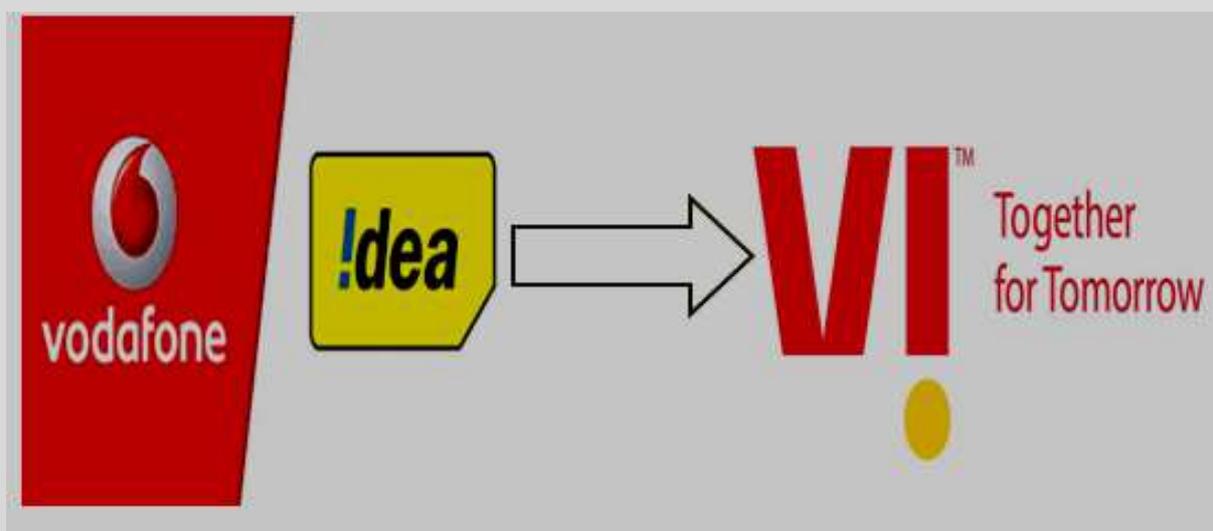


De la survie au renouveau – Vodafone-Idea

Le 7 septembre 2020, Vodafone-Idea a fait une annonce stratégique de rebranding. La société a décidé de se rebaptiser Vi (lire comme « Nous ») avec un slogan « Ensemble pour demain » pour gagner du terrain perdu et lever 3 milliards de dollars. Selon le PDG- Ravinder Takkar, l'entreprise est prête à faire un pas vers l'augmentation des tarifs de service. La société a également mentionné qu'elle a repensé son réseau avec la technologie 5G et doubler la capacité de données depuis la fusion. Jetons un coup d'oeil sur son voyage.....



À propos de la Société

Vodafone en tant que marque indépendante a été fondée en 1991, Berkshire, Royaume-Uni. Vodafone est entré en Inde en 2007 et en 2011, a acquis une participation majoritaire dans Vodafone Inde. Le 31 août 2018, Vodafone India a fusionné avec Idea Cellular pour former une nouvelle entité nommée Vodafone Idea Limited.

Vodafone Idea Limited est un groupe Aditya Birla et Vodafone Group. La société fournit des services pan India Voice and Data sur les plates-formes 2G,

3G et 4G avec une vision pour créer une expérience numérique de classe mondiale pour se connecter et inspirer chaque Indien à construire un avenir meilleur. La société offre des services à valeur ajoutée comme GPRS, conférence téléphonique, GSM, GPS et des solutions d'affaires personnalisées.

Abonnés d'ici avril 2020

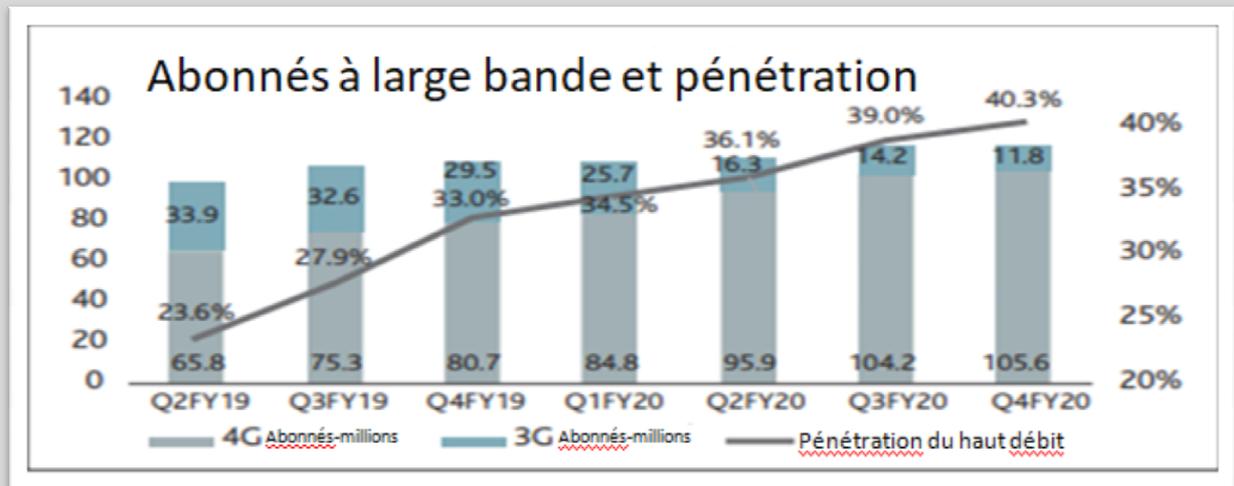
La société offre des services dans les 22 cercles. La couverture à large bande de l'entreprise est disponible dans plus de 325 000 villes et villages de recensement, couvrant plus d'un milliard de la population indienne. La couverture de la population 4G s'élève à 992 million au 31 mars 2020. Le tableau suivant donne des paramètres de données clés au cours de l'année :

Description	Unité	T4-2019	T1-2020	T2-2020	T3-2020	T4-2020
Nombre total d'abonnés aux données (2G+3G+4G)	Millions	146.3	143.3	140.3	142.0	139.5
Abonnés haut débit (3G+4G)	Millions	110.2	110.5	112.2	118.4	117.4
Abonnés 4G	Millions	80.7	84.8	95.9	104.2	105.6
Utilisation mensuelle des données par abonné à large bande (3G+4G)	Mégaoctet	8,815	9,657	10,350	10,700	11,462
Volume total de données (2G+3G+4G)	Milliards Mégaoctet	2,947	3,222	3,492	3,790	4,090
Couverture de la population à large bande	Millions	922	943	993	998	1,010
Couverture de la population 4G	Millions	871	916	962	974	992

(* inclut les abonnés VoLTE à partir du Q2FY20, donc pas comparable aux trimestres précédents.)

Source : Rapport annuel 2019-20)

La croissance constante de la pénétration des abonnés à large bande (en pourcentage des abonnés déclarés) est passée de 23,6 % au 2E trimestre à 40,3 % au T4FY20 et la pénétration de la 4G est passée de 15,6 % à 36,3 % au cours de la même période.



(* inclut les abonnés VoLTE à partir du Q2FY20, donc pas comparable aux trimestres précédents.)

Source : Rapport annuel 2019-20)

Performance financière d'ici juin 2020

La société a déclaré un chiffre d'affaires net consolidé de Rs 11735.6 crore pour le trimestre terminé 31-Mar-2020, en hausse de 5,83 pour cent par rapport au trimestre précédent Rs 11089.4 crore et en hausse de 0,04 pour cent par rapport au trimestre précédent Rs 11740.6 crore. La perte nette pour le dernier trimestre s'est établie à Rs 11643.5 crore, en hausse de 138,5 pour cent par rapport au même trimestre il ya un an.

Avance Brut Revenus (AGR) Problèmes

Il s'agit des frais d'utilisation et de licence payés par les opérateurs télécoms au Département des télécommunications (DOT). Précisément, dans le cadre de ce modèle, les opérateurs de télécommunications partagent un pourcentage de

leur AGR avec le gouvernement sous forme de droits de licence et de frais de spectre.

Quel est le différend?

Selon le Département des télécommunications (DOT), les frais sont calculés en fonction de tous les revenus réalisés par les opérateurs, y compris les sources non liées aux télécommunications telles que les intérêts de dépôt, les ventes d'actifs, les frais d'installation, les services à valeur ajoutée, les réclamations d'assurance, le gain de forex, le dividende . Selon les opérateurs télécoms, AGR ne devrait représenter que les revenus générés par les services de télécommunications. Depuis 2005, groupe de pression pour les joueurs viz. Airtel et Vodafone-Idea ont contesté la définition du calcul AGR du DOT.

Selon le DOT, les cotisations totales AGR de Vodafone-Idea sont Rs. 53.000 Crore. Comme en août 2020, l'entreprise a payé Rs. 6854 crore pour sa survie et le montant restant sera payé par la société conformément à l'ordonnance de la Cour suprême sur une période de 10 ans. Pour cette raison, l'entreprise a accumulé un énorme fardeau de la dette.

Rebranding pour Revival

Rebranding- Comme le terme lui-même l'indique, change l'image d'une entreprise. Il s'agit d'une stratégie de marketing adoptée par les entreprises pour créer une nouvelle perspective. Il peut s'agir d'un changement de logo, de nom, de symbole ou de combinaison de tous. La stratégie peut aider à influencer la perception des clients à l'égard des produits ou des services ou de l'ensemble de l'entreprise.

Selon Seth Godin, expert en image de marque, « une marque est un ensemble d'attentes, de souvenirs, d'histoires et de relations qui sont prises ensemble et

qui tient compte de la décision d'un consommateur de choisir un produit ou un service plutôt qu'un autre. »

De nombreuses entreprises de premier plan ont pris la décision de rebaptiser :

- Microsoft - une société américaine a changé son logo en 2012. Le nouveau logo comprend un symbole multicolore qui se trouve sur le produit Windows de l'entreprise. Dans un premier temps, le mot-symbole a été accompagné d'une image. Selon Jeff Hansen, le nouveau logo est conçu pour « signaler le patrimoine mais aussi pour signaler l'avenir, la nouveauté et la fraîcheur ».
- Titan - une société indienne de biens de consommation, a changé son logo en 2013 et a également changé son nom en Titan Co. Ltd. (ancien nom était Titan Industries). Selon l'entreprise, le nouveau logo souligne l'engagement de l'entreprise à créer de la valeur, à innover et à maintenir les normes mondiales les plus élevées.
- Satyam Computer Services – une société technologique indienne a été vendue à une autre société indienne, Tech Mahendra et a changé son nom en Mahendra Satyam en 2013. En 2009, le président de Satyam, Byrraju Ramalinga Raju, a démissionné, avouant qu'il avait manipulé les comptes de Rs 14,162 crore sous plusieurs formes. Satyam a été l'un des pires scandales de fraude d'entreprise. En la rebaptisant Mahendra Satyam, l'entreprise vise à redynamiser et à gagner la confiance des parties prenantes.

Sur des lignes similaires, Vodafone-idea a également opté pour le rebranding option pour relancer l'entreprise. Par ce rebranding, l'entreprise vise à se concentrer sur la satisfaction des besoins du client pour les aider à prospérer. L'entreprise souffre d'une énorme crise financière, mais elle a pris les mesures

nécessaires pour gérer les défis comme – augmenter les 25 000 crres par le biais de l'équité, offrir des services numériques de classe mondiale pour répondre aux besoins des clients dans l'environnement changeant et augmenter les tarifs.

Selon la haute direction, le lancement de la nouvelle marque signifie non seulement la volonté de l'entreprise de fournir des services, mais aussi de ravir ses clients, ses parties prenantes, ses communautés, ses employés et son engagement à être un champion pour l'Inde numérique.



Source : www.moneycontrol.com, www.vodafoneidea.com, www.thehindu.com