

L'éco-conception Chez Orange

Notre raison d'être

“Orange est l'acteur de confiance qui donne à chacune et à chacun les clés d'un monde numérique responsable”



Daniel Boudet
INNOVATION/IT-S/Home

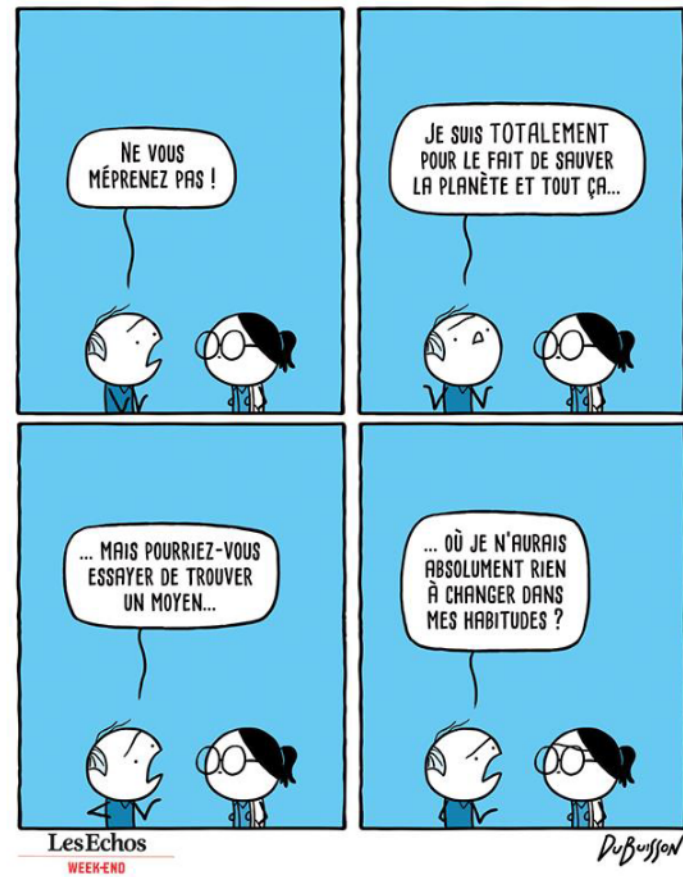
28 janvier 2026

Orange



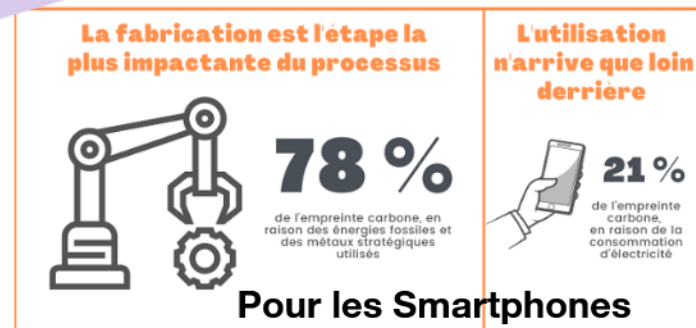
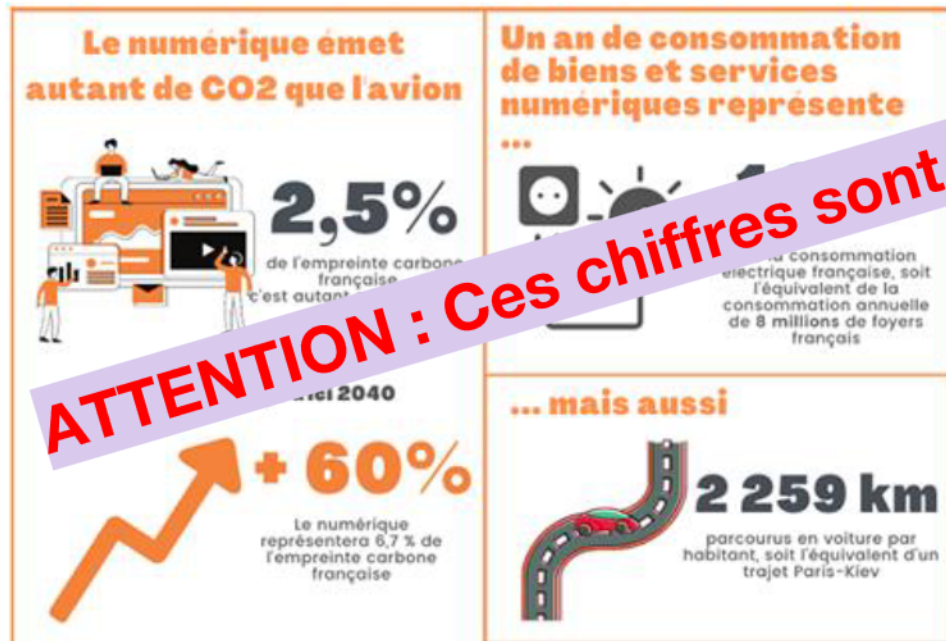
Une pression sociale exigeante mais ambivalente ...

85 % des Français veulent réduire le
bilan environnemental du numérique ⁽¹⁾



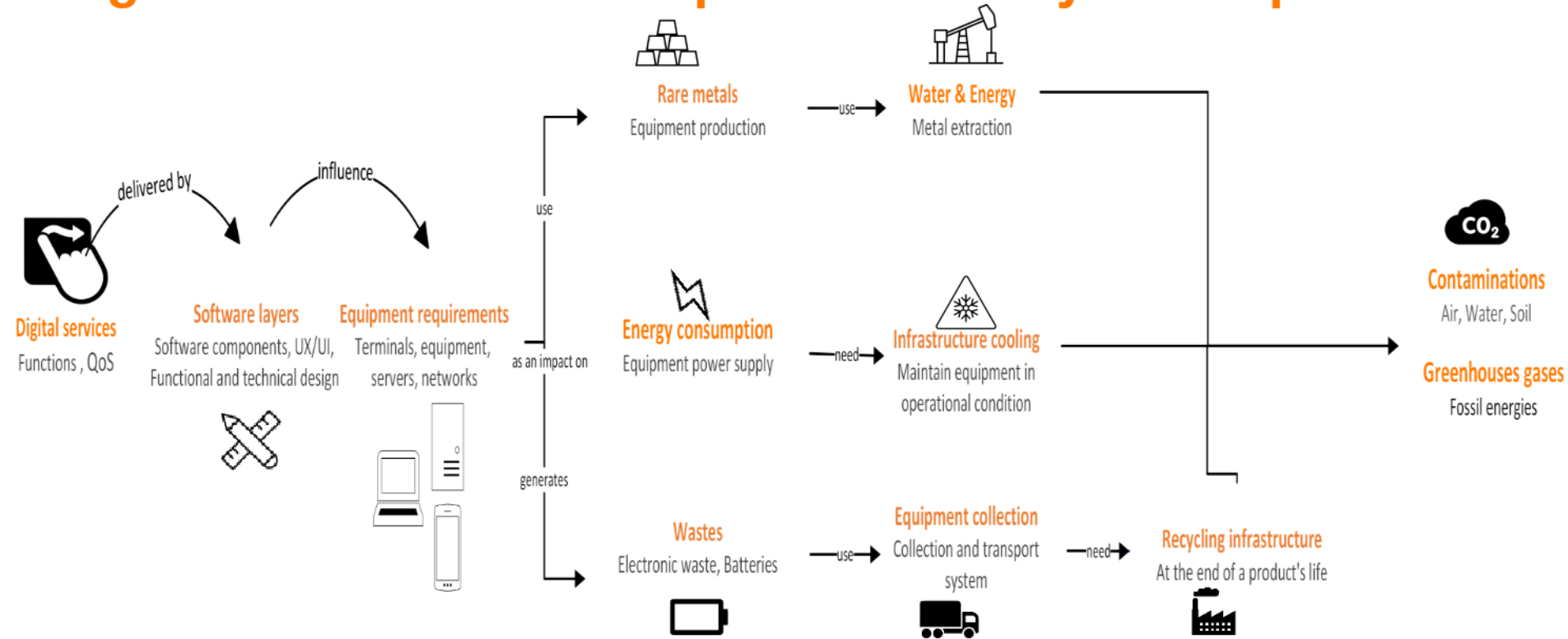
Impact sur les émissions carbone du numérique en France

Infographie Novethic – sources ADEME – ARCEP (2022)



*ordre d'idée pour une utilisation sur 5-7ans

Digital services: an unsuspected but very real impact



Digital services use physical resources and generate waste throughout their life cycle

RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Et Aussi...

**62,5 MILLIONS DE
TONNES DE RESSOURCES**
extraites par an pour produire et utiliser
les équipements numériques

**20 millions de tonnes
de déchets produits**
par an sur tout le cycle de vie



D'autres impacts
comptent aussi !

- L'épuisement des ressources naturelles (minéraux et métaux) et des combustibles fossiles
- Les pollutions de l'air, de l'eau, des sols
- La production de déchets
- Les radiations ionisantes



Mines de Coltan au Congo

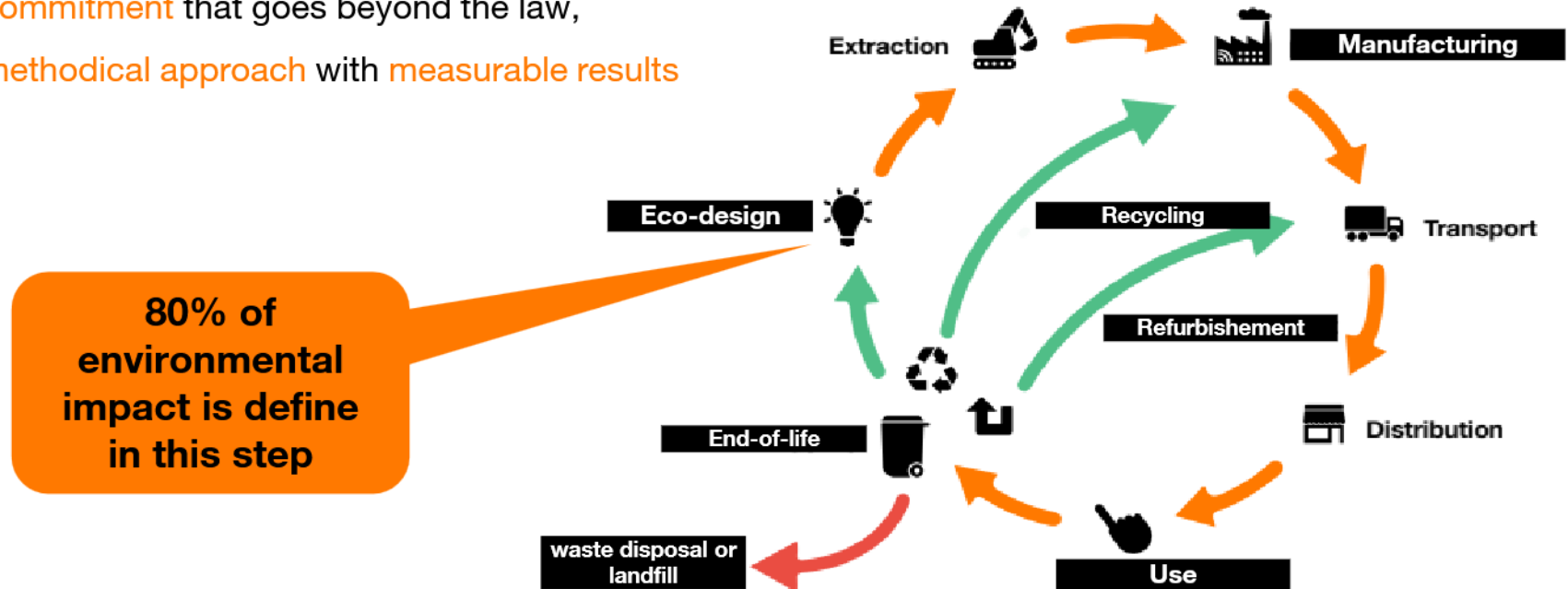


Lac Baotou, Chine

What is eco-design?

Eco-design is :

- A continuous **improvement** process,
- An **innovation** lever,
- A **commitment** that goes beyond the law,
- A **methodical approach** with **measurable results**



La méthode BISOU* :



Besoin : ai-je vraiment besoin de ce produit ?

Immédiat : En ai-je besoin tout de suite ?

Semblable : N'ai-je pas déjà un produit semblable qui pourrait faire l'affaire ?

Origine : Quel est son origine ?

Utile : Cet objet m'est-il vraiment utile ?

*Cette méthode créée par deux jeunes mamans, Marie Duboin Lefèvre et Herveline Verbeken est un moyen facile et rapide de se poser les bonnes questions avant d'acheter... ou de développer un nouveau projet !



Les bénéfices d'une démarche d'éco-conception



Maîtriser les impacts environnementaux des produits / services

Anticiper les évolutions **réglementaires** et de **climat (résilience)**

Répondre aux attentes / exigences des marchés B2B et B2C , levier de fidélisation des clients et de développement du chiffre d'affaires



Engager l'ensemble des collaborateurs en donnant du sens

Contribuer à l'atteinte de nos engagements net-zéro carbone (qui inclut les impacts directs et indirects de nos produits et services)



Réduire la consommation d'énergie - produits et services plus sobres (consommation d'énergie) et simples (centré sur le besoin essentiel) = réduction de coûts

Merci

La méthode BISOU :



Besoin : ai-je vraiment besoin de ce produit ?

Immédiat : En ai-je besoin tout de suite ?

Semblable : N'ai-je pas déjà un produit semblable qui pourrait faire l'affaire ?

Origine : Quel est son origine ?

Utile : Cet objet m'est-il vraiment utile?



*Cette méthode créée par deux jeunes mamans, Marie Duboin Lefèvre et Herveline Verbeken est un moyen facile et rapide de se poser les bonnes questions avant d'acheter... ou de développer un nouveau projet !



En France, la pollution numérique c'est :

Source : ADEME-Arcep 2025

4,4%

de l'empreinte carbone, soit presque autant que les poids lourds en France !

11%

de la consommation électrique nationale.

60%

de l'impact environnemental provient de la fabrication de nos appareils (TV, smartphones, montres connectées...).

800

millions d'équipements soit plus de 10 appareils par personne en moyenne !

Exemple d'un service numérique

