

## ORANGE « NET ZERO CARBONE EN 2050 » ?

C'est l'objectif affiché par la direction d'Orange.

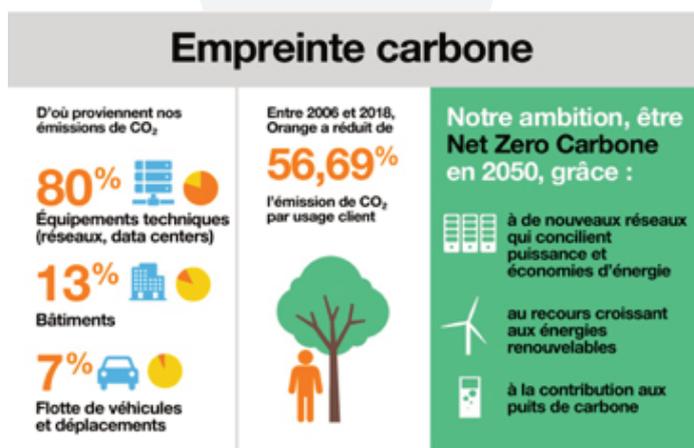
Un objectif très ambitieux quand on sait que, globalement, le digital produit 4 % des émissions de gaz à effet de serre, soit plus que le transport aérien qui en émet 2,8 %<sup>1</sup>.

Les consommateurs contribuant pour 20 % de la consommation énergétique, les data centers 19 %, les réseaux 16 %, les ordinateurs (17 %), les smartphones (11 %) et la télévision (11 %)<sup>2</sup>.

### QUELQUES LEVIERS...

● **Baisser la consommation énergétique** : sachant qu'Orange, comme SFR, consomme 0,5 % de l'énergie nationale et que la consommation énergétique représente entre 20 et 40 % des dépenses totales des opérateurs<sup>3</sup>, en particulier électrique.

- ▶ Mutualisation des réseaux et de l'infrastructure Cloud dans les data centers. Les infrastructures réseaux consomment 5 kWh par ligne FTTH (5 millions de lignes), 16 kWh par ligne xDSL (21 millions), 19 kWh par ligne RTC (15 millions) et 50 kWh pour une ligne mobile 4G (76 millions). Les opérateurs estiment que leurs réseaux émettent (hors consommation des data centers et des équipements chez l'abonné en téléphone mobile, box, décodeur TV, ONT...) environ 1 100 kteqCO<sup>2</sup> (kilo-tonne équivalent CO<sup>2</sup>) en 2017.
- ▶ Mise en veille pour les antennes peu sollicitées, désactivation de certains services (MIMO).
- ▶ Diminution de la quantité d'énergie utilisée par les data centers : implantés dans des régions fraîches et refroidies par la circulation naturelle de l'air, utilisation de la chaleur produite par les serveurs pour le chauffage d'habitations ou d'infrastructures.



Extrait du document « Net Zéro Carbone en 2050 » présenté par la direction d'Orange

FOCom déplore que l'empreinte carbone liée aux déplacements des salariés soit aggravée par l'ancrage territorial et la création d'entité géographique de plus en plus étendue (voitures et avions). De même, nous regrettons que les nouveaux bâtiments construits ne soient pas tous passifs (a minima).

● **Agir sur les équipements télécoms** : Reconditionner, réparer, recycler les terminaux, favoriser les équipements les plus résilients, produire différemment... Par exemple, l'ensemble des box d'Europe consomme en moyenne l'équivalent de 3 centrales nucléaires. Ainsi la nouvelle Livebox d'Orange a une empreinte carbone réduite de 29 % et consomme 17 % d'électricité en moins que la précédente.

● **Utiliser le Cloud pour réduire le coût écologique du numérique.**

● **Sensibiliser les utilisateurs** aux bonnes pratiques du Net et de ses outils (mails, téléchargements, archivages de données inutiles,...), et peut-être même à leur façon de consommer.

● **Compenser la consommation carbonée** par la mise en place de solutions alternatives comme les fermes solaires ce qu'a commencé à faire Orange en Jorda-

<sup>1</sup> Selon une étude récente de Fabernovel et du fonds Ardian.

<sup>2</sup> Rapport Lean ICT, « pour une sobriété numérique du The Shift Project ».

<sup>3</sup> Selon la GSMA, association représentant près de 800 opérateurs et constructeurs de téléphonie mobile dans le monde.



nie ou comme les puits de carbone qui absorbent du CO<sup>2</sup> dans l'atmosphère, par exemple en plantant des arbres. La vraie question est la réduction et pas seulement la compensation. Même si l'on atteint le « Zéro Carbone » qui est un début de réponse à l'urgente question du réchauffement climatique, cela ne règle pas le problème de l'épuisement des ressources, dont la solution est à

chercher dans le développement des énergies renouvelables et les façons de consommer. Mais le sujet dépasse largement le périmètre d'une entreprise ou même d'un continent.

● **Mettre en place des indicateurs de suivi d'Orange incluant ses sous-traitants.**

## RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Alors que l'on prévoit une explosion des usages et de la consommation de données, en particulier avec la 5G, l'implication des opérateurs télécoms dans l'effort vers la transition énergétique est primordiale. Leur capacité à rester présents sur les marchés de nombreux pays soucieux de l'environnement dépendra directement, à l'avenir, des preuves qu'ils apporteront de leur « vertu climatique ». Pour FOCOM, il s'agit bien d'aller au-delà du simple « green washing » en intégrant des actions concrètes et efficaces dans la stratégie des entreprises au niveau mondial. Concernant Orange, nous attendons que le plan stratégique 2020-2025, qui va être dévoilé en décembre, décline l'ambition « Net Zero Carbone en 2050 ». La « raison d'être » du Groupe doit pour sa part cadrer cette ambition en affichant la responsabilité environnementale de l'entreprise au même titre que sa responsabilité sociale. Pour FO, la question de l'avenir de la planète n'est pas dissociable de la question sociale, des conditions de travail et des droits des salariés.

Comme l'a souligné Yves Veyrier, Secrétaire Général FO, lors du colloque du 5 novembre à Orange Gardens, « pas d'emploi sur une planète morte ». En tant qu'ingénieur météorologiste, il est particulièrement sensible aux arguments des scientifiques, du GIEC par exemple, qui nous alertent sur le réchauffement climatique et sur l'urgence de prendre des

mesures. En tant que représentant des salariés, il souligne, citant l'amiante, que la défense des conditions de travail inclut des aspects qu'on pourrait qualifier d'environnementaux. Il montre aussi que la prise en compte des aspects sanitaires peut parfois entrer en contradiction avec les enjeux d'emploi et qu'il est donc primordial de prendre en considération cet aspect social dans le traitement du sujet. Par exemple en organisant des reconversions industrielles ou en créant de nouveaux emplois sur les sites impactés. Appliqué à la question du climat, pour anticiper les pertes d'activités liées à la diminution de l'utilisation des énergies fossiles, il convient de travailler prioritairement sur le développement des énergies renouvelables créatrices d'emplois. Ou sur les économies d'énergie par exemple par l'amélioration de la qualité des bâtiments. FO a mis en place une structure dédiée aux questions environnementales et prend toute sa part dans les instances gouvernementales comme

non gouvernementales, nationales et internationales, en imposant que soit prise en compte la dimension sociale.

**De même que les salaires ne sont pas l'ennemi de la production, le social n'est pas l'ennemi du climat.**



<sup>4</sup> Le green washing ou éco-blanchiment est une méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique. Son but est de se donner une image éco-responsable, assez éloignée de la réalité. Cette pratique trompeuse peut être assimilée à de la publicité mensongère.

<sup>5</sup> Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

J'adhère à FOCOM  
en ligne

