

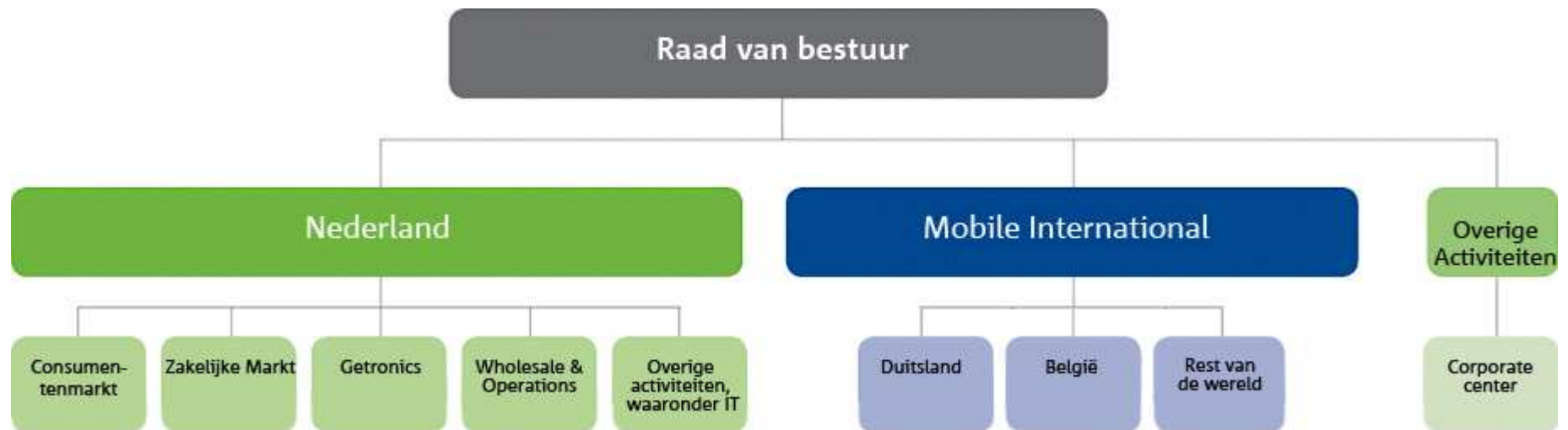
KPN Group Belgium

2011

Company profile : Who we are

KPN Group Belgium is present in Belgium since 1999 and is part of **KPN**, the leading telecommunications and ICT service provider in The Netherlands.

KPN Group Structure



Company profile : Who we are

KPN Group Belgium is an innovator in products and services via a segmented, multibranded approach.

Our brands :



simyo.be



business

Facts & Figures

Where we come from...

- Founded as KPN Orange on 19 June 1998
- Launched mobile network on 2 April 1999
- Bought UMTS license in 2001
- Re-branded as BASE on 18 April 2002
- Repositioned in summer 2003
- Renamed into KPN Group Belgium n.v./s.a. on 1 June 2009

Context in Belgium : What is our position

- **KPN Group Belgium needs to be different and to act as a Challenger**
 - How a company was turned around from bankruptcy into a successful challenger company in Belgium
 - Being more than a price fighter: ready to change the game

Challengers...

- **Stimulate competition and consumer welfare, through:**
 - **Liberalization of telecom** (introducing of infrastructure competition)
 - Accompanied by **regulation to ensure competition**
 - **Constantly re-invents himself – creative/rule breaking**
 - **Stimulates competition and focus on the customer:**
 - Liberalisation of telecommunication
 - Better regulation - away from monopolies and duopolies
- **The effect was positive:**
- Massive **increase in usage**
 - Dramatic **reduction of retail rates**



All information on the Mobile Challengers on www.mobilechallengers.eu

Corporate Social Responsibility & Values

KPN Group Belgium is, as a company, actively concerned with the welfare of society at large. It is our desire to have a positive impact on the people and communities in which we operate.

Our CSR policy focuses on two themes: children and environment. A third priority is to involve our staff as much as possible in all societal activities, as the enthusiasm of our staff to contribute their bit in our CSR projects, is very big.

Our view on corporate social responsibility is clearly linked to our shared company values:

Our values

RESPECT : *Treat Others As You Would Like To Be Treated Yourself*

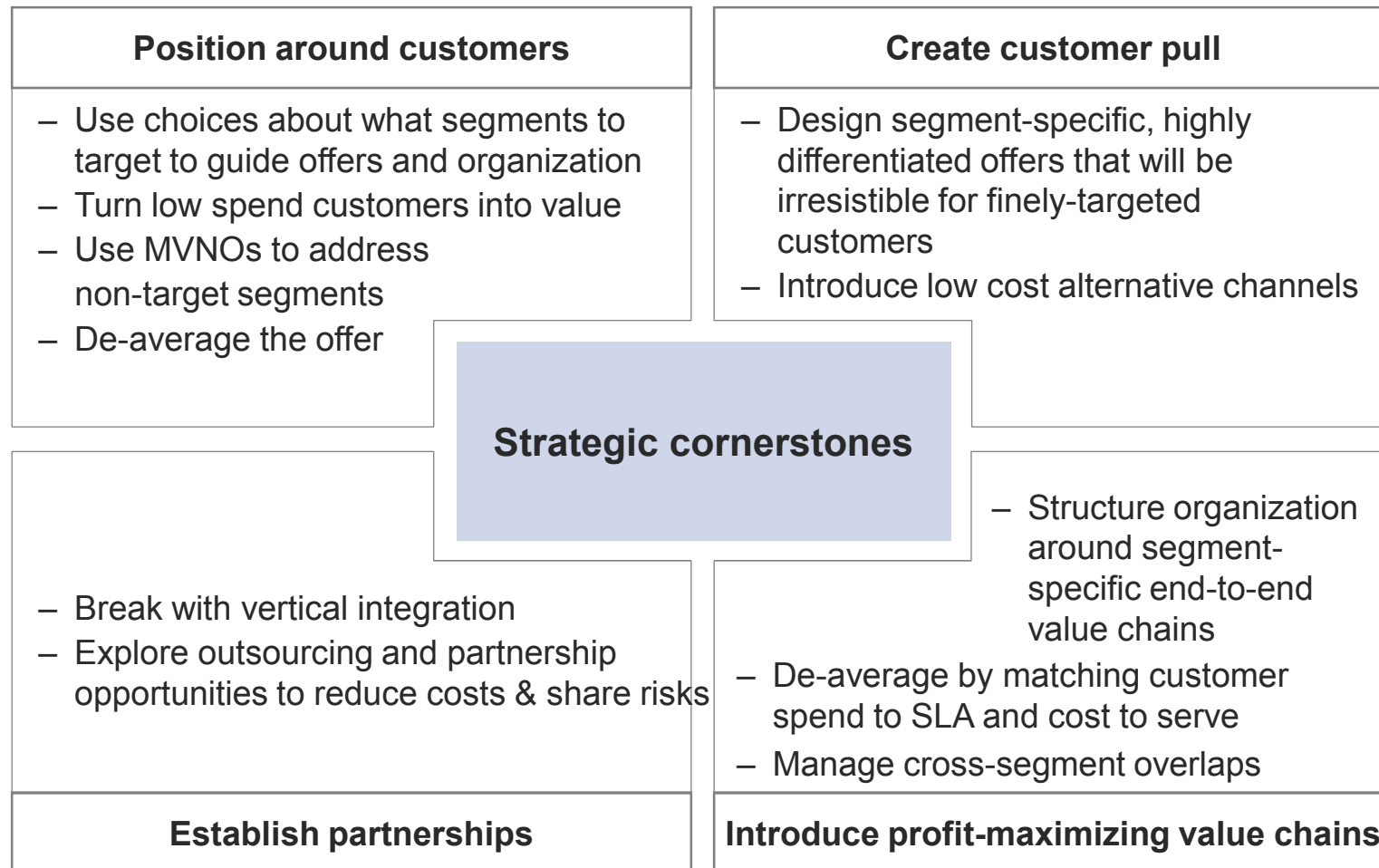
CHALLENGER : *Be One Step Ahead*

ENTREPRENEURSHIP : *Walk The Extra Mile*

CUSTOMER FOCUS : *Give Value For Money*

TRANSPARENCY : *Walk Your Talk*

Our strategy (1)



Our strategy (2)

- **Become the “Feel good operator”**
 - Create emotion round the brands
 - Re-instate the “we do it differently” strategy
- **Position around customers**
 - Reinforce efforts amongst select segments
 - Further simplified services and more transparent pricing
- **Create customer pull**
 - Boost awareness and calls-to-action
 - Extend shop network to optimize distribution channels
- **Introduce profit-focused value chains**
 - Cost structure has to remain aligned to strategy
 - Put in place the right people, organisation, process and systems
- **Establish partnerships**
 - Next phase will be introduced
 - Further enhance wholesale capabilities
- **Network**
 - Close follower on UMTS and HSPA development
 - Further improve network quality

Some figures –2010

Revenues

2010 : € 785 million (Total KPN in Belgium)

2009 : € 802 million (Total KPN in Belgium)

2008 : € 647 million

2007 : € 617 million

2006 : € 622 million

Number of clients

2010 : 3.758.000

2009 : 3.578.000

2008 : 3.445.000

2007 : 2.855.000

2006 : 2.358.000

2010 : Customers market share : ~26%

Clients : Satisfaction survey

3.7 million

is the number of customers now using the KPN Group Belgium's network (1). It is the total number of customers on all the brands such as JIM mobile, Ay Yildiz, BASE, ...

1.x million

is the number of customers who placed their confidence in the pre- and postpaid solutions of the BASE brand.

2x%

KPN Group Belgium's current share of the Belgian mobile market (1).

93%

the proportion of customers who say they are "satisfied" to "completely satisfied" with their general experience as BASE customers. A level of satisfaction that drives us to do even better every day (2).

98%

is the proportion of the Belgian population currently covered by KPN Group Belgium. Wherever you are in Belgium you can always be reached inside or outside, thanks to the Extended GSM technology, reception is even better.

(1) as of 31/12/2010

(2) Consumer Satisfaction Survey, end of October 2008

This high level of satisfaction is our inspiration to perform even better each day.

Brands and Products



BASE



Features

BASE is the fastest growing mobile operator and Internet services provider in Belgium. BASE distributes its products and services through 59 BASE shops, 69 ALLO telecom selling points and more than 800 dealers, spread throughout the country.

Target group

BASE offers tailor-made solutions for private persons as well as companies. The operator is targeting towards specific market segments.

Specific

BASE stands for:

the best tariffs to all national networks

simplicity and transparency

maximal flexibility, thanks to numerous tailor-made services and options

The BASE brand also exists in Germany.

BASE business



- **Profile:**
BASE business is KPN Group Belgium's brand targeted at self-employed people, professionals and small and medium enterprises in Belgium.

With our specific price plans for mobile telephony and data traffic at the best market rates, year after year BASE business is increasing its share of loyal customers in the professional market.

Customers appreciate the straightforward and transparent price plans, which range from the business 1 basic package to business 7, the most comprehensive package. And our international rates for calling, e-mailing, surfing and downloading, both to and from Belgium, are the most economical for your company.

BASE business



- **Where BASE business can make the difference:**
- 1. You will make big savings month after month. Every employee gets a transparent tariff plan, you keep your invoice low.
- 2. With a challenger you are always pleasantly surprised. Because BASE business analyses, compares and improves to make the difference.
- 3. BASE business guarantees you fast and efficient service at all times. Whether you're a sole trader or a mid-sized enterprise.
- 4. BASE business handles your migration from A to Z. You keep your mobile phone number, BASE business arranges the switch with your current operator.
- It is never too late to become a BASE business customer...

Jim mobile



Features:

JIM Mobile is a partnership between KPN Group Belgium and Vlaamse Media Maatschappij (VMMa), the leading commercial media company in Flanders with TV stations JIM TV, VTM, 2BE, Kazoom and radio stations Q-Music and Joe FM. As the third mobile youth community with over 500,000 customers, JIM Mobile offers cheap messaging, reload advantages and lifestyle benefits.

Target group:

Youth and the young at heart

Specifics:

- with 500 SMS for €5, JIM Mobile offers the cheapest SMS on the market (€0.01/SMS)
- free SMS's and minutes towards JIM Mobile and BASE at every reload
- excellent prepaid mobile internet bundles for chat & mail

Allo RTL & Contact Mobile

The logo for Allo RTL, featuring the word "Allo" in red and "RTL" in blue.

Features

Allo RTL and Contact mobile are mobile brands that are launched in a partnership between KPN Group Belgium and RTL Belgium.

Introduced in June 2009, Allo RTL is mainly targeted towards the French speaking Belgians. Sold mainly through BASE and ALLO telecom shops, Allo RTL offers both pre- and postpaid plans that are known under the commercial names 'Studio', 'Plateau', 'Duplex' and 'Grande Première'.

Apart from low prices on voice, SMS and data, an Allo RTL subscriber will get many free benefits like e.g. free content.

Introduced in September 2011, Contact mobile targets listeners of Radio Contact between. Contact mobile offers prepaid and postpaid products with a focus on voice and SMS. The objective is to bring closer the universe of music and new technologies.

Target group

Allo RTL and Contact mobile focus on the consumer market with a product targeted towards all French speaking mobile phone users.

5/1/2012

16

The logo for KPN Group Belgium, featuring a globe icon and the text "kpnGroupBelgium".A row of logos for various partners: BASE, oy yildiz, simyo.be, ZONIQ, and BASE business.

Sud Presse Mobile



- **Features**

Sudpresse Mobile is a branded reseller partnership between KPN Group Belgium and Sud Presse, a newspaper publisher part of the ROSSEL Group. Sud Presse is leader in the distribution of regional, local and even micro-local press in Wallonia with 5 brands: La Meuse, La Nouvelle Gazette, La Province, Nord Éclair and La Capitale.

Introduced in March 2009, Sudpresse Mobile is available at newspaper shops, BASE and ALLO telecom shops, offering both prepaid (Sudpresse Mobile ACTU) and postpaid (Sudpresse Mobile TOTAL ACTU) products. The mobile offer is a complementing information offer to the newspaper with a free news service via text messages.

Target group

Sudpresse Mobile customers mainly live in Wallonia and are newspaper readers and news addicts.

Specifics

Sudpresse Mobile, a complete offer for both pre- and postpaid:

- Excellent tariffs for calling
- Free access to the mobile websites of the newspapers (m.sudpresse.be and mobile.sudpresse.be)
- Free news service via text messages (weather, sports results, regional news, etc.)

Ay yıldız

ay yıldız

Features

Ay Yıldız reflects the successful segmentation strategy of KPN Group Belgium. With more than 50% market share in the Belgian-Turkish community, it is the largest player on the ethnic market. Ay Yıldız is a symbol of the narrow connection with Turkey. The offer consists of both prepaid and postpaid products. These stand for advantageous phone calls to Turkey, but also within the Ay Yıldız community and to the neighbouring countries of Belgium. Besides, the Ay Yıldız segment is enriched with all kinds of Turkish elements like a Turkish voicemail service, a unique Turkish customer service, a staff being part of the same community, etc...

Target group

The consumer who is a part of the Turkish community in Belgium, and who appreciates clear telecom services at a sharp price and services tailored to the customer.

Specifics

Products and services are offered in 59 BASE shops and 69 ALLO telecom shops throughout Belgium, and via numerous Turkish retailers in the heart of the community. The Ay Yıldız brand is being offered as well in Germany (www.ayyildiz.de) and the Netherlands (www.ayyildiz.nl)

zoniq



Features

ZONIQ stands for international calling and texting at the very lowest rates. You can call abroad from € 0.10 per minute in Belgium and from € 0.35 abroad. So, with ZONIQ customers will not only save money on international calls; they can also enjoy lower roaming rates in foreign countries!

Target group

The huge foreign community in our country, the many cross-border workers and those who have to call international customers or suppliers on a regular basis. In short: everyone who regularly makes international calls with his or her mobile.

simyo

simyo.be

Features

Simyo stands for simplicity. Mobile calls at low prices that always remain the same, day and night, to fixed or mobile numbers. Simyo offers a SIM card without subscription, where users themselves keep their affairs up to date via the website. Top-ups can be made automatically, via the website or the cell phone. Simyo has no stores, which means that costs, and therefore prices, can be kept low.

Target group

Adults who regard telecoms as a basic need.

Specifics

No subscription

A lot cheaper than the average prepaid

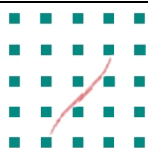
Reliability guaranteed thanks to the BASE/KPN Group Belgium network

Only available online (apart from Belgium, also in the Netherlands, Germany and Spain)

ALLO telecom



- **ALLO telecom** is 100% part of KPN Group Belgium SA/NV and is one of the most important distribution chains of telecom products in Belgium. ALLO telecom had 200 employees in June 2011 and 79 shops in all Belgian regions. The company commercializes the brands BASE, Jim Mobile, Allo RTL, SudPresse mobile,... and is specialized in telecom products, handsets and accessories.



**INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

IBPT

**SYNTHESE DES REPONSES A LA CONSULTATION DU
7 SEPTEMBRE 2010 CONCERNANT LA DETERMINATION DE
LA POLITIQUE DE NUMEROTATION EN MATIERE DE
COMMUNICATION M2M**

(4 janvier 2011)

Table des matières

1.	Introduction	3
2.	Synthèse de la consultation numérotation M2M	3

1. INTRODUCTION

Le 30 septembre 2010, le document de consultation approuvé lors de la Séance du Conseil du 7 septembre 2010 concernant la détermination de la politique de numérotation en matière de communication M2M a été soumis pour consultation au marché. A la demande de plusieurs opérateurs, le délai de réponse initial du 22 octobre 2010 a été prolongé jusqu'au 31 octobre 2010.

Les applications Machine à machine (abrégé M2M) sont des applications où les appareils communiquent entre eux sans (ou avec un peu d')intervention humaine. Comme le montre le document de consultation, des solutions en matière de numérotation doivent être rapidement trouvées afin de faciliter ce type de services à grande échelle.

L'IBPT a reçu des contributions de Belgacom SA, Mobistar SA et KPN Group Belgium SA. A la demande de ces entreprises ou instances, les réponses qu'elles ont fournies sont considérées par l'IBPT comme confidentielles. Aussi, ce document de synthèse des réponses est rédigé de manière à ce que le texte ne permette pas de déduire qui a répondu quoi aux questions posées. A cet effet, dans le document de synthèse, aucun des noms cités ci-dessus n'est mentionné, mais on trouve "une entreprise" ou "des entreprises" ou "répondant" ou "répondants" dans le texte à chaque fois qu'il est fait référence à une réponse spécifique.

Les grandes incertitudes relatives au succès du M2M, qui dépendront fortement des décisions des pouvoirs publics dans des domaines comme le transport et l'énergie, impliquent qu'il est très difficile de faire une estimation au niveau des besoins en numéros supplémentaires pour les applications M2M.

Pour rappel, les options proposées (voir document de consultation) sont résumées ci-dessous. Dans l'option A, les séries de numéros sont déjà prévues dans le plan national de numérotation pour les applications de communication mobile, en particulier les séries 044X à 049X, également utilisées pour la communication M2M. Aucune distinction n'est faite entre les applications voix et d'autres applications. Dans l'option B, à savoir une nouvelle série de numéros, l'on pourrait prendre la série "40" suivie de 11 chiffres, uniquement pour les applications M2M. L'option C ne fait plus appel à des numéros issus du plan national de numérotation, mais bien directement aux numéros d'un plan international de numérotation (sous un préfixe international global, sous la supervision directe de l'UIT). Dans la quatrième et dernière option (l'option D), les numéros internes au réseau sont retenus. Ces numéros sont des numéros qui n'ont une signification qu'au sein de leur propre réseau.

Le présent document résume les réponses reçues de la part des répondants dans le cadre de la consultation effectuée.

2. SYNTHÈSE DE LA CONSULTATION NUMÉROTATION M2M

Question 1 : Pouvez-vous faire une estimation de la capacité de numérotation requise pour les applications M2M sur la période 2010-2020 ? Pour cette même période, quelle capacité de numérotation est requise pour (d'autres) applications mobiles et applications de données ? Selon vous, dans combien de temps les adresses Ipv6 remplaceront-elles les numéros de téléphone classiques ?

Tous les opérateurs signalent qu'il est extrêmement difficile d'estimer la capacité de numérotation requise pour les applications M2M pour les 10 prochaines années. Selon son estimation, un opérateur pense que les séries de numéros mobiles existantes disposeront d'assez de numéros jusqu'en 2015, mais que ces chiffres ne prennent pas en compte des évolutions imprévisibles du marché. Ce répondant signale également que les caractéristiques du marché exigent qu'une grande quantité de numéros soit immédiatement mise à disposition à court terme pour répondre à la demande des clients, malgré le fait que ces numéros ne soient pas utilisés tout de suite. De plus, les clients souhaitent obtenir des séries de numéros successives. Un autre répondant souligne que nous ne pouvons certainement pas courir le risque de se retrouver confrontés à une pénurie de numéros mobiles d'ici quelques années.

Tous s'accordent à dire que l'utilisation à court et moyen terme d'adresses IP n'est pas réalisable, si bien qu'il faut continuer à utiliser des numéros de téléphone traditionnels pour les communications M2M. Un opérateur est plus spécifique : dans les applications actuelles, les numéros de téléphone classiques sont utilisés pour identifier correctement l'application dans l'environnement mobile et activer le téléphone mobile par SMS entrant. Les communications données mêmes sont établies par adresses IP, publiques ou non. Aucun des répondants n'a donné une indication quant à la date précise du remplacement des numéros de téléphone classiques par des adresses IP.

Aucune réponse n'a été donnée à la question de savoir quelle capacité de numéros est nécessaire pour les (autres) applications mobiles.

Question 2 : Il est demandé aux répondants d'effectuer une analyse SWOT des options A, B, C et D de leur point de vue commercial.

Aucun des répondants n'a effectué une analyse SWOT détaillée des différentes options. L'option A n'est pas retenue par un répondant. Un autre la considère uniquement comme une solution à très court terme. Selon deux répondants, l'option D ne peut pas être retenue. Un répondant choisit exclusivement l'option B, alors qu'un autre montre une préférence pour l'option B, mais retient aussi l'option C. Une entreprise préconise d'attendre encore pour faire une analyse SWOT définitive de la numérotation M2M. Selon cette entreprise, nous sommes encore à un stade trop précoce du développement du marché pour effectuer l'analyse de façon judicieuse.

L'analyse de l'IBPT présentant les avantages et les inconvénients des différentes options est approuvée en grande partie par les répondants (voir document de consultation) et n'est pas reprise dans cette synthèse.

Un répondant estime que l'option D (les numéros internes au réseau) semble intéressante d'un point de vue théorique, mais craint qu'une telle approche rende la gestion de numérotation interne plus complexe (distinction avec E.164). Il fait à nouveau référence aux limites de ce type de numéros en matière d'interopérabilité et de mobilité.

Un autre opérateur estime que la capacité de numéros mobiles classiques doit rester disponible pour l'emploi des applications M2M actuelles et nouvelles. Tous les opérateurs signalent que la portabilité de numéros n'est pas pertinente pour certaines applications M2M. Un répondant fait remarquer que l'option B requiert un investissement spécifique dans les systèmes pour l'introduction de ces nouvelles séries de numéros composées de plus de chiffres que les séries de numéros mobiles actuelles.

Une entreprise considère l'option C comme une bonne solution théorique vu le caractère international, mais comme peu réaliste puisqu'il existe de réels problèmes au niveau de la possibilité de composer des numéros. En outre, on craint également que les droits des numéros à payer à l'UIT seront élevés. On note également qu'il n'existe pas de système international de portabilité des numéros pour ce type de numéros.

Question 3 : Quelles conditions supplémentaires ou mesures d'encadrement doit-on encore imposer ou prendre par rapport à votre option préférée afin de garantir la stabilité du cadre réglementaire de la numérotation M2M ? A cet égard, on trouve les aspects suivants : importance des blocs de numéros, allocation directe aux exploitants d'applications M2M, critères de réservation, obligation de portabilité des numéros, ...

On fait également remarquer que si l'option B était appliquée, l'IBPT ne serait pas autorisé à demander la migration, dans un délai donné, des numéros mobiles actuellement utilisés pour le M2M vers les nouvelles séries.

Les mesures d'encadrement suivantes sont énumérées : la réservation de grande quantité de numéros doit être possible, le client doit pouvoir utiliser des séries de numéros successives, les opérateurs doivent avoir la possibilité de conserver une grande réserve ainsi qu'un faible coût de réservation et d'attribution.

Deux entreprises soulignent expressément aussi que la problématique de « l'utilisation extraterritoriale » des numéros doit être étudiée. Ainsi, les numéros d'un pays A peuvent être utilisés en permanence pour un client dans un pays B.

Question 4 : Vers quelle option ou combinaison d'options va votre préférence définitive et pourquoi ? Dans quel délai faudra-t-il la mettre en œuvre ?

Un opérateur préfère implémenter rapidement l'option B et, en attendant, attribuer des numéros mobiles ordinaires. Un autre opérateur choisit l'option A (il est trop tôt pour faire un autre choix), alors que le troisième répondant souhaite combiner l'option B avec l'option C.

Résumé :

Option	Nombre d'opérateurs avec cette préférence
A (numéros mobiles)	1
B (nouvelles séries de numéros)	2
C (plan international de numérotation)	1 (comme option)
D (numéros internes au réseau)	0

Question 5 : Comment définiriez-vous la communication M2M ?

Un répondant marque son accord sur la définition donnée dans le document de consultation. Un autre fait remarquer que définir la communication M2M est à la fois difficile, délicat et important. D'une part, la définition doit être suffisamment claire pour empêcher tout abus (ex : contourner des règles en utilisant un régime réglementaire plus approprié) et d'autre part, être suffisamment axée vers l'avenir afin de n'exclure aucune application M2M. Le troisième répondant n'a pas de réponse à cette question.

A. Desmedt
Membre du Conseil

C. Cuveliez
Membre du Conseil

C. Rutten
Membre du Conseil

L. Hindryckx
Président du Conseil

OneSense® Energy, la solution technique clés-en mains pour vos audits et votre suivi énergétique !



Un partenariat unique...

OneSense® est le fruit de l'étroite collaboration des équipes R&D des sociétés **Beanair**, spécialiste des solutions de capteurs sans fils basse consommation et **Vertical M2M**, spécialiste des infrastructures et applications M2M*, qui ont associé leurs expertises complémentaires pour proposer aux utilisateurs de systèmes de mesure à distance et aux intégrateurs de solutions Machine-to Machine un service global et une solution complète :

- Conseil et étude amont du besoin
- Ingénierie de la solution
- Maquettage de l'offre
- Fourniture de l'application métier
- Fourniture des capteurs
- Fourniture des modules de communication sans fil (802.15.4 et GSM)
- Infrastructure télécom
- Plate-forme web de pilotage des services
- Exploitation du service
- Support technique...

*« Le Machine-to Machine (M2M) est l'association des technologies de la communication (TIC), avec des objets intelligents et communicants, dans le but de donner à ces derniers les moyens d'interagir sans intervention humaine avec le système d'information d'une organisation ou d'une entreprise » (FING, 2006)

Pourquoi choisir la solution OneSense® Energy ?

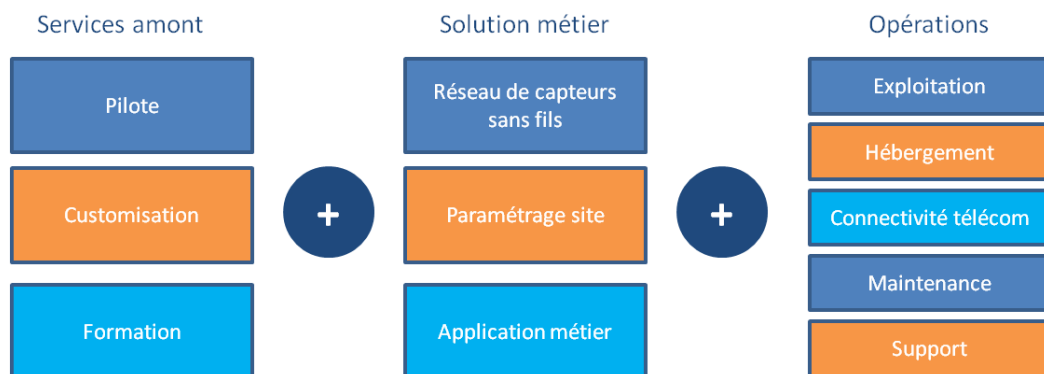
Le taux de renouvellement du parc immobilier résidentiel ou d'entreprise est **inférieur à 1%**, mais il faut apporter dès aujourd'hui des **solutions concrètes d'amélioration de l'efficacité énergétique** des bâtiments, au cœur des nouveaux enjeux environnementaux et économiques des entreprises et propriétaires de parcs locatifs.

Pour atteindre cet objectif, 3 étapes-clés sont nécessaires :

- **Mesurer** de manière **simple et fiable** la consommation énergétique sur tout type d'équipement d'une installation (compteurs, chaudières, ...) pour établir un premier diagnostic ou audit.
- **Contrôler** de manière **continue** dans la durée la consommation et ses variations pour maîtriser de manière durable la facture énergétique.
- Enfin, **agir** sur les équipements les plus énergivores de manière automatique ou ponctuelle, pour optimiser l'efficacité énergétique.

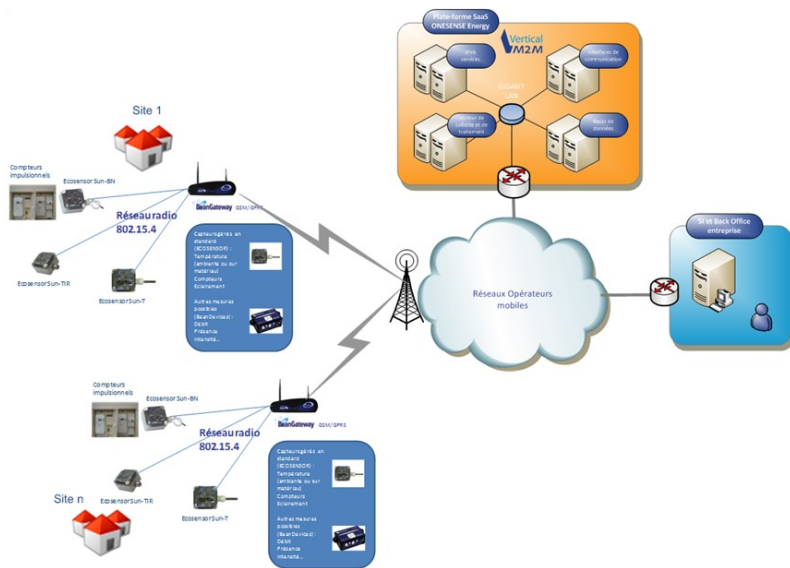
OneSense® Energy apporte une **réponse adaptée** à toutes ces attentes...

OneSense® Energy, une solution packagée et modulaire, un modèle économique simple



- **L'acquisition d'un jeu de capteurs de mesure sans fil** adapté aux besoins de chaque bâtiment à équiper
- **Un abonnement mensuel** à l'application métier **tout compris par site client géré**, intégrant l'ensemble des opérations.

Une architecture ouverte pour une mise en œuvre rapide et complète...



- Protocole radio standard et basse consommation IEEE 802.15.4: un protocole **entièrement dédié aux applications de mesure**
- Architecture du réseau sans fil ad hoc : gestion d'une centaine de **capteurs par site**, auto-configuration du réseau de capteurs en fonction de l'environnement, auto-détection des dysfonctionnements
- Pré-intégration de nombreux composants de mesure pour l'efficacité énergétique : mesure de température (ambiante et sur objet), compteurs impulsions, pression/débit, présence, éclairage, etc
- Architecture serveur **sécurisée**, hébergée dans des salles blanches de centres serveurs opérateurs haute disponibilité
- Gestion intégrée de parcs multi-sites, comprenant des milliers d'actifs industriels et de points de mesures associés
- Pilotage et analyse centralisée à distance au travers du portail web OneSense® Energy
- Simple à déployer sur site (non intrusif) et simple à utiliser !

... s'appuyant sur un progiciel évolutif, avec un spectre étendu de fonctionnalités pré-intégrées. OneSense Energy accompagne dans la durée vos projets « Bâtiments Intelligents »



Les bénéfices concrets de l'offre OneSense® Energy

Guichet unique : OneSense® Energy est une solution globale qui fusionne les compétences en métrologie, mécanique, électronique, télécoms et informatique des 2 partenaires

Interopérabilité et respect des normes et standards : l'offre proposée, non propriétaire, s'appuie exclusivement sur des standards éprouvés (XML, SOAP, Java, etc)

Intégrable à votre système d'information : la solution inclut des interfaces ouvertes (provisioning, billing, SI) nécessaires à l'intégration de cette application dans votre système d'information

Evolutivité : grâce à OneSense® Energy vous pouvez facilement ajouter de nouveaux points de mesure sur un site client ou étendre votre spectre de services

Indépendance : vous accédez à tout moment à toutes les données analytiques collectées par OneSense Energy

Economie : grâce à son time-to market rapide, son architecture standard mutualisée et la prédictibilité du modèle économique, vous avez une visibilité immédiate du retour sur investissement

Des professionnels à votre écoute

BEANAIR
1, mail Gay Lussac
95000 Neuville sur Oise
01 83 62 16 38
info@beanair.com
www.beanair.com

VERTICAL M2M
14-16 rue Soleillet, BL68
75 020 PARIS, France
0 811 33 66 99
contact@vertical-m2m.com
www.vertical-m2m.com



BeanAir conçoit des réseaux de capteurs sans fil destinés à des applications d'instrumentation et télémétrie. Les équipements développés par Beanair (BeanDevice, et BeanGateway) reposent sur la technologie sans fil 802.15.4/Zigbee.



Vertical M2M est une société de services et technologies spécialisée dans la conception d'applications de supervision d'actifs à distance à partir de sa plate-forme progicielle CommonSense.



KPN Group

- Leading telecommunications and ICT service provider
- End-to-end telecommunications and ICT services, fixed and mobile telephony, internet & TV
- Owned mobile networks in Netherlands, Germany & Belgium
- Global connectivity through roaming network partners
- European Union is considered as 'KPN native market' for M2M
- 33.148 FTE staff
- € 13.5 billion revenues

M2M enables remote control/ management

- M2M (Machine-to-Machine) enables mobile data communications from/to devices, vehicles and systems with one or more central systems. You will find machine-to-machine in the following segments:



Product Services



Medical



Navigation



Point-of-Sale



Security



Automotive

- M2M applications are different from other mobile data services due to the need for many connections with low usage at low costs.

M2M-Managed portfolio

- M2M Corporate:**
- competitive pricing across Europe
 - best in class control center functionality



One global SIM

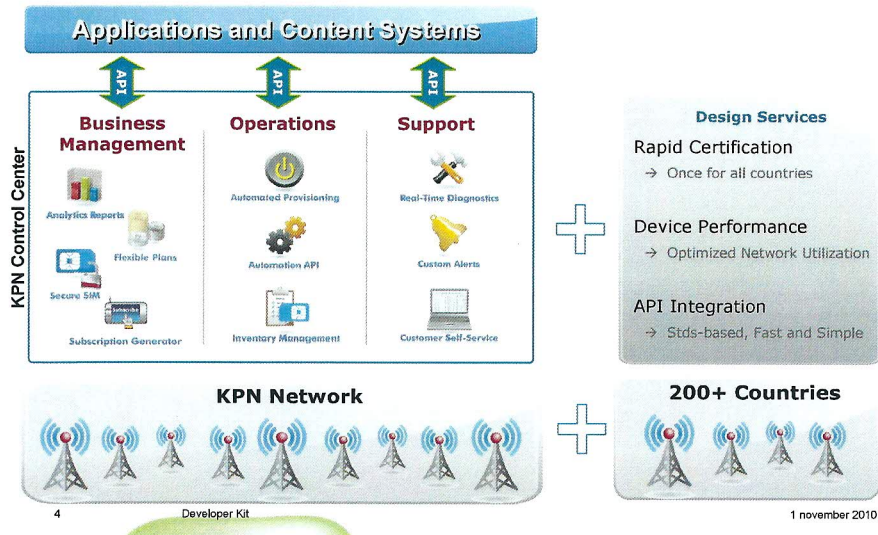
Best in Class Control Center

Flexible pricing

Consultancy services



What is the KPN Control Center?



M2M Developer Tools

- Real-Time Testing Environment
- Understand How your Device Performs on the Network
- See Firmware / Application Changes Instantly
- Deliver a Higher Quality Product

The screenshots show the M2M Developer Tools interface. The top screenshot displays a 'Problem Detected' alert for provisioning, with a table of test results:

Test Name	Status	Message
Provisioning	Passed	SMS authorize access to pass sms
SIM Device	Passed	250a bundle properly will connect network to activate
Wireless Network	Passed	Has a 2G/3G cellular links
Internet	Failed	Server not a POP location, suggested API error

Below this, there are screenshots of a network monitoring tool showing a list of devices and their status, and another showing a detailed view of a device's network performance metrics.





What is the Developer Kit?

- Great tool to start developing your own solution
- 1 benchmark device
- 3 trial SIMs
- 6 month unlimited access to the KPN Control Center
- 30 Mb / 150 SMS per month for testing. This price includes tax and shipping.

This all for €169 excl. VAT

Order the Developer Kit at kpn.m2m.com

Machine-to-Machine SIM cards designed for your needs



An essential part of Machine-to-Machine (M2M) communication solutions is the SIM (Subscriber Identification Module): without SIM, no GSM, GPRS, SMS or UMTS communication. As part of its M2M solutions portfolio KPN offers tailored versions of these SIMs modules, specifically designed for various M2M applications and environment of use.

Our product line consists of 'business grade' plastic SIM cards, industrial SIM cards, SIM's that can be soldered on the Printed Circuit Board (PCB) and SIM's directly integrated in the GSM/GPRS modem. These latter products

are specially developed for the M2M market, having durability and dimensions specifications suitable for potential harsh environments of use.



Business grade SIM cards

Standard SIM cards with durability guarantees applicable for usage in regular mobile handsets by end-consumers.

Industrial SIM cards

SIM cards with the same form-factor as business grade ones, but with fundamental differences in durability and guarantees. Having this identical form-factor, they can be used in most M2M applications deployed today, but their special coating and enhanced chip characteristics limit erosion. These SIM's have been specially designed for intensive use and offer a longer usage life-span.

Weldable SIM's

To meet even more stringent durability requirements, KPN's offering includes chip-SIM's in its portfolio: These SIM modules do not only have more extensive durability in temperature range and life span than industrial SIM cards, but, they are also designed to be welded directly to the Printed Circuit Board (PCB). This ensures a more durable and secure solution, less prone for theft and consequently fraudulent usage of your connectivity subscriptions. This form factor also provides an interesting way to streamline logistics by integrating the SIM at an early stage in the manufacturing process.

Integrated SIM

The most advanced SIM form factor in our offering is specifically designed for M2M ultimate requirements: SIM cards are directly welded on the wireless modem module itself. KPN, together with one of its module manufacturer partners, will then deliver the most durable and stable technical solution available today. This will not only offer a fully secure configuration but also ensures an optimal usage of available space, especially designed for new M2M segments (like Consumer Electronics or Healthcare) having space restriction constraints.

More information?

- Get in contact with our dedicated M2M team at M2M@kpn.com
- Go to www.kpn.com/M2M

KPN's Experiences

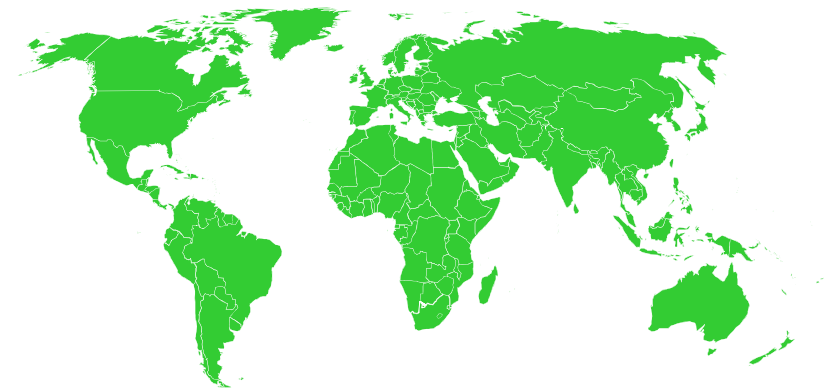
Important reference cases

- Konica Minolta :
 - Asset Management and remote monitoring
 - Complete automated provisioning process
- Schneider Electric :
 - Monitor and control charging stations
 - Fully integrated back-end with KPN/Jasper Control Center & Sierra Wireless
- Alliander :
 - Long Life time SIM solution
 - Complete automated solution with monitoring
 - Unattended devices rolled out for 10 – 15 years, no interventions needed.

Major contract wins KPN



alliander



Case study: Garmin



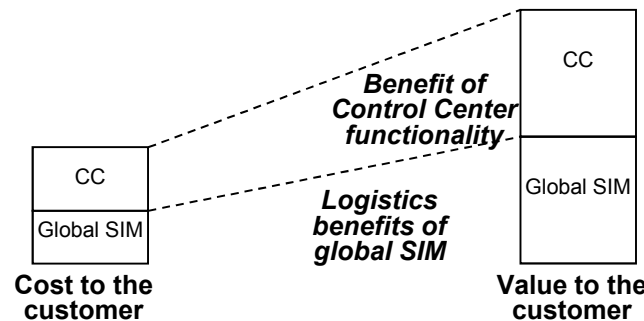
“Garmin International Inc., the global leader in satellite navigation, introduced the nüvi 1690, a portable navigation device (PND) with a built-in wireless module that lets customers tap into Garmin’s nüLink! service. This service provides direct links to certain online information like Google™ local search, traffic, weather, fuel prices, movie listings, flight status, local events, white page telephone listings and Ciao!™, Garmin’s exclusive location-based social networking system that connects multiple networks into a single portal for Garmin users.”

- Global M2M SIM
- ↓
- Manufacture devices
 - PND produced centrally in Taiwan
- ↓
- Global Distribution
- ↓
- Activation of SIM by End-User
 - Control and monitoring of devices by Garmin



Garmin’s need

- Best End-User Experience via connected PNDs
- Fast Time to Market – Garmin wanted to launch for the Christmas sale ‘09
- Reduce TCO of PNDs
- Flexible & Innovative Business Models
- Global Open Platform for international deployments



→ **The value for Garmin:**
remote SIM management of a Global SIM through a control center

KPN’s solution

- First Garmin nüvi’s live since December ‘09
- Reduction of TCO via:
 - one contract,
 - production at one location,
 - ability to real-time monitor & control PNDs
- Global launch - Live in Australia & Europe

Case study: Konica Minolta

Konica Minolta is using the KPN M2M Corporate service, powered by Jasper Wireless, to provide wireless connectivity for CS Remote Care, Konica Minolta's remote diagnostic system.



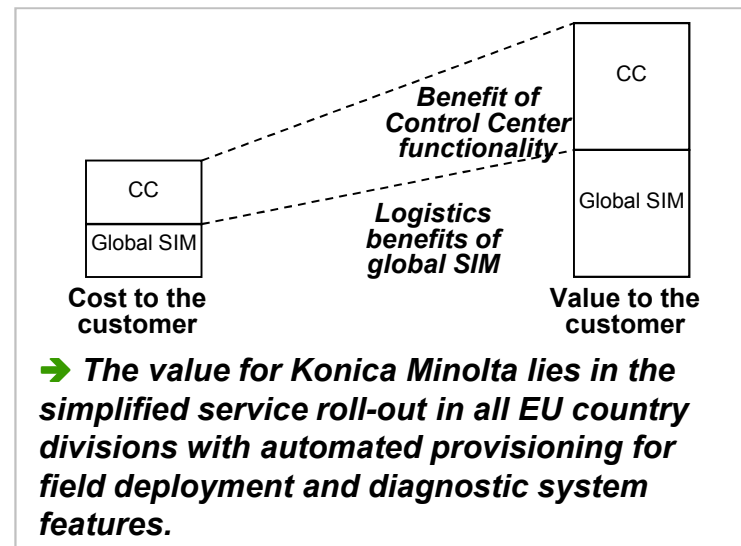
Through the partnership, Konica Minolta's multifunctional products (MFP) are being equipped with the KPN Global SIM, which instantly and automatically transmits valuable system performance data from the customer's premises to Konica Minolta's service department.

- Internal order connected copier
- ↓
- Global M2M SIM tested by MC Technology
- ↓
- Install modem on copier by CS Remote Care department
- ↓
- Distribution to local office
- ↓
- Activation of SIM by installation manager Konica Minolta local
- ↓
- Control and monitoring of connectivity by InsideM2M



Konica Minolta need's

- Remote monitoring of copiers throughout Europe
- Single connected solution
- TCO reduction through out-of-the-box solution and pre-installation testing
- Management platform for monitoring the connected copiers per country/ PNL
- Integration with internal ordering and invoicing systems



KPN's solution

- One global SIM
- One contract, one bill, one service desk
- One Management platform
- Real-time activate, suspend and deactivate of SIM cards
- See real-time usage and diagnostic tools

M2M Corporate

Enabling customers with full control

Date: July 1st 2011



M2M Corporate:

- competitive pricing across Europe
- best in class control center functionality



Pan-European offer

- With global option on a case by case basis
- One KPN SIM operates globally

Best in Class Control Center

- Remote management of SIM cards
- Based on Strategic Partnership with Jasper Wireless
- Real time diagnostics of SIM and connectivity
- Real time control & monitoring capabilities of data flow
- Flexible provisioning and reporting structures conform customer needs

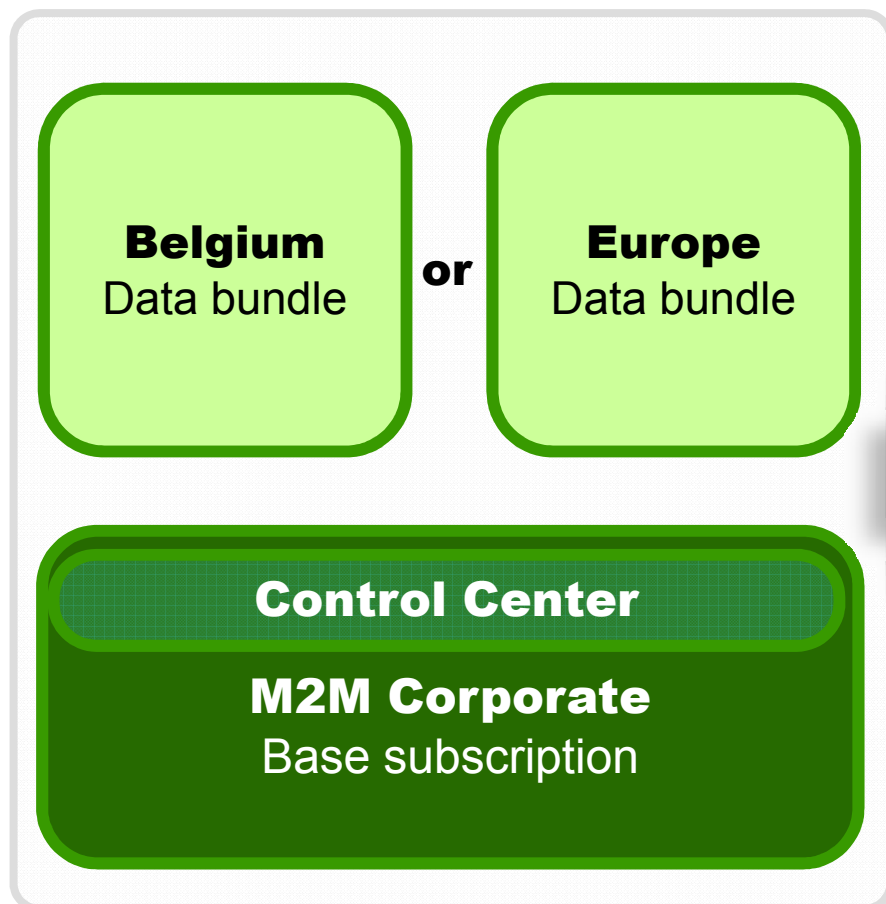
Flexible pricing

- Customer specific price structures
- Data pooling bundles
- Event bundle pricing
- Postpaid and prepaid offerings
- Flexible data increments rounding
- Delayed billing

Pre-sales consulting

- Pre-Sales
- Consultancy based selling

M2M Corporate pricing structure



Modular subscription to supply on customer needs:

- Implementation fee
 - incl project management
- Base subscription:
 - Automatic quantity discounts
- National or EU pooled data bundle
- SIM-card fee including test-usage

M2M Corporate Setup fees

Implementation fee € 2.500

- Incl 25 hrs project management
- Excl APN/ VPN
- Invoiced on account setup

M2M Corporate SIM-card fee € 5,00 once per SIM

- Incl Business Grade SIM-card + shipment
- Incl. 20 kB test-usage
- Supplied in batches of 250pax
- Invoiced on shipment

Activation fee € 2,50 once per SIM

- SIM-cards are activated by first use or automatically after 90days
- Invoiced on activation

M2M Corporate Base subscription fee

Amount of activated SIMs		Monthly fee
from	to	3 yr contract
250	999	€ 3,50
1.000	4.999	€ 2,75
5.000	9.999	€ 2,25
10.000	19.999	€ 1,80
>20.000		Deal-pricing

M2M Corporate base subscription fee

- Based on tiered pricing (price of a tier applies to all connections)
- Based on 3 year contracts
- Minimum activated amount of subscriptions: 250
A monthly fee of € 6 per SIM will be charged in case this minimum is not met.

M2M Corporate

Pooled data bundles

Pooled bundles	Netherlands	EU*
1 MB	€ 0,75	€ 0,80
2 MB	€ 1,30	€ 1,45
3 MB	€ 1,80	€ 2,10
4 MB	€ 2,20	€ 2,70
5 MB	€ 2,50	€ 3,35
10 MB	€ 4,00	€ 6,50

Overage rates	NL-bundle (per MB)	EU-bundle (per MB)
Netherlands	€ 0,90	
EU	€ 2,50	€ 1,00

Pooled data bundles:

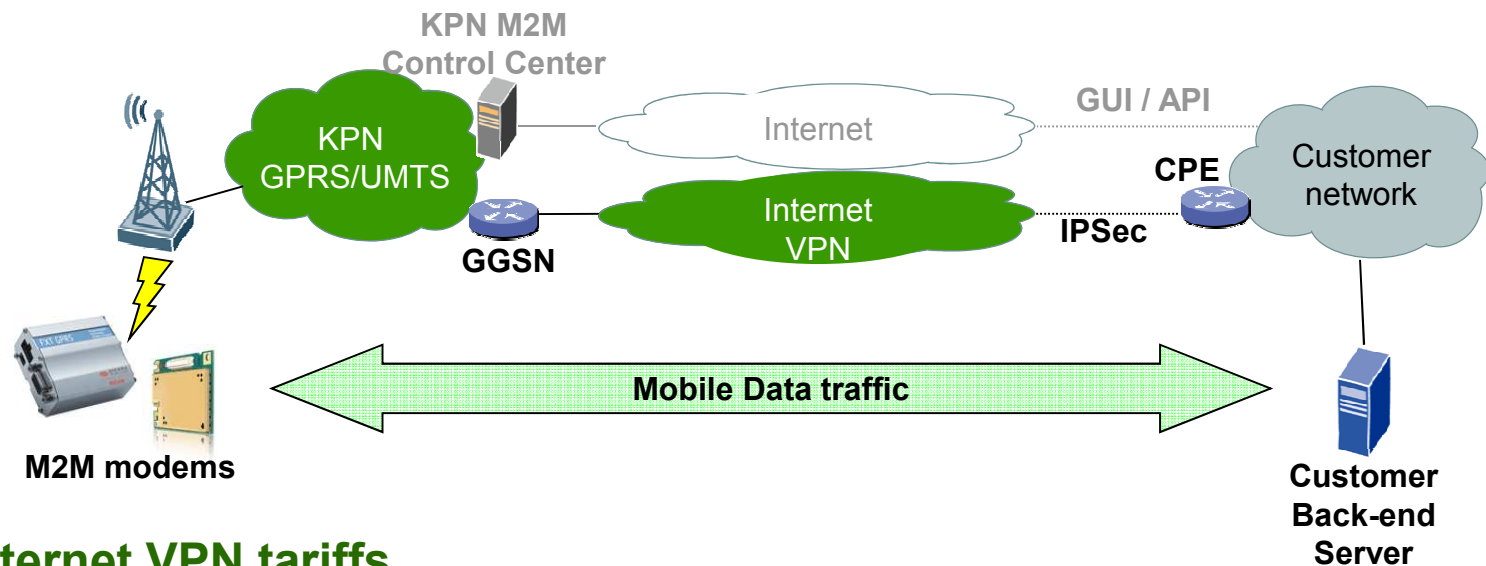
- usage is pooled amongst all connections with same data bundle
- increment rounding in combination with data bundle: per 1kB
- increment rounding without data bundles: per 10kB
- Rest of World tariff applies for usage outside EU: € 7,50 per MB
- 1 MB is defined as 1.000 kB
- This includes a selection of 32 European countries, see roaming countries

M2M Corporate

Mobile Data traffic

Mobile Data functionality

- Sending mobile data traffic between modem and customer network is supported through a secure Internet VPN tunnel.
- Internet VPN is supplied excl router and excl Internet connection to backend
- Internet VPN is to be ordered separately



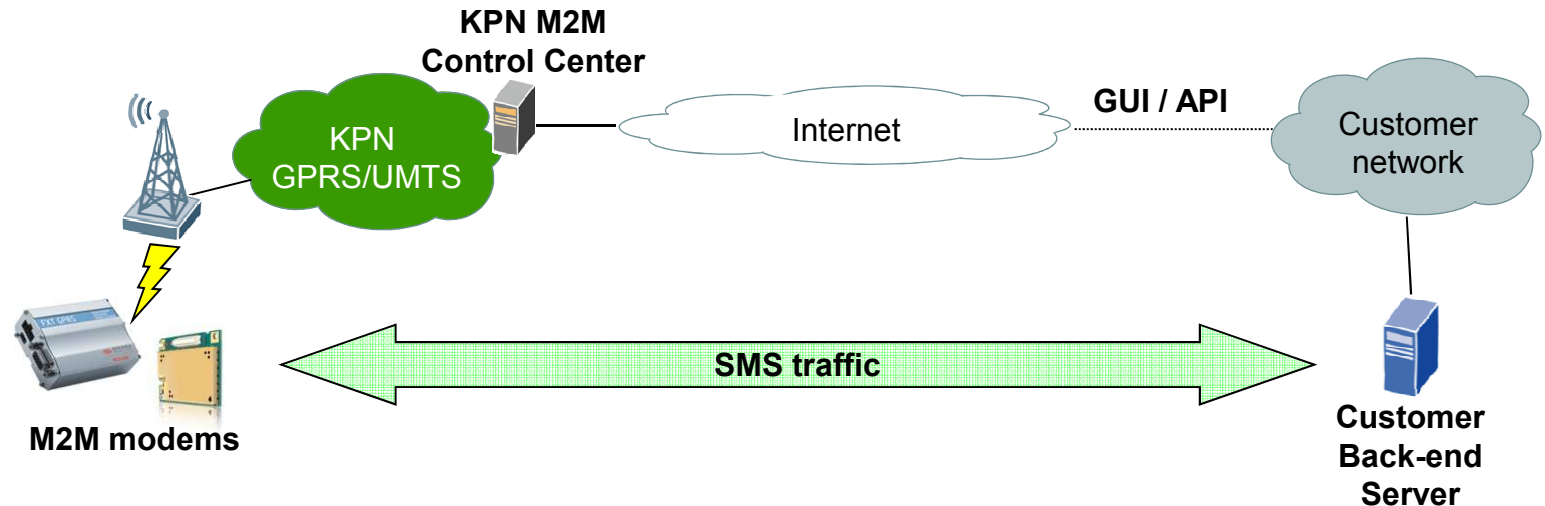
Internet VPN tariffs

- Implementation fee: € 1.395,-
- Monthly fee: € 395,-

M2M Corporate SMS traffic

SMS functionality

- SMS Sending SMS messages between modem and Control Center is supported through a secure Closed User Group



SMS tariffs within European Union

- Mobile Originating SMS: 11 ct per SMS
- Mobile Terminating SMS: 5 ct per SMS

M2M Corporate Roaming countries

EU	
Austria	Latvia
Belgium	Liechtenstein
Bulgaria	Lithuania
Cyprus	Luxembourg
Czech Republic	Malta
Denmark	The Netherlands
Estonia	Norway
Finland	Poland
France	Portugal
Germany	Romania
Gibraltar	Slovenia
Greece	Slovakia
Hungary	Spain
Iceland	Sweden
Ireland	Switzerland
Italy	United Kingdom

Initial Plan Opportunity Assessment		SALES OPPORTUNITY
		SALES PERSON
ACCOUNT/LOCATION DMU		COMPETITOR(S)
COMMITTED ORDER AMOUNT	CLOSE DATE	SOLUTION PROPOSED

Write in the date and assess your position using "+" or "-". If you don't know, put a question mark. Assess your competitor's position. Repeat at critical points in the same campaign.

IS THERE AN OPPORTUNITY?

1	Customer's Application or project	Defined	+
		Undefined	-
2	Customer's Business profile	Strong	+
		Weak	-
3	Customer's Financial Condition	Strong	+
		Weak	-
4	Access to funds	Yes	+
		No	-
5	Compelling Event	Defined	+
		Undefined	-

CAN WE COMPETE?

6	Formal decision criteria	Defined	+
		Undefined	-
7	Solution fit	Good	+
		Poor	-
8	Sales resource requirements	Low	+
		High	-
9	Current relationship	Strong	+
		Weak	-
10	Unique business value	Strong	+
		Weak	-

CAN WE WIN?

11	Inside support	Strong	+
		Weak	-
12	Executive credibility	Strong	+
		Weak	-
13	Cultural compatibility	Good	+
		Poor	-
14	Informal decision criteria	Defined	+
		Undefined	-
15	Political alignment	Strong	+
		Weak	-

IS IT WORTH WINNING?

16	Short-term revenues	High	+
		Low	-
17	Future revenue	High	+
		Low	-
18	Profitability	High	+
		Low	-
19	Degree of risk	Low	+
		High	-
20	Strategic value	Yes	+
		No	-

DATE				
Competitors				
Our Co.				

DATE				
Competitors				
Our Co.				

DATE				
Competitors				
Our Co.				

Initial Plan

Customer's project or Application	Customer's compelling Event - consequences / payback
Our Unique Business Value	Milestones in the Buying Process
Our Formal Sales Strategy	With Whom are you aligned?

Tactics

Prime Tacts	Prove your Value Retrieve missing information Insulate against competition	Minimize your weakness Emphasize your strengths
--------------------	--	--

Action	Resources Required	Responsibility	Timing