Communiqué de presse

Paris, le 25 octobre 2023

Le Groupe iliad poursuit ses avancées en matière de RSE

responsabilité sociétale



En France, en Italie et en Pologne, le Groupe iliad poursuit ses avancées en matière de responsabilité sociétale des entreprises et publie aujourd'hui son Rapport RSE. Ce document présente de manière synthétique l'ensemble des actions RSE du Groupe sur les trois géographies où il opère. Cette publication, désormais annuelle, a vocation à mieux faire connaître nos engagements à nos différentes parties prenantes.

Ces derniers mois, le Groupe iliad a lancé des initiatives innovantes et poursuivi plusieurs chantiers structurants sur tous les volets qui constituent la RSE.

I - Volet environnemental

Le Groupe iliad investit **d'importants moyens financiers et humains** pour réaliser sa feuille de route environnementale. Un **budget d'un milliard d'euros** a notamment été consenti d'ici 2035 pour tenir nos 10 engagements pour le climat, annoncés en janvier 2021.

Accompagner la transition vers une économie bas carbone

Conformément à sa stratégie climat, le Groupe poursuit ses actions pour accompagner la **transition vers une économie bas carbone**.

Afin de réduire ses émissions de gaz à effet de serre et optimiser sa consommation énergétique, le Groupe poursuit ses efforts pour **améliorer l'efficacité de ses réseaux Fixe et Mobile**. En France, nos équipes radio ont déployé en 2021 une initiative innovante qui permet de réduire sensiblement la consommation électrique du réseau en éteignant certaines bandes de fréquences pendant la nuit. L'initiative a ensuite été **dupliquée avec succès en Italie et se poursuivra en 2024**. Cet effort se traduit par une baisse de la consommation électrique des sites **supérieure à 10 %** pendant la période d'extinction des cellules, et ce sans impacter les usages et la qualité de service.

Sur la partie **réseau Fixe**, le Groupe iliad se mobilise fortement pour **accélérer l'adoption de la technologie fibre sur ses trois géographies**. Pour rappel[1], une ligne FTTH[2] consomme quatre fois moins qu'une ligne ADSL[3]. En **France**, le Groupe pousse systématiquement et sans surcoût chaque abonné éligible à migrer vers une connexion fibre. Plus de 70% de notre base d'abonnés a ainsi dorénavant recours à cette technologie fibre, faisant du Groupe l'opérateur qui bénéficie du taux d'adoption de la fibre le plus élevé du marché. Pour cette raison, nous plaidons et mettons tout en œuvre pour une extinction accélérée du réseau cuivre sur les zones où la fibre est disponible. En complément, en mettant en œuvre **le débranchement et la miniaturisation des DSLAM[4],** nous optimisons la consommation électrique des équipements cuivre qui restent en place. En **Italie**, le Groupe s'est lancé sur le marché du Fixe en janvier 2022 et a fait le choix de ne proposer à ses abonnés que la technologie fibre. En **Pologne**, suite au rachat de l'opérateur fixe UPC Polska, nous avons créé une FiberCo dans l'objectif de devenir le 1er opérateur fibre du pays et d'accélérer la migration des abonnés vers cette technologie.

Début 2023, le Groupe a finalisé **son tout premier *Power Purchase Agreement* (PPA) en France** avec son partenaire ENGIE. Ce contrat va permettre au Groupe d'acheter pendant 15 ans l'électricité produite par la centrale photovoltaïque de Labrit dans les Landes. Équipée de 60 000 panneaux photovoltaïques, cette ferme solaire aura une production d'électricité estimée de plus de 20 GWh par an, ce qui correspond à la consommation électrique induite par l'utilisation du réseau par plus d'1 million de nos abonnés en France. Le Groupe poursuit actuellement ses négociations pour **signer rapidement de nouveaux PPA** dans ses 3 pays d'opération.

Par ailleurs, nos équipes conçoivent en interne toutes nos boxes Internet pour les marchés français et italien, puis pilotent leur production de A à Z – ce qui nous a permis de concevoir chaque étape de notre chaîne logistique de façon à réduire au maximum nos émissions carbone (voir la vidéo ici). Nous avons notamment fait un choix engageant, celui de **refuser le fret aérien** sauf en cas de nécessité absolue.

---

[1] Source : ARCEP, 2ème édition enquête annuelle « Pour un numérique soutenable » - 18 avril 2023
[2] Fiber To The Home
[3] *Asymmetric Digital Subscriber Line*

[4] *Digital Subscriber Line Access Multiplexer. Grâce à la migration de nos abonnés vers la fibre, il est possible de rationaliser les équipements actifs dédiés à l'ADSL avant de débrancher ceux qui sont sous-utilisés.*

Enfin, au 2ème trimestre 2023, notre **trajectoire de réduction de nos émissions de CO_2 a été envoyée pour validation à la Science Based Targets Initiative** (SBTi). La SBTi est en effet devenue le standard permettant aux entreprises de se fixer des objectifs crédibles pour faire face à la crise climatique. Notre trajectoire comprend des objectifs de réduction en valeur absolue de nos émissions à court terme (2030) et long terme (2050). Nos plans d'actions climat internes seront mis à jour pour intégrer ces objectifs une fois qu'ils auront été validés.

Déployer des pratiques d'économie circulaire dans toutes nos activités

En complément, le Groupe mène une politique très active pour **déployer des pratiques d'économie circulaire** dans toutes ses activités.

En ce qui concerne les **terminaux mobiles**, nos équipes se mobilisent pour **promouvoir le reconditionné et inciter à la revalorisation ou au recyclage**. En **France**, le Groupe iliad a élargi son offre de terminaux mobiles reconditionnés. Le lancement de l'offre de location avec option d'achat, Free Flex, en 2021, nous a permis de promouvoir plus largement encore les terminaux mobiles reconditionnés auprès de nos abonnés français. Leur part dans nos ventes est ainsi passée de **5,1 % en 2020 à près de 10 % en 2022.**

En 2022, nous avons voulu aller plus loin encore. En juin, Free a finalisé un **partenariat avec CertiDeal**, un des leaders du mobile reconditionné en France, afin de proposer à nos abonnés une offre élargie de smartphones reconditionnés aux meilleurs tarifs du marché. Enfin, le 1er mars 2023, Free a annoncé le **lancement de la reprise mobile** en partenariat avec Recommerce. L'offre de reprise mobile permet d'estimer et de revendre facilement son téléphone, ils sont ensuite reconditionnés pour être revendus ou recyclés.

En **Pologne**, nos équipes ont récemment lancé un programme de reprise des smartphones en vue de les reconditionner. Cette initiative s'accompagne du lancement d'une **nouvelle offre de smartphones de seconde main**. Le marché du mobile reconditionné reste balbutiant dans le pays, mais le Groupe pousse ainsi à la transformation des habitudes de consommation et anticipe l'émergence des nouvelles demandes des consommateurs.

En parallèle, afin de sensibiliser nos prospects et abonnés, nous avons installé des **boîtes de collecte pour téléphones et accessoires usagés dans toutes nos boutiques** en France et en Pologne. Les boîtes sont mises en valeur de façon à être bien visibles et accessibles.

Sur la partie **Réseau mobile**, Free a annoncé en mars 2023 le **lancement du programme Vérification Bon Fonctionnement** (VBF), une initiative innovante destinée à assurer le reconditionnement des antennes radio. Lorsqu'une antenne est démontée de nos sites mobiles, elle est désormais envoyée chez notre partenaire Amphenol Antenna Solutions pour y être contrôlée, mise à jour, réparée si besoin, puis reconditionnée avant d'être réinstallée sur un nouveau site mobile. Ce programme permet de **multiplier par 2 ou 3 la durée de vie des antennes** en évitant l'obsolescence d'usage (voir la vidéo ici).

Enfin, le Groupe poursuit ses **efforts d'optimisation sur l'ensemble de sa chaîne de production** des boxes. Depuis plusieurs années, nous avons mis la logique circulaire au cœur de nos process de fabrication et développé des pratiques exemplaires en termes de **recyclage de nos plastiques**,

notamment (voir la vidéo ici). Nous avons aussi adopté un principe structurant, le **refus de l'enfouissement**. En effet, certains matériaux comme les mousses ou les polymères ne peuvent pas être recyclés en matière brute. Pour ce type de déchets, nos équipes cherchent des solutions sur mesure pour recycler toutes nos matières.

En complément, le Groupe a mis en place une **politique exigeante en matière d'emballages produits.** Nos équipes veillent à **réduire drastiquement le nombre d'emballages plastique** à usage unique utilisés dans la chaîne logistique, mais aussi à **réduire la taille et la quantité des emballages** pour la Freebox Pop en France et iliadbox en Italie. De même en **Pologne**, ces derniers mois, les emballages produits ont également été entièrement repensés par les équipes de Play. Les cartons ont été adaptés à la taille des produits afin d'utiliser moins de matière, mais aussi d'optimiser leur transport. Le **plastique a été totalement supprimé**, jusqu'aux adhésifs qui ont été remplacés par des papiers krafts.

II - Volet social

Le Groupe iliad s'engage aussi pour que chacun de ses **plus de 16 700 collaborateurs** en Europe puisse s'épanouir en exerçant son métier. Au cours des derniers mois, nous avons poursuivi nos actions en ce sens, conformément aux trois axes qui constituent notre politique RH depuis notre création : outiller nos collaborateurs pour qu'ils puissent **devenir les entrepreneurs de leur carrière**, leur proposer un **environnement de travail toujours plus équitable et inclusif**, assurer leur **bien-être au quotidien**.

Parmi les actions menées ces derniers mois, il faut retenir la **montée en puissance de nos trois Universités internes** – l'*Université F233* en France, *iliad college* en Italie et l'*Academy of Technology* en Pologne. Le Groupe met en effet fortement l'accent, dans ses trois géographies, sur l'apprentissage, la formation et la mobilité interne pour faire grandir ses collaborateurs en compétences et en responsabilités.

Le Groupe a aussi déployé des efforts significatifs pour **sensibiliser un maximum de ses collaborateurs au sujet du réchauffement climatique et aux enjeux du développement durable**, notamment à l'occasion de la Semaine Européenne du Développement Durable. En 2022 comme en 2023, près de 1 000 collaborateurs ont participé un atelier Fresque du Climat, Fresque du Numérique ou 2 tonnes, suivi notre conférence interne de bilan des avancées de nos engagements pour le climat ou pris part à nos divers challenges pour changer leurs habitudes au quotidien.

En France, le Groupe enregistre depuis plusieurs années d'excellents résultats sur son **baromètre social** annuel. En 2023, nous avons atteint un taux de 82% de satisfaction globale, considéré comme « excellent ». 93% de nos collaborateurs français se disent fiers d'appartenir au Groupe iliad et 90% apprécient leur travail et les missions qui leur sont confiées. Ces indicateurs confirment la solidité de notre climat social et viennent traduire les efforts consentis par le Groupe en matière de politique RH.

III - Volet sociétal

Depuis toujours, le Groupe iliad agit en faveur **du consommateur**, qu'il s'agisse du juste prix de sa facture télécoms ou de la protection de ses données personnelles. Cette approche a inscrit d'emblée l'activité du Groupe dans un **projet sociétal militant**, qui se poursuit aujourd'hui en France, en Italie et en Pologne.

Ces derniers mois, marqués par un **contexte fortement inflationniste**, ont été l'occasion pour le Groupe de réaffirmer son engagement à défendre le pouvoir d'achat et la liberté des consommateurs. En **France**, début 2022, Free a renouvelé sa promesse de ne pas toucher au prix de ses forfaits mobiles 2€ et 19,99€[5] jusqu'en 2027. En **Italie**, iliad continue de se différencier des autres opérateurs du marché par sa promesse de générosité et de totale transparence, mais aussi par son engagement à ne pas toucher à ses tarifs. En **Pologne** enfin, grâce à ses nouvelles offres Fibre, Play est en train d'imposer une nouvelle norme sur le marché polonais combinant haute qualité de service et liberté de choix.

Ce projet sociétal militant est relayé en France depuis 2006 par la **Fondation Free**. En 2022, celle-ci s'est vue doter de plus d'importance et de moyens, avec un budget révisé à la hausse et la mise en place de nouvelles actions. Cela s'est traduit en 2023, notamment, par la signature d'un partenariat avec l'association Konexio qui œuvre à l'insertion sociale via la formation au numérique, ainsi que par la mise en place, dans certains territoires, de mesures de soutien au tissu associatif qui fait du numérique un levier d'insertion sociale et de développement durable. En janvier 2022, Play a également annoncé la **création de sa Fondation « pour la liberté de choix »** (« *Wolność Wyboru* »), qui a pour mission de soutenir des initiatives dans le domaine de l'éducation numérique.

Le Groupe s'engage aussi pour **promouvoir l'éducation** dans les territoires où il opère. En juin 2023, iliad Italia a lancé **iliadship**, un programme de soutien universitaire innovant qui va permettre d'accompagner chaque année des étudiants dans des cursus scientifiques comme littéraires. En juin 2023 a eu lieu par ailleurs **l'inauguration d'une école 42 à Varsovie**, dont Play est partenaire via sa fondation. Comme sur tous les autres campus 42, il y sera proposé un cursus informatique d'excellence, gratuit et ouvert à toutes et tous.

Enfin, en septembre dernier, le Groupe iliad a annoncé à l'être à l'initiative de la **création d'un laboratoire de recherche d'excellence en intelligence artificielle** à Paris, déjà doté à plus de 100 millions d'euros. Il aura pour principale mission de contribuer à la construction et la démocratisation d'une IA générale, en rendant **publiquement accessibles les produits de sa recherche**.

IV - Volet gouvernance

Toutes les actions présentées dans notre Rapport RSE démontrent que les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux sont **au cœur de la stratégie du Groupe iliad**.

La politique RSE du Groupe est pilotée au plus haut niveau de l'entreprise, via le Conseil d'administration. Depuis fin 2022, un **comité RSE** composé de trois membres, dont deux membres indépendants, est en effet chargé de superviser les objectifs, les plans d'actions et les réalisations du Groupe en matière de RSE. Le maintien d'une gouvernance exigeante suite au retrait de la bourse du Groupe traduit ainsi notre souci permanent d'agir en accord avec les bonnes pratiques RSE et de maintenir une conduite stricte en matière d'éthique des affaires et de conformité.

---

[5] Prix des forfaits (Forfait Free 19,99€/mois et Forfait 2€/mois) : hors communications au-delà/hors forfait, services et options. Offres soumises à conditions, valables en France métropolitaine. Conditions sur mobile.free.fr.

Le Groupe est par ailleurs très attentif à la qualité de ses **différentes notations RSE** (MSCI, Sustainalytics, CDP, Moody's Vigeo, S&P CSA). Nos équipes dialoguent régulièrement avec ces plateformes afin d'identifier les **axes de progression** et d'améliorer la prise en compte de toutes nos initiatives, parfois peu connues des agences. Parmi celles-ci : les sujets de **protection des données** et de **prise en compte du risque cybersécurité** qui sont deux axes d'action majeurs pour le Groupe. En 2022, nous avons ainsi, notamment, intensifié la formation de nos collaborateurs à ces sujets dans nos trois géographies.

En savoir plus

- Voir le **Rapport RSE du Groupe iliad**

- Découvrir en vidéo **quelques exemples d'actions menées en France sur le volet Environnemental** :
  - la logique circulaire au cœur de nos process de production de nos Freebox
  - Fret et logistique : comment les Freebox arrivent-elles chez vous ?
  - le reconditionnement des antennes radio chez Free

- Voir la synthèse des résultats de **notre baromètre social France 2023**

A propos du Groupe iliad

Inventeur de la 1ère box triple-play au monde, le Groupe iliad, créé au début des années 90, est aujourd'hui un acteur majeur des télécommunications en Europe qui se distingue par ses offres innovantes, simples et attractives. Maison-mère de Free en France, d'iliad en Italie et de Play en Pologne, le Groupe compte plus de 16 700 collaborateurs au service de 47,0 millions d'abonnés et a généré un chiffre d'affaires de 8,6 milliards d'euros sur les 12 derniers mois. En France, le Groupe est un opérateur intégré Fixe et Mobile Très Haut Débit qui comptait, à fin juin 2023, 21,8 millions d'abonnés particuliers (14,5 millions d'abonnés mobiles et 7,3 millions d'abonnés fixes). En Italie, où il s'est lancé en 2018 sous la marque iliad, le Groupe est le 4ème opérateur mobile du pays avec près de 13% de parts de marché et comptait à fin juin 2023 plus de 10,1 millions d'abonnés mobiles. En Pologne, le Groupe est devenu un opérateur convergent intégré après l'acquisition d'UPC Polska en 2022 et le Groupe comptait à fin juin 2023 plus de 12,9 millions d'abonnés mobiles et près de 2,1 millions d'abonnés fixes. Le Groupe iliad est le 6ème opérateur en Europe en nombre d'abonnés particuliers mobiles (hors M2M) et internet fixe.

Pour en savoir plus

www.iliad.fr

Pour nous suivre

Twitter @Groupeiliad

LinkedIn Groupe iliad

Contacts

Relations Investisseurs : ir@iliad.fr
Relations Presse : presse@iliad.fr