



Communiqué de presse Paris, le 29 janvier 2010

Orange remet un chèque de 200 000 euros au WWF-France, grâce à ses clients ayant souscrit l'offre « 40 euros sans renouvellement de mobile »

En mars 2009, Orange a lancé l'offre « 40 euros sans renouvellement de mobile », qui permet aux clients souhaitant conserver leur mobile plus longtemps de recevoir un chèque de 40 euros en échange de leurs points de fidélité. Dans le même temps, Orange verse 5 euros au WWF-France pour chaque client optant pour cette offre.

40 000 clients d'Orange ont choisi de garder leur mobile plus longtemps

Moins d'un an après son lancement, cette offre a séduit 40 000 clients. Ce qui permet aujourd'hui à Jean-Marie Culpin, Directeur du marketing mobile d'Orange en France, de remettre un chèque de 200 000 euros à Serge Orru, Directeur général du WWF-France. Orange se réjouit du succès de cette offre qui contribue à limiter le gaspillage de ressources naturelles et la production de déchets.

Cette initiative s'inscrit dans une démarche globale menée au niveau du Groupe. En effet, depuis une quinzaine d'années, Orange a progressivement mis en place une politique en faveur de l'environnement dans la majorité des pays où il est présent. Elle se décline autour de trois axes :

- Développer des produits et services innovants qui sont une alternative aux déplacements ;
- Sensibiliser ses collaborateurs et ses clients aux enjeux environnementaux ;
- Agir en entreprise exemplaire en réduisant ses propres impacts environnementaux.

Deux ans de partenariat avec le WWF-France

Depuis maintenant deux ans, le WWF accompagne Orange en France dans ses projets et engagements autour du développement durable. Le WWF met son expertise au service de l'opérateur et l'accompagne dans sa politique de responsabilité sociale et environnementale, tandis qu'Orange soutient le WWF dans ses différentes missions. Plusieurs opérations sont nées de ce partenariat comme par exemple :

- L'usage responsable du papier : Orange propose à ses clients d'opter pour la facture électronique et contribue ainsi à la réduction de son empreinte écologique.
- L'affichage écologique des terminaux mobiles et fixes : Orange est le premier opérateur à l'avoir lancé en France, en octobre 2008, en partenariat avec le WWF. Orange a également mis en place l'affichage écologique en Espagne, et prévoit de l'étendre dans d'autres pays où il est présent comme le Royaume-Uni et la Suisse.

« Nous sommes très heureux de ce partenariat avec le WWF qui nous permet de progresser dans notre politique environnementale. Orange veut offrir à chacun le meilleur des technologies de communication tout en contribuant à la protection de la planète. Une démarche qui vise à réduire son empreinte environnementale et à aider ses clients à réduire leurs propres impacts. Notre prochain grand challenge est l'incitation pour le recyclage des mobiles. Ainsi nous vous donnons rendez-vous en avril pour une opération originale d'envergure nationale sur ce thème » déclare Jean-Marie Culpin, Directeur du marketing mobile d'Orange en France.

« C'est avec une intransigeance positive que nous nous efforçons de démontrer au quotidien que des alternatives au "business as usual" existent. Nos partenaires peuvent se développer en réduisant leur empreinte écologique. Nous en avons la preuve ici avec Orange. Je salue cette démarche innovante et modélisable » déclare Serge Orru, Directeur Général de WWF-France.

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 126 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2008, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros (38,1 milliards d'euros sur les neuf premiers mois de 2009). Au 30 septembre 2009, le Groupe comptait près de 190 millions de clients dans 32 pays, dont 128,8 millions de clients du mobile et 13,4 millions de clients ADSL dans le monde. Orange est le troisième opérateur mobile et le deuxième fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un écosystème en pleine mutation.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

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

Contacts presse Orange :

Sébastien Audra : sebastien.audra@orange-ftgroup.com / 01 44 44 47 41

Karine Rolland : karine.rolland@orange-ftgroup.com / 01 55 22 50 90

A propos du WWF-France

Le WWF a pour mission d'enrayer la dégradation de notre planète et de construire un avenir dans lequel l'humanité, en réduisant son empreinte écologique, vivra en harmonie avec la nature.

Première organisation mondiale indépendante de protection de l'environnement, le WWF s'appuie sur 5 millions de membres, sur une représentation permanente dans une centaine de pays, avec des programmes d'actions sur les 5 continents, ainsi que sur des partenariats avec les institutions internationales, les gouvernements et les entreprises.

Depuis sa création en 1973, le WWF-France se veut porteur de changement concret. Privilégiant l'action, sa démarche s'appuie sur le dialogue, la concertation et le partenariat. La Fondation recherche, avec l'ensemble des acteurs, les solutions techniques, économiques et sociales, d'un développement durable.

Pour plus d'informations sur les actions du WWF, consultez le rapport d'activité de la fondation WWF-France et le rapport sur les partenariats entreprises sur simple demande ou sur www.wwf.fr

Contacts presse WWF :

Camille Lajus, Responsable relations presse / 01 55 25 84 61

Blanche Martin, Attachée de presse/ 01 55 25 84 70