

France Télécom-Orange publie son Rapport responsabilité d'entreprise et développement durable 2008

France Télécom-Orange a publié son Rapport responsabilité d'entreprise et développement durable 2008, à la fois sur son site internet et dans une partie dédiée de son Rapport annuel. Ce rapport fournit des informations détaillées sur les principales réalisations du Groupe de ces dernières années en matière de développement durable qui permettent à Orange d'afficher une nouvelle ambition : être reconnu d'ici à 2012 comme le leader des sociétés de télécommunications en termes de responsabilité sociale d'entreprise.

Didier Lombard, Président-Directeur Général de France Télécom, a déclaré : « *Dans un environnement économique dégradé, avoir un comportement socialement responsable est plus que jamais au cœur de notre stratégie d'entreprise. La mise en œuvre de notre plan de marche en matière de responsabilité sociale est l'une de nos priorités pour 2009, dans toutes nos branches d'activité et partout où le Groupe est présent. Tous les membres du Comité de direction du Groupe sont impliqués directement dans cette démarche et apportent leur soutien en vue de favoriser une dynamique de croissance responsable* ».

Figurant parmi les 12 chantiers prioritaires du plan Orange 2012, la responsabilité sociale d'entreprise sera mise en œuvre selon trois axes majeurs : Inclure, Préserver et Être attentif.

Inclure : favoriser l'accès aux services de communication au plus grand nombre en luttant contre les facteurs d'exclusion géographiques (régions isolées), économiques (populations à revenus modestes) et physiques (personnes âgées ou handicapées) et en menant des actions en faveur de la communication sous toutes ses formes au travers de la Fondation Orange. Afin de favoriser l'accès aux services de communication au plus grand nombre, Orange s'est notamment investi pour :

- développer des offres spécifiques adaptées aux besoins des personnes âgées,
- rendre les communications mobiles accessibles aux communautés à faibles revenus, notamment dans les pays émergents, sous forme d'offres tarifaires ou de services spécifiques,
- fournir aux internautes handicapés un accès facilité à l'ensemble des sites internet du Groupe, partout en Europe. Fin 2008, les sites web conçus par Orange étaient à 75 % conformes aux recommandations du label AA qui est la norme actuelle de référence en matière d'accessibilité des sites Web.

Préserver : réduire l'impact du Groupe sur l'environnement tout en proposant aux consommateurs des produits et des services innovants leur permettant de jouer un rôle actif dans la protection de la planète. En termes de protection de l'environnement, l'objectif prioritaire du Groupe est de réduire de 20 % ses émissions de CO₂ entre 2006 et 2012, partout où il est présent. Afin d'atteindre cet objectif, plusieurs programmes ont été lancés, dont :

- le développement rapide en Afrique de stations de base pour mobiles à énergie solaire qui non seulement permettent de réduire les besoins en combustibles fossiles pour faire fonctionner les générateurs mais permettent aussi d'améliorer les conditions de vie des populations isolées grâce au partage du surplus d'énergie produite,
- l'«affichage écologique» des téléphones mobiles et fixes vendus par Orange en France, de façon à mieux sensibiliser les clients par rapport à l'impact environnemental des produits qu'ils achètent,
- La mise en œuvre d'un système de gestion environnemental répondant à la norme ISO 14001, reconnue internationalement. Fin 2008, 14 pays (représentant 83 % du chiffre d'affaires du Groupe) avaient déjà introduit ce système.



Être attentif : s'assurer que les services du Groupe sont délivrés et utilisés de manière responsable et qu'ils contribuent à améliorer la qualité de vie des personnes. Afin de protéger ses clients, ses employés et ses parties prenantes, Orange a introduit un certain nombre de mesures, comme par exemple :

- des solutions conçues pour protéger les enfants et les jeunes adolescents contre les dérives d'un mauvais usage d'Internet et de la téléphonie mobile, via l'intégration de dispositifs de filtrage de contenus et de systèmes de contrôle parental. Le Groupe participe également à différents programmes de sensibilisation dans les écoles.
- l'engagement pris par le Groupe d'informer et de répondre aux interrogations des différentes parties prenantes sur la question de l'impact des champs magnétiques sur la santé,
- un dispositif complet de mesures pour accompagner ses collaborateurs dans la transformation du Groupe dans un contexte de mutation rapide du secteur des télécommunications. Pour Orange, la réussite de l'entreprise repose avant tout sur les compétences, l'implication et la faculté d'adaptation de ses collaborateurs. Le Groupe s'engage à agir en permanence comme un employeur responsable.

Ce rapport qui est conforme à la norme AA1000APS¹ (2008) et aux recommandations GRI-G3², a été audité par un de nos commissaires aux comptes. Ces derniers ont accordé un niveau d'assurance raisonnable aux éléments relatifs à l'approche du Groupe en matière de responsabilité sociale d'entreprise, et ont confirmé la note B+ selon GRI G3.

Le rapport est disponible en ligne à l'adresse suivante :

http://www.orange.com/fr_FR/responsabilite/rapport_rse.jsp

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 123 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2008, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros. Il comptait plus de 182 millions de clients dans 30 pays à fin 2008, dont 122 millions de clients du mobile et 13 millions de clients ADSL en Europe. Orange est le troisième opérateur mobile et le premier fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un éco-système en pleine mutation.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations : www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

Contact presse : +33 1 44 44 93 93

Sébastien Audra – sebastien.audra@orange-ftgroup.com

¹ AA1000 : série de normes lancées en 1999, conçues pour améliorer la responsabilité et la performance globale des organisations et faciliter des enjeux de développement durable en favorisant l'engagement des parties prenantes.

² GRI : le Global Reporting Initiative est un cadre de reporting reconnu en matière de responsabilité sociale d'entreprise