



Orange.fr fait participer les internautes au Grenelle de l'Environnement

Tisser des liens entre les hommes, les entreprises et les territoires est au cœur de la mission d'Orange. Ses activités, en favorisant la dématérialisation des échanges, contribuent à la protection de notre environnement et de celui des générations futures.

Par la nature de ses activités, Orange est naturellement attentif aux débats du Grenelle de l'environnement et a décidé d'accentuer la visibilité de l'événement sur le web, via orange.fr. Cette initiative est, par ailleurs, l'occasion de souligner la contribution majeure des technologies de communication en général et d'Orange en particulier à la préservation de l'environnement.

Orange.fr organise des chats avec des personnalités politiques sur le Grenelle de l'environnement

Depuis le 1^{er} octobre, le portail orange.fr relaie systématiquement l'actualité du Grenelle via :

- Des « chats » avec des personnalités politiques impliquées dans le Grenelle de l'environnement. Le premier « chat » aura pour invité Jean-Louis Borloo le mercredi 10 octobre à 19h30.
- Un lien vers www.noe.org, site de "l'écologie participative" soutenu par le Ministère de l'écologie, où les internautes proposent des idées sur chacun des thèmes du Grenelle, et votent sur les idées des autres.
- Un flux continu d'informations et de dépêches d'agences de presse.

Les produits et services d'Orange participent à la préservation de l'environnement

Les technologies de la communication et les produits et services d'Orange permettent de jouer un rôle considérable dans la protection du cadre de vie, car elles constituent :

- Une alternative aux déplacements, grâce notamment à la visio et l'audio conférence, au télétravail, permettant d'éviter des transports physiques et donc de réduire la pollution.
- Un substitut à l'impression et à l'envoi de documents, comme avec la facturation électronique.
- Un outil de surveillance et d'alerte environnementale efficace des milieux naturels, notamment grâce au système « Machine to Machine », permettant l'échange automatique de données entre des machines ou des objets équipés de capteurs.
- La simplification des démarches administratives grâce à des guichets administratifs virtuels.

Orange, en tant qu'entreprise responsable, a mis en place un système de management environnemental

Afin de limiter et maîtriser les impacts de ses activités sur l'environnement, le Groupe a mis en place progressivement, depuis le début des années 2000, des systèmes de management environnementaux dans la majorité des pays où il est présent :

- Mise en œuvre d'une politique de réduction de consommation d'énergie pour réduire l'impact d'émissions CO² de ses équipements techniques, bâtiments et véhicules, utilisation des visio conférences afin de réduire les déplacements des collaborateurs, incitation à utiliser des véhicules « propres », etc.
- Collecte et recyclage des équipements électriques et électroniques : les boutiques et agences France Télécom-Orange reprennent, lors d'un renouvellement, l'ancien appareil





du client (pour l'achat d'un appareil de même type) et l'informent du coût de traitement/recyclage de cet appareil. Ces agences et mobistores sont également équipés pour la collecte des piles et batteries usagées, qui sont recyclées par Screlec.

- Les mobiles encore utilisables sont remis en état et revendus dans les pays émergents à des tarifs avantageux. Les gains issus de cette opération sont reversés à des causes caritatives. Les mobiles irréparables sont démantelés et leurs composants sont recyclés. Grâce aux efforts de conception et aux progrès technologiques, 90% des composants des mobiles sont aujourd'hui recyclables.

Pour plus d'informations :

www.francetelecom.com/fr/groupe/responsabilite/index.html

www.legrenelle-environnement.fr

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. France Télécom sert plus de 163 millions de clients sur les cinq continents au 30 juin 2007, dont les deux tiers sous la marque Orange. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 51,7 milliards d'euros en 2006 et de 25,9 milliards d'euros au premier semestre 2007. Au 30 juin 2007, le groupe comptait 102,5 millions de clients du mobile et 10,5 millions de clients ADSL.

Lancé en juin 2005, le programme NExT (Nouvelle Expérience des Télécommunications) permet au Groupe de poursuivre sa transformation d'opérateur intégré afin de faire de France Télécom l'opérateur de référence des nouveaux services de télécommunications en Europe. En 2006, Orange est ainsi devenue la marque unique du Groupe pour l'Internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. Dans le même temps, Orange Business Services est devenue la marque des services offerts aux entreprises dans le monde. France Télécom est le troisième opérateur mobile et le premier fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et parmi les leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur le marché Eurolist d'Euronext Paris et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations : www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

La marque Orange et autres noms de services et de produits Orange cités dans ce communiqué sont des appellations commerciales appartenant à Orange Personal Communications Services Limited.

Contacts presse : 01 44 44 93 93

Béatrice Mandine : beatrice.mandine@orange-ftgroup.com

Fabienne Moiteaux : fabienne.moiteaux@orange-ftgroup.com

