

platform om op een veilige manier data te delen en snel nieuwe oplossingen te bouwen.

Het NxtPort-platform maakt het mogelijk een levendig ecosysteem voor bedrijven, ontwikkelaars en IT-spelers te integreren. Proximus kon digitale infrastructuur, waaronder zijn IoT-sensoren, sms-diensten en mobiliteitsgegevens alsook nieuwe oplossingen leveren. Op die manier bouwt Proximus niet enkel een platform met zijn partners, maar laat het andere bedrijven ook toe het digitale transformatietraject van de Antwerpse haven te verrijken.

Een van de eerste commerciële API-diensten op EnCo is gebaseerd op sms. Senso2me, een bedrijf dat veilige en eenvoudige technologische zorgoplossingen voor zelfstandig en begeleid wonen levert, heeft een systeem ontworpen om zorgverstrekkers en familieleden via sms te verwittigen zodra zich iets ongewoons voordoet.

EnCo maakt het ook gemakkelijker om sms te combineren met andere diensten als IoT en data analytics.





Security, een cruciaal domein voor Proximus

Vanuit zijn bestaande sterke positie op de Benelux-markt voor cyberveiligheid gaf de overname van Davinsi Labs in mei 2017 Proximus een 360°-portfolio inzake cyberveiligheid, met inbegrip van preventie en detectie van cyberaanvallen, maar ook het voorspellen en remediëren van inbreuken.

Cyberveiligheid is voor iedereen van cruciaal belang, aangezien cyberdreigingen hand over hand toenemen en internetpiraten vandaag almaar vernuftiger te werk gaan. In deze context is een betrouwbare samenwerking tussen de belangrijkste spelers cruciaal. Sinds een aantal jaren wisselt het Proximus Cyber Security Incident Response Team (CSIRT) informatie in verband met cyberdreigingen uit met zijn Europese sectorgelieven, om de infrastructuur en de klanten van Proximus te beschermen. Deze samenwerking wordt nu uitgebreid via een cyberpartnerschapsovereenkomst met het NATO Communications and Information (NCI) Agency.

De Belgische overheid heeft nu een nieuw, de klok rond operationeel alarmsysteem in geval van crisis. Dat systeem heet BE-Alert. Als een van de partners in het Crisiscentrum creëerden we een tool om de bevolking via diverse kanalen vlot te informeren. BE-Alert kan in crisissituaties

nieuws en informatie verspreiden via sms, vaste telefonie, e-mail en de sociale media.

Itsme

Itsme is het product van een unieke samenwerking in België tussen de vier grote banken en de drie leidende telecomoperatoren. Zij zullen elke burger een unieke en veilige mobiele identiteit geven. Interessant is dat de applicatie gecertificeerd is door de federale regering. Itsme is dus een volstrekt betrouwbare code die praktisch, 100% veilig en eenvoudig is, met respect voor de privacy. Het is ook mogelijk via de itsme-app in te loggen op je MyProximus-account.

Telindus Luxemburg, een expert in cyberveiligheid

Telindus Luxemburg vulde zijn bestaande gamma van cybersecuritydiensten aan met een Cyber Security & Intelligence Operation Center (CSIOC) voor het detecteren en beheren van cyberincidenten.

Als erkenning voor zijn vernieuwingsdrang en expertise op uiteenlopende domeinen ontving Telindus in 2017 de volgende onderscheidingen: 'FinTech Solution Provider of the Year', 'Awareness Security Initiative of the Year', 'Security Provider of the Year' en 'Telecom Provider of the Year'.

Steven

Chief Traffic bij Be-Mobile



We sturen in realtime verkeersinformatie naar vrachtwagenchauffeurs om problemen te vermijden. We helpen de juiste snelheid bepalen en verminderen de files. Diverse bedrijven, waaronder Colruyt, werken met ons samen en de resultaten zijn veelbelovend: een verbeterde verkeerssituatie, minder uitstoot van CO₂ en meer veiligheid.



Slimme mobiliteit

Be-Mobile

Smartmobilitybedrijf Be-Mobile heeft samen met de Vlaamse overheid en andere toonaangevende bedrijven het Citrus-project opgezet. Er wordt onder meer gewerkt aan een app om de verkeersveiligheid te bevorderen en het vrachtverkeer duurzamer te maken. Sinds september 2017 verzamelen 19 Vlaamse gemeenten verkeersdata via een webtool van Be-Mobile. Deze informatie is belangrijk in de context van de discussies over de herontwikkeling van de Brusselse ring.

Be-Mobile lanceerde ook 'Slim naar Antwerpen', een mobiliteitsapp om tijdens de wegenwerken vlot op je bestemming te raken in en rond Antwerpen.

ConnectMy.Car

ConnectMy.Car is een all-in-one oplossing voor geconnecteerde auto's die chauffeurs en fleetmanagers informatie helpt verzamelen en uitwisselen. De oplossing biedt internetaansluiting in de wagen met de flexibiliteit van een open platform en het comfort van pechbijstand.

ConnectMy.Car is een geïntegreerd systeem op basis van een eenvoudig in te pluggen toestel, dat in realtime nuttige data verzamelt zoals lokalisatie en (technische) info over het voertuig en rijgedrag. Met de goedkeuring van de chauffeur en afhankelijk van de gevraagde diensten worden deze gegevens via een open, maar beveiligd platform gedeeld met leveranciers van appdiensten die Proximus en Touring voorstellen. De oplossing is een nieuwe telematicabenadering, die maximale transparantie biedt en tegelijk de privacy van de chauffeur respecteert.

Sterke partnerschappen en ecosystemen zoeken en koesteren

In de groeiende digitale economie bouwt het succes van een onderneming meer en meer op partnerschappen en wordt innovatie steeds opener en collaboratiever.

De volgende strategische initiatieven getuigen van het engagement van Proximus in dit domein: recente overnames van bedrijven als TeleSign, Davinsi Labs en Unbrace, cocreatie-initiatieven met andere bedrijven en lokale start-ups voor de ontwikkeling van nieuwe ecosystemen zoals Co.Station, en onze traditie om samen te werken met universiteiten.

Strategische overnames

TeleSign, een CPaaS-bedrijf

In oktober 2017 ondertekende Proximus Groep-filiaal BICS, wereldwijd leverancier van internationale wholesale connectiviteits- en interoperabiliteitsdiensten, de overname van TeleSign, het in de VS gevestigde 'Communication Platform as a Service'-bedrijf (CPaaS).

Terwijl TeleSign op zichzelf zal blijven bestaan als een 100%-filiaal van BICS, met als merknaam TeleSign, ontstaat met deze overname de grootste end-to-end CPaaS-leverancier ter wereld en wordt er een brug gebouwd tussen het marktleidende cloudcommunicatie-

platform van TeleSign en één van de grootste globale carriers ter wereld. Deze strategische overname versnelt de transformatie van BICS van een wereldwijde wholesale carrier business naar een internationale digital enabler, die meer specifiek realtime en beveiligde digitale communicatie mogelijk maakt door de integratie van spraak-, messaging- en identiteitsoplossingen in eender welke web- of mobiele applicatie. Hiermee verstevigt BICS ook zijn verankering op het Amerikaanse continent en breidt het zijn klantenbereik uit tot wereldwijde over-the-top internetmerken.

Davinsi Labs, een cybersecuritybedrijf

De overname van Davinsi Labs in mei 2017 sluit aan bij onze Fit for Growth-strategie en onze ambitie om te investeren in essentiële strategische domeinen om een leverancier van digitale diensten te worden. Dankzij deze overname heeft Proximus het meest complete cybersecurityaanbod op de Belgische markt. Met de komende regelgeving om alle Europese burgers beter te beschermen tegen inbreuken op hun privacy en gegevensschending (de Algemene Verordening Gegevensbescherming) zal het detecteren en voorspellen van veiligheidsrisico's - één van de voornaamste expertisedomeinen van Davinsi Labs - nog belangrijker worden.

Unbrace, een appontwikkelaar

Proximus zette zijn rol als businesspartner in digitale transformatie kracht bij met de overname van Unbrace, een bedrijf dat apps ontwikkelt. Unbrace creëert apps op

The logo consists of the lowercase letters 'd|si' in white, with a vertical bar between 'd' and 'si', set against a dark red square background.

Know where to find the information and how to use it - that's the secret of success.

Albert Einstein

maat, die bedrijven helpen om een positieve relatie aan te gaan met hun klanten, hun medewerkers te empoweren en hun activiteiten te optimaliseren.

Het lijkt geen twijfel dat toekomstig succes afhankelijk is van de mogelijkheid om apps te integreren, API's (application programming interfaces) te ontwikkelen en de historische activa van bedrijven te digitaliseren. Unbrace vormt een uitstekende strategische match met de actuele expertise van Proximus, zeker nu de digitale transformatie het ICT-landschap voor alle bedrijven hertekent en een impact heeft op de manier waarop ze hun ICT-resources gebruiken.

Partnerschappen en ecosystemen

We zijn ons ervan bewust dat we als telecomoperator alleen succesvol kunnen zijn door samen te werken. Het is belangrijk dat we sterke partnerschappen sluiten om op te klimmen in de waardeketen en end-to-endoplos-

singen te creëren die een tastbare impact hebben op de manier van leven en werken van mensen. In dit streven naar open innovatie kiezen we dus meer en meer voor partnerschappen en ecosystemen.

Nieuwe aandeelhouder van Co.Station

Co.Station is een Belgische community die een tweeduizendtal ondernemers, start-ups, scale-ups, grote bedrijven, investeerders en influencers verenigt.

Proximus werkt sinds september 2016 in de context van Co.Station met een aantal externe partijen samen om de producten van morgen te ontwikkelen. Proximus fungeert als katalysator die het ondernemerschap stimuleert en nieuwe digitale bedrijven in België helpt innoveren en groeien. In september 2017 zette Proximus de volgende logische stap en werd aandeelhouder van deze community.





B-Hive

B-Hive is een start-upcommunity, waarvan Proximus stichtend partner is. Het is een Europees financieel-technisch platform dat collaboratieve innovatie stimuleert en grootbanken, verzekeraars en marktinfrastructuur samenbrengt ter ondersteuning van start-ups en ondernemers die oplossingen voor financiële markten ontwikkelen.

Samenwerking met universiteiten

We zijn al vele jaren partner van verschillende universiteiten en hebben die samenwerking nog opgevoerd door hen uit te nodigen om mee te werken aan de hackathons die we organiseren om onze nieuwe ecosystemen te testen. Proximus bezit een coherente portfolio van initiatieven met universiteiten, gaande van fundamentele technologieën tot onderwijs en ontwikkeling. Zo werken we met de UCL samen rond access bonding van Tessares. Met UHasselt doen we een POC over 360°-video van hoge kwaliteit. Voor IoT-projecten hebben we een partnerschap met de universiteit van Luik. Met 'Emergent Leuven' organiseerden we een 'analytics hackathon', waarbij data van Proximus

werden samengevoegd met publieke gegevens (aantal inwoners, aantal bedden in diverse spoeddiensten, ...) om in geval van een nieuwe terroristische aanslag de spreiding van gewonde slachtoffers over verschillende ziekenhuizen te regelen. De oplossing werd nadien doorgegeven aan de overheidsdiensten.

Samenwerkingsovereenkomst met de Universiteit Gent

Proximus en UGent kondigden hun intentie aan om samen onderzoeksprojecten op te zetten inzake telecom en ICT en gaan ook samenwerken in doctoraal onderzoek en eindwerken rond 'big data analytics', 'process engineering', 'artificial intelligence' en 'behavioral analytics'.

Ze willen samen ook meebouwen aan de 'embassy of ingenuity' om de Belgische vindingrijkheid te promoten. Ze zullen ook nauwer samenwerken om de opleidingen meer af te stemmen op de snel evoluerende arbeidsmarkt in de nieuwe digitale economie van vandaag en morgen, en zo bedrijf en universiteit dichter bij elkaar brengen.

A photograph of a woman and a man in an office environment. The woman, on the left, has dark hair in a ponytail and is wearing a striped shirt under a dark cardigan. She is smiling and looking towards the man. The man, on the right, has a beard and glasses, wearing a black t-shirt, and is looking towards the right side of the frame. The background shows a glass door and office fixtures. The image has a teal-to-purple gradient overlay.

Onze manier
van werken
transformeren



Onze manier van werken transformeren

In een snel veranderende digitale wereld zijn responsiviteit, klantgerichtheid, digitale mindset, winnaarsmentaliteit en samenwerking over alle grenzen heen belangrijker dan ooit. Jongleren met onze talrijke uitdagingen en ons aanpassen aan steeds veranderende marktomstandigheden vraagt om een andere manier van werken. Om een wendbare organisatie te bouwen die medewerkers en teams stimuleert om vlot en naadloos nieuwe of verbeterde

oplossingen te leveren aan de klant, moeten onze medewerkers, bedrijfscultuur en organisatie hand in hand evolueren. Om een succesvolle, veerkrachtige en fitte organisatie te worden moeten we de juiste cultuur ontwikkelen met de attitude en vaardigheden die daarbij horen. Werkelijke verandering is pas mogelijk als elke medewerker deze visie omarmt en omzet in concrete daden. Zorgen dat elk individu in onze organisatie zich achter deze transformatie schaaft, vraagt om een geïntegreerde changemanagementaanpak.



“

We bleven groeien en de mensen in onze organisatie responsabiliseren door hen zelf aan het roer te plaatsen van hun permanente ontwikkeling en door interne mobiliteit te stimuleren in een flexibele organisatie die zelf verantwoordelijkheid neemt.

”

Mensen maken dit bedrijf

We bleven groeien en de mensen in onze organisatie responsabiliseren door hen zelf aan het roer te plaatsen van hun permanente ontwikkeling en door interne mobiliteit te stimuleren in een flexibele organisatie die zelf verantwoordelijkheid neemt. In 2017 volgde elke Proximus-medewerker gemiddeld 19 uur opleiding. 1177 medewerkers veranderden intern van job en kregen de kans om nieuwe vaardigheden en ervaring op te doen.

Leren doe je niet enkel in de context van opleidingen, maar ook door te delen en samen te werken met anderen en nieuwe job- en projecthorizonten te verkennen.

Daarom lanceerden we NewTone, een totaal nieuwe manier van samenwerken. Dit digitale platform verandert onze manier van samenwerken en creëert nieuwe mogelijkheden om te groeien en ons te ontwikkelen. Dankzij NewTone kunnen medewerkers zich naast hun gewone job ook engageren in tijdelijke projecten. Veel collega's hebben hun talenten al ingezet in andere teams.

Ook de vernieuwing van onze talentpool zette zich verder. We verwelkomden 428 nieuwe collega's. Zij konden bij Proximus solliciteren via ons nieuw jobplatform Corner-stone, dat het eenvoudiger maakt om vacante functies te bekijken en te kandideren.

Het is duidelijk dat expertise van vitaal belang is voor een technologiegedreven bedrijf als Proximus. Medewerkers met kritische expertise zijn groeimotoren en een waardevolle bron van concurrentievoordeel voor onze organisatie. Ze helpen ons onze Fit for Growth-strategie waar te maken en competitief te blijven in de snel evoluerende telecom- en ICT-markt. Elk jaar bieden we een aantal kritische experts van Proximus geprivilegieerde opportuniteiten om hun soft skills verder te ontwikkelen en zo hun impact binnen en buiten de onderneming te vergroten. In een lange reeks TEDx-sessies deelden meer dan 70 experts hun knowhow met collega's in 2017.

Onze cultuur bepaalt hoe we werken

Bedrijfscultuur draait om onze manier van werken met klanten en collega's. Alleen in onze acties en ons gedrag wordt onze cultuur werkelijk tastbaar. Centraal hierbij staat

ons doel: alle personen en alle dingen connecteren zodat mensen, waaronder onze eigen medewerkers, beter leven en slimmer werken. Onze cultuurmindset doeltreffend in de praktijk brengen kan enkel door ons persoonlijk gedrag aan te passen.

We gingen in 2013 van start met het Good to Gold-traject, dat voor de verwezenlijking van onze strategie cruciaal is. Sinds 2015 hebben al meer dan 6000 medewerkers de Good to Gold-sessies gevolgd. In 2017 volgden 1500 mensen in 119 verschillende sessies de specifieke Good to Gold-opleidingstrajecten rond de Good to Gold-concepten, de Growth Mindset en Coaching & Feedback, telkens met een zeer hoge tevredenheidsscore van ruim 83%. Tegen eind 2018 komen daar nog eens een duizendtal medewerkers bij. 2018 wordt een cruciaal jaar op het vlak van leadership development met bijzondere aandacht voor de rolmodellen die onze leidinggevendens inspireren en ervoor zorgen dat ze de waarden van Proximus in nauwe samenwerking met hun teams in hun gedrag weerspiegelen.

Daarbovenop willen we de best practices van Good to Gold-teams voort uitrollen en in heel onze organisatie inbedden om de operationele teams op de werkvloer te ondersteunen bij hun inspanningen om almaar beter te worden. Eind 2018 zullen zo'n 426 teams aan de beurt zijn gekomen.

1.177

medewerkers veranderden intern van job

428

nieuwe collega's werden aangeworven

1.500

medewerkers kregen een Good to Gold-training in 2017



En aangezien we streven naar een steeds doeltreffender transformatie professionaliseren we onze changemanagementmethodes om de werknemers beter te ondersteunen. Na het opzetten van een expertgroep en de lancering van cruciale 'lighthouses' zullen we verder gaan met het professionaliseren van onze teamleaders door middel van opleiding en co-ownership met de bedoeling om de capaciteit tot verandering van individuen en de hele organisatie nog te versterken.

Een organisatie met digitaal DNA worden

We zijn een leverancier van digitale diensten en dus moeten onze mensen over de juiste digitale tools beschikken en moet een 'digital first'-mindset, die een hoeksteen is van onze bedrijfscultuur, de norm worden.

We hebben dit jaar grote vooruitgang geboekt op dat vlak. We investeerden in sociale technologieën als #WAP, ons nieuwe intranet, om te connecteren, informatie te vinden en silo's te doorbreken. We kunnen nu gemakkelijker 'slimmer werken' door digitaal en crossfunctioneel documenten te delen op elk toestel met Office 365.

Maar het menselijke aspect blijft fundamenteel. Daarom testten we een nieuwe werkomgeving die cross-colla-

boration stimuleert, maar rekening houdt met specifieke behoeften als een stille werkruimte. Uit de feedback van onze werknemers is immers gebleken dat er behoefte is aan een variëteit aan werkruimtes. In plaats van te vertrekken vanuit de faciliteiten zelf gingen we van bij de start voor samenwerking en cocreatie en lieten we onze waarden gelden in het project. We ontwikkelden een nieuwe werkomgeving met verdiepingen waar meer plaats is voor samenwerking en waar er zowel stille ruimtes als ruimtes voor samenwerking en cocreatie zijn.

Belangrijk is dat onze mensen er in deze digitale transformatie niet alleen voor staan. We hebben tal van opleidingen om het gebruik van onze digitale tools te bevorderen, met basisopleidingen digitale geletterdheid voor de meeste medewerkers en diepgaande trajecten rond digitale skills voor specifieke community's in data, marketing en security.

Onze manier van werken transformeren

Ons glasvezelproject is een mooi voorbeeld van hoe Proximus zijn manier van werken getransformeerd heeft en zich ontwikkeld heeft tot een rolmodel ter zake. Door lokale zelfsturende teams op te zetten hebben we de manier waarop we netwerken uitrollen, aan marketing doen, interactie voeren met partners en diensten verkopen en

leveren aan onze klanten, volledig heruitgevonden. Belangrijker nog: het heeft ertoe geleid dat aparte divisies nu nauwer samenwerken.

Samenwerken met specifieke, regionale, crossfunctionele teams op eenzelfde locatie is de beste manier om onze ambities waar te maken en zal onze mensen er sneller toe brengen de nieuwe manieren van werken over te nemen. Deze teams nemen verantwoordelijkheid en beschikken over de juiste tools om autonoom te beslissen en zo de uitrol te optimaliseren, rekening houdend met de plaatselijke context. Door te werken in lokale teams kunnen we wendbaarheid tonen en bereidheid om samen te werken met externe partners (administratieve over-

heden voor vergunningen, ...). Tegelijk blijven we onze processen continu vereenvoudigen en standaardiseren om op korte termijn een klantenervaring te bieden die gelijk is aan die van koper en op middellange en lange termijn te differentiëren en een ervaring te bieden die die van koper overtreft.

De lokale glasvezelteams zijn een fantastisch voorbeeld van wendbaar werken in de geest van Good to Gold. Op die manier slagen we er goed in vlot in te spelen op de veranderingen rondom ons. We nemen onze verantwoordelijkheid op, met prima resultaten voor Proximus en onze klanten tot gevolg.



Stefaan Van Impe

lid van een lokale
Fiber-team



De lokale glasvezelteams zijn een fantastisch voorbeeld van onze nieuwe manier van werken. Lokale zelfsturende teams kunnen vlot inspelen op externe veranderingen, door nauwer samen te werken met onze partners, advanced analytics te integreren in het beslissingsproces en de processen te vereenvoudigen.







Een
duurzame
digitale
maatschappij

Een duurzame digitale maatschappij

Als een van de belangrijkste werkgevers in België zijn we ons sterk bewust van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid als onderneming. Met telecom als het kloppende hart van de digitale maatschappij spelen we een voorname rol in het creëren van een beter België.

Door alle personen en alle dingen te connecteren hebben we een aanzienlijke impact op de nationale economie en op elke burger, die we zonder uitzondering willen helpen beter te leven en slimmer te werken. Naast onze economische waarde als belangrijke werkgever en belastingbetaler treden we op als hoofdsponsor van tal van grote sportwedstrijden, muziektfestivals en culturele evenementen, het hele jaar door.

Precies omdat we veel belang hechten aan dit engagement en geheel in lijn met onze MVO-strategie liggen de samenleving en de toekomst ervan ons nauw aan het hart. We zetten onze groene initiatieven en projecten voor kleine gemeenschappen dan ook voort en blijven de verwerving van digitale vaardigheden in een inclusieve maatschappij stimuleren.

MVO-realisaties waar we trots op zijn, want ze zijn in ieders belang!

We engageren ons voor een welvend België

Als bedrijf dat in België verankerd is en als een van de grootste werkgevers en belangrijkste investeerders hebben we het land veel te bieden. De winst die we maken wordt volledig geherinvesteerd in de capex om de verdere groei van de digitale infrastructuur van het land te stimuleren. We verdelen 100% van de vrije kasstroom onder de aandeelhouders en betalen 1,53 miljard EUR directe en indirecte belastingen en bijdragen aan de sociale zekerheid.

Onze infrastructuurinvesteringen stimuleren de digitale economie met breedbandtoegang voor iedereen. Vandaag heeft 99,85% van de bevolking toegang tot 1 Mbps via het netwerk van Proximus. Tezelfdertijd genieten meer dan 360.000 mensen het om sociale of humanitaire redenen toegekende sociale tarief. We ontwikkelen ook de nieuwe economie door sterke ecosystemen, partnerschappen en M&A's te bevorderen, die ons op hun beurt helpen om nieuwe oplossingen en platformen te ontwikkelen die lokale waarde verschaffen.

Om onze rol van voortrekker qua innovatie in België te vervullen focust onze rekruteringsstrategie op het aantrekken en ontwikkelen van de digitale vaardigheden die nieuwe groei mogelijk maken.

Als belangrijk mediaverdeler in België met een sterk aanbod van lokale content investeren we massaal in media en cultuur. We waren de op twee na belangrijkste adverteerder in België. We stimuleren Belgische coproducties en delen sportuitzendrechten (voetbal, wielrennen) met lokale media. We zijn ook een trotse actieve sponsor van lokale sport: voetbal met Sporting Club Anderlecht, Sporting Charleroi en Club Brugge, wielrennen met Flanders Classics en de Proximus Cycling Challenge en basketbal met Spirou Charleroi. Verder zijn we hoofdsponsor van muziek- en cultuurevenementen: Bozar, Koningin Elisabethwedstrijd, Werchter, les Ardentes, Dour en Pukkelpop.

Aangezien de grote maatschappelijke thema's ons na aan het hart liggen, hebben we MVO structureel ingebed in alles wat we doen, zodat iedereen kan leven in een duurzamere, inclusievere en veiligere wereld.



Yasmina Jobseeker

werkzoekende
Digitalent-deelnemster



Een toffe job vinden is niet altijd gemakkelijk. Digitalent heeft mij de mogelijkheid gegeven om nieuwe digitale vaardigheden te ontwikkelen, die sterk worden gezocht op de arbeidsmarkt.



Milieu: een koolstofneutraal bedrijf

We zitten op schema om de verbintenissen na te komen die we voorafgaand aan de klimaatconferentie COP21 in Parijs zijn aangegaan.

Sinds 2016 is Proximus een koolstofneutraal bedrijf. We hebben de koolstofuitstoot van onze Groep voor het zevende jaar op rij verlaagd en we neutraliseren de uitstoot die we niet kunnen wegwerken.

Proximus nam voor het vijfde jaar op rij de CDP Climate Leadership Award in ontvangst.

We verlaagden onze koolstofvoetafdruk in verschillende domeinen. Het eerste is dat van de mobiliteit. Onze medewerkers opteren voor groene mobiliteitsplannen die voorrang geven aan het openbaar vervoer en voor het eerst de mogelijkheid bieden om een fiets te leasen. We hebben ook energie-efficiëntieprogramma's lopen voor onze netwerken, datacenters, kantoorgebouwen en ons vervoer. We gebruiken hoofdzakelijk elektriciteit uit hernieuwbare energiebronnen. Het grootste deel van ons afval wordt gerecycleerd en we helpen onze klanten om ook hun koolstofvoetafdruk te verkleinen dankzij onze producten en diensten. Tot slot zamelden we samen met onze partner GoodPlanet Belgium 115.000 oude gsm-toestellen in scholen.

Opleiding en vaardigheden bijbrengen

Via empowering en bewustmaking ondersteunt de Proximus Foundation werkzoekenden met nieuwe technologieën en helpt ze jongeren om hun dromen waar te maken.

Digitalent

Een van de initiatieven van het Digitalent-project is jonge werkzoekenden zonder diploma onder te dompelen in de ICT-wereld. In 2017 gaven we opleiding aan 58 personen. We organiseerden opleidingssessies in zes Belgische steden. Het project is een groot succes, want 35% van de deelnemers volgde nadien een erkende opleiding, 35% vond werk en een van de deelnemers begon zelfs een eigen zaak.

Safer Internet

Via het Safer Internet-programma gaven onze medewerkers in 2017, in samenwerking met Child Focus, opleiding aan ongeveer 11.000 leerlingen over hoe ze internet en de sociale media veilig kunnen gebruiken. Tweemaal per jaar bezoeken ongeveer 150 van onze medewerkers vrijwillig het vijfde en zesde leerjaar van lagere scholen om veilig internetgebruik in de kijker te plaatsen. Sinds het begin van het project hebben al meer dan 77.000 leerlingen de opleiding gekregen.



In stapstages

In 2014 startte Proximus met het aanbieden van instapstages. Het gaat om een federaal project voor laaggeschoolde werkzoekenden, mogelijk gemaakt door VDAB, Forem en Actiris. Sinds 2015 laat Proximus elk jaar een honderdtal werkzoekenden een instapstage volgen. In Vlaanderen duurt een instapstage drie maanden, in Brussel en Wallonië drie tot zes maanden.

Technobel

Technobel is in 2011 gestart als een partnerschap tussen Forem en Proximus. Deze geeft trainingen aan werkzoekenden, leerkrachten, studenten en professionelen. Elk jaar realiseren we meer dan 100.000 trainingsuren.

Gemeenschap

De evolutie van onze technologieën maakt ook het verschil voor gemeenschappen die specifieke oplossingen nodig hebben om hun leven te verbeteren.

Proximus biedt actief hulp aan langdurig zieke kinderen, mensen met een beperking en kansarmen.

Bednet- en Take-off-programma

Dankzij het Bednet- en Take-off-programma konden in 2017 meer dan 600 langdurig zieke kinderen in contact blijven met hun klasgenootjes en de lessen volgen.

Mensen met een beperking

Via het programma voor mensen met een beperking testen we voortdurend de toegankelijkheid van de toestellen die we op de markt brengen. Dat helpt de fabrikanten en moedigt hen aan om hun producten onophoudelijk te verbeteren.

77.000
leerlingen kregen een training

600

langdurig zieke kinderen bleven in contact met hun klasgenoten



Een duurzame digitale maatschappij

Voor meer informatie, lees het volledige verslag

> Download het Duurzame digitale maatschappij verslag