

# BT Europe, Moyen-Orient, Afrique et Amérique Latine

## L'essentiel sur les performances du groupe en matière de développement durable



Dans les prochaines décennies, les changements sociaux et environnementaux façonneront nos modes de vie ainsi que nos habitudes de travail. La mondialisation, le changement climatique, la pauvreté, le vieillissement de la population et l'essor des pays émergents auront une influence particulièrement importante. Les répercussions sur les entreprises et la société seront probablement nettement plus fortes que celles de la récession actuelle. Dans notre rapport sur le développement durable 2009, nous abordons certains de ces problèmes et exposons les actions et solutions que nous appliquons pour aider nos clients dans ce monde en pleine mutation.

BT dispose déjà d'une riche gamme de produits et de services qui aident nos clients à adopter des modes de vie et des habitudes de travail plus durables et à réduire les coûts : des solutions de visioconférence de nouvelle génération à nos téléphones à faible consommation d'énergie pour la maison. Notre stratégie de développement durable aide les entreprises à exploiter les technologies pour réduire leur bilan carbone à l'échelle de leur structure.

BT a depuis longtemps déjà affirmé son engagement envers des pratiques commerciales responsables et durables. Notre engagement pour contribuer à bâtir un monde meilleur, plus durable, est toujours aussi fort. Comme en témoigne notre rapport sur le développement durable 2009, nous avons de nombreux motifs de satisfaction cette année. Que ce soit nos efforts visant à dégager de la valeur pour nos clients et à étendre l'accès aux TIC ou bien les progrès enregistrés pour réduire notre impact sur l'environnement. Via notre partenariat mondial avec l'UNICEF, nous contribuons à l'éducation ainsi qu'à la formation aux technologies de l'information et des communications de milliers d'enfants et de jeunes adultes démunis en Afrique du Sud, en Chine et au Brésil. Nous aimerions qu'une plus grande part de notre travail communautaire revête une dimension mondiale, pour refléter notre présence internationale et permettre à un nombre plus important de collaborateurs de BT à travers le monde de s'impliquer et de participer.

**43 %**  
de réduction en équivalent CO<sub>2</sub>  
Depuis 1997, notre année de référence

**50 %**  
de nos déchets sont recyclés  
Plus de 700 000 euros d'économies réalisées  
(1 million \$, 1 \$ = 0,7 €)

L'année passée, nous avons particulièrement veillé à contribuer à une économie à faible bilan carbone. Nous avons par exemple :

- ▶ réduit notre équivalent CO<sub>2</sub> mondial de 43 % par rapport à l'année de référence 1997 ;
- ▶ recyclé 50 % de nos déchets, ce qui engendre une économie de plus 700 000 euros (1 million \$, 1 \$ = 0,7 €) ;
- ▶ réduit nos déplacements et utilisé plus intensivement nos services de conférences qui réduisent les coûts et les émissions de carbone.

Nous sommes heureux de voir nos efforts reconnus, que ce soit le fait d'être en tête du Dow Jones Sustainability Index dans notre secteur depuis huit années consécutives ou d'avoir reçu le prestigieux prix Queens Award for Sustainable Development pour la deuxième fois l'année dernière.

Vous pouvez trouver notre rapport complet à l'adresse suivante : [www.bt.com/betterworld](http://www.bt.com/betterworld).

## Une attention continue portée à la responsabilité d'entreprise

LUIS ALVAREZ  
PRÉSIDENT EUROPE, MOYEN-ORIENT,  
AFRIQUE ET AMÉRIQUE LATINE



## La diversité et la complexité qui caractérisent la région Europe, Moyen Orient, Afrique, Amérique Latine sont sources d'opportunités et de défis pour BT.

Les opportunités pour BT de construire des relations fortes et profitables avec nos clients sont contrastées par la responsabilité que nous avons d'utiliser le potentiel des TIC afin de contribuer à l'élaboration d'une société plus solidaire, dans laquelle les avantages des technologies de communication sont largement partagés.

Les degrés de maturité divers des économies dans lesquelles nous évoluons nécessitent une réelle diversité dans nos programmes de responsabilité d'entreprise afin de trouver les solutions adaptées aux défis que les entreprises dans nos régions doivent relever.

Nous avons répondu aux demandes de clients souhaitant des preuves encore plus claires de nos références environnementales. Nous avons saisi l'opportunité d'une collaboration avec nos clients et avons développé des partenariats afin de faire face aux défis rencontrés par les communautés dans lesquelles nous intervenons.

Nous avons cherché à partager notre expérience et ce que nous avons appris en matière de développement durable en mettant à disposition notre expertise et notre leadership afin qu'ils bénéficient à d'autres organisations.

Nous avons aussi été à l'écoute de nos collaborateurs en les aidant à développer des initiatives contribuant à des causes qui leur sont chères

Afin de nous assurer de sortir de la récession en position de force, nous devons, afin d'atteindre notre but qui est de construire des relations profitables sur le long-terme avec nos clients, nous concentrer sur les initiatives de responsabilité d'entreprise qui nous différencient de nos concurrents et nous offrent une opportunité d'approfondir nos relations avec nos clients.

## Études de cas

Où que nous opérons dans le monde, l'engagement que nous avons pris de contribuer à la création d'un monde meilleur et plus durable est parfaitement clair. Nous sommes fiers de ce qui a été réalisé dans notre région cette année.



### L'étoile brillante sud africaine

Une « étoile brillante », c'est de cette façon qu'a été décrite une école soutenue par BT en Afrique du Sud. La Mantshinga Combined School à Kwazulu-Natal est l'une des 29 écoles choisies pour recevoir une aide via le partenariat Inspiring Young Minds de 1,7 million d'euros (1,5 million £, 1 £ = 1,16 €) lancé par BT et l'UNICEF.

Il s'agit d'une des 13 écoles situées dans les zones les plus démunies d'Afrique du Sud qui a connu un programme de remise à neuf grâce aux fonds de BT. Des salles de classe ont été construites, les professeurs ont bénéficié d'une plus grande aide et de formations et des ordinateurs ont été installés dans l'école pour la première fois.

Malgré les difficultés auxquelles sont confrontés les enfants de l'école, la construction de salles de classe permanentes les a aidés à retrouver un réel optimisme.

Selon l'UNICEF : « Tous les habitants de Mantshinga sont fiers de l'école, elle est le symbole de ce qui peut être réalisé malgré des conditions socio-économiques défavorables. »

### Références environnementales

En octobre 2008, BT Allemagne est devenu le cinquième pays BT, après la Belgique, l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni, à recevoir la certification ISO 14001, ce qui signifie que le système de gestion de l'impact sur l'environnement dans ce pays répond aux normes internationales.

Cela a permis à BT Allemagne de contribuer à la stratégie de réduction des émissions de carbone mondiales de BT et aussi de répondre aux demandes de ses clients souhaitant des exemples de son action en faveur de l'environnement.

Les efforts de BT Allemagne pour réduire son bilan carbone s'accordent parfaitement avec une nouvelle offre pour les clients, le lancement du service carbon impact assessment (CIA) qui aide les grandes entreprises et les organisations du secteur public à réduire leur consommation d'énergie et leur bilan carbone.

Le service CIA et la certification ISO14001 appuient la capacité de BT à faire comprendre aux clients allemands le rôle que peut jouer une infrastructure informatique en réseau dans la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.

BT Pays-Bas a aussi reçu la certification ISO14001 cette année.

### Parler la langue du marketing du développement durable

Un guide rédigé par BT a été lancé en espagnol pour aider les personnes travaillant au marketing à être à la page en matière de développement durable.

Le guide CSR Europe, lancé à Madrid en novembre 2008, a été créé par un groupe de travail sur le marketing du développement durable présidé par BT et constitué de représentants des plus grandes sociétés dont le géant des technologies Sony et le groupe agro-alimentaire Unilever.

Le guide est conçu pour aider les responsables marketing à minimiser l'impact environnemental de leurs campagnes. La version anglaise avait été lancée en juin 2008 et la version espagnole du guide est la première des versions traduites prévues.

### Comblant le fossé numérique au Brésil

En avril 2008, notre partenariat avec l'UNICEF a été étendu jusqu'au Brésil, où l'aide de BT a été grandement utile pour les jeunes.

10 000 jeunes dans 10 écoles et 5 villes (Sao Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador et Fortaleza) participent à ce programme et communiquent sur les problèmes liés à leurs écoles et à leurs communes en utilisant de nombreux outils informatiques.

Le programme Inspiring Young Minds Brazil a pour but d'aider les enfants descolarisés, ou sur le point de l'être, en organisant des activités sportives et ludiques et en encourageant leur retour sur les bancs de l'école.

En septembre 2008, BT a annoncé un nouveau partenariat avec l'UNICEF et la fondation Bradesco pour établir un réseau de Digital Inclusion Centres (centres d'inclusion numérique) pour les jeunes vivant dans les zones les plus défavorisées du Brésil.

### Initiative italienne pour éliminer les embouteillages

Aller et venir du travail peut constituer une des principales causes d'embouteillages et de pollution dans le monde entier, mais les collaborateurs de BT Italie font de leur mieux pour réduire l'impact de leurs déplacements quotidiens.

Une initiative pour intégrer la mobilité dans le système de gestion de l'impact sur l'environnement de BT Italie qui est fortement liée au but que s'est fixé BT de réduire de 80 % l'intensité de CO<sub>2</sub> d'ici 2020.

BT Italie a mis en place un projet de gestion de la mobilité chargé d'examiner les problèmes liés à l'utilisation de la voiture et des transports. Une de ses premières mesures a été la création du Green Commuters Plan pour les bureaux italiens de Milan, Rome et Turin.

Par le biais de l'application des mesures de ce plan, BT Italie souhaite réduire l'impact environnemental de ses activités et faire prendre conscience de son rôle dans la communauté.

Deux partenaires sont impliqués dans le projet afin de tirer profit des initiatives de gestion de la mobilité financées publiquement.

Une analyse du bilan carbone de chaque bureau a montré que les 1 214 personnes interrogées émettent plus de 4 000 kg de carbone rien qu'avec les transports, soit 1 026 tonnes par an.

BT Italie est donc maintenant en train d'étudier une gamme d'options de transport respectueuses de l'environnement, qui comprend des incitations à utiliser les transports en commun et l'installation d'équipements pour vélos.