



CFE-CGC Orange

Adresse postale : 10/12, rue Saint Amand - 75015 Paris

Tél : 01 46 79 28 74

E-mail : secretariat@cfecgc-orange.org

Réf. : PS/05/03/2024-05-13

ORANGE SA

111, quai du Président Roosevelt

CS 70222

92449 ISSY-LES-MOULINEAUX CEDEX

A l'attention de Monsieur Jean François Fallacher

CEO Orange France

Paris, le 13/05/2024

Objet : programme Orange Carbone d'Orange France et lancement d'une offre de Smart TV pour les Jeux Olympiques de Paris

Monsieur,

En décembre dernier, vous avez présenté le lancement du programme carbone d'Orange France aux salariés. Vous avez indiqué que face aux crises climatiques qui vont devenir une normalité, il va falloir s'adapter, et que notre rôle est capital dans la transition environnementale, une priorité absolue.

Vous avez également rappelé les objectifs* présentés par Christel Heydemann à l'Assemblée Générale des actionnaires en mai 2023, en précisant qu'ils sont un véritable défi mais que leur atteinte paraît tout à fait réalisable à date.

Dans le même temps, vous avez évoqué dans ce programme la vente d'une Smart TV en partenariat avec Samsung, ce qui n'a pas manqué de nous interpeller tout comme de nombreux salariés impliqués dans les actions et offres à mettre en place pour réduire l'empreinte carbone du Groupe, dans le cadre de sa politique de Responsabilité Sociale et Environnementale.

Malgré les hésitations formulées en interne, le projet a finalement été lancé et fait actuellement l'objet d'une forte promotion.

Réduire nos émissions sur le scope 3 : pas si simple

Les analyses de modélisations des trajectoires montrent que pour le moment, les scénarios prospectifs ne permettent pas d'atteindre les objectifs, notamment l'objectif de -45% en 2030 affiché par la Direction Générale. Le scope 3 représente 90% des émissions de GES liées aux activités d'Orange et les émissions des clients en représentent environ un quart, concentrées sur la fabrication et l'usage des équipements numériques.

Si Orange prend des initiatives positives en matière d'économie circulaire, par exemple avec le programme « re », nous nous interrogeons sur les incidences du lancement d'une offre de Smart TV associée à un abonnement Fibre dans le cadre des JOP.

Sur le plan des émissions carbone générées tout au long du cycle de vie, un téléviseur pèse beaucoup plus lourd qu'un smartphone.

Arthur Keller, conférencier spécialisé dans les questions environnementales et suivi par près de 40 000 abonnés sur LinkedIn [met en évidence que le projet accroît l'empreinte carbone du groupe au lieu de l'alléger, en induisant nombre d'émissions supplémentaires.](#)

Risque pour l'image d'Orange

Nous avons également constaté que [votre propre publication LinkedIn](#) annonçant cette offre avait fait l'objet de commentaires mitigés, parfois nettement critiques. Ces réactions nous inquiètent pour l'image d'Orange, laquelle est un élément clef de notre patrimoine collectif pour assurer le futur de l'entreprise et la crédibilité de la marque en termes d'engagements RSE.

Qu'Orange soit soupçonné de « greenwashing » ou de désinvolture en matière de trajectoire carbone serait à la fois préjudiciable à notre business et à l'engagement des personnels du Groupe, de plus en plus sensibles aux enjeux RSE, et désireux de faire partie des solutions et non du problème.

Nous sommes tous demandeurs d'éclairages

La CFE-CGC Orange est mobilisée sur les questions de RSE, qu'il s'agisse de répondre aux interrogations de nos collègues, de mettre en lumière les actions menées et les formations proposées pour mieux se saisir des enjeux.

[Nous venons de publier une analyse et des propositions](#) pour participer aux réflexions contribuant aux objectifs de réduction des émissions carbone et de RSE définis par Orange, auxquels nous adhérons.

Aussi, nous sommes demandeurs d'éclairages et d'échanges avec vous et/ou vos équipes pour :

- Savoir où en est Orange France par rapport aux objectifs de réduction de nos émissions carbone définis par la Direction Générale d'Orange. Y a-t-il de nouveaux projets ou des améliorations significatives des actions déjà engagées pour minimiser l'empreinte carbone, en particulier sur le scope 3, qui est le plus conséquent ?
- Connaître les résultats de l'analyse d'impact de l'offre de Smart TV sur l'atteinte de ces objectifs, et les actions correctrices envisagées pour en corriger l'impact a priori négatif. Est-il prévu d'accompagner les clients pour donner une seconde vie à leur téléviseur, qu'il s'agisse de celui qu'ils vont délaissier au profit de cette nouvelle offre, ou de celui qu'ils acquerront par notre intermédiaire ?
- Orange France est-elle partie prenante d'actions coordonnées avec les acteurs de la filière (fabricants de terminaux, réparateurs, reconditionneurs, recycleurs...), éventuellement en coordination avec les autres opérateurs télécoms français, pour accélérer dans l'allègement de l'empreinte carbone du numérique, notamment en prolongeant la durée de vie des terminaux utilisés par nos clients ?

Nous vous remercions par avance d'apporter des réponses à ces questionnements sur des sujets de plus en plus cruciaux pour notre Groupe. Nous sommes évidemment à votre disposition et à celle de vos équipes pour organiser un ou plusieurs échanges sur le sujet.

Espérant que cette proposition de dialogue constructif retiendra toute votre attention, et dans l'attente de prochains échanges, nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.



Patrice Seurin
Délégué Syndical Central CFE-CGC Orange



Claudine Rousseau
Commission Interne Thématique RSE CFE-CGC Orange