



Dossier de presse

Orange s'engage pour la protection de l'environnement



photo : P. Messina

Contact presse

Marie-Françoise Sacre : 01 55 22 19 28 - mariefrancoise.sacre@orange-ftgroup.com

Sébastien Audra : 01 44 44 93 93 - sebastien.audra@orange-ftgroup.com

Sommaire

Avant-propos	3
1. Les technologies de l'information et de la communication, des solutions efficaces pour économiser des déplacements	4
2. Des opérations de sensibilisation auprès du public	5
2.1. La facture électronique : une action de dématérialisation des échanges	
2.2. Collecte et recyclage des produits en fin de vie	
2.3. Vers des une éco-conception des produits et une sensibilisation des consommateurs	
2.4. Une politique d'achats de contenus engagée	
2.5. Sensibilisation des salariés	
3. La gestion des impacts environnementaux des activités de l'entreprise	9
3.1. Maîtriser les consommations d'énergie et réduire les émissions de CO ₂	
3.2. Préserver les paysages	
3.3. Recycler les déchets	
3.4. Contribuer au respect de la biodiversité	
3.5. Système de management environnemental	

Avant-propos

Orange s'associe à WWF-France un partenaire reconnu, pour un engagement accru

En s'associant au WWF-France pour un partenariat d'envergure, Orange élargit une coopération initiée en 2005 et fondée sur le développement de la facture électronique. Orange entend ainsi approfondir sa démarche globale, mieux la faire connaître et y associer ses clients.

Axes prioritaires du partenariat WWF-France et Orange

- développer les actions visant à limiter les émissions de gaz à effet de serre :
 - liées aux activités et sites de l'entreprise (consommation d'électricité, transports, etc.),
 - liées aux produits et services, notamment en promouvant la dématérialisation.
- améliorer la qualité environnementale des agences France Télécom / Orange
- évaluer la performance environnementale des produits et en informer les clients
- communiquer vers les clients en les sensibilisant aux problématiques environnementales
- réduire les consommations de papier (en externe et en interne)
- promouvoir la collecte et le recyclage des terminaux téléphoniques
- sensibiliser les salariés aux enjeux environnementaux et aux solutions permettant de réduire leur empreinte écologique, notamment lors de grands événements internes et externes (Journée de l'environnement, Semaine du développement durable, Semaine de la mobilité, etc.)
- optimiser le tri des déchets de bureau

Environnement et développement durable

Orange en France, un acteur engagé depuis 1996

Initiée dès 1996 avec la signature de la Charte environnementale de l'ETNO (European Telecommunications Network Operators Association), la responsabilité d'entreprise d'Orange en matière d'environnement se décline autour de trois axes :

- développer et mettre au service de la société (entreprises, collectivités, particuliers) des produits et services innovants, et des réseaux haut et très débit qui, en favorisant la dématérialisation les échanges, sont une alternative aux déplacements
- sensibiliser le public par diverses actions parmi lesquelles le choix de la facture électronique, la collecte pour le recyclage des équipements en fin de vie
- agir en entreprise exemplaire en réduisant ses propres impacts environnementaux par une démarche d'amélioration continue de ses performances.

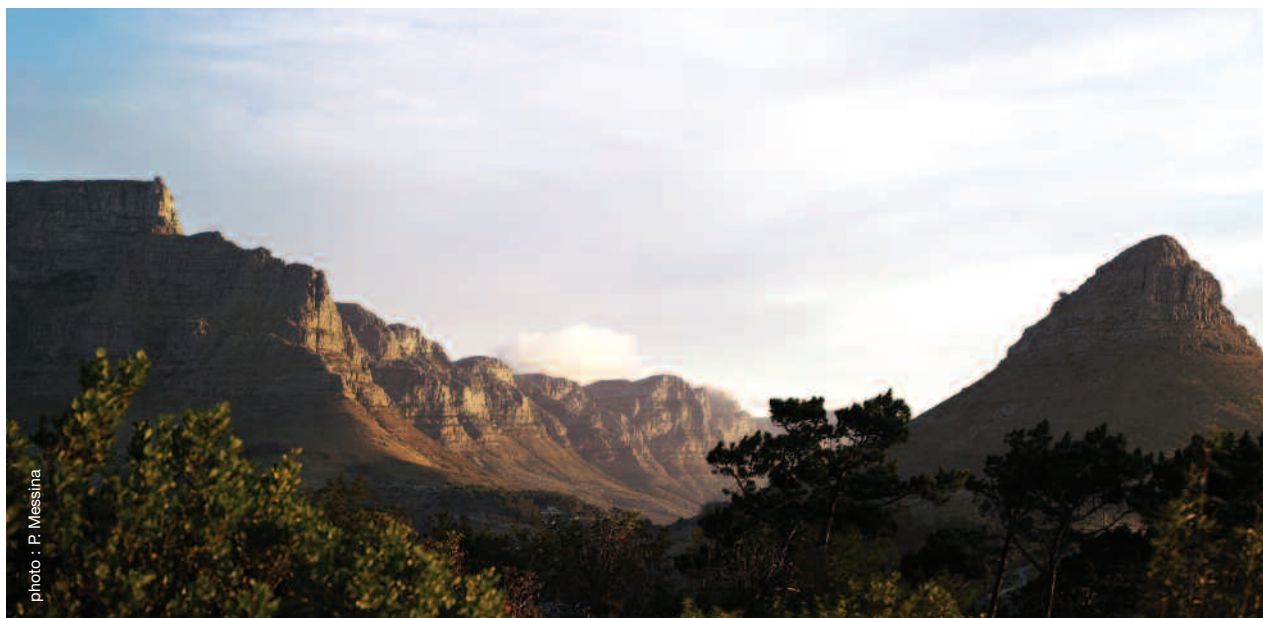
1. Les technologies de l'information et de la communication, des solutions efficaces pour économiser des déplacements

Les technologies de la communication permettent les échanges en évitant les déplacements, ou l'utilisation et l'envoi de papier. Elles permettent de rationaliser les flux de marchandises en optimisant les parcours.

En dématérialisant les échanges, elles représentent un atout pour limiter les impacts sur l'environnement.

Ce que propose Orange

- plus de 98% de la population en France bénéficie du haut débit, un équipement qui facilite les échanges à distance
- des zones d'activité équipées en très haut débit, facteur de développement local grâce à des infrastructures performantes dans des lieux de vie ruraux
- e-administration : les points Visio public soutiennent le maintien des personnes dans des zones isolées
- diminution des consommations de matières premières – papier – et d'énergie avec la facturation électronique
- accompagnement de la mobilité pour la fluidifier : systèmes GPS embarqués, mobiles « sans contact » avec informations sur les transports (NFC : Near Field Communication)
- e-learning : permet aux personnes de s'instruire et se former à distance, sans utiliser les transports
- les visio-conférences et réunions par téléphone permettent la diminution des consommations d'énergie en se substituant à des transports physiques.



2. Des opérations de sensibilisation auprès du public

Avec plus de 170 millions de clients dans le monde, dont 24 millions de clients mobile et plus de 7 millions de clients internet haut débit en France, Orange se doit d'informer et de sensibiliser ses différents publics aux gestes et usages utiles à l'environnement.

2.1. La facture électronique : une action de dématérialisation des échanges

La facturation électronique permet de diminuer l'empreinte écologique du Groupe. Elle réduit les consommations de papier, et donc de bois et d'eau, tout en évitant les émissions liées au transport du courrier.

En France, le partenariat avec le WWF sur la facturation électronique est initié depuis 2005.

Fin 2007, en France, plus d'1,5 million de clients du mobile et 820 000 clients du fixe ont opté pour la facturation électronique. Cela correspond à plus de 20,5 millions de factures électroniques, soit 380 tonnes de papier économisées.

2.2. Collecte et recyclage des produits en fin de vie

Collecte....

En collectant dans les agences Orange et les Mobistore les équipements obsolètes auprès de nos clients, notre approche répond à un double objectif :

- parvenir au meilleur équilibre entre la gestion de l'environnement et la maîtrise des coûts,
- rechercher à prolonger le cycle de vie des produits, chaque fois que cela est possible et dans le respect de la réglementation.

... et recyclage

Orange dépasse ses obligations réglementaires dans la mesure où chacun peut rapporter un produit à recycler (terminaux, piles, batteries) dans l'ensemble des boutiques Orange, qu'il y ait ou non acte d'achat.

Le partenariat WWF-France et Orange marque la volonté de mieux sensibiliser les clients au recyclage par une campagne d'information soutenue.

Les mobiles encore utilisables sont remis en état et revendus dans les pays émergents à des tarifs avantageux. Les gains issus de cette opération sont reversés à des ONG (dont l'Unicef et le WWF). Les mobiles irréparables sont démantelés et leurs composants sont recyclés. Grâce aux efforts de conception et aux progrès technologiques, 90% des composants des mobiles sont aujourd'hui recyclables.

Près de 200 000 mobiles ont été recyclés en 2007. Au total, 1 700 tonnes d'équipements rapportées dans les points de vente par les clients ont été traitées en 2007.

2.3. Vers une éco-conception des produits et une sensibilisation des consommateurs

Le Groupe a lancé en 2006 un projet d'éco-conception des produits, en partenariat avec les fournisseurs. Il vise à fournir aux clients des informations détaillées sur l'impact environnemental des produits distribués.

Un travail en commun avec les constructeurs permettra à terme d'appliquer les méthodes d'éco-conception pour minimiser la consommation d'énergie, des matériaux utilisés et augmenter la recyclabilité des produits. Les nouvelles générations de livebox ont déjà bénéficié d'une telle approche. Par ailleurs, un groupe de travail sur les emballages réunissant toutes les parties prenantes a été constitué et produira ses premiers travaux en 2008.

Le partenariat WWF-France et Orange permettra de s'appuyer sur l'expertise du WWF. Une commission d'experts évaluera la performance des produits sur différents critères pertinents comme la consommation d'énergie et les contraintes d'emballage. Avec cette évaluation, et dans un souci de transparence, Orange fournira à ses clients des informations détaillées sur l'empreinte écologique de ses produits et les accompagnera ainsi dans leurs choix.

2.4. Une politique d'achats de contenus engagée

Partenaire de « Un jour sur Terre »

Orange est partenaire du film « Un jour sur Terre », documentaire sur les dangers qui menacent la planète, réalisé par Alastair Fothergill (qui avait signé « La Planète bleue » en 2003) et sorti en salles le 10 octobre 2007. Dès le 20 septembre, Orange a proposé des images exclusives du film, gratuitement, sur le service « 24/24 Vidéo » internet et TV d'Orange. Par ailleurs, Orange a diffusé en exclusivité sur le même service, entre le 10 octobre et le 10 décembre 2007, les 10 épisodes de la série « Planète Terre ».

Filmographie thématique environnement sur les services Orange

Programmation dite « verte » disponible sur 24/24 Vidéo, le service de vidéo à la demande d'Orange accessible sur orange.fr et sur la TV d'Orange : « L'Odyssée Sibérienne », « Planète en Danger », « Vu du Ciel », « Du sucre et du Miel dans nos Moteurs », « Cap sur la Terre » et, à partir du 29 mai, « Un Jour sur Terre », film Gaumont dont Orange a été partenaire lors de sa sortie en salle.

Le portail orange.fr acteur du Grenelle de l'environnement

A l'occasion du Grenelle de l'environnement, le portail orange.fr a permis aux internautes de participer aux débats en relayant systématiquement l'actualité du Grenelle via :

- des « chats » avec des personnalités politiques impliquées dans le Grenelle de l'environnement, dont Jean-Louis Borloo le mercredi 10 octobre,
- un lien vers www.noe.org, site de « l'écologie participative » soutenu par le ministère de l'Ecologie, où les internautes ont proposé des idées sur chacun des thèmes du Grenelle, et ont voté pour les idées des autres.

2.5 Sensibilisation des salariés

« Avril en Vert », action de communication interne

Au printemps prochain, Orange lance une nouvelle campagne de communication interne intitulée « Avril en Vert » dans près de 200 sites en France. L'objectif de cette opération est de promouvoir les gestes écologiques auprès de plus de 80 000 salariés : économies de papier et d'énergie, tri sélectif des déchets (papier, piles, toners d'imprimante...), incitation à utiliser les outils collaboratifs existants (visioconférences...) pour limiter les déplacements.

Ces derniers seront par ailleurs invités à déposer des idées novatrices en matière d'environnement au travers d'un challenge organisé dans le cadre du dispositif d'innovation salariale.

Prenons soin du futur : les collaborateurs d'Orange élisent leurs initiatives locales préférées en matière de responsabilité d'entreprise

En 2007, Orange a organisé un concours interne multi-pays, baptisé « Prenons soin du futur », ayant pour but de faire connaître à l'ensemble des collaborateurs les différentes initiatives de responsabilité d'entreprise menées, de partager les meilleures pratiques entre pays et d'affirmer les engagements du Groupe dans le développement durable.

Cette opération est également une illustration de la nouvelle culture du Groupe portée par la marque Orange et ses valeurs. Elle fait partie des rites, une nouvelle manière de communiquer en interne, destinés à créer des expériences communes pour tous les collaborateurs du Groupe à travers le monde.

Ce concours, auquel ont participé 12 000 salariés de 16 pays, s'est déroulé en deux temps : une phase locale où des comités pays ont soumis au vote des collaborateurs 139 projets de responsabilité d'entreprise dans cinq catégories, et une phase groupe, où un jury a choisi parmi les 49 projets élus localement, les lauréats groupe 2007.

Les projets étaient répartis en cinq catégories représentant les différentes parties prenantes du groupe : clients (simplifier la vie du client et lui apporter des garanties), salariés (être acteur de son évolution : l'égalité des chances, l'incitation au recrutement et l'insertion de travailleurs handicapés, le transfert de savoir-faire, par exemple), environnement (protéger le cadre de vie : réduction des émissions de CO₂, optimisation de la consommation d'énergie, par exemple), société (accompagner la nécessaire évolution de la société de l'information : solutions pour la santé, l'éducation, le handicap, réduire la fracture numérique par exemple) et fournisseurs (intégration de clauses éthiques et développement durable dans les contrats locaux, démarche éthique des équipes achats et dans les relations avec les fournisseurs, par exemple).

Les initiatives récompensées

Catégorie Société

Le projet Action Handicap Orange, Cameroun

Handicap'O est un projet d'aide à l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées moteurs. Orange leur donne accès à un outil de travail pour leur permettre d'exercer l'activité de « Callboxeur » (cabine téléphonique portable) ou un matériel roulant permettant d'assurer leur mobilité. Depuis son lancement en novembre 2005, 159 personnes ont pu bénéficier de ce programme. Certaines ont pu donner une nouvelle orientation à leur vie, et même reprendre des études supérieures grâce à cette nouvelle activité.

Mention spéciale catégorie société : le projet Hostonautes (Opérations France)

Le projet Hostonautes est un dispositif permettant aux enfants hospitalisés de garder un lien avec l'extérieur grâce à l'internet haut débit (visiophonie, partage de contenus avec les enseignants...). Ils peuvent ainsi rompre leur isolement, développer leur créativité et assurer la continuité de leur scolarité pendant leur hospitalisation. Ce parrainage a été initié par France Télécom il y a plus de 4 ans et 7 établissements hospitaliers sont équipés à ce jour.

Catégorie Clients

Les réseaux Botika, un nouveau concept d'espaces de vente, Madagascar

Le réseau Botika, progressivement déployé depuis juin 2005, est un concept d'espace de distribution indirecte des services mobiles à Madagascar. Ces boutiques aux couleurs d'Orange, reconnaissables et accessibles facilement, sont des endroits qui privilégient simplicité et convivialité. Elles permettent de désenclaver et desservir les zones et régions rurales les plus éloignées pour contribuer au développement économique rapide de Madagascar, tout en mettant en oeuvre la stratégie client.

Aujourd'hui, il existe 55 botikas opérationnelles avec des résultats très prometteurs : le nombre d'abonnés a doublé en 2006 et ce concept s'exporte aujourd'hui dans d'autres pays de la zone Afrique, Moyen-Orient et Asie.

Mention spéciale catégorie Clients « Logo a child friendly world », Pologne

Depuis 2005, TP propose un package e-security 3^e génération intégrant anti-virus, firewall, filtre anti-spams et anti-espions ainsi que l'option de contrôle parental pour protéger les enfants des contenus potentiellement dangereux d'Internet.

Déjà plus de 3 millions de jeunes Polonais peuvent surfer en sécurité grâce à ce package qui équipe déjà de nombreuses écoles. Ce projet a reçu le premier prix de la 4^e édition du concours « Child Friendly World ».

Catégorie Fournisseurs

Cartographier les filières de traitement des produits en fin de vie, direction des achats

L'objectif de ce projet est de s'assurer que les activités de collecte, transport et traitement de produits en fin de vie, confiés à des prestataires, respectent la législation. Le projet a consisté à réunir et évaluer l'ensemble des documents attestant que les prestataires sont habilités à procéder aux différentes opérations, depuis la collecte jusqu'à l'élimination des déchets.

Depuis juin 2006, une cartographie des filières de déchets en France est mise à disposition de façon centralisée sur le site « supplier performance » (site intranet), en permanence actualisé. Ce dispositif devrait être prochainement déployé dans d'autres pays où le Groupe opère.

Catégorie Environnement

Orange respecte les sites historiques, Pologne

Ce projet est parti d'un constat : les églises et leurs clochers sont souvent le point le plus élevé et donc le plus indiqué pour installer un relais de téléphonie mobile. Mais ces installations ne devaient pas défigurer les sites choisis, souvent des sites historiques. Ce projet a permis de trouver des solutions pour profiter de l'architecture existante et trouver des astuces pour intégrer au mieux les antennes. Le résultat est bluffant. Aujourd'hui, ces installations techniques permettent d'assurer une qualité de réseau aux clients d'Orange, tout en préservant les monuments historiques et en répondant aux attentes des habitants soucieux de l'esthétique de leur environnement.

Mention spéciale catégorie Environnement : projet « Mobile Back », Sénégal

Au Sénégal, une opération de collecte de mobiles usagés est actuellement à l'étude par Orange (ex. Sonatel mobile). Ce projet consiste à sensibiliser les clients aux impacts environnementaux des téléphones mobiles en fin d'usage et à développer une activité locale de réparation et de reconditionnement de mobiles en partenariat avec une ONG notamment.

Catégorie Salariés

Talent sharing, Guinée Equatoriale et Opérations France

Du 4 octobre au 21 décembre 2006, dans le cadre du programme Talent Sharing, 4 vendeurs de Guinée Equatoriale sont venus travailler en France pendant 3 mois dans 2 agences grand public d'Ile-de-France. Cet échange leur a permis d'exercer leur métier dans un autre contexte et de développer leurs compétences, avec la possibilité pour eux, à leur retour, de poursuivre le transfert de connaissances auprès de leurs collaborateurs, mais également de partager leur sens du service client avec leurs collègues français.

Le prix de la fondation

« Education and health programs », Roumanie

Orange a développé un partenariat avec l'association « light into Europe fondation » pour créer un programme national pour aider les enfants malvoyants et malentendants à mieux s'intégrer. Les collaborateurs d'Orange se sont largement impliqués dans plusieurs projets de l'association, en proposant notamment des sorties culturelles aux enfants, en décorant une école accueillant ces enfants et en se formant au langage des signes pour une meilleure communication avec eux.

Cette belle initiative a convaincu le jury de créer un prix spécial, en cette année anniversaire des 20 ans de la fondation du groupe.

Le prix NExT

« Business together au service des salariés »

Business Together by Orange est une solution « tout en un » de travail collaboratif et de communication unifiée à distance. Elle a été mise à disposition d'utilisateurs internes, pour faciliter le travail des équipes projet en interne.

C'est une solution qui permet notamment de réduire les impacts environnementaux du groupe car, en favorisant les échanges à distance, elle réduit les déplacements et donc les émissions de CO₂. Elle permet également de réduire les coûts de fonctionnement par exemple en utilisant un webphone au lieu du mobile lors de déplacements à l'étranger.

Et enfin le **Prix spécial du jury** a été décerné à la Slovaquie pour l'ensemble de ses initiatives proposées dans le concours « Caring for the future ».

3. La gestion des impacts environnementaux des activités de l'entreprise

Même si, au regard d'autres secteurs, les activités d'Orange ont un impact limité sur l'environnement, Orange s'attache, en tant qu'entreprise responsable, à adopter une conduite exemplaire en préservant les paysages et la faune, en maîtrisant les consommations d'énergies et de ressources naturelles ou encore en recyclant les produits. Ceci se fait dans le cadre d'un Système de management environnemental (SME).

3.1. Maîtriser les consommations d'énergie et réduire les émissions de CO₂

Dans le réseau

Un groupe de travail « énergie réseau » identifie les meilleures pratiques de performance énergétique mises en œuvre et expérimente de nouvelles pistes prometteuses :

- la réduction des consommations d'énergie pour la climatisation
 - la réduction de la climatisation
 - la ventilation optimisée ; cette solution brevetée par le Groupe permet de tirer parti de la fraîcheur nocturne et de l'inertie thermique pour la climatisation du bâtiment. Elle évite ainsi l'utilisation d'un système de production de froid et les émissions de gaz réfrigérants associées, et réduit la consommation énergétique d'un facteur 6 à 7 par rapport à une climatisation classique. A la fin de l'année 2007, 400 installations en France bénéficiaient d'une ventilation optimisée
- l'optimisation de la consommation énergétique des centres de données est en cours. Elle vise à :
 - réduire les consommations des équipements en collaboration avec les constructeurs
 - réduire l'usage de la climatisation
 - diminuer les équipements nécessaires à un service donné en «virtualisant» les serveurs (partage du même équipement pour plusieurs services).
- le recours aux énergies renouvelables est envisagé sur des sites pilotes :
 - parmi eux, un site mobile est alimenté en énergie solaire au sommet de l'Alpe d'Huez
 - d'autres projets expérimentent l'énergie éolienne ou la pile à combustible.

Dans les bâtiments

- Un audit a été réalisé pour optimiser la consommation des chaudières et remplacer celles fonctionnant au fuel par des chaudières au gaz. Ceci permet de limiter le risque de pollution aux hydrocarbures des sols et sous-sols et de réduire les émissions de gaz à effet de serre.
- Dans le cadre des travaux de rénovation de bâtiments, les luminaires sont remplacés par des équipements basse consommation et des détecteurs de présence sont installés dans les parties communes.
- Par ailleurs, les nouveaux bâtiments du Groupe sont de type HQE (Haute qualité environnementale) chaque fois que cela est possible.

- À Orange Village près de Paris, siège d'Orange en France, les aspects énergétiques ont été pris en compte dès la conception des bâtiments :
 - des « certificats verts » ont été acquis pour sa consommation en électricité dans le but de financer des moyens de production « propres » et donc renouvelables
 - l'ensemble du site est équipé de dispositifs favorisant les économies d'énergie : luminaires basse consommation, détecteurs de présence, généralisation des écrans plats, signalétique spécifique « j'éteins » au dessus des interrupteurs
 - des campagnes de sensibilisation auprès du personnel ont été menées pour inciter aux gestes verts, en particulier réduire les consommations d'énergie.

Un parc de véhicules moins polluant et une contribution active aux Plan de Déplacement Entreprises

- La flotte de véhicules a été renouvelée au profit de véhicules moins polluants

Elle est composée de 35 000 véhicules en France et privilégie ceux qui émettent le moins de CO₂.

Le renouvellement du parc a été accéléré en 2006, avec l'intégration de 7 000 véhicules. Plus de la moitié d'entre eux présente un taux d'émission inférieur ou égal à 130 g CO₂/km, soit une diminution des émissions de CO₂ de 3 000 tonnes.

Un catalogue « green fleet » a été mis en place au niveau du Groupe, dans lequel sont proposées notamment la Toyota Prius, la Ford Focus Flexifuel ou la Volvo Flexifuel.

Des tests de véhicules GNV (gaz naturel pour véhicule) sont actuellement en cours dans plusieurs grandes villes en France (Bourges, Montpellier, Valbonne et Valenciennes). En parallèle, des études sont menées avec les constructeurs PSA et Renault pour intégrer au catalogue du Groupe leurs futurs véhicules hybrides (diesel/électriques). Enfin, des tests de véhicules électriques (Cleanova – Heuliez-Dassaults) sont en cours dans des unités techniques en Ile-de-France.

- Un Plan de Déplacement Entreprises déployé en région

Abordant de manière globale les déplacements liés à l'activité de l'entreprise, le PDE s'articule autour de trois objectifs favorables aux salariés, à l'environnement et à l'entreprise. Il réunit les trois composantes, sociale, économique et environnementale, d'une politique de développement durable.

Il agit sur :

- l'amélioration des conditions de transports des salariés,
- la rationalisation des coûts liés aux véhicules (parkings, frais d'entretien et de fonctionnement des véhicules)
- la protection de l'environnement (réduction des émissions de gaz à effet de serre). Une dizaine de régions ont mis en place un PDE⁽¹⁾.

Pour inciter les salariés d'Orange Village à utiliser les transports en commun ou partager des véhicules individuels, sont disponibles sur l'intranet et des écrans positionnés près des lieux de passage :

- un logiciel de covoiturage « Otomobile »
- l'infotrafic, affichant les horaires des transports en commun à proximité du site, et état du trafic routier.

(1) Bordeaux, Clermont Ferrand, Grenoble, Lyon, Montpellier, Marseille, Arcueil. A l'étude : Nantes, Rennes, Lille, Orléans, Toulouse.

3.2. Préserver les paysages

Pour préserver nos paysages, Orange veille à intégrer les antennes relais, les poteaux ou les lignes aériennes. Enfoui ou déguisé, le mobilier urbain de téléphonie se fond dans le paysage...

Les antennes relais bien intégrées...

Depuis une dizaine d'années, Orange fait appel aux architectes paysagistes pour qu'ils rendent nos antennes relais les plus discrètes possibles. Sur les immeubles, elles peuvent se déguiser en cheminées, en arbustes ou en clochetons. En zone urbaine, elles s'intègrent au style du bâtiment ; en pleine nature, telles des caméléons, elles prennent la forme et la couleur du paysage environnant.

■ « Portrait d'antennes », un challenge pour l'intégration des antennes dans le paysage

Lancé en 2005, auprès des Unités de Production Réseau, ce challenge interne récompense la créativité dans leur réflexion sur les meilleures solutions d'intégration paysagère.

Via l'intranet, près de 20 000 votes ont été recensés pour les meilleures réalisations en regard des engagements environnementaux d'Orange.

■ « Le guide des bonnes pratiques »

Sous l'égide de l'AFOM, les 3 opérateurs de téléphonie mobile ont mis en place une politique commune d'harmonisation de leurs pratiques d'intégration paysagère. « Le guide des bonnes pratiques » est diffusé auprès des maires et des collectivités.

... et des réseaux bien enfouis

Pour plus d'efficacité, des partenariats sont mis en place. L'Association des maires de France (AMF) et la Fédération nationale des collectivités concédantes et régies (FNCCR) travaillent ensemble. Ils ont élaboré un dispositif pour coordonner les travaux d'enfouissement des réseaux d'électricité et de communication électronique.

En 2007, le budget alloué à l'enfouissement des réseaux fixes s'est élevé à 30 millions d'euros pour 2078 km de câbles.



3.3. Recycler les déchets

Près d'une quarantaine de types de déchets générés par les activités d'Orange ont été recensés, soit 30 000 tonnes en 2007. Les « filières » de déchets considérées comme prioritaires en raison de l'importance des flux et de leur composition sont les câbles, les poteaux en bois, les piles et les accumulateurs, les parafoudres, les batteries de plus de 3 kg, mais aussi les déchets de type cartouches, papiers et autres produits recyclables à usage commun.

La Direction de la Qualité Fournisseurs supervise les filières déchets et anticipe la réglementation européenne.

3.4. Contribuer au respect de la biodiversité

Orange dispose en France d'un parc de 15 millions de poteaux dont 12 millions en bois et 3 millions de poteaux métalliques. Les équipes réseaux installent depuis des années des obturateurs au sommet de ces derniers, afin d'éviter que certaines espèces d'oiseaux ne viennent se nicher dans ces creux et se retrouvent piégés. Ainsi, depuis 2005, environ 450 000 poteaux métalliques ont été obturés de cette façon. Pour 2007, ce sont 180 000 poteaux qui ont été obturés pour un budget spécifique de plus de 300 000 euros.

Les priorités d'intervention sont définies en coordination avec la Ligue pour la protection des oiseaux (LPO). Huit conventions ont été signées à ce jour : Aquitaine, Alsace, Auvergne, Bretagne, Lorraine, Midi-Pyrénées, Nord-Pas-de-Calais, Pays de Loire. D'autres seront prochainement signées.

3.5. Système de management environnemental

Le SME, en cours de déploiement depuis 2003, permet de gérer de façon pérenne et dans une logique d'amélioration continue, l'ensemble des impacts environnementaux sur toutes les activités de l'entreprise : le déploiement et l'exploitation du réseau, la gestion de la relation client et les activités tertiaires.

Ce cadre de référence aide à mieux gérer les responsabilités, à prévenir les accidents environnementaux, à garantir la conformité réglementaire, à analyser la performance environnementale, etc. Lorsqu'un organisme met en place un SME, il peut être certifié ISO 14001. C'est le cas pour l'activité mobile en France qui est certifiée depuis mai 2005.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

www.orange.fr et www.orangefrancetelecom.com

Voir notamment le Rapport de responsabilité d'entreprise 2006

http://www.orange.com/fr_FR/responsabilite/environnement

Pour illustrer vos articles, nous avons mis à votre disposition des visuels sélectionnés par nos soins.



mobiles prêts pour le recyclage



câbles pour le recyclage



Alpe d'Huez, site alimenté en énergie solaire



antenne sur une église rurale
Crédit photo : Gilles Delacuvellerie



antenne peinte dans les tons du réservoir



pylône monopode intégré en forme de palmier



pylône monopode intégré dans le clocher

Contact presse

Marie-Françoise Sacre : 01 55 22 19 28 - mariefrancoise.sacre@orange-ftgroup.com

Sébastien Audra : 01 44 44 93 93 - sebastien.audra@orange-ftgroup.com