

Nouméa, le 15 juillet 2025

# L'OPT-NC dévoile Helia, sa nouvelle marque opérateur télécoms pour tous les Calédoniens

## Une identité nouvelle pour mieux connecter les Calédoniens

L'Office des Postes et Télécommunications de Nouvelle-Calédonie franchit un pas décisif dans sa transformation en lançant **Helia**, sa nouvelle marque opérateur télécoms. Portée par l'ambition de simplifier, moderniser et humaniser l'expérience client, **Helia vient remplacer l'ensemble des marques commerciales télécoms jusqu'ici utilisées par l'OPT-NC**. À compter du 15 juillet 2025, Helia devient l'unique bannière sous laquelle seront proposés tous les services de télécommunications – mobile, Internet, fixe – à destination des particuliers, entreprises et collectivités.

Cette refonte stratégique s'inscrit dans le cadre du plan de modernisation globale de l'Office, « Construire demain », et marque un tournant dans l'histoire des télécoms Calédoniens : celui d'une nouvelle proximité, d'une nouvelle clarté, d'un nouveau souffle.

## 1. Helia : un nom inspiré par la lumière, symbole de progrès

Le nom « **Helia** » trouve son origine dans le mot grec « Helios », signifiant soleil. **Symbole puissant de notre région Pacifique, il évoque la lumière, l'énergie et la transmission – des notions au cœur même des télécommunications modernes.** Cette symbolique prend tout son sens à l'ère de la fibre optique, dont le fonctionnement repose sur le transport d'impulsions lumineuses à très grande vitesse. Ainsi, Helia incarne la promesse d'un numérique fluide, puissant et fiable, capable de faire circuler l'information à la vitesse de la lumière, jusque dans les foyers les plus isolés.

La signature de marque, « **Au cœur de toutes les connexions** », reflète cette ambition : **faire de chaque lien technologique une opportunité de rapprochement, de partage, de développement.** Elle traduit aussi la vocation d'Helia à occuper une place centrale dans la vie quotidienne des Calédoniens, mais aussi dans le tissu économique, social et territorial de la Nouvelle-Calédonie.

L'identité visuelle vient renforcer ce message. **Le signe distinctif de la marque – une impulsion graphique composée de trois barres ascendantes** – évoque immédiatement les codes de la connectivité et du réseau mobile. Mais il va plus loin : il symbolise également l'élan collectif vers le progrès, incarné par les télécommunications. **Ces impulsions sont autant de ponts vers l'avenir, traduisant la capacité d'Helia à impulser le développement, à connecter les individus, et à porter la Nouvelle-Calédonie vers de nouveaux horizons numériques.**

## 2. Une réponse stratégique aux défis du territoire

La création d'Helia s'inscrit dans un contexte de mutation profonde pour les télécommunications en Nouvelle-Calédonie. **Le numérique est devenu un levier indispensable de développement et de cohésion sociale.** Le taux de pénétration mobile dépasse les 110%, et la demande en haut débit ne cesse de croître. Dans ce paysage insulaire, la connectivité ne relève plus du confort, mais d'un droit fondamental.

Face à ces enjeux, l'OPT-NC a fait le choix d'anticiper les transformations : la pression de la concurrence potentielle, l'arrivée de solutions satellitaires, les attentes croissantes en matière de services numériques... autant de signaux qui nécessitaient une réponse forte, lisible et structurante. Helia est cette réponse. Elle marque une rupture avec une organisation trop fragmentée, faite de multiples marques et services hétérogènes, pour **offrir à la place un écosystème cohérent, moderne et centré sur les usages.**

## 3. Une promesse : relier, simplifier, accompagner.

Helia est bien plus qu'un changement de nom. C'est un engagement renouvelé : celui de **connecter les Calédoniens à ce qui compte, ici et demain.** Cet engagement se traduit dans tous les aspects de la marque : sa mission, sa vision, ses valeurs.

En misant sur la simplicité, Helia veut rendre les parcours plus lisibles, les offres plus accessibles, et les démarches plus rapides. En renforçant la proximité, elle vise à tisser une relation plus humaine avec les usagers, notamment via des outils digitaux intuitifs mais aussi des canaux d'échange directs. **L'expertise accumulée depuis plus de 65 ans dans les télécoms reste au cœur de l'offre,** tout comme la convivialité des équipes et la modernité des services proposés.

## 4. Une campagne de communication à 360° pour un lancement événement

**Après quinze jours de teasing** portés par une série de trois vidéos inspirées de l'univers de série Stranger Things, diffusées exclusivement sur les réseaux sociaux, **une campagne de révélation à 360° démarre ce jour, 15 juillet.** Elle vise à faire découvrir Helia au grand public en expliquant la démarche, son univers et ses bénéfices. **Cette campagne se déploie simultanément sur les principaux médias**

**de Nouvelle-Calédonie** : télévision, cinéma, affichage urbain, radio et presse écrite. Elle marquera la transition officielle vers la nouvelle marque dans l'esprit du public.

## 5. Un lancement accompagné d'offres et de services renouvelés

**Le lancement d'Helia coïncide avec la mise en marché des nouvelles offres mobiles** annoncées en avril dernier, désormais disponibles pour tous les clients particuliers. Ces offres repensées s'inscrivent dans une logique de simplicité tarifaire, de lisibilité des usages et de meilleur alignement avec les besoins exprimés par les usagers.

**Relisez le dossier de presse du 22 avril dernier en annexe de ce dossier et découvrez-les en détail sur notre site [www.helia.nc](http://www.helia.nc).**

## 6. Un écosystème digital entièrement repensé

Ce moment charnière est également l'occasion de déployer une expérience client profondément modernisée. **Le nouveau site [www.helia.nc](http://www.helia.nc)**, conçu comme une véritable plateforme de services, permet désormais de comparer les offres ou encore accéder à une assistance simplifiée.

**Le nouveau site vise à :**

- Présenter nos offres télécoms de manière claire et lisible ;
- Fournir une assistance fluide et guidée pour favoriser l'autonomie du client ;
- Accompagner les utilisateurs vers les démarches en ligne disponibles via des formulaires ;
- Fusionner tous nos mini-sites existants ([mobilis.nc](http://mobilis.nc), [fibre.opt.nc](http://fibre.opt.nc)...) ;

Et ainsi, offrir une expérience utilisateur optimisée.

**L'application mobile, entièrement repensée**, intègre quant à elle toutes les nouveautés liées aux offres, notamment les options de recharge, dans une interface plus fluide et intuitive. Grâce à cette nouvelle approche digitale, les clients peuvent désormais réaliser la quasi-totalité de leurs démarches en ligne, sans avoir besoin de se déplacer en agence.

L'application Helia est d'ores et déjà disponible sur les stores Google et Apple. Pour les clients qui avaient déjà téléchargé l'application Mobilis NC, il leur suffit d'exécuter la mise à jour pour que celle-ci devienne Helia.

## 7. Helia Pro : une déclinaison pour les entreprises

Parce que les besoins des professionnels sont spécifiques, l'OPT-NC déploie également une version dédiée de la marque : **Helia Pro**. Elle conserve l'ADN de la marque grand public, tout en s'adaptant aux exigences des entreprises.

Cette déclinaison incarne la volonté de l'OPT-NC d'être un partenaire du développement économique.

## 8. Un projet co-construit avec les Calédoniens

**La naissance d'Helia est le fruit d'une démarche participative.** Depuis 2023, les équipes de l'OPT-NC ont mené un important travail de diagnostic : audits internes, focus groupes, ateliers de co-construction,

enquêtes clients... Tous les enseignements convergent vers une attente forte : celle d'une marque unique, compréhensible, humaine, ancrée dans la réalité du territoire.

C'est dans cet esprit qu'Helia a été imaginée. **La conduite du changement**, toujours en cours, mobilise aujourd'hui un réseau d'ambassadeurs internes, des modules de formation, des vidéos pédagogiques, et des événements internes. L'objectif : aligner l'ensemble de l'organisation autour d'une même promesse, d'un même récit, d'une même énergie.

## 9. Une transformation responsable et durable

**Le lancement d'Helia a été conçu avec un souci permanent d'efficacité économique.** En mutualisant les ressources, en réorientant les budgets marketing existants, et en capitalisant sur les évolutions digitales, l'OPT-NC prévoit en 2025 un budget inférieur à celui de l'année précédente pour la communication, tout en assurant une visibilité forte et cohérente sur tous les canaux.

Helia est donc un projet rationnel et ambitieux, qui combine rigueur budgétaire, innovation technologique et responsabilité sociétale.

## 10. Une ambition à la hauteur des enjeux

Helia n'est pas une promesse de surface. C'est un nouveau socle stratégique sur lequel l'OPT-NC construit sa compétitivité pour les années à venir. Elle renforce la mission de service public de l'Office, tout en répondant aux standards d'expérience client les plus exigeants. Elle offre un cadre clair, une image modernisée et un levier puissant pour attirer, fidéliser et faire évoluer les usages.

**Avec Helia, l'OPT-NC s'engage pour une Nouvelle-Calédonie connectée, équitable, innovante, et tournée vers l'avenir.**

### Annexes :

- Dossier de presse Nouvelles offres télécoms Helia
- Logos et Guide de marque Helia
- Vidéos de teasing
- Vidéo de lancement
- Visuels de campagne de lancement
- Flyers Kits prépayés Liberté
- Flyer Forfait M

### Contacts presse :

**Camille DUMARTY**

Cheffe de section communication institutionnelle de la direction générale

eMail : [camille.dumarty@opt.nc](mailto:camille.dumarty@opt.nc) – Tél. : +687 82 77 67

**Audrey DANTIN**

Cheffe de section communication et digital de la direction des télécoms

eMail : [audrey.dantin@opt.nc](mailto:audrey.dantin@opt.nc) – Tél. : +687 84 07 75