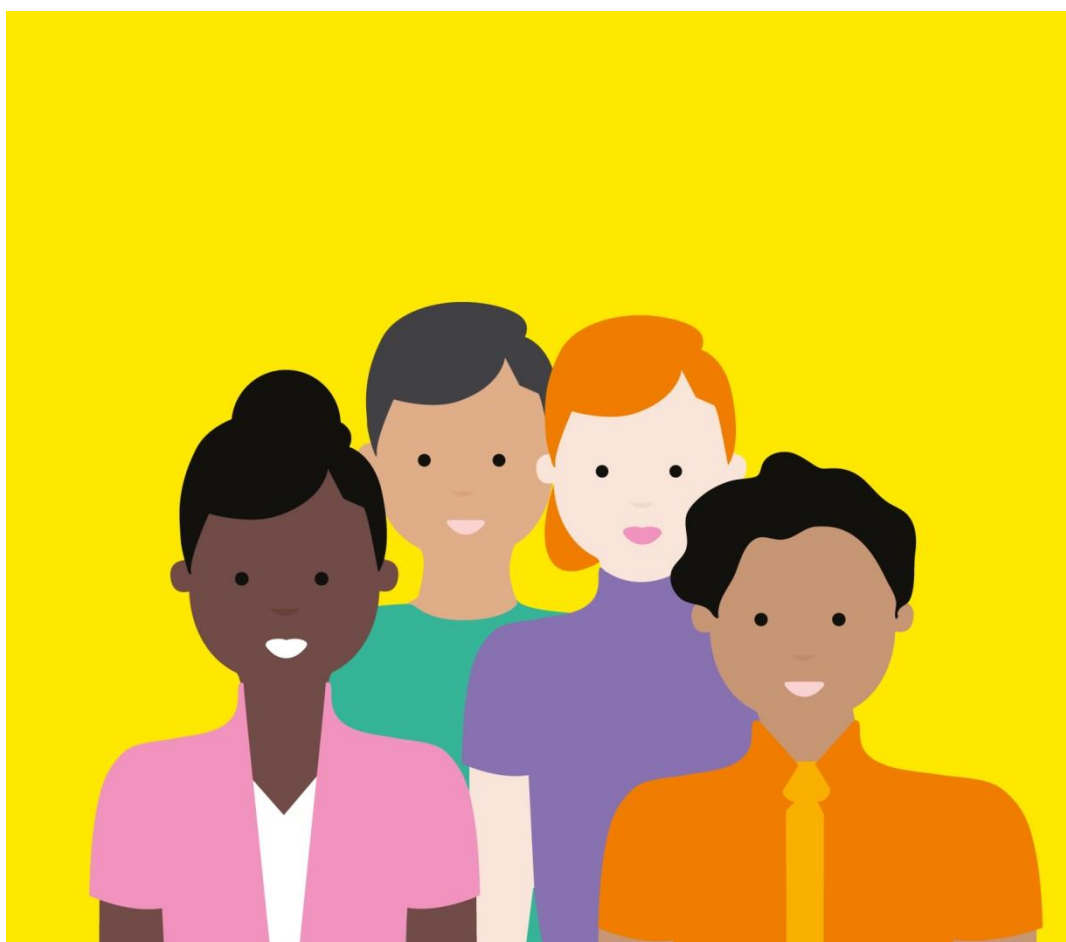




# Responsabilité Sociale d'Entreprise

## Bilan RSE 2017



<b>Introduction : une démarche RSE inscrite dans la stratégie du Groupe .....</b>	<b>4</b>
<b>1 Nos Principes d'action .....</b>	<b>5</b>
1.1 Respecter les principes éthiques et lutter contre la corruption.....	5
1.2 Respecter un devoir de vigilance.....	6
1.3 Respecter et faire respecter les droits humains.....	6
1.4 Renforcer l'appropriation interne des enjeux de responsabilité.....	8
1.5 Ajuster nos politiques RSE aux attentes des parties prenantes.....	9
1.6 Calcul de l’empreinte sociétale d’ Orange .....	12
<b>2 Orange, opérateur de confiance .....</b>	<b>13</b>
2.1 Accompagner nos clients dans leur vie numérique.....	13
2.1.1 Offrir une expérience client incomparable .....	13
2.1.2 Gérer les données clients en toute confiance et aider nos clients à protéger leurs données	14
2.1.3 Accompagner les familles vers des usages sûrs, responsables et créatifs des nouvelles technologies .....	15
2.1.4 Répondre aux interrogations sur les ondes radio, les usages et la santé .....	19
2.2 Construire un modèle d’employeur digital et humain.....	20
2.3 Être exemplaire avec nos fournisseurs.....	23
<b>3 Orange, au service du développement socio-économique .....</b>	<b>25</b>
3.1 Contribuer à la réduction de toutes les formes de fractures numériques	26
3.1.1 Fracture numérique géographique .....	26
3.1.2 Fracture numérique liée au handicap ou à l’âge.....	27
3.1.3 Facteurs d’exclusion liés à l’éducation ou à des raisons culturelles .....	27
3.2 Développer des services essentiels innovants .....	28
3.3 Soutenir l’entrepreneuriat.....	30
<b>4 Orange, acteur de la transition écologique .....</b>	<b>32</b>
4.1 Adopter une démarche systémique.....	32
4.1.1 ISO 14001 .....	32
4.1.2 Economie circulaire .....	32
4.2 Réduire notre empreinte carbone .....	33
4.2.1 Réseaux et systèmes d’information .....	34

4.2.2	Bâtiments tertiaires.....	35
4.2.3	Déplacements.....	35
<b>4.3</b>	<b> Limiter nos impacts sur les ressources naturelles .....</b>	<b>36</b>
4.3.1	Gestion des équipements électriques et électroniques.....	36
4.3.2	Collecte des mobiles.....	37
4.3.3	Eco-conception.....	38
4.3.4	Notes environnementales des produits .....	38
<b>4.4</b>	<b> Utiliser le numérique pour la transformation écologique .....</b>	<b>39</b>
4.4.1	Nous inscrire dans de nouveaux modèles.....	39
4.4.2	Initiatives emblématiques .....	40

## Introduction : une démarche RSE inscrite dans la stratégie du Groupe

Inscrite dans la stratégie du Groupe, la démarche RSE mobilise toutes les filiales autour de trois leviers de performance durable : un accompagnement en confiance des clients, un soutien local au développement économique et social de chaque territoire et une équation écologique sous contrôle.

Fondé sur l'écoute constructive des parties prenantes du Groupe, et sur une culture interne promouvant l'innovation, l'engagement d'entreprise citoyenne donne le même sens à toutes les activités : faire du numérique un accélérateur de progrès pour la société et pour chacun :

- **Orange, un guide dans le monde numérique** : le groupe Orange veille à offrir à tous ses clients la meilleure expérience des nouvelles technologies, il les accompagne et les protège dans leur vie numérique. Orange est également conscient que sa performance passe par l'attention portée à ses salariés, par le contrôle de sa chaîne d'approvisionnement et par le dialogue instauré avec ses parties prenantes

- **Orange, un opérateur au service du progrès économique et social** : Orange lutte contre toutes les fractures numériques, qu'elles soient géographiques, économiques ou physiques. Avec ses produits et services, le Groupe cherche à répondre aux besoins essentiels de chacun et entend mettre sa technologie au service du développement des pays dans lesquels il opère. Orange soutient les initiatives digitales et les écosystèmes locaux pour l'émergence de modèles d'activités plus ouverts, collaboratifs et solidaires

- **Orange, un acteur de la transition écologique** : l'explosion des usages rend l'équation environnementale du Groupe délicate. Orange s'emploie activement à réduire ses impacts comme ceux de ses clients. Dans le même temps, le Groupe œuvre pour que l'innovation numérique facilite la transition écologique et énergétique de la société.

La démarche RSE du Groupe est pilotée par une organisation dédiée : la direction RSE Groupe, qui rend régulièrement compte au Conseil d'Administration et au Comité Exécutif. La stratégie RSE et la feuille de route pour les années à venir sont entérinées par le Comité de Gouvernance et de Responsabilité Sociale et Environnementale (CGRSE) du Conseil d'Administration.

Un réseau de responsables RSE contribue au déploiement opérationnel de la démarche. Il se réunit au moins une fois par trimestre.

Sur chacun des axes rappelés ici, le Groupe Orange s'est fixé des objectifs à court, moyen et long termes : en voici le bilan pour 2017. Bonne lecture.

# 1 Nos Principes d'action

## 1.1 Respecter les principes éthiques et lutter contre la corruption

Orange s'est engagé à conduire ses activités selon des principes d'action et de comportements fondés sur le respect et l'intégrité, la qualité du service rendu et l'esprit d'équipe, conformément à sa charte de déontologie.

Ses exigences en matière de transparence et lutte contre la corruption ont été renforcées par la promulgation de la loi dite « Sapin II » en décembre 2016.

Les ambitions du plan **Essentiels 2020**, notamment en matière de croissance internationale, de services financiers mobiles et du développement de l'Internet des objets, rendent encore plus impérieuses les exigences d'Orange en matière d'éthique, de lutte contre la corruption et de conformité.

C'est dans ce cadre qu'Orange poursuit une politique de tolérance zéro vis-à-vis de la corruption dans toutes ses activités et dans toutes ses géographies.

Nos objectifs dans ce domaine sont de consolider notre démarche Ethique et de renforcer notre programme de prévention de la corruption.

### **Nos réalisations 2017**

La promulgation de la loi dite « Sapin II » en décembre 2016 a été l'occasion d'un travail important de revue de notre programme d'éthique et de prévention de la corruption afin de le rapprocher des exigences de son article 17 (soit l'établissement d'un code de conduite, d'un dispositif d'alerte interne, d'une cartographie des risques de corruption, des formations à ces risques et des procédures d'évaluation et de contrôles), en particulier :

le renouvellement de l'engagement de tolérance zéro à la corruption par Stéphane Richard et les membres du Comité Exécutif du Groupe et adoption dans les conseils d'administration de nos principales filiales d'une résolution de mise en conformité avec les exigences de la loi Sapin II ;

la poursuite des actions de communication et de sensibilisation dans tout le Groupe avec comme temps fort notre 5ème « Ethics & Compliance day » qui s'est tenu pour l'ensemble du Groupe le 14 novembre 2017 ;

la mise à jour de notre « politique anticorruption du Groupe Orange », qui tient lieu de « code de conduite » au sens de l'article 17 de la loi dite « Sapin II » et qui à ce titre a été soumise aux instances représentatives du personnel d'Orange SA et de ses filiales en France. Cette 2ème version de notre politique anticorruption est progressivement intégrée aux différents règlements intérieurs après que les instances représentatives concernées ont rendu leur avis. Cette version a été communiquée en interne et en externe à l'occasion du 5ème « Ethics & Compliance day » ;

la formalisation de la « procédure de recueil des signalements » du dispositif d'alerte Groupe (whistleblowing) et communication dans le Groupe ;

élaboration d'un projet de document d'aide à l'analyse des risques de corruption dans la perspective d'aider les pays et entités significatives à mieux identifier leurs risques de corruption et à conduire des plans d'actions pour mieux les maîtriser ;

la poursuite du déploiement de notre procédure de due diligence « fraude et compliance » dans les divisions et pays du Groupe ;

la poursuite de la communication de la procédure et du « guide pratique de prévention et de gestion des conflits d'intérêts » ;

la finalisation et le début du déploiement de la 2ème version de l'outil de déclaration et de validation managériale des dépassements de seuils pour les invitations et cadeaux ;

la mise à jour de nos parcours de formation à la prévention de la corruption et des supports associés ;

la mise à jour du questionnaire et exercice d'auto-évaluation par les (environ) 80 entités représentant

l'ensemble des activités du Groupe, de la maturité de leur programme de prévention de la corruption. Le lancement en 2017 des premières « revues de compliance » permettent de valider les auto-évaluations et de poursuivre notre programme d'audits associé.

### **Focus France**

en 2017, la refonte de l'intranet Ethique & Compliance Orange France a permis de davantage mettre en visibilité des « guides éthiques métiers », en déclinaison de la charte de déontologie du Groupe (guides pour les métiers de la relation clients Grand-Public et Entreprises, les métiers techniques Système d'Information et réseaux, les managers et délégués) ; l'information des collaborateurs quant aux consignes relatives au code de conduite et au dispositif d'alerte présentée lors de la journée Groupe « Ethique & Compliance » en novembre 2017 a également été présentée en France lors de la convention des ventes en Octobre 2017.

l'application de la politique anti-corruption du groupe s'est traduite par le déploiement du guide sur les conflits d'intérêts et ses principes d'application chez Orange France, par l'adoption du nouveau code de conduite après consultation des Instances Représentatives du Personnel, par la cartographie des métiers les plus exposés au risque de corruption et la construction de parcours de formation à l'anticorruption adaptés à cette cartographie.

l'analyse des infractions et manquements à l'éthique est réalisée à travers une nouvelle version de l'outil traitant les demandes d'autorisation relatives aux avantages reçus et offerts, et dès début 2018 par une nouvelle procédure issue de l'adaptation du dispositif d'alerte Sarbanes Oxley aux exigences de la loi « Sapin II ».

## **1.2 Respecter un devoir de vigilance**

La loi du 27 mars 2017 « relative au devoir de vigilance » demande de mettre en œuvre un plan de vigilance relatif à l'activité. Ce plan doit comporter « les mesures de vigilance raisonnable propres à identifier les risques et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi que l'environnement, résultant des activités de la société et de celles qu'elle contrôle, (...) ainsi que des activités des sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie. »

Il comprend une cartographie des risques, des procédures d'évaluation de la situation des filiales, des sous-traitants et des fournisseurs, des actions adaptées d'atténuation des risques ou de prévention des atteintes graves, un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements et un dispositif de suivi des mesures prises.

Le plan de vigilance d'Orange a été établi en décembre 2017 : il est soumis aux diverses parties prenantes début 2018 pour application courant 2018 (ou en 2019 pour le dispositif de suivi). Il permet de compléter les mesures déjà prises en ces matières et décrites dans les paragraphes suivants

## **1.3 Respecter et faire respecter les droits humains**

Suivant les principes directeurs « Business and Human Rights » des Nations Unies, Orange s'est engagé à respecter et faire respecter les droits humains. Quatre domaines s'appliquent aux activités d'un opérateur international comme Orange : la relation avec ses collaborateurs, la relation avec les clients, la relation avec les fournisseurs et sous-traitants, et enfin la protection de la vie privée et de la liberté d'expression.

Les pistes de progrès identifiées par Orange pour les exercices à venir sont :

l'amélioration de la connaissance de nos impacts dans ces domaines sur l'ensemble de nos pays d'opération ;

un accompagnement des salariés vers une connaissance plus fine des enjeux liés aux droits humains avec notamment le déploiement d'outils d'apprentissage ad hoc.

## **Nos réalisations 2017**

### **promotion des droits humains dans le secteur des TIC**

2016 a été l'année du rapprochement entre "Telecommunication Industry Dialogue" (TID) qui regroupe huit opérateurs et équipementiers de télécommunication internationaux et la "Global Network Initiative" (GNI), acteur reconnu dans ce domaine, et incluant des opérateurs fournisseurs d'accès à Internet, des ONG, des universitaires et des investisseurs socialement responsables. La fusion entre ces 2 organisations a eu lieu en mars 2017. Orange est au board de la nouvelle entité

en tant que membre de la GNI, Orange produit un reporting tous les 2 ans sur la mise en œuvre des principes directeurs et une description des cas d'usage dans les pays :

[https://www.orange.com/fr/content/download/47112/1371118/version/2/file/180424\\_Orange\\_Principes%20GNI\\_VF.pdf](https://www.orange.com/fr/content/download/47112/1371118/version/2/file/180424_Orange_Principes%20GNI_VF.pdf); l'année 2017 a donné lieu à une auto-évaluation ; le premier reporting audité portera sur les données 2018.

Orange participe activement aux groupes de travail sur les notions de contenu extrémiste sur internet et plus récemment sur les problèmes liés à la demande de gouvernements de couper les réseaux (internet, fixe, mobile, SMS). Une déclaration conjointe a été rédigée au sein de la TID et la GNI pour définir le positionnement des opérateurs face à ces demandes de coupures de réseaux et de services : <http://www.telecomindustrydialogue.org/wp-content/uploads/GNI-ID-Joint-Statement-Network-and-Service-Shutdowns-FRENCH.pdf>;

en France, participation active d'Orange, en tant que co-rapporteur, à la Plateforme RSE (dépendant du Premier Ministre), pour l'élaboration du plan national d'action français de mise en application des principes directeurs des Nations Unies en matière de droits humains

### **rapport de transparence**

Orange en particulier a connu en 2016 et en 2017 une recrudescence de demandes de coupures qui entraînent non seulement des manquements à la liberté d'expression et de la vie privée, mais également de sévères pertes économiques pour le pays, les personnes et l'entreprise. Dans tous les cas, Orange s'est assuré que les processus de demande étaient respectés, en particulier qu'une demande officielle et écrite émanant des autorités compétentes a été reçue.

Orange a publié un rapport qui recense les demandes faites par les gouvernements en termes d'écoutes et de réquisitions :

[https://www.orange.com/fr/content/download/43262/1315007/version/2/file/2017%20RAPPORT%20DE%20TRANSPARENCE\\_20.06.2017\\_final.pdf](https://www.orange.com/fr/content/download/43262/1315007/version/2/file/2017%20RAPPORT%20DE%20TRANSPARENCE_20.06.2017_final.pdf)

### **poursuite de l'évaluation des impacts du Groupe en matière de droits humains**

Orange a réalisé la mise à jour annuelle de l'évaluation des risques en matière de droits humains dans les différentes géographies, en utilisant une méthodologie basée sur les standards de l'ONU et de l'OCDE, créée par un cabinet externe, Verisk Maplecroft

Orange a participé pour la 3ème fois à l'évaluation spécifique menée par l'organisation Ranking Digital Rights (<https://rankingdigitalrights.org/>), sur la protection de la vie privée et de la liberté d'expression par les 22 plus grands acteurs mondiaux du domaine des TIC. Orange se classe 4e sur les 10 entreprises de télécommunications évaluées. L'analyse de ces résultats nous permet de nous améliorer nos procédures et de renforcer le dialogue interne sur le sujet

En 2017, Orange a également renforcé son reporting sur les droits humains :

d'une part en publiant son premier rapport consacré à ce sujet, élaboré selon un cadre de reporting conforme aux Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux Droits de l'Homme.

(<https://www.orange.com/fr/content/download/45336/1348004/version/7/file/Rapport+2016+Orange+Droits+Humains+DIGITAL-VF.pdf> )

et d'autre part en publiant sa première Déclaration relative à l'esclavage moderne

([https://www.orange.com/fr/content/download/42901/1310479/version/4/file/MSA\\_D%C3%A9claration\\_10.05.2017\\_final.pdf](https://www.orange.com/fr/content/download/42901/1310479/version/4/file/MSA_D%C3%A9claration_10.05.2017_final.pdf) )

### **sensibilisation des salariés**

Orange a participé à la préparation d'un e-learning spécialisé au sein d'EDH (Entreprises pour les Droits Humains), une organisation regroupant 17 des plus grandes entreprises françaises ; cet e-learning a été déployé sur deux plateformes de formation utilisées par les employés d'Orange et disponible dans plus de 90% des pays du Groupe, en versions française, anglaise et bientôt polonaise. En 2017, 128 employés ont participé à cette formation ;

Orange a également attiré l'attention des employés du Groupe sur l'importance du respect des droits de l'homme dans le monde des affaires, à l'occasion de la Journée Internationale des Droits de l'Homme (décembre 2017), lors des séminaires organisés pour les correspondants RSE dans les filiales (filiales européennes en février 2017, tous les correspondants RSE du Groupe en juin 2017).

## **1.4 Renforcer l'appropriation interne des enjeux de responsabilité**

Faisant partie intégrante de la dynamique d'entreprise sur laquelle repose le plan stratégique Essentiels2020, la notion de responsabilité doit être assimilée au sein de toutes les activités et métiers de chacun. A cette fin, les sessions de sensibilisation générale comme les formations spécifiques par métier doivent encore être renforcées.

### **Nos réalisations 2017**

#### **Etudes Marketing du Sens**

Une étude sur l'appréciation par les clients de la démarche RSE d'Orange a été menée sur un panel de 900 clients en France, Espagne et Pologne, permettant de dégager d'une part les principaux axes de préoccupations du grand public ainsi que ses attentes vis-à-vis d'Orange. Pas assez connues, les actions RSE d'Orange une fois exposées emportent cependant une large adhésion et un fort taux de satisfaction. Celles-ci participent à la valorisation de marque Orange. Selon le cabinet conseil en stratégie et évaluation de la marque Brand Finance, qui a publié le 1<sup>er</sup> février 2018 son classement des marques les plus valorisées au monde en 2018, Orange se positionne en 51<sup>ème</sup> position (52<sup>ème</sup> en 2017) et 8<sup>ème</sup> position des marques du secteur télécom dans le monde. Les clients engagent Orange à mieux faire connaître ses actions, que ce soit dans le domaine de la protection de l'environnement, de la protection des données personnelles ou encore des actions sociales ou du soutien à l'entrepreneuriat, puis à ne pas hésiter à engager de façon plus visible ses salariés et impliquer les clients dans ses actions de nature à influencer de façon positive la société.

#### **Webinaires du marketing du sens**

Le Groupe a lancé en septembre 2017 une série de webinaires sur 5 thèmes de responsabilité afin d'inspirer la communauté Orange marketing sur les enjeux de responsabilité et de débattre sur la transposition de bonnes pratiques dans l'univers Orange.

Les 5 thèmes proposés sont les suivants :

- « le choix positif » : les marques ne laissent plus d'autres options à leurs clients que de consommer responsable ;
- « la transparence » : les marques appréciées sont celles qui assument, voire revendiquent ce



qu'elles sont et ce qu'elles font ;

- « l'économie circulaire » : nouvelle vision du produit, plus optimiste et plus performante. Une occasion unique pour les marques de renforcer leur impact positif sur le monde qui les entoure ;
- « l'accompagnement sur les bons usages du numérique » : les marques deviennent ainsi de véritables partenaires de modes de vie. Une nouvelle manière pour elles de s'ancrer dans le quotidien de leurs clients
- « donner du sens à la marque » : de plus en plus sollicitées par leurs différents publics, les marques se posent des questions fondamentales qui les amènent souvent à redéfinir leur(s) valeur(s), leur contribution à la société.

Les webinaires sont proposés via une plateforme, sur un format d'une heure et concernent l'ensemble des marketeurs du Groupe Orange. Chaque webinaire rassemble une douzaine de participant pour favoriser les débats. Ils sont structurés en 3 parties : (1) constats chiffrés du marché et présentation du concept abordé, (2) illustration du concept par quelques bonnes pratiques d'entreprises et (3) débat entre participants.

Fin 2017, une vingtaine de webinaires ont permis de toucher 200 collaborateurs.

### **Présentations plénières**

Des présentations sous forme de conférences plénières ont été organisées à destination de la communauté marketing du groupe afin de les familiariser avec les enjeux de marketing responsable, dont la restitution de l'étude Change/BVA sur les marques bienveillantes en France, la restitution des principaux enseignements de l'étude Orange Vision sur l'appréciation des clients en France, Espagne et Pologne de la démarche RSE d'Orange, ou encore la blockchain et son impact sur le monde numérique.

### **Parcours Innovation**

Les enjeux de responsabilité sont pris en compte dans le parcours d'innovation du TechnoCentre d'Orange (TTM). A plusieurs moments clés du processus d'innovation, les chefs de produit doivent répondre à un ensemble de questions sur la nature de leur projet. Les questions sont accompagnées de recommandations et concernent les enjeux suivants :

- la complexité des produits et des offres, le degré de compétences numériques requis des clients ;
- l'inclusion numérique sur des critères géographique, culturel, économique, ou lié à un handicap ;
- la protection des données personnelles ;
- les usages sûrs et responsables des produits et services, notamment par les personnes les plus vulnérables, dont les mineurs ;
- les atteintes à la santé, les expositions aux ondes radio, le temps passé devant les écrans.

Des réunions dédiées sont organisées en tant que de besoin entre les experts RSE et les chefs de produit en charge des projets d'innovation pour améliorer le niveau de responsabilité de leur produit. Les revues de validation d'un produit prennent en compte, tout au long du processus d'innovation, l'évaluation des niveaux de criticité de ces enjeux de responsabilité.

## **1.5 Ajuster nos politiques RSE aux attentes des parties prenantes**

Orange appuie sa démarche RSE sur un dialogue continu et structuré avec l'ensemble de ses parties prenantes. Basé sur les principes de la norme **AA1000** (inclusion – matérialité – réactivité), cette écoute active permet :

- **d'assurer la cohérence des projets RSE du Groupe** avec les priorités des parties prenantes ;
- **d'identifier et de prioriser les risques** liés aux enjeux sociétaux et environnementaux des pays dans lesquels Orange exerce ses activités, s'attachant en particulier à détecter les "signaux faibles" ;

- **d'identifier des opportunités d'innovation** ouvrant de nouvelles perspectives de croissance pour Orange tout en soutenant le développement économique et social des pays.

Bien que la quasi-totalité des pays ait déjà mené à bien des dialogues, certains pays, notamment ceux dans lesquels Orange a récemment investi, doivent encore mettre en œuvre leurs premières sessions. Ailleurs, la relance de sessions à intervalles réguliers permet d'ajuster les politiques aux nouveaux risques ou opportunités identifiés.

Des dialogues thématiques ont été menés (femmes et TIC, enfants et technologies), ils doivent toutefois être encore approfondis et d'autres enjeux majeurs pour Orange seront régulièrement identifiés et traités de même. Certains enjeux revêtant un caractère transverse et particulièrement investi par le groupe font l'objet d'une démarche tant globale et que multi-locale.

### **Nos réalisations 2017**

Orange s'est vu remettre lors du concours **Trophées RSE** (en décembre 2017) un prix pour la qualité de son dialogue parties prenantes.

Orange souhaite donner à chacun les moyens de mieux comprendre les changements induits par le numérique et en faire un élément de transformation positive. Dans ce cadre, Orange mène une veille active de tous ces changements, notamment à travers des think tanks, des ateliers collaboratifs ou la co-animation de la plateforme collaborative ouverte, le [Digital Society Forum \(DSF\)](http://digital-society-forum.orange.com/fr), avec d'autres acteurs de la société civile. (<http://digital-society-forum.orange.com/fr>).

#### **Dialogue par pays**

le dialogue Maroc a été amorcé et sera certainement lancé ultérieurement. Les nouvelles filiales Sierra Léone, Burkina Faso et Libéria devraient initier leur démarche RSE avec un premier dialogue.

#### **Dialogues par thème**

- un 3ème dialogue m-women « Femmes et TIC » a été enclenché en Guinée ;
- le dialogue « eSanté » mené au Sénégal (décembre 2016/début 2017), en zone urbaine et rurale, auprès de professionnels de santé du secteur public et privé, des autorités, et de patients, a montré de fortes attentes en matière de services de diagnostic et suivi médical à distance, et de formation du personnel médical.

#### **Dialogue Groupe**

- la Pologne a décliné en juin 2017 le dialogue Groupe « diversité et égalité professionnelle » à son contexte local.

- le dialogue sur l'économie circulaire lancé en 2016 s'est terminé en 2017, avec un focus dans quatre pays : France, Pologne, Egypte et Espagne. Les résultats du dialogue ont été analysés puis restitués à un certain nombre de parties prenantes. Les attentes des parties prenantes ont été classées en relation avec les 3 enjeux suivants : transformer les produits et services fournis à nos clients, adapter nos processus et nos réseaux en interne, développer les innovations TIC pour promouvoir l'Economie circulaire au sein de la société. Le dialogue a montré que les attentes les plus fortes concernent l'éco-conception des produits spécifiés par Orange et l'extension du cycle de vie des produits. En France, 23 consultations en face à face ont été réalisées.

- un "Café numérique" sur l'économie Circulaire a été lancé en France pendant la COP22 de 2016 sous forme de chat vidéo interactif avec un représentant du Comité Exécutif et de la Fondation Ellen McArthur (plus de 600 participants connectés, issus de 26 pays (70% parties prenantes externes, 30% de salariés). La restitution des travaux de la société civile, des entretiens en face à face avec des acteurs stratégiques en interne et externe et des ateliers associant experts et salariés a eu lieu en mai 2017.

- un nouveau dialogue a été lancé en octobre 2017 sur le thème « précarité et numérique », sous la forme d'un café numérique, de différents entretiens, brassant les échanges de 150 parties prenantes. Un atelier créatif avec des parties prenantes (associations, personnel d'Orange) a commencé à projeter des formes de solutions ou d'identifier les manques actuels ; un groupe d'experts composée d'Emmaüs Connect (Wetechcare), ANSA, de responsables RSE d'Orange et de Renault a permis un premier test en réel du dialogue. Un premier groupe de bénéficiaires (jeunes en insertion) a été monté en décembre 2017. La restitution du dialogue « précarité et numérique » a eu lieu en juin 2018.

#### **Poursuite des travaux du [Digital Society Forum](#)**

- Le nouveau thème proposé en 2017 était celui de la santé. Une table ronde « La santé à l'heure du numérique » a eu lieu le 19 décembre 2017 au Muséum d'histoire naturelle ;

- pour enrichir la thématique des migrations, une conférence-débat sur le thème « Numérique et diasporas » a été organisé à l'Institut du Monde Arabe le 27 juin 2017 dans le cadre d'un partenariat France-Afrique. Elle a fait l'objet d'une publication en septembre 2017 ;

- des ateliers et rencontres sur les nouvelles formes d'apprentissage, le numérique et l'engagement citoyen, la place du numérique au travail ont été organisés en France; la contribution des ateliers se retrouve sur la plateforme des Etats généraux des Générations Futures.

Le DSF a fait l'objet de sessions lors d'événements partenaires, comme le « LH Positive Forum », « Africa is calling you », « Forum des Interconnectés », « Festival d'Avignon », « Drome Digital Day », « Journée des Diasporas », « Vivatech ». Pour animer le réseau régional, des Journées de Formation des ambassadeurs du DSF ont eu lieu en septembre 2017.

La communauté on line du DSF compte 4 494 abonnés sur Facebook et 6 021 sur Twitter ; il y a eu 6 465 visiteurs uniques sur le site web fin novembre 2017

#### **Développement et internationalisation du Digital Society Forum**

La seconde édition du Digital Society Forum a eu lieu au Sénégal ; déploiement avec un grand évènement de lancement du thème « le numérique au service de la santé » le 25 octobre 2017 à Dakar.

### **Focus France**

#### **Dispositif d'écoute et de dialogue parties prenantes**

Suite à la dernière consultation bisannuelle de nos parties prenantes fin 2016, un comité RSE (en janvier 2017), puis le comité de direction d'Orange France (en février 2017) ont validé des plans d'actions 2017 basés sur les enjeux d'accompagnement numérique des publics d'orange, la contribution au développement socio-économique des territoires, la lutte contre les fractures numériques, et la valorisation du rôle d'employeur responsable d'Orange.

#### **Relation avec les associations**

Orange France mène un dialogue permanent avec les associations de consommateurs, tant au niveau national qu'au niveau régional, et a attribué un interlocuteur dédié à leur écoute. Des rencontres biannuelles entre les membres du comité de direction et les représentants nationaux des associations de consommateurs et des associations spécialisées dans le numérique et la protection des enfants sont organisées. Toujours dans une démarche d'amélioration de ce dialogue, Orange France a créé une interface digitale dédiée pour ces interlocuteurs.

#### **Relation avec les clients, les associations locales, les pouvoirs publics**

Orange France organise régulièrement des hackathons ouverts à tous sur des sujets liés à l'innovation et à la RSE. En 2017, des hackathons ont eu lieu sur les thèmes suivants : le climat, femmes et développement durable, femmes et Afrique, l'entrepreneuriat, l'optimisme, ctrl+alt+desk : reprogramme ton bureau pour réfléchir aux nouveaux environnements de travail de demain. Ces hackathons réunissent environ 100 personnes par session, clients d'entreprise, startups-, indépendants, personnes au chômage, étudiants,...

Ils permettent de créer des solutions innovantes en open innovation et selon les méthodes des start-up, solutionnant des problèmes issus de thématiques RSE. Ils sont accessibles à tous par inscription via le site web d'Orange business services.

### **Relations avec les clients entreprises sur les sujets RSE**

Les coaches RSE, répartis dans chacune des 13 agences Entreprises en France, répondent à toutes les questions des clients d'Orange sur les sujets de la RSE. Plus de 30 rencontres locales en face à face ont eu lieu en 2017, ainsi que des animations locales (communication sur les ondes, le handicap, la récupération des mobiles, ...).

Orange Business Services a mis au point une formation spécifique RSE pour les forces commerciales afin d'expliquer les certifications, les démarches volontaires ou obligatoires, les réglementations du marché, ainsi que les bonnes pratiques à mettre en œuvre. Cette formation a été suivie par 60 commerciaux de deux agences entreprises tests en 2017.

### **Communication responsable**

Orange France a renouvelé en 2017 son adhésion à la Charte d'engagements des annonceurs pour la communication responsable de l'Union Des Annonceurs en signant le nouveau programme FAIRe, rassemblant 15 engagements pour une communication responsable.

## **1.6 Calcul de l'empreinte sociétale d'Orange**

Il s'agit de mesurer et de communiquer sur la valeur ajoutée et d'emplois créés par Orange sur les territoires, l'engagement local d'Orange (à travers les achats et l'impact sur le développement économique local) et sa différenciation par rapport à nos concurrents

Le calcul de cette valeur sociétale a été entrepris en 2017 en France et au Niger, avec l'aide des cabinets d'économistes Goodwill et Utopie. Trois types de création de valeur sociétale ont été distingués :

- l'empreinte économique locale (dite aussi empreinte corporate), utilisant les matrices input/output (flux monétaires impactant les territoires d'implantation d'une organisation) ;
- l'empreinte territoriale, incluant le supplément de création de valeur généré par l'utilisation des infrastructures, des produits et services d'Orange ;
- l'empreinte socio-économique élargie, incluant la valeur sociale induite (externalités des actions RSE et Fondation Orange)

### **Nos réalisations 2017**

Le résultat de ce travail permet de déterminer que les implantations d'Orange créent un **supplément de richesse** se traduisant par exemple par un nombre d'emplois soutenus allant de 4 fois le nombre d'employés pour la France à 40 fois pour le Niger, en 2017. Les empreintes territoriales (création de valeur liée à l'utilisation des infrastructures d'Orange) et socio-économique élargie (SROI des projets sociétaux) doublent (au minimum) l'empreinte économique locale directe (achats, salaires,...).

## **2 Orange, opérateur de confiance**

Orange a pour ambition d'être un partenaire de confiance pour un monde numérique positif, simple, sûr, serein pour tous.

### **2.1 Accompagner nos clients dans leur vie numérique**

Orange s'appuie sur la qualité de ses produits et services, et accompagne ses clients dans leurs usages, pour leur permettre de bénéficier d'une innovation numérique foisonnante, en toute sérénité et simplicité.

#### **2.1.1 Offrir une expérience client incomparable**

Orange déploie un programme de transformation interne structuré autour de la **valorisation du réseau et des services**, la **digitalisation** qui permet de fluidifier la relation client et de la personnaliser, la **simplification**, source de sérénité pour le client et d'une meilleure efficacité interne.

Orange s'appuie sur un levier technologique, qui lui donne accès à la connaissance individualisée de ses clients pour personnaliser sa relation, ainsi que les offres de produits et services, et un levier humain et culturel qui vise à déployer une culture de l'amélioration continue axée sur l'écoute de la voix des collaborateurs et de la voix des clients.

**Indicateur Groupe : devenir et rester n° 1 en NPS pour 3 clients sur 4 d'ici à 2018**

**Pourcentage de clients qui classent Orange n°1 en recommandation :**

**2015 : 47%**

**2016 : 55%**

**2017 : 68%**

### **Nos réalisations 2017**

En France l'« Etalement Mobile » permet aux clients « petit forfait » de s'équiper de mobile en payant un apport initial, puis une mensualité comprise entre 2€ et 8€ pendant 24 mois ([http://assistance.orange.fr/assistance-commerciale/la-facture-le-suivi-conso/payer-la-facture/regler-la-facture/etalement-mobile-paiement-et-mensualites\\_71893-72750](http://assistance.orange.fr/assistance-commerciale/la-facture-le-suivi-conso/payer-la-facture/regler-la-facture/etalement-mobile-paiement-et-mensualites_71893-72750))

Le Fonds de Solidarité Logement (FSL), qui a pour objectif de faire valoir notre volonté de

partenariat économique de proximité auprès des instances solidaires en combattant la précarité numérique. Des conventions ont été signées par 56 départements en 2017, et 35 partenariats sont en cours de signature. Orange a signé la première convention avec une métropole, la Métropole Européenne de Lille (MEL) en Juillet 2017, et une expérimentation a été lancée dans le cadre de la loi République Numérique sur 3 départements.

L'offre sociale Internet, disponible jusqu'à présent en ADSL, est maintenant accessible aux clients Fibre de la France Métropole

**En Pologne**, **Orange Studios** assure l'établissement et le suivi de centres multimédias dans les petites villes et les villages. Cette initiative a pour but de favoriser l'accès à la technologie, de permettre aux habitants de renforcer leurs compétences numériques et d'offrir à ces derniers un espace dédié aux activités communes. Il existe 100 Orange Studios en Pologne. Chacun d'entre eux est équipé d'ordinateurs, d'un accès gratuit à Internet, d'une console de jeu, d'un téléviseur LCD et de tout le mobilier nécessaire. 900 000 Polonais peuvent aujourd'hui bénéficier des services offerts par les Orange Studios.

La Fondation Orange aide les responsables des ateliers à diriger les centres communautaires, à diversifier leur offre et à favoriser le développement des communautés locales. Nous organisons pour ces responsables des formations, des webinaires, des programmes de tutorat et octroyons des aides financières pour la mise en œuvre de projets sociaux et éducatifs (par ex. des ateliers de programmation).

**En Roumanie**, les smart shops d'Orange sur tout le territoire roumain offrent des expériences d'apprentissage et des expositions interactives en magasin pour tous les niveaux et tous les âges.

### 2.1.2 Gérer les données clients en toute confiance et aider nos clients à protéger leurs données

2017 a vu le renforcement de la gouvernance du Groupe sur les données personnelles et la mise en valeur de la démarche de gestion responsable et légitime des données clients qui a toujours prévalu dans le Groupe.

Une réforme européenne des règles de protection des données personnelles est entrée en vigueur le 25 Mai 2018 ; elle vise à harmoniser la gestion de la protection des données personnelles en Europe, tous secteurs confondus, et à renforcer les droits des consommateurs, notamment en matière de transparence.

Le Data Strategy Governance Board, qui dépend du comité exécutif du Groupe, est le garant du principe fondamental de l'utilisation légitime et responsable des données personnelles que les clients confient à Orange. Au-delà de la conformité avec le cadre réglementaire, en particulier le nouveau Règlement Général sur la Protection des Données, Orange entend maintenir un lien étroit de confiance avec ses clients, dont la préoccupation vis-à-vis de l'utilisation des données personnelles par les entreprises va croissant.

#### **Nos réalisations 2017**

Des **Data Protection Officers** ont été nommés dans toutes les filiales européennes du Groupe (y compris la Moldavie et Orange Business Service) et des référents Protection des données personnelles ont été identifiés dans les pays de la zone MEA, garantissant le respect de la politique d'Orange de la protection par défaut dans tous nos métiers.

En 2017, Orange a renforcé sa **méthodologie d'analyse d'impact** de la protection, en particulier dans

les processus d'innovation, d'élaboration et de lancement des offres, afin de garantir à nos clients la sécurité de leurs données et la transparence à toutes les étapes de la relation client. Elle donne le contrôle au client, via des applicatifs simples, de gérer les données qu'ils partagent avec Orange (comme par exemple le « badge de confiance »).

La transparence et la compréhension des enjeux de protection des données personnelles a été améliorée grâce à la rubrique « Mes données Mon Identité » du site **BienVivreLeDigital** (<https://bienvivreledigital.orange.fr/mes-donnees-mon-identite>) d'Orange France; Celui-ci est organisé autour de 4 rubriques : profiter d'internet en toute sécurité, protéger sa vie privée, mieux contrôler la publicité et les acheter sur internet en toute confiance. Une refonte de la rubrique « Mes données, Mon identité » a été effectuée en juillet 2017 : plus de 1 400 000 pages ont été consultées en 2017.

### 2.1.3 Accompagner les familles vers des usages sûrs, responsables et créatifs des nouvelles technologies

Orange s'est donné pour objectif de développer des services qui répondent aux préoccupations des familles, en mettant en œuvre des initiatives d'accompagnement des parents et des enfants sur les usages sûrs du numérique, sur le développement de pratiques qui favorisent la créativité, l'esprit entrepreneurial et l'éducation, avec en particulier la mise en place d'ateliers de codage sur l'ensemble des pays du Groupe.

L'engagement d'Orange est soutenu par le programme "Better Internet for Kids" (un meilleur Internet pour les enfants) dont la vocation est de donner aux parents le pouvoir d'agir et d'offrir à leurs enfants le meilleur du numérique.

Plus globalement, Orange travaille à la définition et à la mise en œuvre d'un cadre de marketing responsable pour des offres susceptibles d'être utilisées par des enfants dont celles issues de l'Internet des objets.

#### **Nos réalisations 2017**

##### **engagements internationaux d'Orange**

Orange décline son engagement auprès de différentes organisations sectorielles internationales

##### **- ICT Coalition**

Orange est un membre actif de la Coalition depuis sa création en 2012, et est également membre de son Groupe de Coordination Interne, et a publié un rapport de mise en œuvre des Engagements de la Coalition en mars 2017 sur le site <http://ictcoalition.eu/commitments>. La Coalition ICT a aujourd'hui chargé la London School of Economics de mener des recherches sur l'ICT et la famille.

##### **- Alliance to Better Protect Minors Online (Alliance pour une meilleure protection des mineurs sur Internet)**

Orange est l'un des membres fondateurs de l'Alliance de la Commission Européenne, lancée en février 2017 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/alliance-better-protect-minors-online>), et s'est engagé publiquement à développer ses initiatives visant à aider les enfants et leur famille dans le cadre de leurs activités en ligne : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/individual-company-statements-alliance-better-protect-minors-online>,

##### **- UNICEF Toolkit for Industry on Children's Online Privacy and Freedom of Expression**

Orange a participé aux travaux de l'UNICEF visant à élaborer une liste/un outil de vérification pour

les entreprises du secteur afin d'évaluer leurs propres politiques internes concernant la protection de la vie privée, du droit à l'information et de la liberté d'expression des enfants. Ces outils sont pour le moment en cours de finalisation et seront publiés par l'UNICEF dans les mois à venir.

#### **- Forum pour donner aux enfants le pouvoir d'agir à l'âge du digital**

Orange a participé, aux côtés de l'UNICEF, de GSMA et de Microsoft, au forum d'échange d'idées et d'expérience pour donner aux enfants le pouvoir d'agir à l'âge du digital qui s'est déroulé à Washington en novembre 2017. L'objectif est de définir les droits des enfants à l'ère du numérique. (<https://www.youtube.com/watch?v=JGjAp8hHIVc>).

#### **offres famille d'Orange**

Orange a lancé ses offres familles (LOVE) en Europe ; LOVE connecte les foyers par des solutions fixes, mobiles et de télévision, le tout dans une seule offre en Espagne depuis Décembre 2016, en Belgique et en Pologne en Février 2017, au Luxembourg en Mars 2017, en Slovaquie et en Roumanie en Septembre 2017, et enfin en Moldavie en Octobre 2017.

Les avantages familiaux proposés dans les offres convergentes Love d'Orange sont principalement les suivants :

- la voix illimitée (soit native dans les offres parce que c'est un standard du marché ou un avantage spécifique entre les membres de la famille)
- le montant de données doublé pour la ligne principale et les lignes supplémentaires (« avantage multiligne »)
- le pack de données famille à partager (ex: « 50 Go si vous prenez une 2ème ligne mobile »)
- la ligne pour les enfants (offre préférentielle pour le premier équipement, à partir de la deuxième ou de la troisième ligne)
- la Smart TV ou Playstation subventionnées

Orange peut également proposer en complément du contenu pour les enfants (jeux, contenu télévision).

En France, l'offre convergente OPEN répond aux besoins des familles :

- jusqu'à 4 forfaits mobiles supplémentaires sont remisés pour équiper les membres de la famille,
  - la gestion des forfaits et abonnements de la famille se fait depuis l'espace famille dans Orange&Moi
- L'offre comprend des services exclusifs dédiés aux familles (Cinéday, bons plans), un réseau familial privé et sécurité (Family place), des solutions pour déconnecter en famille (le paramétrage des plages horaires ou le Stop WiFi) et des solutions pour protéger les plus jeunes (contrôles parentaux TV, PC, mobile et tablette) et des informations et conseils ciblés pour mieux accompagner sa famille dans les usages du numérique (<https://bienvivredigital.orange.fr/espacedesparents>).

#### **Solutions de contrôle parental**

En France, Orange a complété son dispositif de contrôle parental (PC, mobile, TV) avec des outils de protection plus étendus et évolutifs à l'exemple du contrôle parental Pass Jeux TV depuis mi-juillet 17 et depuis mi-novembre 17 l'option Xooloo Digital Coach une solution simple pour responsabiliser et coacher ses enfants dans leurs premiers usages numériques ;

En Pologne, Protect Your Kids on the web, notre application de contrôle parental, permet de protéger de manière complète les enfants qui utilisent des smartphones ou des tablettes, ou qui accèdent à Internet en dehors de la maison, via le Wi-Fi. Elle permet aux parents d'évaluer le temps passé sur Internet par leurs enfants, de contrôler les applications qu'ils utilisent et de filtrer le contenu inapproprié sur les sites Internet ;

En Slovaquie, Family Security Pack (<https://www.orange.sk/rodinny-bezpecnostny-balik>) et Prima Kids ont été lancées en septembre 2017. Ces offres permettent aux parents de profiter d'une connexion mobile illimitée avec leurs enfants, de contrôler leur consommation et leur connectivité et de profiter d'un Contrôle parental ESET pour les appareils Android.

#### **#SuperCodeurs**



En 2017, le programme #SuperCodeurs d'introduction au codage de contrôle des robots (<http://supercoders.orange.com/fr/accueil>) a été proposé dans 17 pays : la France, l'Espagne, l'Italie, la Pologne, la Roumanie, la Moldavie, la Slovaquie, l'Irlande, l'Egypte, la Tunisie, la Côte d'Ivoire, le Maroc, le Mali, le Sénégal, la Guinée, Madagascar et l'Inde. Ce sont 20 000 enfants qui ont participé à ces ateliers depuis leur création en 2014, dont 9 000 enfants en 2017, grâce à 1 200 coaches Orange. Scratch est la plateforme de codage utilisée pour les ateliers #SuperCodeurs. C'est à la fois un langage et une communauté open source de plus de 12 millions d'utilisateurs. Chaque année, une conférence internationale est organisée en alternance une année sur 2 entre Boston au MIT, lieu de la création de Scratch, et en Europe. La communauté Scratch constituée de spécialistes de l'éducation, de chercheurs, d'universitaires s'est réuni à Bordeaux du 18 au 21 juillet 2017 avec Orange comme sponsor et partenaire officiel de la conférence. <http://orange-france.com.francetelecom.fr/spip.php?article64373>

En France, Orange a déployé des stages d'observation des métiers pour des élèves de 3eme d'une durée d'une semaine composés à 50% de découverte de l'entreprise et de ses métiers et à 50% d'une formation au codage informatique et d'un apprentissage à la robotique. A l'occasion de la Codeweek en Octobre 2017, Orange France a organisé 53 ateliers #SuperCodeurs pour les enfants de 9 à 13 ans. Orange France a ainsi formé 5 000 enfants en 108 sessions.

En Pologne, chaque école participant au programme #SuperKoders d'Orange reçoit une aide financière pour l'achat du matériel informatique et des outils d'apprentissage nécessaires au bon déroulement des cours en fonction du plan convenu. En outre, la Fondation Orange dispense des formations à destination des enseignants afin de les préparer aux cours et soutient les éducateurs expérimentés. 135 écoles (3 000 enfants et 270 enseignants) participent à l'édition actuelle de #SuperKoders, l'édition 2017/2018. Ce programme est complété par « Code the future », un projet financé en partie par des fonds de l'UE. Grâce à ce programme, plus de 1 200 enseignants et 19 000 élèves d'école primaire ont pu apprendre les bases de la programmation et comment mettre en pratique leurs compétences numériques. Les enseignants et les écoles ont reçu des tablettes, des robots, des kits de mécatronique et des tapis éducatifs qui sont utilisés pour enseigner la programmation. Le programme Code the future est géré en partenariat avec la Masters of Coding Association.

En Moldavie, la « Code Week 2017 » a été organisé dans plusieurs bibliothèques municipales du pays en octobre 2017 ; 37 événements étaient organisés autour d'ateliers de coding accueillant jusqu'à 20 enfants dans une salle, et d'ateliers de navigation en ligne sécurisée pour leurs parents. Au total, 1 285 enfants et parents ont pu bénéficier de cette initiative.

En Slovaquie, le premier événement Super Coders a accueilli environ 20 enfants par jour (sur deux jours) afin de leur apprendre les bases de Scratch. Ils sont parvenus, tous ensemble, à créer un SuperGame.

A l'occasion de la COP23, la conférence sur le Climat organisée en novembre 2017, les enfants âgés de 6 à 16 ans ont été invités au Challenge Code for COP23 pour créer des jeux, des quizz ou des animations afin de sensibiliser le public sur les enjeux environnementaux : biodiversité / mobilité / transports / énergies / écogestes / consommation responsable. Les 7 Projets les plus aboutis venant de Tunisie, France, Cameroun et Roumanie ont été primés et récompensés par un robot éducatif Thymio <http://supercoders.orange.com/fr/Media/supercoders-Media/2017/COP23/Code-for-COP23>

### « Code for the Planet »

Le challenge « Code for the Planet » est une initiative dans le cadre du projet #SuperCodeurs et du programme « Better Internet for Kids ». Le projet a été lancé en juillet 2017 dans une phase pilote en France et en Tunisie, pour permettre aux enfants de s'engager dans des projets porteurs de sens. Les enfants sont invités à choisir une mission autour du thème des Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies. Chaque mission doit répondre à un enjeu concret du quotidien de l'enfant. Par exemple : lutter contre le gâchis alimentaire dans la cantine de leur école, ou trouver des solutions pour réduire la pollution dans les rues de leur ville...

## **Accompagnement dans la compréhension des nouvelles technologies**

Orange a créé en 2017 un MOOC « blockchain et bigdata », actuellement disponible pour les salariés d'Orange et bientôt pour toutes nos parties prenantes externes via la plateforme Orange Solerni. Cette formation en ligne ouverte à tous permet de comprendre les bases des techniques présentes dans la plupart des outils numériques d'aujourd'hui pour utiliser au mieux la technologie, tout en respectant ses libres choix.

### **Focus Europe**

En France, Orange a fait évoluer son site [www.bienvivreledigital.orange.fr](http://www.bienvivreledigital.orange.fr) et met à disposition depuis juillet 2016, l'Espace des parents pour aider les parents à mieux accompagner leurs enfants dans le monde numérique. Ce site propose un forum de discussion, des conseils, des guides pratiques en réponse à des préoccupations parentales actuelles, comme par exemple le 1er équipement, l'addiction aux écrans, les pratiques des jeunes sur les jeux vidéo, sur les réseaux sociaux, les nouvelles technologies et la santé des jeunes, etc. Le site et son fond documentaire est régulièrement actualisé et complété.

D'autre part, Orange a régulièrement organisé des campagnes d'information à destination des familles sur l'ensemble de ses canaux, comme sur les réseaux sociaux, des médias en ligne ou lors d'événements populaires auxquels Orange participe (ex : Paris Games Week, Salon de l'étudiant,...) ou encore auprès de ses salariés et particulièrement ses forces de vente.

Enfin, lors du Safer Internet day en février 2017, Orange France s'est mobilisé aux côtés de ses partenaires du programme Safer Internet en faveur d'un Internet plus sûr et responsable, et des usages numériques plus riches et créatifs. Pour l'événement, Orange France a déployé du 07 au 28 février 2017 un dispositif de communication de grande ampleur autour du quiz interactif : « Quels parents 3.0 êtes-vous ? », créé pour l'occasion, sur tous les canaux internes et externes d'Orange France et d'Orange Groupe (2 intranets, 4 sites web, 3 réseaux sociaux). Le jeu, conçu en version multilingue, a été relayé par d'autres pays. Il a été joué plus de 63 000 fois et a permis de faire connaître le site [espacedesparents.fr](http://espacedesparents.fr) dont l'audience a été multiplié par 5. En clôture de l'événement, une conférence sur le cyberharcèlement a été organisée avec l'association e-Enfance (l'un des partenaires Safer Internet France) auprès de 204 collaborateurs.

Ce rendez-vous a été l'occasion pour Orange de faire valoir ses actions en matière de sensibilisation et de protection des enfants dans le monde du numérique. (+ 80 000 salariés d'Orange et + 1,3 million de clients touchés). Orange recommande ainsi de ne pas utiliser la Virtual Reality (VR) avant 15 ans et plus généralement en décrit les bons usages.

En Pologne, la Fondation Orange apprend aux enfants, aux parents et aux enseignants à faire d'Internet un lieu plus sûr et plus accueillant. Dans le cadre du programme Safety Here and There, la Fondation Orange organise des cours en ligne ([www.fundacja.orange.pl/kurs](http://www.fundacja.orange.pl/kurs)). Jusqu'à présent, près de 78 000 adultes ont suivi ce cours (20 720 utilisateurs en 2017). En 2017, plus de 390 000 enfants ont pu bénéficier de ces activités éducatives. La Fondation Orange propose également de nombreux sites et applications utiles et éducatifs dédiés aux enfants et aux jeunes ([www.necio.pl](http://www.necio.pl), [www.sieciaki.pl](http://www.sieciaki.pl), [www.digitalyouth.pl](http://www.digitalyouth.pl)).

En Espagne, Orange a lancé en octobre 2017 Gigas Solidarios (<http://gigassolidarios.orange.es/>) une initiative visant à fournir aux familles vulnérables sur le plan socio-économique une connexion Internet gratuite pendant un an. Orange aide dans un premier temps 500 familles et, avec l'aide de clients qui donnent les Go non utilisés dans le cadre de leur forfait, ce nombre est multiplié par deux en mars 2018.

En Slovaquie, 4 600 enfants, près de 300 parents et 66 enseignants ont participé aux ateliers d'Orange de sensibilisation aux risques auxquels s'exposent les enfants qui utilisent des technologies de communication.

#### 2.1.4 Répondre aux interrogations sur les ondes radio, les usages et la santé

Les technologies « sans fil » apportent de nombreux bénéfices à la société mais leur développement accéléré notamment auprès des jeunes et leur prise en main précoce suscitent des interrogations liées aux usages et à la santé parce que nous manquons de recul pour les évaluer sur le long terme.

L'exposition aux ondes radio émises par les antennes ou les terminaux est une préoccupation ancienne d'Orange. A ce jour aucun effet sanitaire n'est avéré en dessous des limites recommandées par l'OMS et, dans l'attente de confirmation d'études complémentaires en cours, notamment sur l'enfant et l'usage à long terme, certaines autorités sanitaires ont édicté différentes précautions d'usages destinées à réduire l'exposition aux ondes radio des téléphones mobiles qu'Orange relaie auprès de ses clients.

Orange poursuit son rôle d'information et d'accompagnement des parties prenantes de manière proactive. Depuis 2017, Orange relaie également l'opinion des experts sur d'autres interrogations liées à l'utilisation des nouvelles technologies. Ainsi, le temps passé sur les écrans par les jeunes est le premier sujet traité en plus de celui de l'exposition aux ondes radio.

#### **Nos réalisations 2017**

##### **Poursuite du déploiement de l'information et des formations à la sécurité et à la santé liées aux ondes radio, à destination du personnel travaillant autour des antennes :**

En Espagne, le déploiement de la politique Orange Groupe liée aux balisages et aux périmètres de sécurité autour des antennes a été réalisé auprès des équipes RH santé environnement et sécurité, avec notamment la présentation de l'outil élaboré par Orange Labs pour faciliter les calculs des périmètres de sécurité et les recommandations quant au port de dosimètre pour le personnel travaillant autour des antennes.

En France, Orange a informé les Comités Nationaux d'Hygiène de Sécurité et des Conditions de Travail (CNHSCT) sur le déploiement du WIFI dans des établissements Orange et les Comités d'Hygiène de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) sur la mise en place du décret travailleurs "décret 2016-1074 du 3 Aout 2016" ; celui-ci définit les limites dans lesquelles le personnel doit évoluer dans ses environnements professionnels.

##### **Poursuite des actions de sensibilisation sur les bons usages et étendue à d'autres sujets sur la santé**

Suite à l'entrée en application en juin 2017 de la directive de l'Union Européenne sur la mise sur le marché des équipements radio électriques (directive européenne 2014/53/UE dite directive RED), des actions de sensibilisation à destination des métiers concernés (achats et marketing

principalement) ont été menées au niveau France et Groupe et sont en cours de déploiement au niveau européen : elles concernent en particulier le Débit d’Absorption Spécifique. La charte Ondes radio est disponible sur le site RSE France [www.bienvivreledigital.orange.fr](http://www.bienvivreledigital.orange.fr).

Orange France a investi en 2017 un montant de 1 M€ pour les programmes « Sécurité-Santé » et contribue à financer depuis 2010 la recherche confiée à l’ANSES (Agence Nationale de Sécurité Sanitaire) pour une recherche indépendante, conformément au terme de l’article 158 de la loi de finances 2011.

Orange Pologne avec les 3 autres opérateurs mobiles polonais a créé un fonds pour l’activité éducative concernant ondes radio et le futur déploiement de la 5G.

Orange Egypte poursuit son programme de sensibilisation et de dialogue communautaire qui a débuté il y a plus de 15 ans et atteint un plus large public en parcourant tout le pays. L’essence du programme est de fournir des informations correctes, honnêtes, exactes et impartiales sur les technologies mobiles, l’impact des ondes radio sur les humains et les sujets connexes.

### **Intégration de la 5G dans la politique RSE ondes radio et santé**

Orange a publié un document sur la 5G appelé “ Impact of 5G technology on human exposure », détaillant la prise en compte des impacts possibles de la technologie 5G sur le corps humain, et a présenté en octobre 2017 une expérience sur des antennes mimo (antennes focalisantes) au Forum GSMA Europe. Orange Labs a reçu en janvier 2017 le prix « Impact Economique » des Rencontres du Numérique, décerné par L’Agence Nationale de la Recherche pour le projet de recherche collaboratif industriel-académique TRIMARAN qui est à l’origine des expériences sur les antennes mimo.

Par ailleurs, Orange participe au document pédagogique sur la 5G de l’UIT (ITU-T SG5 “5G technology and human exposure to RF EMF”), au booklet de la GSMA « 5G, the internet of Things (IOT) and wearable Devices”

## **2.2 Construire un modèle d’employeur digital et humain**

Construire un modèle d’employeur digital et humain" est un des 5 leviers du plan stratégique Essentiels2020. Il s’agit pour Orange de :

- garantir les **compétences utiles pour demain** : identifier les compétences clés pour l’avenir, reconnaître et développer les compétences internes, recruter les profils avec les compétences d’avenir ;
- **développer l’agilité collective** : être collectivement agiles et rendre transversales les organisations et les modes de fonctionnement, en s’appuyant sur la digitalisation et la simplification, en valorisant l’innovation et l’expérimentation ;
- **favoriser l’engagement de chacun** : renforcer la culture managériale et favoriser l’engagement des salariés en encourageant la responsabilité et la prise d’initiatives

### **Indicateurs Groupe**

- **pourcentage de salariés qui recommandent Orange en tant qu’employeur**

**2016 : 81% / 2017 : 83%<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> le mode de calcul de l’indicateur a évolué en 2017

- **pourcentage de salariés ayant le sentiment qu'Orange est un employeur digital et humain**  
**2016 : 73,7% / 2017: 77,5%**  
- **compter 35 % de femmes dans nos réseaux de management en 2020**  
**2016 : 27,3% / 2017 : 28,5%**

## *Nos réalisations 2017*

### **prix et Certifications 2017**

Pour la deuxième année consécutive, le Groupe a reçu la certification mondiale « Top Employer Global 2017 ». Cette certification consacre les meilleures politiques et pratiques en termes de programmes de ressources humaines. 30 pays et territoires sur 5 continents où le Groupe opère, notamment à travers Orange Business Services, se sont engagés dans la démarche et l'ont réussie. La démarche « Top Employer » se base sur un questionnaire très détaillé (politiques, pratiques, outils, mesures) et enrichi d'un dossier de preuves. Puis un audit compare et note la qualité des éléments fournis avec les meilleures pratiques d'un pays. La méthodologie permet ensuite de disposer d'un rapport sur les points forts et points de progrès, elle couvre l'ensemble des politiques de ressources humaines : gestion des talents, planification, intégration, formation et développement des compétences, gestion des performances, leadership, carrières et successions, rémunération et avantages, et culture.

Orange a été distinguée par le label « Tell us – Best in class 2017 », avec la meilleure appréciation globale de la part des jeunes. Dans le cadre de cette étude, plus de 3 000 jeunes ont indiqué les entreprises pour lesquelles ils rêveraient de travailler. Orange est arrivée numéro 1 des structures les plus attractives !

Orange se classe 2<sup>ème</sup> sur le label « Choose my company / Trainees 2017-2018 » (anciennement Happy Trainees) : plus de 2 000 jeunes des équipes en France ont répondu à l'enquête et recommandent le Groupe à plus de 93 % pour un stage ou une alternance. Ce label est le premier label employeur participatif qui récompense l'excellence dans le management et la motivation des salariés.

Orange a obtenu les labels Choose my compagny « Happy At Work » et « Happy Candidates » en 2017. Orange se classe : 1<sup>ère</sup> sur l'enquête #HappyCandidates, avec une note de 4,25/5 et 1<sup>ère</sup> sur l'enquête #HappyAtWork, avec une note de 4,18/5. Les candidats et les collaborateurs ont donné une note pour exprimer leur ressenti tant en terme de processus de recrutement, qu'en terme d'expérience vécue en tant que salarié de l'entreprise. Ainsi, grâce à ses résultats, Orange se démarque parmi plus de 3 300 entreprises évaluées dans le cadre de l'opération HappyCandidates et HappyAtWork 2017.

### **Garantir les compétences utiles pour demain**

Afin de garantir les compétences utiles pour demain, Orange déploie une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) en lien avec Essentiels 2020 centrée sur l'évolution des compétences. Sur 2016-2018, Orange France s'est fixé 4 objectifs :

- développer une expérience client du réseau de bout en bout ;
- développer une relation de confiance dans la durée ;
- accompagner et développer des offres telles que Orange bank, les objets connectés, les assurances et le divertissement ;
- anticiper les impacts du digital et de l'intergénérationnel, et accompagner les managers.

Le Groupe a lancé un grand chantier Compétences afin de rendre les salariés acteurs de leur développement et de leur évolution, tout en leur garantissant les compétences utiles pour le Groupe, et pour leur propre évolution professionnelle. Dans ce cadre, Orange a signé en février

2017 un Accord de Reconnaissance des compétences et des qualifications.

### **Emploi et insertion**

Sur la période 2016 - 2018, le Groupe va accueillir en France chaque année 5 000 alternants environ et a minima 2 500 stagiaires, sur tous les métiers et l'ensemble du territoire. Sur cette même période, près de 7 500 salariés, seront recrutés en CDI, essentiellement sur des métiers de la relation avec les clients, le développement du réseau, notamment pour le déploiement de la fibre optique, les nouveaux métiers (développeurs, spécialistes du Cloud, de la cyber sécurité, de la virtualisation, IOT, intelligence artificielle, ...).

### **Orange Learning**

Le déploiement de l'outil de LMS (Learning Management System) Orange Learning s'est poursuivi en 2017. Cet outil permet de mettre le salarié au centre de la démarche de formation, comme un acteur du développement de ses compétences. A ce jour, Orange Learning est déployé dans 6 pays.

### **Développer notre agilité collective**

Orange met en place et promeut de nouveaux outils pour le bénéfice de ses salariés : Plaza, le réseau social d'Orange (premier réseau social au monde, sécurisé et certifié Iso 27001), est au cœur de la digitalisation du Groupe. En 2017, il a passé le cap des 62 000 utilisateurs actifs et confirme sa première place en France et en Europe. En 2017, Plaza est déployé dans cinq nouveaux Pays, soit 21 pays Orange connectés sur 29. Orange a lancé une nouvelle application « Télétravail occasionnel » qui simplifie le parcours de dépôt et de validation d'une demande de télétravail occasionnel. A l'origine de cette application, les focus groupe Expérience Salarié, qui permettent d'identifier des attentes des salariés sur le thème du télétravail (équilibre vie privée/vie professionnelle, temps de transport élevé,...). Cette application permet de favoriser le télétravail notamment de façon occasionnelle suite à des événements exceptionnels liés aux transports, aux intempéries, aux jours critiques de dépassement des seuils de pollution, ...

### **Favoriser l'engagement de chacun**

Pour favoriser et de développer l'esprit entrepreneurial, Orange a lancé en 2017 en France, en Côte d'Ivoire, en Slovaquie et au sein d'Orange Business Services, le programme Oz, dans un premier temps pour promouvoir l'innovation chez ses salariés. Il s'agit de partager ses idées et ses propositions par des ateliers collectifs d'amélioration continue (250 participants en 2017), sur un mur d'idées, de participer à des défis transverses entre entités ou métiers (8 défis lancés en 2017), afin de développer un projet d'innovation avec et pour Orange.

### **Votre Baromètre Salarié**

En 2017, Orange a lancé « Votre Baromètre salarié », une nouvelle enquête 100% digitale qui permet de mesurer la mise en œuvre de la promesse Orange d'être un employeur digital et humain. A cette occasion, 71 735 salariés (51,4%) ont exprimé leurs avis. Parallèlement, l'indicateur composite de performance sociale (ICPS) a été revu pour mieux refléter les priorités de notre Promesse Orange. Alors que le précédent baromètre était centré sur la mesure de la qualité de vie au travail, ce nouveau baromètre mesure la perception de la transformation de l'entreprise autour des priorités que sont les compétences, l'agilité et l'engagement. Il impacte toujours la part variable des leaders et des exécutifs du Groupe. Les résultats du baromètre montrent une progression du score global de plus de 3 points sur les 3 domaines, compétences, agilité et engagement.

### **Politique Santé Sécurité**

Le déploiement du système de management de la santé sécurité (SMSST) s'est poursuivi en 2017 avec des formations sur le périmètre France et la définition des besoins en formation à

l'international. Les audits du SMSST ont redémarré fin 2017 après un changement de prestataire. Les formations des comités santé sécurité dans le cadre de l'accord monde ont concerné 10 pays de la zone MEA. Sur l'Europe, une étude tripartite (relations sociales, Santé sécurité et organisations syndicales) a été lancée afin d'identifier les bonnes pratiques à partager. 2 pays ont été concernés sur 2017, l'Espagne et la Pologne.

### **Politique Egalité Professionnelle**

La politique de l'Egalité Professionnelle s'inscrit dans le plan stratégique Essentiels2020 et la promesse RH du Groupe. Son déploiement dans le Groupe est piloté par le Comité stratégique égalité professionnelle à travers quatre axes :

l'égalité salariale entre les hommes et les femmes

l'équilibre vie privée/vie professionnelle

la représentation équilibrée des femmes et des hommes dans tous les métiers notamment techniques

l'accès des femmes aux postes à responsabilité et à tous les niveaux de management avec l'objectif de 35% de femmes dans les instances dirigeantes à l'horizon 2020

La politique égalité professionnelle du Groupe fait l'objet d'une démarche d'amélioration continue avec une évaluation dans le cadre de la certification Gender Equality European and International Standard (GEEIS). Depuis 2011, le Groupe et l'ensemble des filiales européennes, ainsi que Orange Egypte, Orange Tunisie, OBS Egypte, Brésil, Maurice ont été audités, labellisés et certifiés tous les 4 ans en égalité professionnelle. En 2017, cette certification a été étendue aux autres thématiques de la diversité.

En 2017, Orange a gagné pour sa démarche de dialogue parties prenantes au niveau du Groupe, le trophée Défis RSE qui récompense 8 organisations pour leurs bonnes pratiques RSE ; Orange est 49ème du classement mondial EQUILEAP (parmi les 5 premières entreprises dans le secteur des télécommunications dans le monde) et en France, 8ème au palmarès 2017 de féminisation des instances dirigeantes d'Ethics&Board du secrétariat d'état chargée de l'égalité femme homme (1ère dans le secteur des télécommunications du SBF120).

En France, Orange a renouvelé son accord triennal « l'accord pour l'emploi et l'insertion des personnes en situation de handicap et la lutte contre les discriminations » le 28 juin 2017, signé à l'unanimité. Les signataires s'engagent notamment à mener une politique de recrutement visant à recruter 570 nouvelles personnes en situation de handicap, dont au moins 150 en CDI.

L'accord, qui intègre à présent un nouveau chapitre relatif à la lutte contre « toute forme de discrimination », prévoit également de maintenir et de créer des cursus de professionnalisation. Il promeut aussi un engagement plus vaste en faveur de l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap, via des parcours de professionnalisation mis en œuvre au sein de l'entreprise pour la durée de l'accord, une politique d'achats active auprès du secteur protégé, des partenariats avec les acteurs associatifs et organismes de formation.

## **2.3 Être exemplaire avec nos fournisseurs**

Orange se veut à la fois donneur d'ordre responsable et promoteur des standards RSE dans sa chaîne de sous-traitance.

En tant que donneur d'ordre responsable, Orange entend poursuivre le renforcement de la RSE dans les processus achats et logistiques, l'appropriation des principes et des engagements RSE par les acteurs des achats, et contribuer au développement territorial et à l'emploi local en favorisant l'accès à aux appels d'offres d'Orange aux PME innovantes et aux entreprises du secteur adapté et protégé.

En tant que promoteur des standards RSE dans sa chaîne de sous-traitance, Orange veut renforcer la prise en compte des critères environnementaux, sociétaux et sociaux dans les appels d'offre et s'assurer de la mise en œuvre des exigences RSE d'Orange par les fournisseurs, ainsi que contribuer au déploiement de ces standards, notamment par l'expansion de la Joint Audit Cooperation (JAC) et de ses principes directeurs.

**Indicateur Groupe : d'ici 2020, élargir les audits fournisseurs réalisés dans le cadre de la JAC aux rangs les plus larges**

% audits / rangs	rang 1	rang 2	rang 3	rang 4
Objectif 2020	10	35	50	5
réalisation 2015	21	48	31	
réalisation 2016	16	55	29	
réalisation 2017	31	45	24	

Nombre d'audits par rang en 2017 :

rang 1 : 28 (13 sont des nouveaux fournisseurs)

rang 2 : 40

rang 3 : 21

### *Nos réalisations 2017*

#### **Orange, donneur d'ordre responsable**

Orange fait partie des 39 entreprises (sur les 1 800 signataires de la charte) labellisées « Relations Fournisseur Responsables » sur le périmètre France pour la période 2016/2018.

2017 est l'année de mise en œuvre des mesures destinées à garantir la conformité d'Orange à la loi sur le devoir de vigilance.

Pour cela, le code de conduite fournisseurs a été révisé, avec des obligations renforcées et figure en annexe des contrats. Depuis fin 2017, ce nouveau Code de conduite est en place chez BUyin (une co-entreprise créée pour les achats avec Deutsche Telekom en 2011). Au Q1 2018, il doit être déployé auprès des autres acheteurs du Groupe. Ce document précise les attentes d'Orange auprès de ses fournisseurs et de leurs sous-traitants, dans les domaines environnementaux, sociétaux, sociaux et éthiques.

La sensibilisation aux enjeux RSE et la formation aux outils RSE s'est poursuivie en 2017, avec la formation de 195 acheteurs ou salariés de la direction des Achats (sensibilisation et formation aux outils RSE).

Orange a renforcé ses actions d'accompagnement lors des sourcings autour de l'économie circulaire intégrant la gestion de déchets : ainsi, une filière collective pour la gestion des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques professionnels utilisés en interne (réseau et IT) est mise en place depuis janvier 2017 en France, avec un contrat d'adhésion à l'éco-organisme Ecologic. De plus, tous les fournisseurs d'équipements professionnels réseau et IT ont été sollicités par Orange pour vérifier leur conformité réglementaire et les informer de la gestion des DEEE professionnels d'Orange France.

Orange contribue au développement territorial et à l'emploi local en favorisant l'accès à ses appels d'offres aux entreprises du secteur protégé et adapté, avec plus de 15 millions d'euros d'achat par an, soit un montant supérieur à notre engagement ; Orange conduit également des expérimentations dans le domaine IT.

Orange a également développé un dispositif d'affacturage inversé collaboratif (Reverse Factoring



Responsable), proposé à plus de 300 PME sous contrat des facilités de paiement au travers d'une plateforme dédiée en 2017.

Dans le cadre de ses achats, Orange favorise l'accompagnement de start-ups en open-innovation, avec 4 dispositifs successifs, permettant à celles-ci d'accéder aux marchés asiatiques et d'accélérer l'industrialisation de leurs solutions pour une meilleure compétitivité mondiale (Start-up China Tour, Ch'InnoSphere, Hardware Acceleration Programm, Start-up FastTrack pour la simplification du processus achat)

Enfin, en 2017, Orange a conclu un partenariat avec le fournisseur du smartphone Fairphone 2, terminal éco-conçu éthique et modulaire, afin de le commercialiser en France.

### **promotion des standards RSE dans la chaîne de sous-traitance**

Orange poursuit son dialogue avec les fournisseurs, par exemple en organisant la 3ème édition du Forum Fournisseurs en Juin 2017, sur le thème " L'économie circulaire : une opportunité pour l'avenir " (130 participants). Autre temps fort, le Forum de la JAC (Joint Audit Cooperation) qui s'est déroulé en Chine en Janvier 2017 sur le thème de l'échange de bonnes pratiques, les outils et les défis pour une chaîne de sous-traitance responsable (133 participants incluant opérateurs et équipementiers des télécommunications, universitaires, ONG; retransmission en direct pour la première fois avec près de 1 400 connections)

Orange contribue au déploiement des standards, notamment via la Joint Audit Cooperation (JAC) et ses principes directeurs, avec 89 audits réalisés en 2017, concernant 96.000 employés.

Depuis 2010, ce sont 366 audits sur 292 sites, et concernant 816 000 employés qui ont eu lieu, donnant matière à plus de 2 000 plans d'actions correctives; 88% des cas de non conformités identifiés ont été clôturés. En 2017, un audit non annoncé a permis de vérifier la mise en place des mesures correctives auprès d'un fournisseur de rang 2.

En 2017, 69% des audits concernent des fournisseurs de rangs 2 et rang 3 (+14% par rapport à 2016).

Orange poursuit l'extension du dispositif d'évaluation des risques et de suivi des fournisseurs, notamment via l'évaluation par Ecovadis de la maturité RSE des principaux fournisseurs dans les domaines les plus à risque (IT, Network, etc...) et le lancement d'une campagne en fin d'année pour améliorer la fiabilité de la base fournisseurs existante. Le renforcement de la visibilité RSE s'est opérée grâce au partage des évaluations Ecovadis réalisées par BuyIn.

Orange a également lancé en 2017 les premiers audits RSE sur site sur la zone MEA : 3 fournisseurs ont été sélectionnés au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Maroc. Ces audits « pilote » seront étendus en 2018

Le suivi régulier des performances des fournisseurs est également réalisé via l'outil dédié QREDIC®, en particulier pour ce qui concerne les thématiques environnementales, éthiques et sociales.

## **3 Orange, au service du développement socio-économique**

Porteuses de solutions dans de nombreux domaines sociaux et économiques, les TIC révèlent leur utilité dans des secteurs d'activité particulièrement stratégiques pour la croissance d'un pays. Bénéficiant d'un contact privilégié avec 268 millions de clients et s'appuyant sur un ancrage

territorial en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, Orange s'est donné pour mission de faire du numérique un accélérateur de progrès pour tous.

Fournir l'accès au plus grand nombre, déployer des services numériques essentiels et adaptés aux besoins de chacun, soutenir l'entrepreneuriat et l'innovation sociale sont les trois leviers d'action d'Orange au service du développement des territoires.

### 3.1 Contribuer à la réduction de toutes les formes de fractures numériques

Orange veut contribuer, par ses investissements et des solutions innovantes, à lutter contre l'ensemble des facteurs d'exclusion aux TIC. Ainsi, Orange œuvre à ce que le plus grand nombre accède dans de bonnes conditions aux services devenus aujourd'hui indispensables.

- **contre la fracture numérique géographique**, Orange investit fortement pour étendre la couverture de ses réseaux fixes et mobiles, comme accélérer le déploiement de la fibre et de la 4G en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, ou résorber les "zones blanches".

- **contre la fracture numérique liée au handicap** ou à l'âge, Orange déploie une stratégie de "conception pour tous", dont l'objectif est d'adapter ses produits et services aux besoins de ces populations et de concevoir des produits spécifiques alliant innovation, simplicité et ergonomie.

- **contre la fracture économique**, Orange veut répondre aux problèmes économiques de populations spécifiques avec la création, le plus souvent en partenariat, de programmes solidaires ou d'offres adaptées et ainsi contribuer par le numérique à l'amélioration globale des dynamiques locales ou sectorielles.

**Pour lutter contre les facteurs d'exclusion liés à l'éducation ou à des raisons culturelles et sociales**, Orange propose des programmes de sensibilisation et d'équipement, notamment dans le cadre de la Fondation Orange.

#### 3.1.1 Fracture numérique géographique

Orange a poursuivi l'amélioration de la desserte à haut débit:

- déploiement des réseaux 4G/4G+ dans les pays d'Europe pour augmenter la couverture de la population et augmenter les débits. Taux de couverture à la fin 2017 : 99,9% en Belgique ; 97,5% en Moldavie, 96.0% en France, 96% en Espagne, 93,2% en Roumanie, 99,8% en Pologne.

- déploiement de la fibre : en France, 9,0 millions de foyers raccordables (+32% par rapport à fin 2016), en Espagne, 12 millions de foyers raccordables (soit +2,4 millions en 1 an), en Pologne 2,5 millions de foyers raccordables (+68% par rapport à fin 2016).

Orange s'est également engagée dans l'accès à l'énergie en Afrique à travers un partenariat avec ENGIE signé fin 2015, pour développer l'électrification rurale en Afrique et optimiser l'alimentation électrique des infrastructures d'Orange sur ce même territoire.

**Indicateur Groupe : multiplier par 3 le débit moyen des clients dans les réseaux fixes et mobiles entre 2014 et 2018**

**2015 : x 1,8 (réseaux fixes) et x 1,4 (réseaux mobiles)**

**2016 : x 2,5 (réseaux fixes) et x 1,9 (réseaux mobiles)**

**2017 : x 3,2 (réseaux fixes) et x 2,5 (réseaux mobiles)**

### 3.1.2 Fracture numérique liée au handicap ou à l'âge

Un accord « handicap » a été signé en France fin juin 2017, porteur d'ambitions significatives, en particulier en matière de recrutement. A noter que le groupe a un taux d'emploi de personnes en situation de handicap supérieur à 7% (obligation légale de 6%).

Orange a poursuivi le développement d'offres et de produits répondant aux besoins des personnes handicapées et âgées, soit directement, soit en partenariat avec des start-ups dans une logique d'open innovation :

C'est par exemple le cas de l'application mobile pour aider à la communication des Sourds et Malentendants (Roger Voice), la solution browser pour mettre en accessibilité les sites internet, les solutions de maintien à domicile qui permettent aux aidants familiaux de veiller sur des personnes âgées à distance, la diffusion du catalogue « autonomie » de produits adaptés en France.

Orange a également développé des programmes d'apprentissage dédiés aux personnes avec autisme : des applications éducatives sont développées avec le financement de la Fondation Orange, des tablettes sont fournies aux structures d'accueil pour accélérer la progression des personnes avec autisme, améliorer leurs conditions de vie avec leurs proches et leur insertion sociale.

Orange a lancé l'application Ellomi destinée à faire découvrir différents types de handicaps invisibles notamment grâce à la réalité augmentée, pour mieux appréhender les situations de certains collaborateurs en situation de handicap et découvrir les compensations possibles notamment ce qu'offre Orange dans le cadre de sa gamme autonomie, l'open-source ou les solutions partenaires.

Enfin, Orange poursuit le déploiement d'un réseau de distribution accessible comportant 272 boutiques labellisées « Autonomie » en France au 31/12/2017, une politique de formation à l'accueil des personnes handicapées et âgées à la fois sur PC, mobiles et tablettes, avec un axe complémentaire pour l'accueil téléphonique des personnes âgées.

Via la Fédération Française des Télécommunications, Orange a contribué au 5ème bilan de la charte d'engagements volontaires à l'accès aux communications électroniques des personnes handicapées ;

### 3.1.3 Facteurs d'exclusion liés à l'éducation ou à des raisons culturelles

Orange intervient via sa **Fondation**, dotée d'un budget de 23 M€ (dont 8,5 M€ en France) ; 8 000 collaborateurs sont engagés dans des activités de mécénat dans 16 entités locales de 30 pays.

En matière d'**éducation numérique**, Orange intervient grâce à plusieurs initiatives :

- 73 FabLabs Solidaires dans 11 pays (dont 48 en France) : les FabLabs sont des ateliers ouverts à tous, offrant la possibilité d'expérimenter, d'apprendre, de fabriquer et de partager les savoir-faire.

Les jeunes défavorisés ou en difficulté scolaire y développent de nouvelles compétences pour faciliter leur insertion, par la suite, sur le marché de l'emploi ;

- « ensemble pour l'insertion des jeunes » : programme de formation et d'éducation au numérique en partenariat avec des missions locales de France. En 2017, c'est 14 200 jeunes formés grâce au numérique ;

- Maisons Digitales : elles forment les femmes sans qualification ou sans emploi en Europe et en Afrique. Ce programme compte aujourd'hui 200 Maisons Digitales dans 18 pays, représentant 11 000 femmes formées ;

- Ecoles Numériques : elles permettent à plus de 13 000 enfants d'accéder à l'éducation. Grâce à un kit composé de serveur et de tablettes, les écoliers disposent de contenus éducatifs de qualité. Depuis 2014, le programme est déployé dans 532 écoles et 12 pays. Depuis la rentrée 2016, le kit est également utilisé par des associations de soutien scolaire en France.

Les domaines d'intervention d'Orange sont centrés sur la fourniture d'équipements de santé maternelle et infantile en Afrique, d'actions pour les grandes structures hospitalières en France, l'inclusion sociale et sociétale des personnes avec autisme, le financement de la recherche sur l'autisme. Ce sont 70 « villages Orange » dans 11 pays qui ont bénéficié de l'installation d'un point d'eau, d'un centre de santé et d'une école (350 000 bénéficiaires).

### 3.2 Développer des services essentiels innovants

<b>Indicateur Groupe : se diversifier sur les nouveaux services en réalisant un chiffre d'affaires de plus de 1 milliard d'euros d'ici 2021</b>
---

Le groupe agit pour que les technologies numériques soient mises au service des populations. En effet, les TIC peuvent apporter des solutions dans un grand nombre de domaines, à condition que soient proposées aux usagers des offres adaptées à leur situation. Dans le cadre de sa démarche globale "Orange pour le développement", le Groupe conçoit, le plus souvent avec des partenaires, des produits et services qui, dans chaque domaine, constituent le meilleur levier de progrès, en particulier sur la zone Afrique et Moyen-Orient. Plusieurs axes de transformation ont été identifiés :

- **l'agriculture** en vue d'améliorer les revenus des agriculteurs, accroître la productivité agricole et renforcer la chaîne de valeur globale ;

- **les services financiers** pour faciliter l'accès à des services bancaires via mobile, en s'affranchissant des contraintes des réseaux bancaires classiques peu déployés ;

- **l'énergie en zone rurale** comme solution alternative pour fournir de l'électricité aux populations africaine qui n'ont pas accès au réseau électrique (70% de la population) ;

- **l'e-éducation** pour permettre l'accès à des contenus éducatifs de qualité même en zone éloignée des grands centres urbains ;

- la **santé** pour proposer des solutions à la fois simples, fiables et efficaces dans les services médicaux et les services à la personne mais aussi permettre aux patients de mieux gérer leur santé et leurs pathologies ;

Orange a ainsi lancé plusieurs programmes :

**1/ m-Women** est une démarche pour promouvoir l'autonomisation et l'employabilité des femmes par le numérique dans la zone MEA, à travers des services essentiels adaptés à leurs besoins. L'inclusion numérique des femmes contribue à démultiplier leur apport à un développement socio-économique durable ; Quelques exemples de réalisations en 2017 :

- le développement de Cycle M en RDC, un service via mobile de notifications de suivi des cycles féminins dans le cadre de la planification familiale du Ministère de la santé publique ;
- le lancement de Gifted Mom au Cameroun, une plateforme de SMS et messages vocaux qui fournit des informations personnalisées aux femmes enceintes et aux jeunes mamans, ainsi que l'accès à internet pour avoir connaissance d'un hôpital non loin de chez soi ;
- le lancement de Private Recharge en Egypte et Smart Recharge au Maroc, un moyen de recharger son compte Prepaid sans donner son numéro et son nom ;
- le lancement du projet Wali en Centrafrique, un projet d'assistance en réponse à la demande des femmes défavorisées, victimes de plusieurs conflits récurrents afin de renforcer l'autonomisation des femmes à travers les Activités Génératrices de Revenus (AGR) telle que la vente des produits Orange ;
- au Burkina Faso, l'envoi de SMS en masse pour informer les femmes sur les consultations médicales à effectuer et les aides au dépistage.

**2/ mAgri** regroupe les initiatives de développement de solutions et de services à valeur ajoutée différenciant et spécialisés, à destination des millions d'agriculteurs équipés de téléphones mobiles ; elles sont réalisées en partenariat avec des fournisseurs de services au monde agricole, que ce soit dans le domaine de l'information (comme IGNITIA, HNI, ou RONGEAD aujourd'hui), dans celui des Market-places (comme m-Louma au Sénégal ou agrobusiness en Guinée), des services financiers (comme BIMA dans le domaine de la micro-assurance) ou encore de solutions M2M/IOT (comme DACOM ou Medria Technologie).

**3/e-santé**, pour offrir notamment grâce au mobile des services de santé. Il s'agit par exemple :

- du développement de services de téléconsultation en zone rurale pour des soins primaires en liaison avec les hôpitaux,
- d'un service d'information via mobile, de hotline pour répondre aux questions santé (sexualité/contraception, SIDA, MST, malaria...), de rappel de calendrier vaccinal (service par USSD lancé dans le cadre du Programme Elargi de Vaccination (PEV) sur recommandation de l'OMS), de service de planning familial via SMS et USSD, en partenariat avec la start-up Cycle M ;
- de l'authentification de la contrefaçon de médicaments : le client enregistre le code barre et l'envoi via un numéro court. Il reçoit une réponse automatique sur la conformité du médicament
- de collecte de données sanitaires/épidémiologiques/de suivi de patients

**4/ e-éducation**, pour toucher le plus grand nombre ; en 2017, les actions d'Orange ont porté par exemple sur :

- le programme Sankofa s'adressant aux filiales d'Orange en Afrique pour mettre en place l'environnement leur permettant de lancer des offres d'accès à des contenus éducatifs ;

- à Madagascar, la finalisation du programme FADEP.MG (Formation à distance des enseignants du primaire à Madagascar) lancé en 2016 avec le Ministère de l'éducation nationale (MEN) malgache. Le projet doit renforcer les compétences professionnelles de 1000 enseignants du primaire à Madagascar à travers un dispositif hybride de formation à distance.
- le lancement au Maroc de Kezakoo, une plateforme éducative gratuite, en langue arabe, offrant cours et exercices en format vidéo et documents en maths, physique, langue française, tutoriels. Partenariat de co-branding avec Orange Maroc ;
- enfin, l'ouverture de la 1ère Ecole Numérique en Centrafrique.

**5/énergie** : les progrès récents dans la technique des panneaux solaires et des batteries permettent de proposer une solution simple et bon marché aux populations qui n'ont pas accès à l'électricité. Un panneau solaire installé sur le toit de la maison recharge une batterie pendant la journée, et cette batterie alimente ensuite des appareils électriques de première nécessité : lampes, chargeur de portable, radio, voire téléviseur. A ce titre, le 14 décembre, Orange RDC a officiellement lancé Orange Energie, un service innovant d'abonnement à l'énergie solaire à destination de la population congolaise développé en partenariat avec BBoxx. Payable exclusivement via Orange Money, le service constitue une première étape de la stratégie d'Orange MEA dans les domaines de l'énergie et l'électrification des zones rurales. 3 pilotes sont déployés en Côte d'Ivoire, au Sénégal et au Cameroun.

### 3.3 Soutenir l'entrepreneuriat

L'accélération de mutations numériques toujours plus profonde est à l'origine d'un changement global de paradigme en termes de développement socio-économique des territoires. Le Groupe Orange est un aménageur du lien au cœur des territoires. Engagé fortement dans cette démarche d'ouverture, il déploie nombre de programmes pour favoriser des synergies durables avec les "jeunes pousses", à vocation numérique comme sociale. Une dynamique qui se diffuse sur l'ensemble des territoires, avec des dispositifs cohérents et complémentaires pour repérer, soutenir et promouvoir les nouveaux talents.

Les entrepreneurs sont soutenus au travers des initiatives suivantes :

- le réseau La Ruche (5 incubateurs en France)
- les 4 incubateurs africains (Sénégal, Niger, Guinée et Mali)
- les Orange Fabs, accélérateurs de start-up par Orange
- le Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et Moyen-Orient.

**Indicateur Groupe : soutenir au moins 500 start-ups à l'horizon 2018**

**2015 : 150 entrepreneurs soutenus**

**2016 : 239 entrepreneurs soutenus, soit une hausse de 58% par rapport à 2015**

**2017 : 435 entrepreneurs soutenus, soit une hausse de 82% par rapport à 2016**

#### **Nos réalisations 2017**

##### **- repérer**

Orange Tunisie, en partenariat avec Technovation international et l'Ambassade des Etats-Unis a organisé le Challenge international pour les jeunes filles de 10 à 18 ans **#girlswhocode**, visant à apporter des solutions à leur communauté grâce aux technologies mobiles dans des domaines comme la santé, l'éducation... Entre 2016 et 2017, ce sont plus de 600 filles de toute la Tunisie qui

y ont participé. 7 équipes tunisiennes ont été retenues parmi les équipes demi-finalistes à l'échelle mondiale et 1 équipe participe au World Pitch Summit à la Silicon Valley chaque année.

**Orange Fabs** a connu en 2017 le lancement de la saison 3 en Jordanie en Janvier 2017, de la saison 3 en Côte d'Ivoire en Juin 2017, de la saison 2 au Sénégal en Avril 2017 et de la saison 1 au Cameroun.

#### - soutenir

Orange poursuit le développement du site **Entrepreneur Club** : espace d'information en français et en anglais dédié aux créateurs d'entreprises d'Afrique et du Moyen-Orient. Le site renseigne les entrepreneurs et les met en relation avec les différents dispositifs d'Orange qui soutiennent l'entrepreneuriat. Entrepreneur club propose également des informations pratiques et des outils nécessaires à la création d'entreprise. De même, Orange participe au réseau d'incubateur Afrique Innovation qui met en relation les incubateurs sur le continent africain.

Orange a lancé la **Sonatel Academy** : le Groupe Sonatel a inauguré le 22/11/17 au CTIC Dakar sa nouvelle école gratuite de codage dite « Sonatel Academy ». A travers la création de cette école, la première du genre, le Groupe Sonatel, avec l'appui du Groupe Orange, réaffirme son engagement majeur dans l'écosystème numérique des pays dans lesquels il est présent. Sonatel poursuit ainsi l'accompagnement de l'Etat du Sénégal dans la mise en œuvre de la stratégie Sénégal Numérique 2025.

En Tunisie, Orange a développé l'**Orange Developer Center**, un incubateur technologique offrant formation, coaching et animation de la communauté à travers des challenges, des hackathons tel que le Orange Summer Challenge (compétition annuelle incontournable pour les geeks).

**Orange Guinée** a lancé un Hackathon en 2017 en collaboration avec l'Incubateur Saboutech. Ce projet s'inscrit dans le cadre du #ProgrammeCitoyen d'Orange Guinée sur un des axes clé : l'« accompagnement entrepreneurial », favorisant la créativité des jeunes dans le numérique, qu'ils soient entrepreneurs, développeurs ou membres d'une startup.

#### - promouvoir

Orange a connu en 2017 la 7<sup>ème</sup> édition du Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient : ce Prix récompense chaque année des projets innovants basés sur les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) qui permettent d'améliorer les conditions de vie des populations locales grâce au numérique dans des domaines tels que l'éducation, la santé, l'agriculture, le paiement mobile ou encore le développement durable. Grande nouveauté de cette 7<sup>ème</sup> édition, le concours a débuté par une phase nationale durant laquelle chacune des 17 filiales Orange en Afrique et Moyen-Orient participant au concours a étudié les projets soumis dans son pays et désigné ses gagnants locaux. L'appel à candidatures a permis de recueillir près de 1 200 projets innovants, soit 60% de plus qu'en 2016. Parmi les 49 gagnants locaux, 11 projets ont été sélectionnés et soumis à un jury international composé de professionnels, investisseurs, institutions du monde extérieur et d'Orange. Les finalistes du Prix Orange de l'Entrepreneur Social bénéficieront également d'un accompagnement privilégié pendant six mois assuré par l'ONG Grow Movement et par des experts d'Orange. Par ailleurs, cette année encore, le concours s'est enrichi d'un Prix Spécial Contenu décerné par Orange Content. Dans le cadre du Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique, plusieurs filiales ont également organisé des prix locaux. Ainsi, le Cameroun a organisé le Prix de l'Entrepreneuriat féminin et le Sénégal le Prix du Contenu Culturel.

## 4 Orange, acteur de la transition écologique

Orange déploie des solutions et des plans d'actions ambitieux pour accompagner la transition écologique et énergétique dans les domaines du changement climatique, de la gestion des ressources et des déchets et de la protection de la biodiversité. C'est ainsi que de nombreux métiers de l'entreprise sont mobilisés pour réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub>, pour optimiser la fin de vie de nos équipements et promouvoir leur recyclage, ou encore rechercher des solutions plus éco-responsables pour nos clients.

**A l'occasion de la COP21, qui s'est tenue à Paris à la fin 2015, Orange a réaffirmé son engagement en faveur de la protection de l'environnement et s'est fixé 2 nouvelles priorités:**

- **réduire de 50 % ses émissions de CO<sub>2</sub> par usage client d'ici 2020 (par rapport à 2006)**
- **favoriser l'intégration des principes de l'économie circulaire au sein de son organisation et de ses processus.**

### 4.1 Adopter une démarche systémique

#### 4.1.1 ISO 14001

La politique de certification d'Orange vise à obtenir et maintenir la certification ISO14001 pour les activités de nos principales filiales en Europe et en Afrique. Depuis deux ans nous faisons évoluer le Système de Management Environnemental afin qu'il prenne en compte les exigences nouvelles apparues avec la publication de la version 2015 de la norme ISO 14001 ; à cet effet des outils Groupe ont été développés pour faciliter cette transition ; ils ont porté sur le Dialogue Parties Prenantes et la prise en compte des impacts sur l'ensemble du cycle de vie. En 2017, ces outils ont permis d'établir ou de poursuivre les plans d'actions pour effectuer la transition vers la version 2015 de la norme.

#### *Nos réalisations 2017*

Toutes les organisations certifiées ISO 14001 ont réussi leurs audits de suivi ou renouvellement. Orange France a reçu la certification ISO 14001 sur la totalité de son périmètre avec une période d'audit de transition pour permettre d'adapter le système de management de l'environnement à la version 2015 de la norme et aux réorganisations des directions de la relation client. Orange Slovaquie, Orange Sénégal, Orange Mali et Orange Business Services ont effectué la transition vers la version 2015 de la norme ISO 14001

Notre périmètre certifié ISO 14001 représente 66,6% de nos activités Monde.

#### 4.1.2 Economie circulaire

L'engagement d'Orange d'intégrer progressivement d'ici 2020 les principes de l'économie circulaire implique une évolution progressive de ses modèles économiques et processus, en lien avec son écosystème, et couvre plusieurs chantiers : l'écoconception, la limitation de nos consommations en ressources critiques, l'optimisation de la gestion des déchets, et la possibilité de redonner une 2ème vie aux déchets électroniques et électriques.

Cette démarche contribue également à notre objectif de réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub>.



### **Nos réalisations 2017**

Le projet collaboratif avec des membres de la **Fondation Ellen MacArthur**, pour étudier les avantages qui pourraient être apportés par l'introduction de la modularité dans les équipements techniques et réseaux, s'est poursuivi et terminé. Les conclusions ont été présentées lors du forum de Reykjavik.

Le Groupe a mis en place un **comité de pilotage stratégique de l'Economie Circulaire** pour définir l'ensemble des actions à déployer au cœur des métiers, avec désignation de porteurs et mise en place d'une road map 2017-2020 conformément à son engagement de déployer l'économie circulaire dans tous ses processus d'ici à 2020. Ce plan d'actions sera régulièrement revu et ajusté ; 6 personnes ont suivi la formation proposée par la Fondation Ellen Mc Arthur en 2017.

## **4.2 Réduire notre empreinte carbone**

Le numérique est aujourd'hui présent dans tous les secteurs de l'activité humaine, il constitue une partie de la solution pour en réduire les impacts environnementaux. Au cœur de cette révolution, les opérateurs télécom, les producteurs de data, mais aussi l'ensemble des acteurs socio-économiques de la planète multiplient les usages du numérique.

A l'occasion de la COP 21 qui s'est tenue à Paris en décembre 2015, Orange a pris un nouvel objectif ambitieux : réduire de 50% ses émissions de CO<sub>2</sub> par usage client en 2020 (base 2006). Orange poursuit ses efforts avec l'optimisation de ses plans d'actions en participant aux COP et en actualisant ses efforts de la COP 21 à la Cop 26.

**Indicateur Groupe : réduire nos émissions de CO<sub>2</sub> de 50 % par usage client entre 2006 et 2020**  
**2006-2017 : réduction de 50,03%**

### **Nos réalisations 2017**

Orange a renouvelé son engagement pour le climat en confirmant sa signature du French Business Climat Pledge, à l'occasion du **One Planet Summit** lancé en décembre 2017 pour mettre en place des solutions et innovations afin de passer à une société bas carbone d'ici à 2020

En 2017, le Groupe a lancé avec l'UIT et Carbone 4 la réalisation d'une méthodologie pour le secteur des TICs afin de positionner leur contribution par rapport à l'atteinte de l'objectif du traité de Paris de contenir d'ici à 2100 le réchauffement climatique « bien en dessous de 2 °C par rapport aux niveaux préindustriels ». La rédaction d'un document méthodologique a démarré en 2017 au sein de l'UIT.

**Orange France** a diminué son empreinte carbone de 5 220 tonnes de CO<sub>2</sub> en 2017 (259 958 tonnes) versus 2016 (265 178 tonnes) grâce aux diminutions des déplacements en avion, en voiture, à la baisse de consommation de fuel et d'électricité et au plan ITN 2020.

Ainsi, après plusieurs années de hausse, Orange France a su stabiliser puis faire baisser en 2016 sa consommation d'électricité. En juillet 2017, avec le soutien de GSSC, Orange France a obtenu la certification ISO 50001 de son système de gestion de l'énergie sur les activités de développement et d'exploitation des réseaux et du système d'information. Orange est aujourd'hui l'une des premières entreprises françaises à obtenir cette certification à très grande échelle. Elle s'étend en effet sur plus de 30 000 sites techniques et un parc de 15 000 véhicules.

La certification ISO 50001 en quelques chiffres clés :

- réduction de 6% de la consommation d'électricité sur les sites les plus importants (entre fin 2015 et fin 2017)
- amélioration de la performance énergétique par usage client de 36% (entre fin 2006 et mi 2017)
- réduction de la consommation de carburant de 26% (entre 2006 et 2016)

#### 4.2.1 Réseaux et systèmes d'information

La consommation énergétique des réseaux et systèmes d'information Orange en 2017 a été de 82,25% de la consommation totale, et leur émission de CO<sub>2</sub> de 81,04% des émissions totales.

La consommation d'énergie est désormais intégrée comme critère d'évaluation des réponses aux appels d'offre de fourniture d'équipement informatique ou de réseau d'Orange. Par exemple, le programme MOSAIC démarré en 2017 permet d'introduire les dernières générations d'équipements NOKIA sur le réseau mobile (en lieu et place des équipements historiques ALU). Ces équipements sont non-seulement plus éco-efficaces mais ils embarquent aussi des compteurs permettant de mesurer « en temps réel » leur consommation électrique. Les gains de consommation sont estimés à 30% à iso-configuration

Des progrès clés ont été réalisés sur la modélisation de l'énergie consommée par les services, préalable aux plans d'efficacité énergétiques ; les résultats des travaux sur ce thème ont été présentés en janvier 2017, dans le cadre de SooGREEN (projet européen CELTIC, coordonné par Orange) auquel participaient le Celtic Office, la DGE française et l'organisme public suédois Vinnova. Les nouvelles méthodes d'économie d'énergie concernent le transfert de données sur le réseau cellulaire, le Device to Device (D2D), et la fermeture du canal RF. La connectivité 5G « as a service », un cRAN énergétiquement intelligent et l'Evolved Packet Core (EPC) ont fait l'objet de démonstrations. Une étude technico-économique sur la dépendance des réseaux smart grid et mobiles et sur les nouveaux systèmes de stockage de l'énergie lithium a également été présentée. En juin 2017 s'est tenu, pendant trois jours, le séminaire annuel de la communauté Orange Expert Énergie et Environnement. Ce séminaire a été l'occasion de rencontrer plusieurs experts externes, comme les membres de l'Association Negawatt qui sont venus présenter leur scénario pour une énergie 100 % renouvelable en France à l'horizon 2050. Valérie Peugeot, sociologue chez Orange, a présenté un exposé sur le thème « les comportements durables et le rôle des technologies ». Plusieurs notes synthétiques ont également été publiées en 2017, relatives aux impacts environnementaux de la Virtual Box, aux fonctionnalités du Green RAN (Radio Access Network), à l'efficacité énergétique dans le RAN...

Orange a travaillé en 2017 sur les problèmes de batterie. Un appel d'offres a été lancé au début de l'année 2017 afin de favoriser les innovations du marché en ce qui concerne les batteries au plomb et d'accéder à de nouvelles technologies (Lithium-ion). Sur une période de 5 ans (produits et livraison), des économies de 9 % à 25 % (en fonction du fournisseur) seront réalisées sur les dépenses d'investissement grâce à cet appel d'offres, ce qui représente une économie allant de 9 à 25 millions d'euros à l'échelle du Groupe. Les batteries étant très sensibles aux augmentations de température, la température des sites d'accès en intérieur est maintenue à une valeur proche de 27 °C afin de préserver les batteries. Les équipements telco peuvent quant à eux supporter des conditions climatiques beaucoup plus variées et des températures allant jusqu'à 40 °C. Utiliser une armoire à refroidissement pour accueillir les batteries peut permettre d'économiser de l'énergie (et de faire également des économies sur les dépenses d'exploitation connexes) correspondant à l'impact de la température sur la consommation énergétique des systèmes de climatisation. Les essais en laboratoire et sur le terrain ont donné des résultats satisfaisants.

Le 400V DC est l'un des principaux piliers du programme de transformation énergétique visant à réduire les dépenses d'exploitation et d'investissement liées à l'énergie. Les écosystèmes d'équipements ITN sont de plus en plus nombreux à adopter le 400V DC.

En France, les essais sur l'alimentation à distance sont concluants: le premier site pilote, inauguré à la fin de l'année 2015, fonctionne toujours sans problème. Le premier appel à projets (RFI) pour une distribution hybride (câble et boîtiers) a été finalisé en septembre 2017.

Les énergies renouvelables sont désormais prises en compte dans les contrats ESCO (Energy Services Company). Orange RDC (République Démocratique du Congo) & Greenwish/Sagemcom ont signé au cours de l'été 2017 un partenariat consistant à externaliser les investissements liés aux services d'infrastructures environnementales techniques, de maintenance passive, de sécurité

et de réapprovisionnement. Orange reste propriétaire des sites et les ESCO détiennent les composants énergétiques dans lesquels elles ont investi. Orange Niger & Aktivco/Camusat ont signé en novembre 2017 un partenariat de 10 ans basé sur le modèle ESCO. Ce contrat concerne 536 sites et devrait permettre à la société d'économiser 6 millions d'euros en coûts d'exploitation et 28 % sur le coût total (TCO) pour toute la durée du contrat. Jusqu'à 10 pays d'Afrique et du Moyen-Orient participent aux appels d'offres basés sur le modèle ESCO.

Dans le cadre d'Explore2020, plusieurs projets de fermes solaires ont également été étudiés en 2017 dans différents pays (Égypte, Mali, Maroc, Niger, Sénégal) sur la base du modèle établi pour la Jordanie. En Afrique et au Moyen-Orient, 2 800 sites sont opérationnels en 2017.

#### 4.2.2 Bâtiments tertiaires

Les bâtiments représentent 11,75% des émissions de CO<sub>2</sub> du Groupe, et 11,60% de notre consommation totale.

Orange a déployé des outils de mesure et de pilotage des consommations d'énergie de ses bâtiments tertiaires sur l'ensemble de ses filiales en Europe. L'analyse et l'exploitation des données permettent d'accélérer la transformation des usages et des processus ainsi que la réduction de la consommation.

En 2017, en France, Orange a poursuivi la gestion vertueuse de son parc de bâtiments, avec :

- une instrumentation de 140 sites et un suivi régulier de ses consommations par des « Energy Managers » (versus 120 sites fin 2016),
- la mise en application de son catalogue de performance énergétique,
- la participation au concours CUBE2020 de performance énergétique organisé par l'IFPEB : 3 de nos sites obtiennent un podium et nous arrivons en tête en vision parc immobilier avec 6,5 % d'économie réalisée pour l'ensemble des bâtiments inscrits,
- l'obtention de la certification ISO 50 001 sur le site d'Orange Village,
- la certification environnementale HQE, BREEAM avec label énergétique sur toutes les nouvelles prises à bail 2017.

#### 4.2.3 Déplacements

Les déplacements représentent 7,21% des émissions de CO<sub>2</sub> du Groupe et 6,16% de sa consommation totale.

Orange a mis en place l'optimisation de sa flotte de véhicules et a introduit une flotte "verte".

La taille de la flotte Orange est en constante réduction (-4% par an depuis 3 ans) et est passée sous les 19 000 véhicules.

En 2017 le déploiement d'Orange Auto Partage s'est poursuivi, avec 1 700 véhicules à la fin de l'année (contre 650 à la fin 2016). Orange reste plus que jamais la 1<sup>ère</sup> flotte en auto partage en entreprise en France et même en Europe.

Orange a utilisé en 2017, plus de 305 véhicules électriques et plus de 325 véhicules hybrides (dont 50 rechargeables). De même, plus de 900 points de charge ont été déployés (y compris dans des parkings recevant des véhicules électriques uniquement en visite...). Le déploiement de véhicules électriques s'est poursuivi en France en 2017, avec près de 300 voitures commandées, partout dans les territoires. Ces véhicules sont affectés à des voitures « en pool » ou attribués à des fonctions particulières. Le déploiement se poursuivra dans les prochaines années.

Un effort a été initié depuis 2016 en faveur des véhicules thermiques à essence, tant pour les véhicules de statut (40% de l'offre au catalogue porte sur des modèles essence) que sur les autres véhicules de société. Nous avons tenu en 2017 l'objectif de remplacer plus de 700 véhicules diesel par des modèles à essence, avec 825 véhicules C3 essence commandés, à boîte manuelle ou

automatique, soit près de 45 % des véhicules de ce type. Cela permet notamment de diminuer notablement les émissions de particules fines et d'Oxyde d'azote dans les agglomérations. Plusieurs entités du Groupe ont mis en place des dispositifs visant à limiter l'usage de la voiture individuelle (Plans de Déplacement Entreprise, dispositif de covoiturage, de partage de voitures, formations à l'éco-conduite, alter mobilité (vélos à assistance électrique par exemple)...). A ce titre, sur les immeubles du siège, une opération avec la société d'insertion Rayon Vert de promotion pour les vélos privatifs et leur entretien sur les sites du siège a été mise en place durant l'année 2017. En 2017, 2 000 salariés d'Orange France ont suivi une formation à l'éco-conduite.

Orange France adresse automatiquement des push mails d'alerte aux pics de pollution pour encourager les salariés équipés d'outils de mobilité d'utiliser les modes alternatifs de déplacement ou de non déplacement. Premiers résultats concrets (encore partiels) en 2017 : 50 062 journées sans déplacement en voiture, 7 758 salariés concernés, 1 923 623 km en voiture non effectués, contribuant ainsi à une économie d'émission de près de 400 tonnes de CO<sub>2</sub>.

Orange limite les déplacements grâce aux recours à la visioconférence. Orange dispose d'environ 260 salles de vidéo conférence en France et de près d'une centaine au niveau reste du monde. Les taux d'usage de ces salles se situent globalement autour de 15% avec une certaine forme de disparité selon les salles. Certaines d'entre elles ont de fort niveau de trafic dans le cadre de la gestion de projets internationaux ou concernant certains métiers; d'autres ont des niveaux d'usage moindre. Il se pose alors la question de solutions alternatives plus légères, plus agiles (Caméras 360°, outils collaboratifs lights) moins onéreux en terme d'investissements et de maintenance.

### 4.3 Limiter nos impacts sur les ressources naturelles

En vue d'améliorer la collecte et le tri permettant le réemploi d'équipements, le recyclage, la traçabilité et une meilleure valorisation des déchets, Orange a choisi de renforcer et d'optimiser ses systèmes de gestion des déchets et d'assurer la promotion de la collecte des mobiles des clients.

En plus de limiter son impact direct, Orange œuvre à réduire l'impact sur l'environnement tout au long de leur cycle de vie des produits et services commercialisés à ses clients. Cela passe notamment par le développement de processus d'éco-conception des produits et des services.

#### 4.3.1 Gestion des équipements électriques et électroniques

Orange agit pour renforcer et optimiser les systèmes de gestion des équipements usagés, pour favoriser le réemploi d'équipements, le recyclage et la traçabilité. En 2017, 55 298 tonnes de déchets ont été valorisés (i.e. déchets ayant fait l'objet d'une valorisation sous la forme de réemploi, de valorisation matière ou énergétique). Le taux de valorisation est de 88,9%.

#### **Nos réalisations 2017**

Une plateforme commune de type « stock market place » a été créée et lancée, pour le réemploi des équipements réseaux usagés dans l'ensemble des opérations du Groupe. Un suivi régulier est effectué pays par pays.

En France, Orange a poursuivi en 2017 l'amélioration des filières déchets tertiaires, avec par exemple la généralisation du tri papier sur tous les sites de plus de 50 personnes et l'inclusion de la mesure du taux de valorisation des déchets dans les contrats avec ses prestataires ; depuis le 1er Janvier 2017, Orange France a mis en place une filière collective pour les DEEE Professionnels, confiés à Ecologic et Recyclum, deux organismes agréés par les pouvoirs publics : la consommation de papier a diminué de 60% depuis 10 ans et de 20% en 2017. De plus, la part des impressions sur

du papier recyclé labellisé FSC ou Blaue Engel est de plus de 70% tout gisement confondu et des efforts notables sont à souligner pour le papier ramette recyclé qui a augmenté de 13% en 2017. L'utilisation du papier labellisé a permis d'épargner le rejet de 168 tonnes de CO2. Enfin, en 2017 a été lancée la digitalisation du bulletin de salaire pour tous les salariés d'Orange France qui ne s'y sont pas opposés.

Dans les autres pays européens, les efforts se poursuivent également : en Slovaquie, le programme d'envoi de factures électroniques s'est déployé à 71,4 % en 2017. Par ailleurs, le programme de signature électronique sur tablette pour les contrats a également été déployé, avec un passage de 7% au S2 2016 à 16% en moyenne en 2017. L'utilisation de plus d'un demi-million de pages de papier A4 a ainsi été évitée en 2017. En Pologne, 218 000 équipements haut débit ont été rénovés en 2017 (+ 20 % d'une année à l'autre en termes de volume, pour les décodeurs et les modems réunis); en accord avec les vendeurs, Orange Pologne garantit une option de rénovation, comprenant les accessoires nécessaires, les procédures de test et les activités après-vente, qui permet de rallonger la durée de vie du produit et de réduire nos coûts d'exploitation.

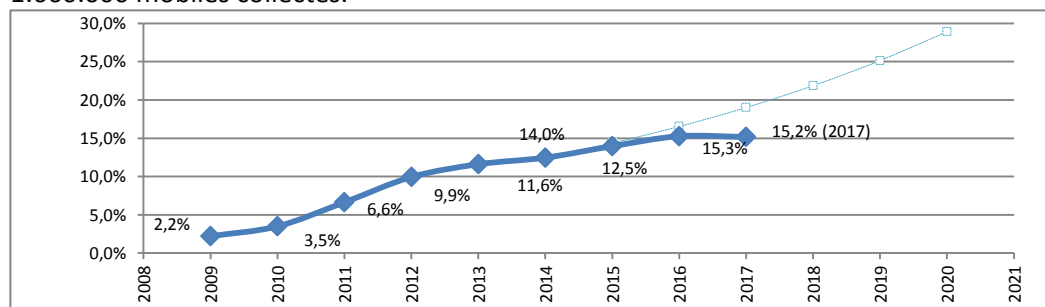
En Afrique et au Moyen Orient, la collecte et le traitement des déchets se poursuit, plusieurs appels d'offre en vue de choisir un prestataire de collecte et traitement des DEEE. Le choix du prestataire est prévu au 1<sup>er</sup> semestre 2018 au Mali et à Madagascar, une consultation a été lancée en Guinée.

#### 4.3.2 Collecte des mobiles

**Indicateur Groupe** : collecter 30% des mobiles usagés de nos clients en Europe d'ici 2020  
**2017 : 15.2%**

#### Nos réalisations 2017

Le taux de collecte pour l'ensemble de l'année 2017 est de 15,2% (vs un objectif de 18,3% pour atteindre l'objectif de 30% en 2020). Il passe de 15,3% (2016) à 15,2% (2017), soit de 1.800.000 à 1.660.000 mobiles collectés.



La France continue sa progression avec un taux de collecte de 22,2% sur l'année 2017 (vs 19,3% en 2016) et dépasse pour la première fois le million de mobiles collectés (1.009.211 mobiles collectés vs 913.000 en 2016). Cette bonne performance résulte de la politique de buy back mise en place dans les boutiques et sur les ventes en lignes, et des 2 000 points de collecte partenaires, dans des écoles et universités, des entreprises et des collectivités. De plus, pour chaque téléphone repris, 2€ sont versés à Emmaüs International. Tous les mobiles collectés par Orange sont envoyés aux Ateliers du Bocage, une entreprise d'insertion, où ils sont triés. Les mobiles hors d'état de marche sont recyclés tandis que les autres, fonctionnels, sont reconditionnés pour rejoindre les marchés d'occasion. Les profits générés par la vente de mobiles d'occasion sont reversés à Emmaüs international. Ces fonds permettent ensuite le financement d'ateliers de récupération de déchets mobiles, dans différents pays d'Afrique. Les mobiles récupérés sont envoyés en France pour être à leur tour recyclés.

En Espagne, le changement de prestataire a conduit à l'arrêt de la collecte buyback au T4. En Roumanie également, le taux de collecte pour l'année 2017 de 29,4% vs 34,1% en 2016, est imputable à un changement de prestataire.

En Slovaquie, la collecte représente environ 15% des mobiles, grâce à la seule collecte éco-citoyenne, et des systèmes de « billet de loterie ». Chaque mois, les clients peuvent tenter de remporter un téléphone neuf. Pour chaque téléphone rapporté, les recettes dégagées par Orange grâce au recyclage sont reversées à une ONG impliquée dans des projets sociaux.

Le manque d'initiatives de collecte en Pologne (qui représente 20% des ventes du Groupe) pèse sur le taux de collecte global. En 2017, environ 8 000 smartphones ont été reconditionnés grâce à notre partenaire SBE.

En Afrique, Orange a participé à la création de 5 ateliers de collecte à la fin 2017. Depuis l'ouverture du 1er atelier de collecte au Burkina Faso, plus de 2 millions de mobiles ont été collectés et plus d'une vingtaine de conteneurs de déchets de mobiles ont été collectés en Afrique et rapportés en France pour recyclage. Cette filière contribue à la création d'emplois solidaires, en France et en Afrique. Par ailleurs, tous les déchets de mobiles issus des ateliers africains sont confiés à Morphosis, une jeune PME du Havre spécialisée dans le recyclage des métaux issus des déchets électroniques.

### 4.3.3 Eco-conception

#### *Nos réalisations 2017*

L'intégration de critères d'éco-conception dans les appels d'offre pour les nouvelles boxes (énergie, matière, fin de vie) s'est poursuivie.

Dans la continuité des travaux réalisés sur l'emballage de la Livebox 4 (moins d'encre, encres végétales, réduction du poids et du volume,...), les emballages des produits commercialisés sous la marque Orange sont progressivement éco-conçus, comme récemment l'Airbox 2, au travers d'exigences incluses dans les cahiers des charges. De même, les boxes de la génération 4 ont été conçues de manière à optimiser le démontage en fin de vie ou lors de la réparation<sup>2</sup>.

Différents outils d'éco-conception logicielle ont été testés en 2017, avec recours à la fois à une analyse de code statique et à une analyse de code dynamique.

En septembre 2017, Orange France a commercialisé en exclusivité le Fairphone 2, un smartphone plus éthique et plus durable. Avec son design modulaire il propose aux clients la possibilité de le réparer facilement si besoin.

### 4.3.4 Notes environnementales des produits

Lancé en 2015, l'**Open Eco-rating environmental labeling system** (co-développé par Orange, Telefonica et Huawei) est basé sur les analyses de cycle de vie (ACV), réalisées sur différents sous-systèmes (cartes électroniques, cameras,...) par les experts d'Orange.

En 2017, le Groupe Orange a cofinancé la mise en œuvre d'une interface web, avec l'organisme Forum For The Future. Dans un article publié dans Challenges/MDPI en août 2017 (« Precision of a Streamlined Life Cycle Assessment Approach Used in Eco-Rating of Mobile Phones »), nous avons comparé les résultats obtenus avec ceux des constructeurs (Apple, Ericsson and Fairphone). En 2018, ce projet sera ouvert à d'autres opérateurs qui seraient intéressés, et une version plus riche en fonctionnalités sera préparée.

---

<sup>2</sup> information interne

En parallèle de ces actions le Groupe participe de façon active à des travaux de recherche, notamment au sein du réseau EcoSD, sur des modèles d'économies alternatifs, la modularité des produits et la fin de vie des composants électroniques. Ces travaux serviront à alimenter les projets de conception des produits Orange de demain.

Les experts éco-conception du Groupe ont par ailleurs été amenés à présenter leurs travaux dans des conférences scientifiques comme avniR ou auprès d'écoles d'ingénieurs tels que les Arts & Métiers ParisTech, l'UTT ou l'ENSSAT.

#### **4.4 Utiliser le numérique pour la transformation écologique**

Dans un monde aux ressources naturelles limitées, confronté au dérèglement climatique, Orange a la conviction que le numérique fait partie de la solution et peut contribuer de façon positive à la transition écologique et énergétique. Voilà pourquoi nous proposons à nos clients des services et des solutions pour des alternatives durables en matière de villes intelligentes, de Machine To Machine (M2M), d'optimisation énergétique, de réduction de leur empreinte carbone, de mobilité éco-responsable,...

##### **4.4.1 Nous inscrire dans de nouveaux modèles**

Les technologies numériques peuvent contribuer à alléger l'empreinte carbone en popularisant des usages plus économes. Une large gamme de solutions existe déjà pour les clients entreprise, qui améliorent leur performance opérationnelle ainsi que leur équation environnementale.

Orange travaille également à l'élaboration de solutions adaptées aux enjeux de la ville intelligente à travers son activité Smart Cities & Territories. En outre, avec les Big Data, Orange a pour ambition de soutenir les pouvoirs publics et les collectivités locales qui pourront bénéficier d'outils puissants pour mieux gérer une urbanisation galopante. A titre d'exemple, les outils de modélisation de la mobilité en temps réel permettent ainsi de visualiser, d'évaluer, d'anticiper et de planifier les besoins en infrastructures et services urbains.

#### ***Nos réalisations 2017***

La création du collectif C-Life Innovation fait suite à la COP21. Un esprit collectif a induit l'idée novatrice d'une alliance pour la création en co-innovation de solutions digitales en faveur du climat, ces différentes solutions concernant la vie quotidienne des personnes dans leurs différents contextes habitations, travail, mobilité. Les fondateurs historiques sont, en plus d'Orange, EDF, Météo France, BRGM, IGN et ENEDIS. En 2017 ce collectif a organisé un premier barcamp, puis des sessions de réflexion qui ont mené à l'émergence de 4 champs de nouveaux services digitaux :

- les alarmes précoces à l'échelle nationale concrétisés par le projet C-Life GUARD pour aider les collectivités et les populations. Ce projet d'anticipation contribue à la construction d'une plateforme nationale des risques environnementaux et d'alerte des populations ;

- l'évaluation et la valorisation des potentiels d'un patrimoine illustrée par le Projet C-Life HOME dont l'objectif est d'aider les particuliers à évaluer et valoriser au mieux le potentiel des ressources

naturelles dont ils disposent sur leur patrimoine/habitat ;

- l'économie circulaire en commençant par le Projet C-Cycle qui favorisera le recyclage des équipements lors des déménagements dans les grandes entreprises ;

-la quantification économique des risques et aléas.

Le développement des 3 premiers projets a déjà commencé en 2017 et continuera en 2018.

S'ajoutera à ces projets le projet VALORISK, qui consistera à aider les entreprises et collectivités à mieux évaluer et chiffrer les impacts liés aux risques et aléas climatiques, et à définir les mesures appropriées. Enfin, le collectif C-Life se transformera en association courant S1 2018 afin d'officialiser sa démarche.

#### 4.4.2 Initiatives emblématiques

Le partenariat avec le CREA s'est poursuivi en 2017.

Engagé dans la compréhension du changement climatique et de son impact sur la biodiversité depuis plus de 20 ans, le CREA Mont-Blanc (Centre de Recherches sur les Ecosystèmes d'Altitude) a été distingué avec Orange par les Nations Unies lors de la COP 23. Lauréats 2017 du prix *Momentum For Change*, le CREA Mont-Blanc et Orange étaient à Bonn pour recevoir le prix et présenter l'initiative CLIMB, une démarche unique de suivi du changement climatique en montagne, alliant technologie et dialogue entre la science et la société.

CLIMB (Climate Change Impacts on Mountain Biodiversity) est une démarche partenariale pionnière pour mieux comprendre l'impact du réchauffement climatique. CLIMB permet de collecter sur le terrain des données (chiffres, photos, vidéos) sur le climat, les espèces et les paysages. Ces données sont indispensables à l'analyse scientifique des évolutions environnementales en cours, portées ensuite à connaissance des citoyens et décideurs. De la collecte automatisée des données à leur restitution pour le territoire et le public, CLIMB a nécessité une architecture technologique robuste et innovante qu'Orange a fournie.

Ce sont ainsi 60 stations automatiques de mesure des températures qui ont été installées à travers l'arc alpin. Ce réseau unique permet aux chercheurs de suivre le changement climatique local (température et enneigement) avec une grande précision et de comparer ces données climatiques avec les données d'observation de la faune et de la flore. Orange a mis en place le système de maintenance des stations, assure la préservation des données collectées et des contenus scientifiques, et a développé des interfaces de visualisation et de consultation, accessibles à la fois aux chercheurs et au grand public. Chacun peut ainsi consulter les données disponibles et contribuer en partageant ses observations sur le site [www.atlasmontblanc.org](http://www.atlasmontblanc.org).

Le territoire, notamment la Région Auvergne Rhône-Alpes et les Communautés de Communes du Pays du Mont-Blanc et de la Vallée de Chamonix Mont-Blanc, s'implique également au plus près dans ces recherches qui offrent une vision prospective et un dialogue direct avec les scientifiques.



## **Biodiversité marine avec Orange Marine**

Dans le cadre de son engagement environnemental, Orange Marine a signé en 2017 un partenariat avec ARGO, un consortium mondial de recherche sur le changement climatique. Concrètement, Orange Marine met à disposition ses moyens techniques pour participer au déploiement de balises océanographiques autonomes. Ces flotteurs collectent des données sur la température et la salinité des océans depuis la surface jusqu'à 2 000 m de profondeur.

Les informations sont ensuite transmises en temps réel sur une plate-forme ouverte (<http://www.euro-argo.eu/>) aux chercheurs du monde entier pour leur permettre d'étudier l'état des océans et de mieux comprendre leur influence sur le changement climatique et vice-versa. Le réseau s'étoffe peu à peu avec actuellement près de 4 000 balises actives. Grâce au navire « Pierre de Fermat », les prochaines balises seront déployées dans la zone des Açores