



Orange veut inciter les jeunes filles à faire des études scientifiques et à rejoindre le secteur des télécoms

Orange a signé, le 3 mars 2009 à Bruxelles, le Code des Bonnes Pratiques pour inciter les femmes scientifiques à faire carrière dans le secteur des technologies de l'information et des communications ("European Code of Best Practices for Women and ICT").

Elaboré sous l'égide de l'Union Européenne avec le concours de cinq entreprises du secteur des nouvelles technologies, ce Code a pour objet :

- de réagir au déficit global d'ingénieurs en Europe en incitant les femmes à faire des études scientifiques et à entamer des carrières d'ingénieur
- d'augmenter le taux de féminisation des filières techniques

Pour atteindre ces objectifs, les entreprises signataires du Code souhaitent valoriser des initiatives efficaces auprès de l'ensemble des entreprises européennes. Ces initiatives concernent toutes les étapes d'un parcours professionnel en commençant dès l'orientation à l'école.

Généraliser les bonnes pratiques d'Orange à l'ensemble du Groupe en Europe

En signant ce Code, Orange franchit une nouvelle étape dans sa politique en faveur de l'égalité professionnelle femmes/hommes mise en œuvre depuis plusieurs années, dont l'un des axes est de favoriser la féminisation des filières scientifiques et techniques.

Orange souhaite ainsi faire adopter le plus largement possible ses bonnes pratiques au sein du Groupe, en tenant compte des contextes particuliers de chacun des pays. Ainsi, par exemple, le Groupe proposera à l'ensemble de ses pays l'adoption d'une règle appliquée par Orange Espagne qui consiste à garder toute procédure de recrutement ouverte tant qu'une femme ne s'est pas portée candidate.

Par ailleurs, Orange s'engage à développer au niveau européen un programme de « shadowing » déjà développé par Orange en France, dont le principe est simple : une collègienne suit une femme ingénieur durant une journée de travail en entreprise afin de se projeter dans une carrière scientifique. L'un des objectifs à court terme des actions de « shadowing » est de « casser » les idées reçues sur l'image que se font les jeunes femmes du secteur technologique et de ses métiers, incitant par là les collégiennes à suivre des études scientifiques.

Parmi ses initiatives, le Groupe a lancé une étude avec l'École du Management de Lyon afin d'identifier les facteurs clé de succès d'une femme ingénieur dans l'entreprise.

Ces actions visent à favoriser les recrutements de femmes chez Orange et à permettre ainsi plus de mixité. Des progrès peuvent encore être faits : en effet, les femmes représentent 37% des salariés de France Télécom-Orange en France et le Groupe compte 20 % de cadres dirigeants féminins dans le monde. Elles représentent 11% des personnels des métiers du réseau, 22% des métiers de l'informatique et 25% des métiers de l'innovation.





Par ailleurs, Orange s'engage pour le développement des carrières féminines

- **Orange s'engage pour le développement des carrières des femmes : le Women's Forum et SciTechGirls**
Orange est partenaire du Women's Forum for the Economy and Society depuis sa création en 2005 et de « SciTechGirls », un programme créé en 2007, destiné à inciter les jeunes filles à poursuivre des études et carrières scientifiques ou d'ingénieurs. Par ailleurs, pour assurer la promotion des filières scientifiques auprès des femmes, Orange participe à de nombreux forums pour présenter ses métiers et ses besoins en compétences, dans le cadre de sa politique de Relations Écoles. Une attention particulière est portée au taux de féminisation des embauches par rapport au taux de féminisation des candidat(e)s reçu(e)s en entretien pour un poste donné.
- **Dans les pays émergents, la Fondation Orange s'engage pour l'éducation des filles**
Plus de 70 millions de filles dans le monde sont privées du droit à l'éducation. La Fondation Orange a signé un partenariat avec l'UNICEF, et mène, en collaboration avec les filiales du Groupe et des associations locales, d'importants programmes de soutien à la scolarisation des filles notamment au Sénégal, Mali, Côte d'Ivoire, Madagascar et Jordanie.
Au total, ce sont près de 20 000 enfants soutenus dans le monde par la Fondation Orange.

Plus généralement, parce qu'Orange est fermement convaincu que la mixité, dans toutes les fonctions et à tous les niveaux de l'entreprise, est un gage de succès pour sa performance économique, le Groupe met en oeuvre depuis plusieurs années une politique d'égalité professionnelle et vise à être exemplaire dans ce domaine dans tout ses métiers.

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 : 01 44 44 93 93

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

