

un groupe responsable

Notre démarche de responsabilité sociale d'entreprise fait partie intégrante de la stratégie du Groupe. Nous sommes convaincus que les technologies de l'information et de la communication ont un rôle clef à jouer pour répondre aux enjeux de développement durable. Au-delà de la recherche d'un juste équilibre entre compétitivité économique, progrès social et respect de l'environnement, notre ambition est de mettre l'innovation au service de tous, en nous assurant que nos produits et services contribuent à améliorer la vie quotidienne des personnes.

une stratégie ambitieuse

Nous sommes persuadés que la responsabilité sociale d'entreprise est un élément essentiel de succès pour l'avenir du Groupe. C'est pourquoi nous avons défini une stratégie ambitieuse pour devenir le leader du secteur des télécommunications en matière de responsabilité sociale d'entreprise à l'horizon 2012.

Conscients des progrès restant à accomplir pour y parvenir, nous avons engagé des plans d'actions dans l'ensemble de nos entités et de nos lignes-métiers.

notre vision de la responsabilité sociale d'entreprise

Chez Orange, nous définissons la responsabilité sociale d'entreprise comme notre capacité à apporter des réponses business cohérentes et durables aux attentes de nos parties prenantes dans les domaines économique, sociétal et environnemental constituant les trois piliers du développement durable.

Cette approche couvre tous les domaines contribuant à faire de nous une entreprise responsable dans la société globale contemporaine - de la performance environnementale aux environnements de travail, de la réponse quotidienne aux attentes de nos clients à la prise en compte des enjeux éthiques de notre société.

transformer les risques en opportunités

En intégrant les enjeux de développement durable à notre stratégie d'entreprise, nous ne répondons pas seulement à un engagement « moral ». Créatrice de valeur, notre démarche nous permet de mieux maîtriser les risques inhérents à notre activité et de stimuler notre innovation pour saisir les opportunités de croissance et de différenciation liées aux nouvelles attentes de la société. Elle nous aide aussi à optimiser nos processus et modes d'organisation internes pour réduire notre empreinte environnementale, réduire les coûts via des organisations plus efficaces et plus productives, et améliorer ainsi notre performance globale.

Sur le plan interne, elle vient nourrir nos valeurs, renforce l'adhésion et la mobilisation de nos collaborateurs et contribue à attirer et fidéliser les talents d'aujourd'hui et de demain.

notre stratégie

identifier les enjeux majeurs

La définition de notre stratégie s'appuie sur une démarche de hiérarchisation des enjeux de développement durable liés à nos activités, basée sur deux éléments complémentaires :

- l'analyse des attentes de nos parties prenantes, identifiées dans le cadre d'échanges réguliers et via des études menées au niveau Groupe et dans les principaux pays ;

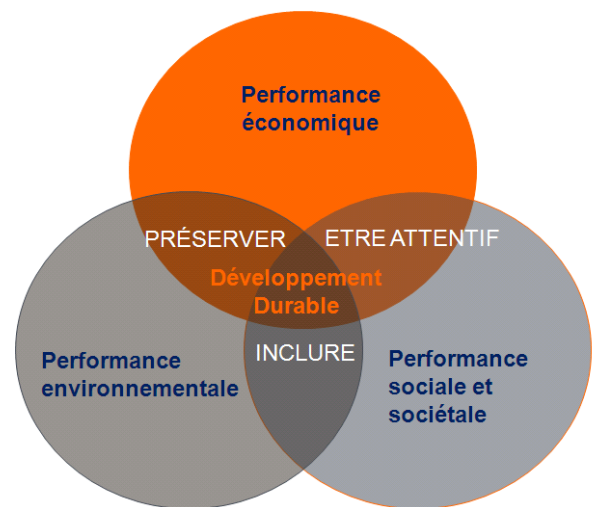
- l'identification des risques et opportunités en matière de développement durable et l'évaluation de leur impact sur le développement de l'entreprise.

L'évaluation des risques et opportunités en matière de développement durable est actualisée au moins une fois par an pour tenir compte de l'évolution du contexte.

trois axes prioritaires

Pour la période 2008-2012, l'analyse de nos enjeux de développement durable nous a amenés à définir trois priorités stratégiques en matière de responsabilité sociale d'entreprise ;

- **inclure** : favoriser l'accès de tous aux bénéfices des technologies de l'information et de la communication, en luttant contre les facteurs d'exclusion géographiques (zones isolées), économiques (populations à revenus modestes) et physiques (âge, handicap), et créer des liens de solidarité avec les communautés locales.
- **préserv**er l'avenir de la planète en en réduisant nos impacts sur l'environnement.
- **être attentif** : s'assurer que nos services sont délivrés et utilisés de manière responsable et qu'ils contribuent à améliorer la vie des personnes.



une stratégie déclinée dans toutes les entités

Notre stratégie de responsabilité sociale d'entreprise, validée par la Comité de Direction du Groupe, est déclinée dans toutes nos lignes-métiers, directions fonctionnelles et filiales. L'implication au plus niveau de l'entreprise assure la prise en compte des objectifs de responsabilité sociale d'entreprise dans tous les aspects de nos activités.

Des indicateurs clefs de performance ont été définis pour suivre les progrès, et chaque entité a défini un plan d'actions responsabilité sociale d'entreprise pour contribuer aux objectifs du Groupe dans ce domaine.

nos grands enjeux de développement durable

dialogue avec les parties prenantes

inclure



Crédit photo : Corbis

▪ **Inclusion géographique** : fournir des accès aux zones isolées

p. 26-28

▪ **Inclusion économique** : mettre au point des solutions adaptées aux populations à revenus modestes et au "bas de la pyramide"

p. 28

▪ **Inclusion physique**: devenir un leader dans les solutions pour personnes âgées et handicapées et dans l'e-santé

p. 29-32

▪ **Implication locale** : créer des liens de solidarité avec les communautés locales

p. 33-35

préserver



▪ **Réduire notre empreinte environnementale**

- Réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 20% d'ici à 2020
- Optimiser la gestion de nos déchets
- Réduire l'impact de notre consommation de papier
- Préserver les paysages et la biodiversité

p. 42-44

p.45-47

p. 48-49

p. 50-51

▪ **Mettre au point des solutions innovantes au service de l'environnement**

- Améliorer la performance environnementale de nos produits et services
- Aider nos clients à relever le défi du développement durable

p. 52-54

être attentif



▪ **Assurer la sécurité** de l'information, des personnes et des installations et protéger la confidentialité des données privées

p. 59-60

▪ **Répondre aux attentes de nos clients**

p. 61-63

▪ **Promouvoir un usage sûr et responsable de nos produits et services** (protection des enfants, marketing responsable)

p. 64-66

▪ **Agir en employeur responsable**

p. 67-73

▪ **Répondre aux interrogations sur les ondes électromagnétiques**

p. 74-76

▪ **Promouvoir des principes d'achats responsables**

p. 77-78

une démarche partagée

un engagement historique

Depuis plusieurs années, nous affirmons notre engagement en faveur du développement durable sur la scène internationale : signataires de la charte environnement de l'ETNO* ([European Telecommunication Network Operators](#)) dès 1996, nous avons aussi été l'une des premières entreprises à adhérer au [Pacte Mondial](#) de l'Organisation des Nations Unies en juillet 2000. Nous participons à plusieurs initiatives destinées à promouvoir les principes du développement durable au sein du secteur des télécommunications, tels que :

- la [GeSI*](#) (Global eSustainability Initiative) – initiative du Programme des Nations Unies pour l'Environnement et de l'ITU (union internationale d'industriels et d'opérateurs du secteur des télécommunications) ;
- la [MPPI*](#) (Mobile Phone Partnership Initiative), réunissant, sous l'égide du Programme des Nations Unies pour l'Environnement, les principaux équipementiers et des opérateurs pour développer des filières responsables de traitement des téléphones mobiles usagés ;
- le EE IOCG *(Energy Efficiency Inter-Operator Collaboration Group), qui promeut l'efficacité énergétique du secteur des technologies de l'information et de la communication ;
- le Cadre de Référence Européen pour un usage plus sûr du téléphone mobile par les jeunes adolescents et les enfants ([European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children](#)), signé en 2007 ;
- la [Mobile Alliance Against Child Sexual Abuse Content](#) - alliance des opérateurs de téléphonie mobile pour lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants sur internet, lancée en 2008.

Par ailleurs, France Télécom et l'Alliance Syndicale Mondiale [UNI*](#) (qui regroupe l'ensemble des organisations syndicales adhérentes à l'Union Network International présentes au sein de l'entreprise) ont conclu en 2006 un accord dans lequel le Groupe s'engage, au niveau mondial, à conduire une politique sociale respectueuse des droits sociaux fondamentaux et des libertés

individuelles.

Par cet accord, France Telecom confirme son engagement de :

- respecter les droits humains fondamentaux : empêcher le recours au travail forcé, à l'exploitation des enfants, ainsi qu'à toute forme de discrimination, veiller à la santé et à la sécurité au travail, respecter la liberté d'adhérer ou non à une organisation syndicale.
- mettre en œuvre une politique d'emploi dynamique : proposer l'accès à la formation et à la mobilité internationale, garantir l'égalité hommes/femmes.
- appliquer les principes éthiques dans la relation avec les fournisseurs et sous-traitants conformément à la Charte de déontologie du Groupe.

☞ **Pour en savoir plus** : consulter l'accord UNI* sur www.orange.com/fr_FR/responsabilite/parties_prenantes/UNI.jsp

un engagement reconnu

L'engagement du Groupe en faveur de la responsabilité d'entreprise et du développement durable a été reconnu en 2008 par plusieurs prix :

- L'[APAJH](#) (Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés) nous a décerné le trophée « entreprise citoyenne » pour nos actions en faveur des clients handicapés. Ce prix récompense le dispositif unique mis en place par la direction de l'Accessibilité du Groupe (cf. p. 30).
- Orange Business Services a reçu pour la deuxième fois en 2008 le prix d'excellence environnementale dans le domaine des technologies de l'information et de la communication décerné par Frost & Sullivan, cabinet international de conseil en stratégie globale.
- Le Groupe figure à la quatrième place du classement [Accountability Rating 2008](#) (cf. p. 13).
- Orange Espagne a été primé dans le cadre du concours européen [Energy Trophy +](#) (cf. p. 43)
- Notre qualité de service aussi été reconnue par de nombreux prix en 2008 (cf. p. 62)

les dates-clefs de notre engagement en faveur du développement durable

1996 : signature de la Charte Environnement de l'ETNO*

2003 : formalisation de la Charte de déontologie du Groupe

2006 : signature de l'accord Groupe avec l'alliance syndicale mondiale UNI*

2008 :

- lancement de l'Alliance Mobile contre l'exploitation sexuelle des enfants
- signature de [Caring for Climate*](#)

2000 : adhésion au Pacte Mondial de l'ONU*

2004 : signature de la Charte Développement Durable de l'ETNO*

2007 : signature du cadre de référence Européen pour un usage plus sûr du téléphone mobile par les jeunes adolescents et les enfants

un socle fondateur : la charte de déontologie du Groupe

L'engagement du Groupe pour une croissance responsable puise ses racines dans des valeurs fortes et partagées par tous les collaborateurs. Formalisées depuis 2003 dans la charte de déontologie du Groupe, ces valeurs guident nos comportements individuels et nos principes d'actions à l'égard de nos clients, de nos actionnaires, de nos collaborateurs, de nos fournisseurs, de nos concurrents et de l'environnement dans tous les pays où nous sommes présents.

Pierre angulaire de notre approche de responsabilité sociale d'entreprise, la charte de déontologie s'inscrit dans le cadre de principes fondamentaux, comme ceux de la [Déclaration Universelle des Droits de l'Homme](#), de l'Organisation Internationale du Travail (OIT*), du Pacte Mondial des Nations Unies et des [principes directeurs de l'OCDE*](#) pour les entreprises multinationales.

Le comité de déontologie du Groupe, composé de quatre membres nommés par le Président, veille à l'application homogène des principes de la charte et conseille les entités sur leur mise en œuvre. Il examine les situations particulières que lui soumettent les collaborateurs du Groupe ou leur hiérarchie dans des conditions garantissant la confidentialité.

Le réseau de conseillers éthiques mis en place dans chaque pays ou entité contribue à l'animation de la démarche et veille à la diffusion des déclinaisons pratiques appropriées aux contextes locaux et aux métiers. La démarche éthique est relayée par intranet sur les sites pays du Groupe.

Un module de « e-learning » - apprentissage en ligne, disponible en huit langues, permet à chaque collaborateur de s'approprier les principes de la

charte par des mises en situation pratiques. En 2008, il a été actualisé pour inclure de nouveaux exemples de cas concrets issus des formations métiers.

Un programme de sensibilisation à la prévention de la corruption a également été lancé en 2008 pour permettre aux filiales du Groupe d'appréhender le cadre juridique international et national, et les actions qui peuvent contribuer à la prévention de ce risque.

🔗 **Pour en savoir plus** : consulter notre charte de déontologie sur www.orange.com/fr_FR/responsabilite



nos réalisations 2008

l'exemple de la France

A fin 2008, plus de 90% des collaborateurs d'Orange en France ont été sensibilisés à l'éthique. Des formations plus spécifiques ont été dispensées aux salariés et prestataires en relation avec les clients. Des guides pratiques pour les demandes de conseil et la signalisation des dysfonctionnements sont à la disposition du personnel. Un réseau de conseillers et de correspondants se chargent de diffuser ces informations et recueillent les signalisations des collaborateurs. Un dispositif d'alerte et des contrôles permettent de vérifier la bonne application des règles éthiques dans les pratiques des métiers.

l'exemple d'Orange Business Services

Au-delà de la création en 2008 d'un Comité Ethique et Fraude & Revenu Assurance, Orange Business Services a développé plusieurs actions visant à renforcer l'implication de ses collaborateurs :

- conférences téléphoniques destinées aux managers et conduites par un « Business Leader » et le Service Juridique ;
- reporting périodique sur les questions éthiques ;
- campagne interne de sensibilisation éthique, conçue à partir d'outils interactifs et de jeux de rôle, afin d'évaluer le niveau de connaissance et de compréhension des salariés en matière d'éthique et plus largement de responsabilité d'entreprise ;
- création et lancement d'un nouveau module de formation e-learning sur la fraude et l'éthique destinée à l'encadrement via Orange Business Management School ;
- campagne d'information interne sur l'engagement éthique de l'équipe de direction via l'affichage de posters sur les plus gros sites et la mise en ligne sur les sites intranet.

des règles de gouvernance contribuant à la mise en œuvre de nos engagements

Nous adhérons aux principes de gouvernement d'entreprise définis notamment par la loi de Sécurité Financière en France et par la loi Sarbanes-Oxley aux Etats-Unis. Nous sommes particulièrement vigilants quant à la responsabilité et à l'intégrité des dirigeants et des administrateurs du Groupe, l'indépendance des membres du Conseil d'Administration, la transparence et la divulgation des informations, le respect des droits des actionnaires et de la charte de déontologie du groupe.

les structures de gouvernance du Groupe

La gouvernance de France Télécom s'articule autour du Conseil d'administration et des différents Comités qui régissent la stratégie du Groupe. Leurs travaux alimentent un processus d'amélioration continue de la gouvernance, dans le respect des différentes parties prenantes de l'entreprise, en particulier en termes de gestion des risques.

une dynamique d'amélioration continue de la maîtrise des risques

Les différents comités internes de management rapportant au Comité de direction générale (dont le comité des risques du Groupe) ont pour mission le contrôle et l'application des directives du Groupe destinées principalement à favoriser la réalisation des objectifs économiques globaux.

Ils veillent également à la maîtrise des risques en matière d'engagements financiers, limitant ainsi l'exposition du Groupe dans son ensemble.

le contrôle interne

Au-delà de la bonne application de la réglementation, le contrôle interne constitue un levier important de l'amélioration de la performance de l'entreprise ; le Groupe estime donc que chacun, quelle que soit sa position dans l'entreprise, doit se considérer comme responsable des risques de son environnement. Ainsi, chaque entité établit une cartographie de ses risques majeurs (réseaux, systèmes d'information, humains, financiers, environnementaux...). Ce processus s'inscrit dans une démarche Groupe, pilotée par la Direction de l'Audit, du Contrôle Interne et des Risques.

En 2008, le programme de renforcement de la culture de contrôle interne s'est poursuivi dans l'ensemble du Groupe. Ce travail a consisté notamment à s'assurer de la bonne couverture des risques les plus importants pouvant affecter les processus de contrôle interne financier, afin de satisfaire entre autres aux dispositions de la loi de Sécurité financière en France et de la loi américaine Sarbanes-Oxley.

une politique de sécurité globale

Le Groupe a défini une politique de sécurité globale, dont la mise en œuvre est assurée par un système de management de la sécurité fondé sur la norme ISO 27001 (cf. p. 59).

les structures de gouvernance du Groupe France Télécom

conseil d'administration

Mission : se prononce sur l'ensemble des décisions relatives aux grandes orientations stratégiques, économiques, sociales, financières et technologiques du Groupe. S'est réuni 10 fois en 2008 avec un taux de présence de 92%.

Composition : 15 membres (au 19 mars 2009)

- 3 représentants de l'état nommés par décret
- 3 administrateurs élus par les salariés
- 1 administrateur élu par l'Assemblée Générale sur proposition des salariés actionnaires
- 8 administrateurs élus par l'Assemblée Générale dont 6 administrateurs indépendants selon les critères du code AFEP-MEDEF d'octobre 2003

comité de Direction Générale

Mission : instance décisionnaire du Groupe. Met notamment en œuvre la stratégie et les programmes de transformation du Groupe et pilote le suivi de ses performances opérationnelles et financières.

Composition : 9 membres (depuis janvier 2006).

comités spécialisés du Conseil d'Administration

comité stratégique

Composé d'au moins trois membres désignés par le Conseil d'administration sur proposition de son Président. 3 réunions en 2008.

comité d'audit

Composé d'au moins 3 membres désignés par le Conseil d'administration sur proposition du Comité de rémunération, de sélection et de gouvernance. Présidé par un administrateur indépendant. 12 réunions en 2008.

comité de de rémunération, de sélection et de gouvernance

Composé d'au moins 3 membres désignés par le Conseil d'administration sur proposition de son Président. Présidé par un administrateur indépendant. 4 réunions en 2008

✎ **Pour en savoir plus :** consulter notre rapport annuel ou la rubrique "gouvernance" de notre site www.orange.com

une démarche structurée

Notre démarche de responsabilité sociale d'entreprise assure la prise en compte des enjeux de croissance responsable par l'ensemble des collaborateurs, en étroite interaction avec les parties prenantes externes. Elle se traduit par le développement de produits et de services contribuant au développement durable et la mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue de nos performances économiques, sociales et environnementales.

une organisation dédiée

Notre démarche Responsabilité sociale d'entreprise (RSE) est pilotée par une organisation dédiée : la Direction RSE, qui jusqu'à début 2009 était rattachée au secrétariat général du Groupe. En mars 2009, Didier Lombard, président du Groupe, a nommé un nouveau directeur RSE, membre de l'équipe dirigeante du Groupe et désormais rattaché à la Direction Innovation et Marketing.

La Direction RSE s'appuie sur un réseau de managers RSE dans nos différentes entités (pays et directions fonctionnelles).

Un comité de pilotage RSE réunissant l'ensemble des correspondants métiers et pays fait régulièrement le point sur le déploiement de la démarche. En 2008, il s'est réuni trois fois et a permis de renforcer l'échange de bonnes pratiques au sein du Groupe. Des réunions mensuelles ont lieu avec les correspondants des principales filiales et des directions fonctionnelles.

Des groupes de travail thématiques sont par ailleurs organisés sur des enjeux majeurs comme l'environnement, la santé-sécurité au travail, les ondes électromagnétiques, la protection des enfants ou la sécurité des données.

des outils de pilotage et de gestion

Plusieurs outils permettent de piloter le déploiement de notre démarche :

- notre outil de reporting Indicia mesure l'évolution des performances de nos entités grâce à des questionnaires qualitatifs et quantitatifs biannuels ;
- une grille d'évaluation des impacts économiques, sociétaux et environnementaux de nos produits et services permet d'intégrer les critères de développement durable dès la conception de nos projets ;
- notre dispositif QREDIC® évalue régulièrement la performance globale de nos fournisseurs (cf. p. 78) ;
- des systèmes de management de l'environnement basés sur le référentiel ISO 14001* sont en cours de déploiement dans l'ensemble des entités (cf. p. 41).

Un site extranet dédié permet d'accéder aux référentiels du Groupe et de partager les bonnes pratiques. Un manuel de responsabilité d'entreprise a été, en outre, élaboré en 2008, afin que tous les membres du réseau RSE disposent d'un guide méthodologique pour déployer la démarche dans leur entité respective.

l'audit de notre démarche

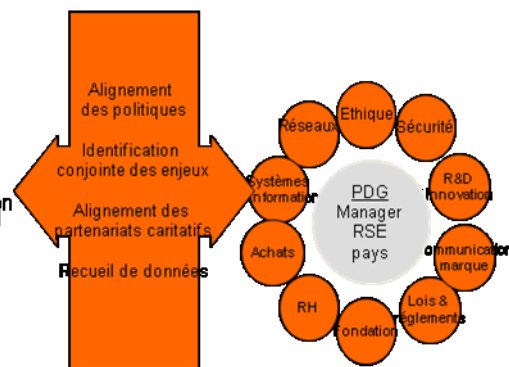
Pour nous assurer de la fiabilité de nos indicateurs et contrôler la bonne application de nos engagements dans les entités, nous faisons réaliser depuis plusieurs années un audit externe par un cabinet spécialisé. Cette démarche de vérification contribue à l'amélioration continue de notre système de reporting, et nous aide à assurer la pertinence de notre démarche grâce à un processus structuré d'identification des attentes de nos parties prenantes (cf. page suivante).

l'organisation Responsabilité Sociale d'Entreprise du Groupe (2009)

réseau RSE au niveau Groupe



réseau RSE au niveau local



le dialogue avec nos parties prenantes

La concertation avec nos parties prenantes est un élément central de notre démarche de responsabilité d'entreprise. Pour identifier les attentes de la société, nous menons des échanges réguliers avec les principaux groupes suivants :

Parties prenantes	Exemples d'outils de concertation utilisés
Clients et associations de consommateurs	Enquêtes de satisfaction clients internes et externes. Programme Customer Value Analysis : analyse multipays des attentes des clients grand public. Mesure de la satisfaction des clients entreprises via le « Customer Loyalty Index ». Rencontres régulières avec les principales associations de consommateurs Réunions mensuelles du Cercle des directeurs Développement Durable avec une quarantaine de grandes entreprises
Actionnaires et investisseurs	Portails d'information dédiés aux actionnaires et aux investisseurs. Service des relations avec les actionnaires joignables par téléphone ou par mail. Club France Télécom. Lettre de l'actionnaire, webzine « en actions ». Cercle consultatif d'actionnaires Inter@action Rencontres régulières avec les analystes financiers et agences de notation (ex. Journée Investisseurs). Dialogue spécifique avec les principaux fonds et agences de notation ISR.
Collaborateurs et partenaires sociaux	Près de 400 instances de représentation du personnel dans le Groupe. Comité de Groupe Européen. Echanges réguliers avec l'UNI* (Union Network International) dans le cadre de l'accord groupe signé en 2006. Outils d'information et de dialogue avec les collaborateurs : intranet, magazines internes, dispositif d'innovation participative.
Fournisseurs	Dialogue sur les valeurs et engagements du Groupe lors de la phase de consultation et dans le cadre du suivi des contrats. Questionnaires Responsabilité d'Entreprise et Développement Durable Outil QREDIC® : dispositif d'évaluation de la performance globale des fournisseurs. Réunions et groupes de travail pour développer l'éco-conception des produits.
Pouvoirs publics et collectivités locales	Dialogue avec les instances européennes - délégation permanente du Groupe à Bruxelles. Dialogue permanent avec les instances de régulation des télécommunications de chaque pays (ex. Arcep * en France, CMT * en Espagne, Ofcom * au Royaume-Uni, Uke * en Pologne). Concertation avec les collectivités locales sur l'implantation des antennes relais. Dialogue avec les associations d'élus (ex. Association des Maires de France).
ONG et monde associatif	Fondation Orange déployant une politique de mécénat, nouant des partenariats avec l' UNICEF , le Samu Social International , PlaNetFinance . Partenariats locaux dans les principaux pays (ex. WWF en France). Travail spécifique sur le bon usage des services avec des associations comme le réseau INSAFE , European Schoolnet , the Family Online Safety Institute . Partenariat Groupe avec Business Action for Africa .

Nos filiales dans les principaux pays mènent aussi des actions de concertation locale et conduisent des études visant à mieux comprendre les attentes de leurs parties prenantes. En 2008, Orange Royaume-Uni a ainsi mené des enquêtes auprès d'un panel représentatif pour identifier les principales attentes et enjeux de développement durable, et définir les priorités d'action. Des enquêtes similaires ont été menées en France avec l'implication des directions métiers.

Nous participons également à divers groupes de réflexion dédiés à la responsabilité d'entreprise tels que [CSR Europe](#), [Business for Social Responsibility](#), [l'IMS-Entreprendre pour la Cité](#) ou l'Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises ([ORSE](#)). Notre implication dans les grandes initiatives du secteur des Télécoms comme GeSI*, MPPI* ou les groupes de travail de l'ETNO* nous permet également d'échanger avec d'autres grands groupes sur les enjeux et meilleures pratiques en matière de développement durable.

France : un partenariat stratégique entre Orange et le WWF

En mars 2008, Orange et le WWF-France ont signé un partenariat de 3 ans pour la protection de l'environnement. Pour Orange, ce partenariat s'inscrit dans une démarche de progrès et accélère la mise en œuvre d'une stratégie environnementale initiée depuis 1996. Ce partenariat vient élargir une coopération née en 2005 pour développer l'usage de la facture électronique auprès des clients. Il repose sur des actions concrètes, aux résultats mesurables, selon 5 axes : l'évaluation de la performance environnementale des produits commercialisés par Orange, le recyclage, l'éco-conception de ses boutiques et des produits, la pédagogie autour des « gestes verts » menée auprès des consommateurs et des collaborateurs et la réduction des consommations de papier. WWF apporte ainsi à Orange son expertise scientifique et sa capacité à mobiliser ses réseaux. Un comité de pilotage se réunit chaque semestre pour jalonner les progrès réalisés dans le cadre de ce partenariat.

l'implication de nos collaborateurs

Le succès de notre démarche repose sur l'implication de nos collaborateurs.

Pour les sensibiliser aux enjeux de développement durable et assurer l'application de nos engagements dans leurs activités quotidiennes, nous menons des actions de communication interne régulières. Après le challenge interne « Prenons soin du futur » mené l'an passé, nous avons mené en 2008 des campagnes de sensibilisation aux « gestes verts » pour encourager nos collaborateurs à adopter des pratiques simples contribuant à la protection de l'environnement (cf. p.40).



Campagne de sensibilisation aux Gestes Verts en France, avril 2008.

la sensibilisation des clients

Au-delà de nos collaborateurs, nous encourageons également nos clients à agir en faveur du développement durable.

Lancée en France en décembre 2007, notre campagne presse et Web « Green IT » a permis de sensibiliser nos clients entreprises aux bénéfices de nos solutions collaboratives en matière de développement durable. Largement diffusée via un site Internet dédié en français et en anglais, cette campagne a par ailleurs été soutenue par des prises de parole de nos experts sur le sujet, tant en Europe (Allemagne, Espagne, Portugal, Roumanie, Royaume-Uni) que dans le reste du monde (New-York et Singapour).

Pour le grand public, nous avons lancé la chaîne internet Environnement (<http://environnement.orange.fr>) qui diffuse des informations actualisées et des reportages vidéo sur l'environnement et encourage la diffusion des bonnes pratiques. Dans nos différents pays, nous encourageons également nos clients à rapporter leurs équipements téléphoniques usagés dans l'un de nos points de collecte afin de favoriser leur recyclage dans des filières dédiées.

l'évaluation externe de notre démarche

Notre démarche est analysée régulièrement par les agences de notation éthiques, et nous entretenons un dialogue régulier avec les analystes financiers et investisseurs socialement responsables.

France Télécom figure dans l'indice FTSE4Good depuis 2002, ainsi que dans les indices Aspi Eurozone et Ethibel Sustainability Indices Excellence, gérés par l'agence de notation VIGEO. SAM (agence de notation du Dow Jones Sustainability Index) a inclus le Groupe dans la catégorie "SAM Silver Class" de son « SustainabilityYearbook » en 2008 et 2009.



Le Groupe figure également à la quatrième place du classement mondial « [Accountability Rating 2008](#) ». Ce classement établi par [csnetwork](#) et [AccountAbility](#) évalue chaque année les pratiques de responsabilité d'entreprise des 100 plus grands groupes mondiaux (Fortune Global 100). Le Groupe est l'une des entreprises ayant montré les progrès les plus rapides, passant du 46ème rang en 2007 à la 4ème place en 2008.

l'innovation au service du développement durable

Notre stratégie de responsabilité sociale d'entreprise vise à intégrer les principes de développement durable au cœur de nos processus d'innovation et de conception des offres.

Une part importante du budget des Orange Labs est ainsi consacrée à des projets visant à concevoir des produits et services accessibles à tous, à réduire l'impact environnemental du Groupe, à surveiller

l'effet des ondes électromagnétiques ou encore à développer des offres innovantes permettant à nos clients de répondre à leurs propres enjeux de développement durable.

🔗 **Pour en savoir plus** : consulter la rubrique innovation de notre site www.orange.com/fr_FR/innovation

	Nos grands axes de R&D liés au développement durable	Projets en cours ou innovations récentes
inclure	Développer des technologies alternatives pour les zones isolées	Orange Labs est partie prenante du projet Digital World Forum on Accessible and Inclusive ICT (DWF), cofinancé par la Commission Européenne à l'intérieur de son 7ème Programme Cadre de recherche. Ce projet vise à favoriser le développement des Technologies de l'Information et de la Communication en Afrique et Amérique Latine.
	Concevoir des offres adaptées aux populations à revenus modestes	NetPC : offre permettant aux personnes ne possédant pas d'ordinateur d'accéder à internet via un simple écran connecté à un serveur central (cf. p. 28).
	Assurer l'accessibilité de nos offres aux personnes âgées et handicapées	Expérimentation d'un service client en Langue des Signes Française et en Chat écrit pour présenter les Offres Autonomie aux personnes sourdes et malentendantes
	Faciliter le maintien à domicile des personnes dépendantes	Health Mate at Home : première solution de maintien à domicile personnalisée, totalement intégrée, qui combine des services professionnels et personnels, avec calendrier et livre de bord personnel commun, horodatage et solutions de paiement des intervenants.
préserver	Réduire l'impact environnemental du Groupe	Système breveté de ventilation optimisée permettant de réduire la consommation d'énergie par 7 par rapport à une climatisation classique (système primé par les Trophées 2007 des technologies Economes et Propres décernés par l'ADEME).
	Améliorer la performance environnementale des produits et services	Mise au point d'un prototype de Livebox permettant de désactiver les ports non utilisés pour réduire la consommation d'énergie
	Proposer à nos clients des solutions innovantes pour réduire leurs impacts environnementaux	France-Telecom est partenaire du projet français « Astuce et Tic » (Anticipation des Aménagements Sécurisés des Territoires, des Campagnes et de leur Environnement par les Technologies de l'Information et de la Communication) dont l'objectif est de développer un système d'aide à la décision afin de fournir aux décideurs une évaluation environnementale prospective de leur politique d'aménagement du territoire. Expérimentation de l'offre « Ville Durable » à Cagnes sur Mer.
être attentif	Protéger les données privées de nos clients	La R&D développe des spécifications et des briques logicielles permettant de sécuriser et d'apporter des fonctions d'anonymat dans des services tels que les enchères, le vote électronique, les forums ou le paiement en ligne. La R&D a également élargi son champ d'action à la fédération d'identité (SSO*), l'anonymisation et des combinaisons d'innovations (RFID*, biométrie, etc.). En parallèle, elle s'attache à prendre en compte le plus tôt possible les problématiques liées au respect de la vie privée dans le déploiement des offres et dans la réalisation des projets.
	Protéger les enfants contre les mauvais usages d'internet et de la téléphonie mobile	Mise au point d'une solution de filtrage des contenus internet sur PC et mobiles
	Contribuer aux recherches sur les ondes électromagnétiques	Le Groupe a développé une expertise reconnue dans le domaine de la dosimétrie (mesure des champs électromagnétiques). Il participe à plusieurs projets de recherche internationaux sur les ondes électromagnétiques et la santé, comme le projet Multipass (cf. p. 75).

une stratégie déployée dans tous les pays

France Télécom Orange est un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Avec un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros en 2008, il compte plus de 182 millions de clients sur les cinq continents. Il est en Europe le troisième opérateur mobile ainsi que le premier fournisseur d'accès internet haut débit ADSL* et un leader mondial des services de télécommunications aux entreprises.

Sa marque phare Orange, marque unique pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent, fédère désormais 123 millions de clients, en croissance de plus de 100 % sur trois ans.

Le Groupe compte 186 000 collaborateurs, dont 45 % travaillent hors de France, principalement dans les autres pays européens et en Afrique.

France (dont services aux entreprises)

104 232 employés* ⁽¹⁾

Chiffre d'affaires: 53% du CA Groupe

Consommation d'énergie** :
2 480 GWh (51% du total Groupe)

Royaume-Uni

13 821 employés*

Chiffre d'affaires: 11 % du CA Groupe

Consommation d'énergie** :
374 GWh (8% du total Groupe)

Pologne

28 904 employés*

Chiffre d'affaires: 10% du CA Groupe

Consommation d'énergie** :
789 GWh (16% du total Groupe)

Espagne

3 301 employés*

Chiffre d'affaires: 7% du CA Groupe

Consommation d'énergie** :
247 GWh (5% du total Groupe)

Entreprises (Orange Business Services) hors France

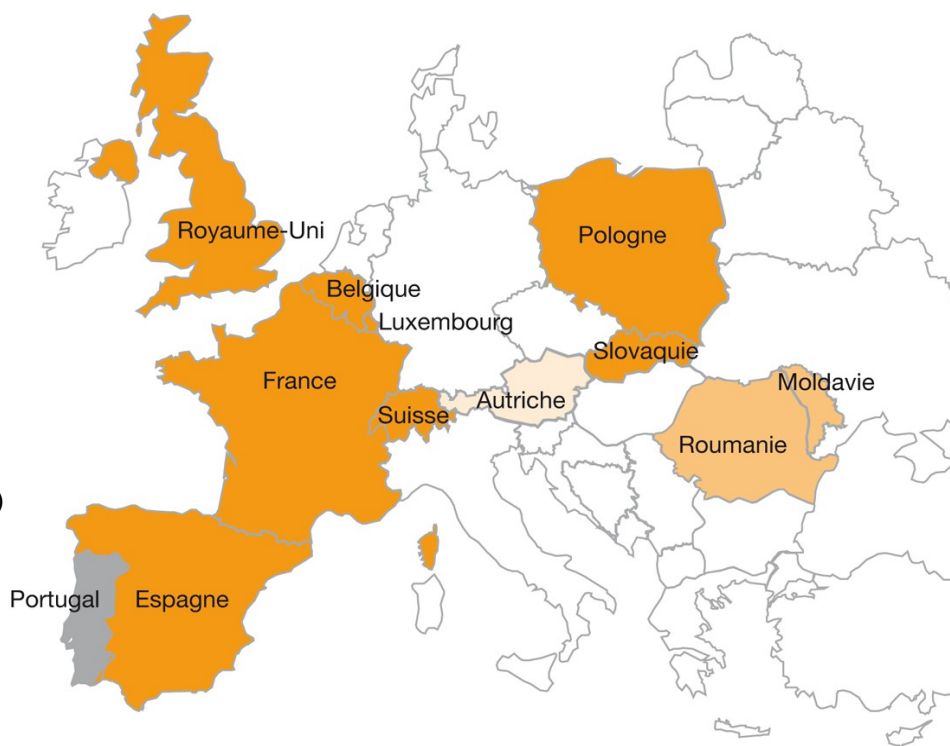
10 797 employés dans le Monde
(répartis dans les différents pays)

Chiffre d'affaires: 4% du CA Groupe

Consommation d'énergie** : 201 GWh
(4% du total Groupe)

Europe de l'Ouest

Europe centrale et orientale



zone Europe, Moyen-Orient (EME)

(Belgique, Suisse, Roumanie, Slovaquie, Moldavie, Egypte, République Dominicaine)
10 999 employés*

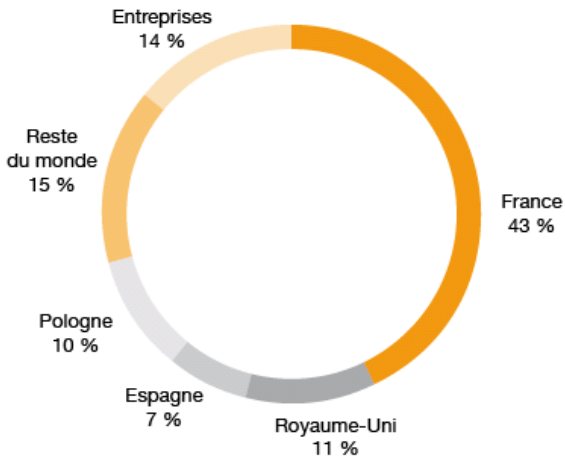
Chiffre d'affaires: 10% du CA Groupe
Consommation d'énergie** : 683 GWh (14% du total Groupe)

*Effectifs actifs au 31/12/2008, intégration proportionnelle au taux de consolidation financière de chaque filiale

**hors transport

⁽¹⁾ y compris les effectifs France d'Orange Business Services (9 941 collaborateurs)

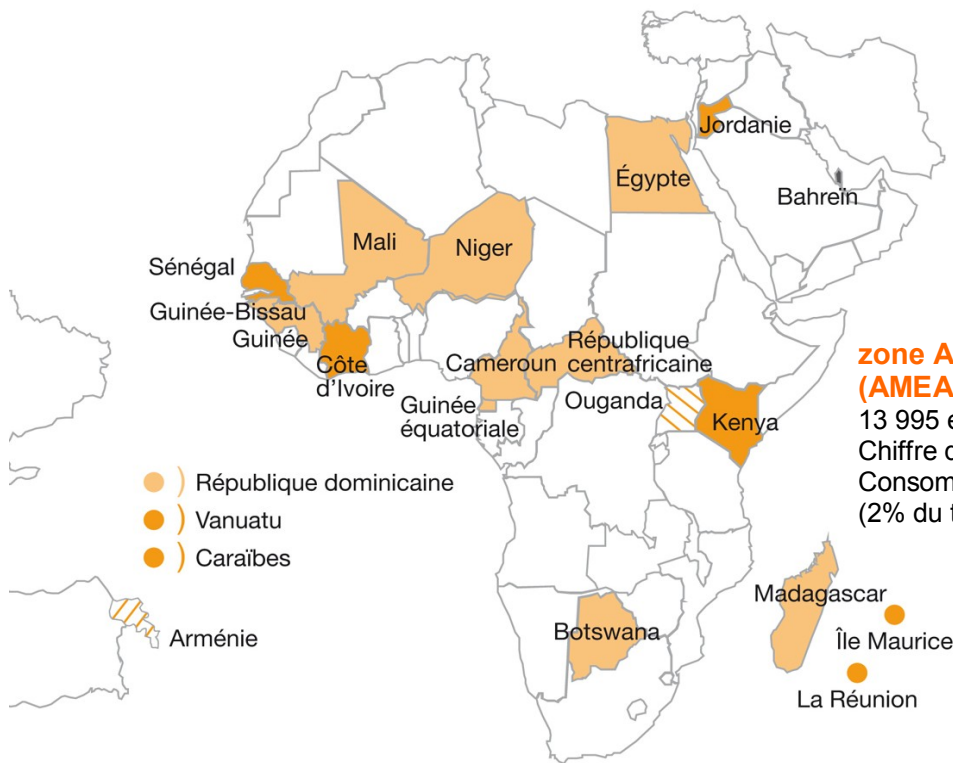
répartition géographique du chiffre d'affaires



Plus de **182 millions de clients** dans le monde

186 000 collaborateurs dans le monde

Afrique, Moyen-Orient



zone Afrique, Moyen-Orient et Asie (AMEA)
 13 995 employés*
 Chiffre d'affaires: 5% du CA Groupe
 Consommation d'énergie** : 109 GWh (2% du total Groupe) ⁽²⁾

⁽²⁾ consommation d'énergie sur un périmètre restreint de XX pays correspondant à 3.1% du CA Groupe

- fixe/mobile/internet
- mobile
- participation minoritaire mobile
- participation minoritaire fixe/mobile
- fixe/internet
- ▨ licence fixe/mobile/internet
- ▨ licence mobile

opérations France

Le programme de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) d'Opérations France est animé par une équipe dédiée d'une quinzaine de personnes, en étroite collaboration avec les directions métiers.

L'organisation a été renforcée début 2009 par la mise en place d'un comité RSE réunissant l'ensemble des directions métiers. Son rôle : valider les orientations de la démarche RSE d'Opérations France et fédérer les actions menées au sein des métiers, en assurant la déclinaison opérationnelle des ambitions définies au niveau Groupe. Il complète les décisions prises par les comités Environnement et Ethique créés début 2008.

En complément des échanges menés au quotidien par les différentes directions, Orange a mené en 2008 deux études visant à renforcer la connaissance des attentes des parties prenantes :

- une étude menée en collaboration avec les directions auprès d'un panel de parties prenantes ;
- une enquête d'opinion publique menée avec un institut de sondage auprès de 1 022 personnes.

Des questions relatives à la RSE ont aussi été intégrées dans le baromètre des collaborateurs.

Un travail complémentaire de cartographie des risques RSE a été mené avec l'aide de la direction des risques. Ces travaux ont servi de base à la définition des plans d'actions RSE 2009-2011 des différentes directions.

éthique

A fin 2008, plus de 90 % de nos collaborateurs ont été sensibilisés à l'éthique. Des formations plus spécifiques ont permis de sensibiliser les collaborateurs et prestataires en relation avec les clients. Nous mettons à la disposition de l'ensemble de nos collaborateurs des guides pratiques pour les demandes de conseil et la signalisation des dysfonctionnements. Un dispositif d'alerte et des contrôles permettent de vérifier la bonne application des règles éthiques dans les pratiques des métiers.

accès pour tous

A fin 2008, 98.3% de la population française ont accès à une offre internet haut débit. Le réseau

repères

activités : fixe, mobile, internet, services numériques.

- chiffre d'affaires 2008 : 43% du CA Groupe
- 93 715 collaborateurs (actifs fin de période)
- 1er opérateur mobile français (24,5 millions de clients)
- 1er opérateur de téléphonie fixe (21,96 millions de clients)
- 1er fournisseur internet haut débit (8,08 millions de clients)
- 1er opérateur de voix sur IP (5,36 millions de clients)
- 1er fournisseur de télévision numérique (1,6 million de clients)
- 707 boutiques France Télécom et 175 Mobistores Orange

mobile Orange couvre plus de 98% de la population française. Des offres alternatives sont proposées aux collectivités pour couvrir les zones d'ombre restantes (cf. p. 26).

Nous avons également mené plusieurs actions concrètes en faveur de l'accessibilité de nos offres aux personnes âgées et handicapées (cf. p. 29-30).

solidarité

La France est historiquement très impliquée dans des actions de mécénat via les initiatives de la Fondation Orange (cf. p. 33-35).

Depuis janvier 2009, les collaborateurs qui gagnent des « talents » lors de challenges ou d'opérations internes ont la possibilité de céder leurs talents au bénéfice de projets caritatifs. Opérations France et la Fondation Orange s'engagent à transformer en dons monétaires les points Talents cédés par les collaborateurs.

Un dispositif similaire

(www.fidelitedavantage.orange.fr) permet aux clients de céder leurs points de fidélité au profit d'associations caritatives :

- [Aide et Action](#) pour soutenir l'éducation des filles et des femmes au Sénégal ;
- [L'Institut Pasteur](#) pour soutenir la recherche contre la maladie de Usher et la surdité précoce ;
- La [Croix-Rouge Française](#) pour soutenir la lutte contre l'illettrisme.

environnement

2008 a été marquée par la formalisation de la politique environnementale Opérations France et la signature d'un partenariat avec le WWF-France (cf. p. 12). Dans le cadre de ce partenariat, un plan d'actions a notamment été lancé pour promouvoir la facture électronique auprès de nos clients (41% des clients grand public éligibles adhérents à fin 2008). Ce partenariat a également débouché sur l'affichage de la performance écologique d'une trentaine de produits sur le site orange.fr et dans les boutiques (cf. p. 54). Afin de réduire nos consommations d'énergie, nous avons déployé le système de ventilation optimisée sur 147 sites supplémentaires (soit un total de 363 sites), et mis en place le réglage des consignes de températures sur 126 salles techniques.

Une grande opération de communication interne a permis de sensibiliser plus de 80 000 collaborateurs aux « gestes verts » (cf. p. 40).

Toutes ces actions s'inscrivent dans le cadre pérenne et structuré du système de management de l'environnement.

bon usage des services

En 2008, nous avons poursuivi nos actions pour informer nos clients sur les ondes électromagnétiques en relayant les précautions d'usage définies avec l'AFOM, via notre site Web et dans le cadre du programme « Orange s'engage ». Par ailleurs, nous avons signé en 2008 la charte de l'Union des Annonceurs pour une communication responsable.

☞ **Pour en savoir plus** : consulter notre site www.orange.fr / à propos d'Orange / orange responsable

Royaume-Uni

En 2008, Orange Royaume-Uni s'est attachée à mieux comprendre ce que nos parties prenantes attendent d'un opérateur de télécommunications responsable. Grâce aux contributions d'employés, de clients, d'investisseurs, de fournisseurs, de médias, d'ONG, de représentants des pouvoirs publics et d'instances de régulation, nous avons défini les axes de travail prioritaires et fixé des objectifs ambitieux, dont celui de devenir l'opérateur de télécommunications préféré au Royaume-Uni. Nous avons identifié 3 enjeux sur lesquels nous souhaitons devenir des leaders : nos clients (protection, inclusion, sensibilisation), l'environnement (changement climatique, déchets, développement durable) et nos collaborateurs (intégration dans les communautés, volontariat). Les actions menées en 2008 illustrent les progrès continus du programme de responsabilité d'entreprise d'Orange Royaume-Uni autour de ses engagements majeurs :

solidarité

2008 nous a surtout permis de construire un nouveau plan de soutien aux communautés, dans le but de faire une réelle différence pour les personnes habitant près de nos sites. Nos employés décideront des associations caritatives qu'ils veulent soutenir, et nous les encouragerons à s'impliquer grâce à une nouvelle politique de volontariat leur permettant de consacrer une journée de bénévolat par an à l'association de leur choix. Nous leur fournirons le support et les outils nécessaires pour les aider à collecter des fonds, et contribuerons en tant qu'entreprise à soutenir des projets caritatifs locaux par des dons d'argent, de produits ou la mise à disposition de notre expertise.

En dehors de ce plan, nous avons continué à soutenir plusieurs associations caritatives, et démarré de nouveaux projets tels que :

- la campagne SMS* de collecte de fonds menée au profit de l'UNICEF auprès de 3 million de clients pour venir en aide aux victimes du cyclone eau Myanmar, qui a permis de collecter 64 000 € auxquels se sont ajoutés 4 000 € de dons des collaborateurs ayant offert au moins 1 heure de salaire ;
- le don de 62 000 € via le projet "Red Phone" de Motorola pour contribuer à la lutte contre le Sida, la malaria et la tuberculose ;
- le concert de musique Orange RockCorps, qui a permis à 5 000 jeunes d'effectuer 20 000 heures

repères

activités : fixe, mobile, internet

- chiffre d'affaires 2008 : 11% du CA Groupe
- 13 821 collaborateurs (actifs fin de période)
- 3ème opérateur mobile du pays, avec 15,8 millions de clients
- 6ème opérateur de téléphonie fixe et de haut-débit avec 1,02 million de clients
- 357 boutiques Orange.

de volontariat au profit de plus de 40 associations et 60 projets.

environnement

L'étude menée auprès de nos parties prenantes au premier trimestre 2008 nous a amenés à créer un groupe de travail transverse couvrant trois domaines principaux : la réduction de nos émissions de CO₂, la gestion des déchets, et les comportements "durables". Grâce à nos achats d'électricité verte, nos programme d'économies d'énergie, et plus récemment les actions menées pour aider nos salariés à réduire leur propre impact environnemental, nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif ambitieux de réduire nos émissions de CO₂ de 25% d'ici 2010.

En termes de gestion des déchets et de comportements responsables, nous avons relancé notre programme de recyclage des téléphones mobiles auprès de nos collaborateurs, et imprimé près de 80% de nos documents internes et externes sur du papier recyclé.

En 2009, notre objectif est de trouver des pistes de réduction à la source de notre consommation de papier.

bon usage des services

En avril 2008, Orange a lancé un nouveau programme éducatif intitulé « Sécurité en ligne » : 5 films courts sur la sécurité sur internet et l'usage sûr des sites réseaux sociaux, associés à des supports éducatifs pour les enseignants. Dans les 6 premiers mois, ces films ont été visionnés par 54% des écoles secondaires du Royaume-Uni, et sont aussi utilisés par la police pour des sessions de formation à la sécurité sur internet dans les écoles. Ils ont gagné 3 prix prestigieux : 2 au UK's IVCA Clarion Awards (prix récompensant les actions de communication responsable), et le prix du meilleur film éducatif, catégorie International, au festival du film de New York.

Orange a aussi lancé une étude baptisée « Internet Years » visant à montrer le fossé numérique entre parents et enfants dans leur usage d'internet (cf. p. 65).

En outre, nos Ambassadeurs Orange (collaborateurs volontaires) ont rencontré plus de 4000 enfants dans les écoles pour parler de l'usage sûr et responsable des technologies mobiles. Ils ont reçu 97% de retours positifs des enseignants et des élèves. Ils ont aussi contribué à diffuser nos deux séries de films : « Sécurité en ligne » et notre film de 2007 « Nouveau message » sur le cyber-harcèlement, qui a été visionné dans 63% des écoles secondaires du pays. En ce qui concerne le respect de la vie privée de nos clients, nous avons fait le choix de ne pas utiliser l'outil de web marketing comportemental Phorm, très controversé.

☞ **Pour en savoir plus** : consulter notre site www.orange.co.uk/about/community

Pologne

Très engagée en faveur du développement durable, notre filiale polonaise TP a été l'une des premières entreprises polonaises à adhérer au Pacte Mondial des Nations Unies. En 2008, conformément aux trois axes prioritaires « inclure », « préserver », « être attentif » définis au niveau du Groupe, nos efforts ont porté en priorité sur la lutte contre la fracture numérique, la protection des enfants et le respect de l'environnement.

accès pour tous

En Pologne, le Groupe mène deux programmes d'envergure visant à démocratiser l'usage d'internet dans le pays.

Le programme « Internet Republic », soutenu par le Programme des Nations Unies pour le Développement, vise à réduire la fracture numérique qui affecte les régions rurales les plus pauvres du pays. Ce programme sur deux ans, qui s'est achevé en 2008, a permis de financer 170 projets de développement local basés sur les technologies numériques et de former gratuitement plus de 60 000 personnes à l'utilisation d'internet.

Déployé depuis 2004, le programme « TP internet education » contribue à équiper les écoles en accès internet à des tarifs privilégiés. Plus de 14 000 écoles et 4,5 millions d'élèves bénéficient ainsi des services internet de TP. Le programme inclut également une formation des enseignants, et des actions de sensibilisation à la sécurité sur internet. Grâce à ce programme, plus de 80% des écoles polonaises disposent ainsi d'un accès internet.

accès à la culture

Parmi les réalisations marquantes de notre fondation TP, le lancement du musée virtuel de l'Insurrection de Varsovie est l'aboutissement d'un projet engagé depuis deux ans sur l'idée originale d'un collaborateur du Groupe. Créé en 2004, à l'occasion du soixantième anniversaire de l'Insurrection de Varsovie (1er août au 2 octobre 1944), le musée de l'Insurrection se distingue notamment par la richesse et la qualité des contenus multimédia. Depuis le mois d'avril 2008, ce lieu d'histoire et de mémoire connaît une seconde vie grâce au lancement du musée virtuel qui vient prolonger et enrichir le projet sur internet, en ouvrant ses portes à tous, notamment aux jeunes générations.

repères

activités : fixe, mobile, internet, services numériques

- chiffre d'affaires 2008 : 10% du CA Groupe
- 28 904 collaborateurs (actifs fin de période)
- 1^{er} opérateur mobile en Pologne avec 14,2 millions de clients
- 1er fournisseur d'accès internet avec 2,3 millions de clients internet et 2,2 millions de clients haut débit
- 8,9 millions de clients de téléphonie fixe
- 1er réseau de distribution de téléphonie avec plus de 1000 boutiques

environnement

En 2008, nous avons lancé un programme sur l'écologie des bureaux visant à réduire la consommation de papier et à mettre en place le tri sélectif des déchets papier. Un test pilote de collecte de papiers usagés a été lancé avec deux containers, l'un pour les brochures, journaux et autres papiers non confidentiels, l'autre pour les documents contenant des données sensibles. Ce pilote a permis de tester plusieurs prestataires et de sélectionner le meilleur pour le bâtiment du siège. Une soixantaine de containers ont été mis en place, et ont permis de recycler 18,5 tonnes de papier. Cette démarche a été mise en place sur un autre site, et au total presque 30 tonnes de papiers usagés ont ainsi été collectées pour être recyclées.

bon usage des services

Afin de renforcer nos actions en faveur de la protection des enfants, la fondation TP a noué un partenariat avec Nobody's Children Foundation. En 2008, nous lui avons demandé de réaliser une étude sur la sécurité des enfants et internet. Cela a donné lieu à la publication d'une brochure destinée à sensibiliser les parents, et à l'organisation d'une vaste campagne de communication télévisée (cf. p. 65). En 2008, la fondation TP s'est également impliquée dans plusieurs initiatives en faveur d'un usage plus sûr d'internet par les enfants, telles que :

- la deuxième conférence internationale sur la sécurité des enfants et adolescents sur internet, organisée à Varsovie en septembre 2008 dans le cadre du programme européen « Safer Internet Plus » ;
- la création du site web www.sieciaki.pl, fournissant aux jeunes utilisateurs des conseils pratiques pour profiter d'internet en toute sécurité, ainsi que des supports éducatifs pour les enseignants (90 000 utilisateurs enregistrés) ;
- le projet Helpline.org.pl, visant à mieux protéger les enfants contre la violence sur internet ;
- la Journée Safer Internet Day, événement organisé chaque année par l'Union Européenne pour promouvoir une utilisation sûre et responsable d'internet et de la téléphonie mobile ;
- la plate forme éducative www.elearning.dzieckowsieci.pl offrant des cours sur l'utilisation sûre d'internet pour les élèves, parents et enseignants (17 500 utilisateurs enregistrés à fin 2008) ;
- la campagne médiatique « Un enfant en ligne » dédiée cette année à la lutte contre le cyber harcèlement.

Par ailleurs, en 2008, une centaine de collaborateurs bénévoles ont animé 130 cours sur la sécurité sur internet qui ont bénéficié à 4 000 élèves.

📖 **Pour en savoir plus** : consulter notre site www.tp.pl/prt/pl/o_nas/edukacja (en polonais)

Espagne

L'équipe Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) d'Orange Espagne a pour mission de diffuser les principes de développement durable à tous les niveaux de l'entreprise. Cela implique des actions de communication interne et externe régulières, et un processus de dialogue avec nos parties prenantes sur les enjeux clefs de développement durable. Depuis 2007, un Comité RSE est en charge de valider la stratégie RSE de l'entreprise. En 2008, ce Comité a élaboré le nouveau Plan Directeur RSE 2008-2011, qui a été présenté à la presse et publié sur notre site www.orange.es. Pour sensibiliser nos collaborateurs, nous avons mis en place sur notre intranet un outil éducatif sur le développement durable. Nous avons également sollicité l'avis de certaines parties prenantes sur notre Plan Directeur RSE.

accès pour tous

En 2008, nous avons poursuivi nos actions pour faciliter l'inclusion numérique des zones rurales. Nous avons déployé 5 000 Nodes B pour fournir un accès en téléphonie mobile de troisième génération à des zones faiblement peuplées. Nous avons couvert en téléphonie mobile 2 000 villages de moins de 1 000 habitants. Pour les villes de moins de 2 000 habitants situées dans la région de Catalogne, nous offrons un accès internet itinérant via notre Bibliobus. Nous menons aussi des efforts continus pour rendre nos technologies accessibles aux personnes âgées ou handicapées. En 2008, nous avons développé un catalogue d'Offres Autonomie. Notre site www.accesibilidad.orange.es a été spécialement conçu pour être accessible aux personnes âgées et handicapées.

solidarité

En 2008, la Fundación Orange a fêté ses 10 ans d'implication en faveur de projets qui encouragent la communication et l'accès à la culture notamment pour les personnes avec autisme et les personnes déficientes visuelles ou auditives. Cet anniversaire a été marqué par deux réalisations majeures : l'exposition "un monde en partage" et un concert avec des artistes handicapés.

A signaler aussi, la mise en place de signo-guides dans de nouveaux musées (cf. p. 34), notre projet Cinema Accessible permettant d'offrir des séances adaptées aux personnes aveugles ou sourdes, ou l'organisation de cours de pilates pour des enfants autistes.

En Octobre 2008, nous avons lancé le programme "Solidarios" pour favoriser le volontariat de nos collaborateurs. 150 salariés ont participé à plus de 8 initiatives. Nous avons aussi créé un "marché solidarité" afin de collecter des fonds pour des projets.

repères

- activités: fixe, mobile, internet, services numériques
- chiffre d'affaires 2008 : 7% du CA Groupe
 - 3 301 collaborateurs (actifs fin de période)
 - 3ème opérateur mobile (11,4 millions de clients).
 - 2ème opérateur ADSL (1 164 million de clients).
 - plus de 2 400 points de vente

environnement

Plusieurs actions nous ont permis d'optimiser notre consommation d'électricité : mise en place d'une ventilation optimisée sur 1 120 sites techniques, consolidation et virtualisation des serveurs informatiques, détecteurs de présence dans les salles de réunion, réglage des horaires d'éclairage... Notre campagne de sensibilisation de nos salariés au changement climatique a été primée en 2008 par l'**Energy Trophy+** (trophée européen visant à promouvoir les économies d'énergie dans les bureaux).

Nous avons partagé plus de 3 600 sites techniques avec d'autres opérateurs comme Vodafone. Nous cherchons également à réduire nos consommations de papier en sensibilisant nos collaborateurs et en incitant nos clients à adopter la facturation électronique. Nous avons aussi diminué la taille des notices d'utilisation au minimum, en fournissant des guides complets sur CD, ce qui a permis de réduire la consommation de papier liée aux notices de 8% tout en allégeant les emballages.

bon usage des services

Dans le cadre de nos efforts pour renforcer la protection des enfants, nous avons mis en place des filtres pour les services destinés aux adultes, les jeux de loterie et la télévision sur Orange World. Un contrôle parental a été mis en place sur les équipements des clients pour éviter l'accès des mineurs à des contenus non autorisés. Nous avons bloqué des pages WAP offrant des contenus non adaptés aux mineurs. Nous avons aussi informé nos clients sur nos services en matière de sécurité et l'option de contrôle parental.

Pour informer nos clients sur les ondes électromagnétiques, nous publions désormais les DAS* de tous les terminaux vendus sur notre site <http://tiendamovil.orange.es>.

employeur responsable

Afin d'attirer et de retenir nos collaborateurs et de répondre à leurs attentes professionnelles et personnelles, nous avons mis en place des mesures visant à favoriser l'équilibre vie privée / vie professionnelle. Par exemple, nous ne planifions plus de réunions avant 9h00 du matin et après 18h00. Nous avons aussi adopté des mesures pour prévenir les inégalités de salaires. En 2008, Orange Espagne a été élu au 5^{ème} rang des entreprises où il fait bon travailler, sur un total de 180.

En matière de santé-sécurité, nous avons mené plusieurs sessions de formation et de sensibilisation auprès de nos collaborateurs et fournisseurs. Dans le cadre de notre politique diversité, nous avons participé à des initiatives visant à favoriser l'intégration de groupes potentiellement défavorisés (femmes, personnes handicapées, immigrants etc.) ainsi qu'à des instances de réflexion telles que l'European Professional Women's Network (EPWN) qui vise à promouvoir l'accès des femmes aux responsabilités.

☞ **Pour en savoir plus** : consulter notre site http://acercadeorange.orange.es/responsabilidad_corporativa/

Europe et Moyen-Orient (EME)

La zone EME a poursuivi en 2008 la mise en œuvre des plans d'action RSE dans les différents pays, selon les trois axes prioritaires définis au niveau du Groupe : « inclure » / « préserver » / « être attentif ». Des réunions téléphoniques régulières avec les managers RSE de chaque filiale permettent notamment de faire le point sur le déploiement des projets. Ces managers peuvent désormais s'appuyer sur le manuel de référence RSE présenté à l'occasion du séminaire Groupe de mai 2008. Afin de renforcer l'intégration des priorités RSE dans la stratégie commerciale des filiales, des échanges ont été engagés avec la ligne-produit mobile pour permettre une plus forte implication des fonctions marketing. Dans le domaine de l'éthique, les filiales ont notamment été sensibilisées à l'importance de l'évaluation des risques éthiques.

accès pour tous

Pour favoriser l'accès internet dans les zones isolées, certains pays de la zone ont mis en place des concepts originaux, comme les boutiques mobiles « Mobinil on wheels » en Egypte, ou la caravane itinérante Orange en Roumanie pour faire découvrir le haut débit mobile via le réseau 3G dans les zones isolées dépourvues de points de vente (cf. p. 28).

En décembre 2008, Orange Roumanie a lancé le service vocal Cronos, qui permet aux personnes souffrant de déficience visuelle de suivre leur consommation de forfait mobile.

En Egypte, Mobinil a engagé en 2008 un projet visant à collecter et remettre en état les ordinateurs usagés des collaborateurs, qui sont ensuite offerts à des organismes caritatifs pour être distribués à des enfants défavorisés. Une centaine d'unités sont en cours de traitement.

En Belgique, Mobistar a mis en place un dispositif semblable pour offrir les ordinateurs des collaborateurs à l'association [Close the Gap](#), qui les redistribue en Afrique.

solidarité

Les filiales de la zone ont maintenu en 2008 leur engagement historique en faveur des personnes autistes ou souffrant de déficiences visuelles ou auditives ainsi que pour l'éducation des enfants défavorisés, souvent dans le cadre d'actions conjointes avec la Fondation Orange (cf. p. 33-35).

repères

7 pays sont pris en compte pour la zone EME (Europe et Moyen-Orient) : Suisse, Belgique, Roumanie, Slovaquie, Moldavie, Egypte et République Dominicaine.

Orange occupe une position de leader sur la zone avec le premier ou deuxième rang sur tous ces marchés.

- chiffre d'affaires 2008 : 10% du CA Groupe
- 10 999 collaborateurs (actifs fin de période)
- 36,5 millions de clients

La création de fondations locales dans les pays où il n'en existe pas a été encouragée, et d'autres fondations devraient voir le jour en 2009.

environnement

Parmi les projets notables, Orange Roumanie a renforcé en 2008 son engagement dans la mise en place d'un système de management intégré environnement – santé et sécurité, à l'instar de Mobistar en Belgique qui vise à obtenir la triple certification ISO 14001*, OHSAS 18001* et ISO 9001* (intégrant également le management de la qualité).

Le certificat ISO 14001* d'Orange Slovaquie a été renouvelé avec succès en 2008.

Plusieurs filiales dont Orange Suisse, Mobistar ou Orange Slovaquie ont défini une nouvelle politique de voyages pour inciter les collaborateurs à réduire leurs déplacements ou à privilégier les modes de transport plus écologiques.

bon usage des services

Les filiales européennes ont poursuivi le programme engagé en 2007 pour mettre en œuvre l'ensemble des mesures recommandées par le cadre de référence européen sur un usage plus sûr du téléphone portable par les jeunes adolescents et les enfants, et engager les travaux nécessaires à la mise en œuvre des engagements de l'Alliance contre l'exploitation sexuelle des enfants lancée en 2008 dans le cadre de la GSMA (cf. p. 64-65). Parmi les initiatives marquantes, on relèvera celle d'Orange Slovaquie qui a reconduit en 2008 une étude sur l'utilisation du portable et d'internet par les enfants, et mené une vaste campagne de sensibilisation auprès des écoles et des familles (cf. p. 65). Orange Slovaquie a également mis en place un portail éducatif, www.oskole.sk, offrant des supports pédagogiques pour promouvoir un usage sûr des technologies de communication dans l'éducation. Par ailleurs, le déploiement de plans d'actions dans le domaine des ondes électromagnétiques (OEM*) se poursuit, dans le cadre d'une politique Groupe, avec l'appui du réseau des correspondants OEM* dans les filiales de la zone (cf. p. 74-75).

diversité

Des échanges ont été engagés avec les filiales EME pour leur présenter les enjeux de la diversité et les inviter à préparer des actions en adéquation avec leur contexte culturel et réglementaire local, en particulier dans le domaine de l'égalité professionnelle qui constitue une priorité du Groupe. Dans ce contexte, pour chacune de nos filiales, une ou plusieurs femmes exerçant des responsabilités managériales importantes ont été invitées à rejoindre le [European Professional Women's Network](#) (EPWN), une association destinée à promouvoir l'accession des femmes à des postes de direction au plus haut niveau ainsi qu'au sein des conseils d'administration.

Afrique, Moyen-Orient, Asie (AMEA)

L'année 2008 a été marquée par un renforcement des actions dans le domaine environnemental. Sur le plan social, des échanges ont été engagés pour décliner la politique diversité du Groupe en tenant compte du contexte local.

Les filiales ont également maintenu leur implication historique dans le domaine du mécénat, avec l'appui de la Fondation Orange.

accès pour tous

Pour démocratiser l'usage des technologies de l'information et de la communication, les filiales de la zone développent des offres tarifaires adaptées aux populations à faible revenus.

Ainsi, une première offre de recharge de compte clients Orange, « Transfert Pays », a été lancée en avril 2008 à Madagascar et au Sénégal. Ce dispositif devrait s'étendre dès 2009 à d'autres pays africains. En Côte d'Ivoire, le Groupe a lancé fin 2008, en partenariat avec BNP Paribas, le premier service de paiement et de transfert d'argent sécurisé par téléphone mobile en Afrique de l'Ouest. Baptisé Orange Money, ce service vise à compenser le faible taux de bancarisation en Côte d'Ivoire, facteur indispensable du développement économique et social du pays.

Mauritius Telecom a lancé en 2008 NetPC, une offre permettant à ceux qui ne peuvent acquérir un ordinateur de se connecter, à l'aide d'un simple écran, à un serveur centralisé offrant les logiciels Microsoft Office et un accès internet haut débit de 30 heures par mois pour un abonnement mensuel de moins de 12 €.

Sur le plan des infrastructures, le Groupe est engagé dans deux projets de construction de câbles sous-marins visant à désenclaver les pays de la zone :

- le projet LION offrira à Madagascar une connectivité internationale sécurisée et à moindre coût,
- le projet ACE (Africa Coast to Europe) porte sur la construction d'un câble sous-marin en fibre optique d'environ 12 000 kms qui permettra à plus de vingt pays de la côte ouest africaine de se connecter à internet.

solidarité

Des fondations Orange sont en place au Sénégal, au Mali, et en Côte d'Ivoire. Elles mènent des actions de mécénat local, souvent dans le cadre d'actions conjointes avec la Fondation Orange, avec un accent

particulier porté sur l'éducation.

Ainsi, la Fondation Orange Mali a signé le 2 juin 2008 un partenariat tripartite avec l'UNICEF et le Ministère malien de l'Education pour la construction de 114 salles de classes. Dans le cadre de ce partenariat, la Fondation Orange Mali financera 36 salles de classe, 12 bureaux-magasins pour un coût total de 368 500 000 FCFA (552 750 euros). Ces nouvelles classes permettront à quelque 8000 élèves d'avoir accès à l'éducation.

Au Niger, en partenariat avec l'ONG Aide et Action, la Fondation Orange et Orange Niger se sont investis dans le projet « filles à l'école ». Ce dernier vise à contribuer à la scolarisation de 1 500 élèves, dont 50% de filles, dans 15 écoles rurales de la région de Tillabéry, à l'ouest du pays.

En Guinée, dans le cadre de son action contre la déficience visuelle, la Fondation Orange, en synergie avec Orange Guinée, apporte son soutien à la campagne de l'ONG Helen Keller International pour distribuer de la vitamine A à 1,5 million d'enfants.

environnement

En 2008, les actions prioritaires des filiales AMEA ont porté sur l'efficacité énergétique, la gestion des déchets et les impacts visuels et sonores.

Le programme phare porte sur le déploiement de stations mobiles alimentées à 100% par l'énergie solaire (cf. p. 44). A fin 2008, 226 stations solaires sont en place à Madagascar, au Sénégal, au Niger et en Guinée. L'objectif est d'en installer 1 000 d'ici fin 2009.

Par ailleurs, afin d'accompagner la mise en place de systèmes de management de l'environnement dans les différentes filiales de la zone, un travail a été engagé avec l'appui de la direction environnement du Groupe pour fournir aux correspondants pays un guide méthodologique. Une démarche pilote est en cours d'expérimentation à Madagascar et sera déclinée ultérieurement dans les autres pays de la zone.

Parmi les autres actions marquantes de l'année, la Jordanie a mené une action de sensibilisation de ses collaborateurs aux gestes verts, en les invitant à participer à une journée de nettoyage des forêts dans le cadre de l'initiative internationale « Clean Up the World ». Intitulée « together we can save the environment program » (« ensemble nous pouvons sauver l'environnement »), cette opération a rassemblé 150 salariés volontaires sous l'impulsion du PDG de Jordan Telecom.

repères

La zone AMEA (Afrique, Moyen Orient et Asie) couvre 20 pays dans les activités du fixe, du mobile et de l'Internet.

Orange occupe une position de leader dans la plupart de ces pays.

- chiffre d'affaires 2008 : 5% du CA Groupe
- 13 995 collaborateurs (actifs fin de période)
- 20 millions de clients

Orange Business Services

Orange Business Services conçoit et propose des solutions de communication qui contribuent à relever le défi du développement durable tant pour ses clients entreprises que pour les collaborateurs du Groupe. En 2008, Orange Business Services s'est engagé dans un effort de structuration et d'organisation de sa démarche RSE en créant un réseau de six groupes de travail, piloté par la Directrice des Ressources Humaines. En fin d'année, les 6 groupes, « Clients et communication externe », « Produits et Services », « Environnement », « Ethique et diversité », « Déchets Electriques et Electroniques » et « Communication interne », ont dressé un bilan des actions réalisées et mis au point un tableau de bord de suivi par domaine, sur la base d'indicateurs clefs de performance.

éthique

En 2008, nous avons renforcé notre programme avec la création d'un comité Ethique et Fraude & Revenu Assurance et le déploiement de modules de formation ou de sensibilisation pour l'ensemble des managers et une partie des collaborateurs. Des posters sur l'engagement éthique de l'équipe de direction ont été affichés sur nos plus gros sites en France, et la charte de déontologie a été mise en ligne sur nos sites intranet.

solidarité

De mai à décembre 2008, nous avons recensé nos meilleures pratiques vis-à-vis de l'implication dans les communautés locales. A titre d'exemple, 150 de nos collaborateurs aux Etats-Unis se sont mobilisés après le passage de l'ouragan Katrina pour aider à la reconstruction d'une école. Au Brésil, nos salariés s'impliquent pour aider les enfants dans les orphelinats. En Inde, une équipe constituée de salariés volontaires participe activement aux côtés d'associations locales à de nombreuses initiatives telles que le don de sang et d'organes, la collecte de vêtements, la vente d'objets avec reversement des sommes à une ONG.

environnement

En 2008, nous avons mené une campagne de sensibilisation pour inciter nos collaborateurs à adopter des « gestes verts » très simples, notamment dans les domaines de l'énergie, du papier, des transports et des déchets.

En ce qui concerne la gestion des déchets, des réseaux de correspondants « déchets tertiaires » ont été créés en France et à l'international. Des réunions

organisées avec nos fournisseurs clés d'équipements électroniques en France ont permis la collecte et le traitement de près de 70% des DEEE* recyclables. Nous prévoyons de renforcer cette coopération en 2009 pour améliorer encore nos performances, notamment à l'international.

solutions « Green IT » pour nos clients

Pour aider nos clients à relever le défi du développement durable, nous développons toute une gamme de produits et services permettant de réduire les déplacements grâce au travail collaboratif, d'optimiser la gestion des flottes de véhicules à distance, de rationaliser les systèmes informatiques grâce à la virtualisation des serveurs et postes de travail, d'économiser des ressources en dématérialisant les échanges, ou encore de faciliter la vie des citoyens grâce à des solutions comme le Point Visio Public (cf. p. 53).

En 2008, nous avons mis au point « Orange CO₂ saving tool », un nouvel outil, disponible sur notre site internet www.orange-business.com et permettant à nos clients d'évaluer gratuitement les économies de CO₂ réalisables grâce à l'utilisation de la visioconférence ou du travail collaboratif à distance. Dans le cadre du déploiement de notre politique « Green IT », nous avons participé en 2008 à plusieurs événements internationaux tant en Europe (Allemagne, Espagne, Portugal, Roumanie et Royaume-Uni) que dans le reste du monde (New-York et Singapour). En France, la création à Paris d'une vitrine des solutions Orange Business Services, « Emagine-Demo Center », nous aide à partager nos offres les plus pertinentes en matière de développement durable.

diversité

Suite au succès rencontré lors de la semaine de la diversité aux Etats-Unis, nous travaillons au développement d'un programme diversité autour de cinq axes :

- l'égalité femmes-hommes
- l'organisation de réseaux pour promouvoir la diversité
- l'emploi des personnes handicapées
- les initiatives en faveur des salariés parents
- l'enrichissement interculturel

En 2008, 12 managers en France se sont engagés dans le cadre du Cercle Passeport Télécoms à parrainer de jeunes étudiants issus de quartiers sensibles pour les aider à réussir leurs études et leur intégration professionnelle. En outre, 5 femmes managers se sont portées volontaires pour participer, dans le cadre du projet « H/F management », à des actions de « shadowing » pour permettre à de jeunes étudiantes en filières scientifiques ou technologiques de découvrir leur quotidien professionnel. En ce qui concerne l'intégration des personnes handicapées, 3 événements ont été organisés en France pendant la « semaine de l'Hangagement » (cf. p. 71).

☞ **Pour en savoir plus** : consulter notre site www.orange-business.com

repères

Orange Business Services offre des solutions intégrées de communication (voix, données et mobiles) pour les entreprises de toute taille, partout dans le monde:

- chiffre d'affaires 2008 : 14% du CA Groupe
- 20 456 collaborateurs dans le monde
- 6 millions d'entreprises clientes dans le monde
- un réseau sans couture couvrant 220 pays et territoires