



Orange une nouvelle fois doublement consacré lors de l'Élection du Service Client de l'Année 2026, dans les catégories Solutions communicantes pour les particuliers et professionnels.

Orange est Élu Service Client de l'Année¹ dans la catégorie « **Solutions communicantes pour les particuliers** » pour la 2^{ème} fois et dans la catégorie « **Solutions communicantes pour les entreprises** » pour la 5^{ème} fois consécutive. Cette double consécration vient reconnaître l'engagement et la mobilisation sans faille des femmes et des hommes d'Orange qui œuvrent au quotidien avec passion pour répondre aux besoins des clients.

L'Élection du Service Client de l'Année est un prix délivré par un organisme indépendant qui récompense la qualité des services clients par l'évaluation de près de 3000 critères par entreprise (en fonction des canaux testés : service client téléphonique 3900 et 3901, chat, mail, réseaux sociaux, navigation web).

Ces deux prix témoignent de la confiance portée au service client Orange et s'inscrivent dans la continuité de la 15^e étoile attribuée par l'ARCEP², qui reconnaît l'excellence de la qualité de service mobile.

Deux prix obtenus grâce à une démarche d'excellence client continue et personnalisée

Pour les particuliers :

Orange est Élu Service Client de l'Année dans la catégorie « **Solutions communicantes pour les particuliers** ». Cette année encore, Orange a su faire la différence sur la prise en charge exemplaire des clients grand public, en particulier sur l'accessibilité de l'ensemble des canaux, la rapidité et la qualité de la réponse apportée à l'ensemble des clients. Orange a amélioré l'expérience de navigation sur orange.fr grâce à de nouvelles fonctionnalités sur le moteur de recherche qui rendent les résultats plus clairs et pertinents pour les clients.

Dans le cadre de sa démarche d'amélioration continue, Orange a mis en place un programme d'accompagnement spécifique axé sur la posture relationnelle de ses conseillères et conseillers. Ce dispositif vise à améliorer la qualité de chaque interaction, en privilégiant une approche empathique, authentique et sincère, centrée sur l'écoute et la compréhension des besoins et orienté solution.

Les conseillers bénéficient d'un dispositif de formation qui s'enrichit régulièrement des meilleures pratiques sur l'excellence de la relation client : des modules accessibles depuis leur mobile sur les fondamentaux, des entraînements pour se perfectionner, des animations tout au long de l'année et un accompagnement managérial au quotidien. Fort de sa victoire au concours ESCDA de l'année dernière, Orange a mis en place des animations spécifiques et continues visant à renforcer la posture de ses conseillers tout au long de l'année. Ces actions concrètes ont pour objectif d'améliorer la qualité de la relation

¹ Étude Ipsos bva – Viséo CI – Plus d'infos sur escda.fr

² Selon l'enquête ARCEP 2025 d'évaluation de la qualité de service des opérateurs mobiles métropolitains, Orange est 1er ou 1er ex aequo sur 251 critères des 258 critères mesurés

client, en se concentrant notamment sur l'accueil, la reformulation des attentes et la gestion des prises de congés.

Pour les professionnels :

Cette 5^{ème} récompense consécutive souligne le travail des équipes Orange Pro qui œuvrent au quotidien pour garantir une expérience client omnicanale de qualité et ont su, cette année encore, améliorer la rapidité de prise en charge des clients Pro PME quel que soit le canal.

Les parcours clients ont été optimisés grâce à la data et l'IA pour garantir une continuité de conversation entre le chatbot et les interactions humaines.

Les conseillères et conseillers pros sont formés et mobilisés de façon continue tout au long de l'année pour accueillir, écouter et répondre à la demande du client avec professionnalisme et une posture relationnelle exemplaire quel que soit le canal choisi par le client : téléphone, chat, email, ou réseaux sociaux.

Jérôme Hénique, Directeur Exécutif, CEO d'Orange France déclare : « *Chez Orange, la satisfaction de nos clients est notre priorité absolue et chaque interaction est une opportunité de bâtir une confiance durable. Cette nouvelle double consécration pour nos services client Grand Public et Pro PME est une grande fierté et témoigne de la mobilisation sans faille de nos équipes pour offrir une relation client d'excellence. Elle souligne notre volonté constante de faire d'Orange une marque où l'humain et la technologie servent la relation et où cette relation crée la préférence.* »

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 40,3 milliards d'euros en 2024 et 124 100 salariés au 30 septembre 2025, dont 68 000 en France. Le Groupe servait 310 millions de clients au 30 septembre 2025, dont 270 millions de clients mobile et 23 millions de clients haut débit fixe. Ces chiffres tiennent compte de la déconsolidation de certaines activités en Espagne liées à la création de la co-entreprise MASORANGE. Le Groupe est présent dans 26 pays (y compris les pays non consolidés).

Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business. En février 2023, le Groupe a présenté son plan stratégique « Lead the Future », construit sur un nouveau modèle d'entreprise et guidé par la responsabilité et l'efficacité. « Lead the Future » capitalise sur l'excellence des réseaux afin de renforcer le leadership d'Orange dans la qualité de service.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com et pour nous suivre sur X : @presseorange.

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

Contacts presse :

Valérie Doukhan : valerie.doukhanboudesseul@orange.com

Emmanuel Gauthier : emmanuel2.gauthier@orange.com