



Performance et engagement : les 2 facettes de la création de valeur pour Orange

A l'occasion de la sortie de son rapport annuel intégré, Orange revient sur les réalisations d'un exercice 2016 de retour à la croissance et décrit sa philosophie « Human Inside ». Une expression engagée qui donne tout son sens à l'action du Groupe tant au quotidien que sur le long terme. Quand performance durable et engagement créent de la valeur pour tous.

Orange a choisi, dès l'an dernier, de se lancer dans l'exercice exigeant de se présenter à l'aide d'un rapport unique, le Rapport Annuel Intégré qui rassemble les résultats financiers et extra-financiers de l'année écoulée, la projection long terme de sa stratégie d'entreprise et l'étendue de ses réalisations en matière de responsabilité sociale d'entreprise. Pour sa 2eme édition, Orange a souhaité clarifier encore plus cette démonstration qui situe engagement sociétal et création de valeur au cœur de son modèle d'entreprise.

Dans son éditorial, Stéphane Richard, Président Directeur Général d'Orange, précise ainsi l'ambition du Groupe à long terme : « *Je veux que notre Groupe continue à se distinguer par son approche conjuguant au quotidien performance économique et engagement sociétal* ». Et c'est en ces termes qu'il envisage la responsabilité d'Orange : « *Dans une société menacée par le repli sur soi, il est de notre responsabilité de répondre aux questions légitimes que soulève le numérique et d'accompagner nos clients, comme la société tout entière, dans cette transformation.* »

Dans un chapitre dédié à la philosophie « Human Inside » du Groupe, le rapport revient sur la volonté d'Orange de prendre toute sa part dans le débat sur les enjeux et les interrogations d'une société devenue de plus en plus technologique. Ainsi, face à une transformation digitale qui interroge les modèles traditionnels et qui s'applique tout autant à l'individu, à la planète ou à la société, Orange s'est forgé une conviction en forme d'engagement : l'humain comme point de départ et point d'arrivée de toutes nos actions.

La démonstration suit avec les nombreuses facettes de la mise en œuvre d'une feuille de route qui oriente le potentiel du numérique au bénéfice du progrès humain :

- Orange s'investit auprès de l'ensemble de ses parties prenantes. Ce rapport explique comment le Groupe crée de la valeur pour ses salariés, le tissu économique, le développement des territoires, la préservation des ressources, l'éducation numérique...
- Orange est très présent auprès de plus de 265 millions de clients dans une relation au quotidien pour les connecter à ce qui leur est essentiel. Sur chacun des 5 leviers du plan stratégique Essentiels2020, le rapport retrace les enjeux, les résultats et les perspectives et offre une tribune à des experts sur des thèmes tels que l'enjeu démocratique du très haut débit, la longueur d'avance de l'Afrique en matière de Mobile Money, la digitalisation de la relation client, ou l'expérience salarié...

- Orange mobilise des moyens importants au bénéfice de son projet d'entreprise. Le rapport donne notamment à voir la force de plus de 17 milliards d'Euros d'investissements dans les réseaux entre 2015 et 2018, la puissance de ses 8000 salariés travaillant dans la recherche et l'innovation ou de son réseau d'accélérateurs Orange Fab présent sur 4 continents, ou encore l'atout que représente la marque Orange, évaluée à plus de 19 Milliards d'euros...
- Orange est engagée de longue date dans une démarche de Responsabilité Sociale d'Entreprise exigeante. Le rapport revient en particulier sur les dernières avancées en matière de déontologie et de prévention de la corruption, d'achats responsables, de droits de l'homme et de liberté d'expression, de transition énergétique ou d'éducation numérique...

[Consulter le rapport annuel intégré 2016 d'Orange](#)

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 40,9 milliards d'euros en 2016 et 154 000 salariés au 31 mars 2017, dont 95 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 265 millions de clients dans le monde au 31 mars 2017, dont 203 millions de clients mobile et 19 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.

Contacts presse :

Tom Wright, tom.wright@orange.com, 01 44 44 93 93

Marie-Paule Freitas, mpaule.freitas@orange.com, 01 44 44 93 93