

Orange Podcast – Au bout du fil – Rocio Miranda de Larra

Orange vous présente Au bout du fil

Journaliste : Aujourd’hui nous sommes au bout du fil avec Rocio Miranda de Larra, j’essaie de bien le prononcer. Bonjour !

Rocio Miranda de Larra : Bonjour !

Journaliste : Alors Rocio, présentez-vous avant toute chose. Vous venez d’Espagne, vous travaillez en Espagne pour Orange et maintenant en France. Quelle était votre fonction, quelle est votre fonction maintenant ?

Rocio Miranda de Larra : Je m’appelle Rocio, en espagnol, ça veut dire la rosée du matin, petite anecdote. Je viens de Madrid, d’Espagne où j’étais en charge de toute la RSE, de la Fondation et de la diversité. Et je suis venue en France il y a un mois et demi pour m’occuper de la transformation culturelle pour devenir une entreprise plus agile. C’est-à-dire identifier quelle est la culture commune, partagée par tous, pour devenir une entreprise plus agile. Grand, énorme enjeu mais je suis ravie d’être ici.

Journaliste : En un mois et demi, votre français est devenu déjà parfait. Vous évoquiez, Rocio, la RSE. Tout le monde en parle, mais pouvez-vous nous donner une définition de ce qu’est la RSE ?

Rocio Miranda de Larra : OK. La Responsabilité Sociale d’Entreprise (RSE) est la façon de gérer l’entreprise en prenant en considération les impacts de ses activités sur l’environnement et sur son écosystème, c’est-à-dire, les clients, les salariés, les communautés locales, etc... ce qu’on appelle les parties prenantes. Et c’est toujours sur la base du volontarisme, ça veut dire aller au-delà de la loi pour minimiser les impacts négatifs et surtout accélérer, multiplier le positif en prenant en considération les attentes de ces parties prenantes.

Journaliste : Donc c’est à la fois une préoccupation en interne et tournée vers l’extérieur ?

Rocio Miranda de Larra : Absolument c’est la façon aussi d’être une entreprise beaucoup plus durable.

Journaliste : Alors comment cela se concrétise justement chez Orange ?

Rocio Miranda de Larra : L’approche de la RSE du groupe Orange tourne autour de trois axes majeurs : le premier est être un opérateur de confiance et un guide dans le monde numérique, le deuxième est être un opérateur au service du progrès économique et social, surtout en luttant contre les diverses fractures numériques (géographiques, économiques ou physiques), et enfin être un opérateur « vert » c’est-à-dire minimiser l’impact sur l’environnement.

Journaliste : Pourquoi Orange a ce positionnement justement sur l’accompagnement aux usages de ses clients ? Ça se concrétise comment et pourquoi le faire ?

Rocio Miranda de Larra : C’est vrai que le numérique avance à une vitesse folle donc on doit accompagner les clients et la société pour faire un bon usage du numérique. Je vais prendre un exemple espagnol : nous avons fait un dialogue avec nos parties prenantes sur leurs attentes d’un opérateur comme Orange et ils nous ont dit, puisqu’Orange a un énorme réseau et donne de la

connectivité aux gens, pourquoi on ne peut pas aider les familles qui ne peuvent pas acheter, qui ne peuvent pas payer la fibre. Nous avons donc lancé un projet qui s'appelle Gigas Solidarios pour aider 1000 familles à avoir accès à Internet.

Journaliste : En français ça veut dire ?

Rocio Miranda de Larra : Gigas solidaires.

Journaliste : Gigas solidaires, comme le partage de ses données et une grande solidarité.

Rocio Miranda de Larra : Exact. Donc ce qu'on a fait, c'est qu'on a encouragé les salariés et aussi les clients. Orange a dit : on va donner à 500 familles un accès gratuit à Internet et un ordinateur portable, si vous, clients, donnez à la fin du mois les Mégas ou les Gigas que vous n'utilisez pas, de façon gratuite, nous allons multiplier le nombre de familles bénéficiaires pour arriver jusqu'à 1000 familles. Et puis les salariés peuvent aider avec une formation à ces familles sur l'usage du numérique, pour profiter pleinement des avantages du numérique. Nous avons donc encouragé tout le monde et nous avons fait un projet correspondant aux attentes de la Société pour faire notre business c'est-à-dire donner de la Fibre mais de façon plus responsable. Nous avons bien sûr d'autres projets ; ceux de la Fondation, et des projets plus spécifiques de RSE mais ça c'est un projet aux côtés du marketing, c'est faire notre business en aidant d'autres familles.

Journaliste : Mais leur donner la Fibre, c'est formidable, mais ensuite de les aider, de les accompagner, comment vous faites ?

Rocio Miranda de Larra : Avec les salariés ! Les salariés font des formations, ils vont dans les familles à risque d'exclusion. Bien sûr ce sont des familles que nous ne choisissons pas, nous avons fait ce projet avec une ONG qui nous a dit exactement qui étaient les familles qui avaient le plus besoin d'aide et les salariés sont allés former ces familles, leurs enfants, en leur disant voilà les risques d'Internet, en aidant les parents à chercher un emploi, à faire leurs tâches administratives, etc... On peut donner Internet, on peut donner un ordinateur, mais si tu n'as pas la connaissance pour les utiliser, ça ne sert à rien. C'était un triple projet, d'accompagnement à la formation, de donner les moyens et d'engager les clients en multipliant le nombre de familles. C'est un exemple de projet de RSE d'une entreprise comme Orange.

Journaliste : Est-ce que ce positionnement, cette initiative, par exemple, vous avez le sentiment que ça renforce la confiance des clients envers Orange ?

Rocio Miranda de Larra : Je suis sûre de ça parce qu'on l'a mesuré. Nous avons tous les 3 mois une enquête que nous faisons chez Orange qui s'appelle le Contrat Care pour voir la perception des clients et de la Société par rapport à Orange. Et nous avons posé les questions aux clients qui connaissaient les activités de RSE et à ceux qui ne les connaissaient pas, dans toutes les réponses, la perception des clients sur Orange s'est améliorée à partir du moment où elles ont connaissance de nos activités RSE donc il y a une relation absolument directe avec la connaissance des activités que nous menons. Maintenant les consommateurs sont prêts à payer plus un service s'ils savent qu'une entreprise est responsable. Et le contraire aussi ils sont prêts à punir les entreprises qui sont irresponsables donc il y a une relation directe entre la responsabilité et la perception de la Société.

Journaliste : Et ce cas d'école que vous évoquez en Espagne, est aussi valable en France ?

Rocio Miranda de Larra : Absolument. Ce n'est pas tout, même en Amérique il y a pleins d'exemples de clients qui ont punit des entreprises parce qu'elles travaillaient avec des enfants en Asie, et vraiment on punit, et on remercie les entreprises qui ont des pratiques responsables.

Journaliste : Le premier objectif que vous avez est-ce que c'est de rendre le client plus responsable et de le faire mieux utiliser le numérique ?

Rocio Miranda de Larra : Exactement. C'est avoir confiance en une entreprise comme la nôtre. Pour moi, ce n'est pas du tout utile de faire une différence entre le monde numérique et le monde physique. On doit gérer de la même façon les deux mondes. Je donne toujours l'exemple de la piscine et des enfants. Est-ce qu'une piscine est quelque chose de négatif ou de positif ? La piscine, comme le numérique, est neutre. Mais on peut faire un bon usage ou on peut mettre des grilles, on peut faire n'importe quoi pour que les enfants ne s'en approchent pas mais en fait le plus important c'est l'éducation. C'est d'apprendre aux enfants à nager. C'est un peu la même chose avec le numérique. C'est apprendre, surtout aux jeunes, à faire un bon usage, mais ce n'est pas quelque chose de négatif, c'est neutre. La technologie est neutre. On doit bien l'utiliser pour qu'elle soit au service de l'Homme. Ce n'est pas le but, c'est le moyen pour avoir une meilleure vie, et pouvoir profiter. Pour moi, ça c'est la clef.

Journaliste : Et bien justement, auriez-vous un ou deux conseils à nous donner pour un meilleur usage du numérique ?

Rocio Miranda de Larra : Pour moi c'est ça, c'est un peu le sens commun. C'est prendre les mêmes précautions ou être aussi attentif que nous le sommes dans le monde réel. On ne laisse pas ses données personnelles sur une table donc ne le faites pas non plus sur Internet. On ne parle pas avec n'importe qui dans la rue, surtout les jeunes, alors on ne doit pas non plus le faire sur Internet. C'est utiliser les mêmes critères que l'on utilise dans le monde physique mais dans le monde numérique.

Journaliste : Le numérique c'est la vraie vie.

Rocio Miranda de Larra : Oui exactement.

Journaliste : Merci beaucoup.

Rocio Miranda de Larra : Merci à vous

Journaliste Et si vous voulez enrichir vos connaissances sur la RSE, rendez-vous sur orange.com.

C'était Au bout du fil, un podcast Orange.