



## Orange dévoile sa raison d'être co-construite

Stéphane Richard, Président-Directeur Général du groupe Orange, a présenté aujourd'hui la raison d'être d'Orange.

### Une co-construction d'une ampleur inédite

La raison d'être d'Orange a été co-construite avec tous ses salariés pour affirmer le sens du projet collectif du Groupe en France et dans le monde. Orange a aussi consulté toutes ses parties prenantes internes et externes : les partenaires sociaux, les administrateurs, des ONG, des Think-tanks, des clients, des élus, des sous-traitants ou des investisseurs.

Cette construction n'aurait pas été possible sans la grande implication des salariés qui s'est faite en deux temps :

- D'abord à travers une question sur le rôle d'Orange dans la société posée aux salariés en juin 2019 par Stéphane Richard via Twitter : plus de 15 000 interactions et propositions en un mois ;
- Ensuite une concertation s'est engagée avec les salariés pour co-construire la raison d'être d'Orange : 130 000 votes avec 2 300 contributions dans Toguna, une application mobile multilingue qui a permis d'outiller à grande échelle la méthode d'accompagnement du cabinet Wemean.

Orange promeut un modèle d'entreprise engagée et responsable vis-à-vis de ses collaborateurs, de ses clients et de l'ensemble de la société. Orange s'inscrit depuis toujours dans une approche humaniste forte. Sa philosophie #HumanInside en est le fondement.

### La raison d'être d'Orange

La raison d'être d'Orange a été dévoilée aujourd'hui par Stéphane Richard, Président-Directeur Général d'Orange :

**« Orange est l'acteur de confiance qui donne à chacune et à chacun les clés d'un monde numérique responsable. »**

*Notre mission est de garantir que, dans tous nos champs d'activité, le numérique soit pensé, mis à disposition et utilisé de façon plus humaine, plus inclusive et plus durable.*

*Orange s'engage à renforcer les libertés et la sécurité du quotidien numérique des personnes et des organisations.*

*Partout et pour toutes et tous, Orange déploie des technologies et des services innovants, grâce à l'engagement et à l'expertise de la communauté des femmes et des hommes du Groupe. »*

Orange défend sa vision du monde numérique. Un numérique plus responsable, comme une troisième voie dans l'univers des technologies, de la connectivité, et, plus globalement des liens numériques.

Après avoir été soumise au vote des actionnaires lors de l'AG du Groupe en mai 2020, la raison d'être sera inscrite dans les statuts d'Orange.

### Une raison d'être suivie de preuves et d'engagements

La raison d'être d'Orange s'inscrit dans le nouveau plan stratégique Engage2025, qui est guidé par l'exemplarité sociale et environnementale.

Engage2025 en est la première des preuves et contient, sur les plans environnementaux, sociaux et technologiques, de nombreux programmes d'actions qui la concrétiseront.

Orange va par exemple déployer ses dispositifs de solidarité numérique dans tous les territoires d'ici 2025. Parmi les initiatives prises à ce titre, cette stratégie prévoit l'ouverture d'Orange Digital Centers pour chaque pays dans lesquels le Groupe est présent – qui regrouperont des écoles ouvertes de Code, des Orange Fab ou encore des structures dédiées à l'inclusion solidaire, comme les FabLab ou les Maisons digitales.

Sur le plan environnemental, la raison d'être d'Orange porte une ambition essentielle : aider à la réduction de l'impact environnemental du Groupe. Conformément à sa raison d'être, Orange prend dans son plan stratégique les dispositions pour atteindre la neutralité carbone dès 2040. Dès 2025, à la fin de ce plan, une consommation de 50 % d'énergie renouvelable pour le Groupe.

#### A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2018 et 148 000 salariés au 30 septembre 2019, dont 88 000 en France. Le Groupe servait 268 millions de clients dans le monde au 30 septembre 2019, dont 209 millions de clients mobile et 21 millions de clients haut débit fixe. Le Groupe est présent dans 27 pays. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

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

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

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

Contacts presse: 01 44 44 93 93

Tom Wright; [tom.wright@orange.com](mailto:tom.wright@orange.com)

Olivier Emberger; [olivier.emberger@orange.com](mailto:olivier.emberger@orange.com)