

# *Responsabilité d'entreprise*

Nous assumons  
nos responsabilités.

Les quatre thèmes  
stratégiques et les  
autres engagements  
de Swisscom.

Stratégie en matière de responsabilité d'entreprise



Mode de vie et mode  
de travail durables



Utilisation  
durable des ressources



Communication  
pour tous



Employeur  
responsable

| Page 89–93

| Page 96–104

| Pages 105–110

| Page 111–117

Stratégie en matière de responsabilité d'entreprise	77 Contexte et principes 81 Thèmes stratégiques 85 Gouvernance et mise en œuvre 88 Satisfaction de la clientèle
Mode de vie et mode de travail durables	89 Principes et objectifs 89 Produits et services respectueux de l'environnement pour clients privés 91 Green ICT pour clients commerciaux 92 Technologies de communication à faible rayonnement 93 Partenariats 96 Principes et objectifs 96 Infrastructure efficace d'un point de vue énergétique 98 Climat 99 Autres aspects importants en matière d'environnement dans l'entreprise 101 Indicateurs environnementaux en Suisse 102 Responsabilité de Swisscom dans la chaîne d'approvisionnement 102 Gestion des risques des fournisseurs 104 Affiliations et partenariats
Utilisation durable des ressources	105 Principes et objectifs 105 Service universel 106 Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence en matière de médias 108 Initiative «Internet à l'école» 109 Offres destinées aux personnes souffrant d'un handicap 110 Affiliations et partenariats
Communication pour tous	111 Principes et objectifs en Suisse 112 Politique du personnel 112 Développement du personnel 113 Recrutement de personnel 114 Santé et sécurité au travail 115 Diversity, mais égalité des salaires 116 Satisfaction des collaborateurs 116 Affiliations et partenariats 117 L'effectif du personnel en chiffres
Employeur responsable	118 Festivals, musées, fondations 118 Sports de neige 119 Promotion économique 119 Corporate Giving et personnes en détresse 120 Initiative «Pionniers du climat» 120 Solar Impulse
Engagement social et culturel	121 Processus d'innovation 122 Succès
Innovation et développement	123 Evaluation externe de Swisscom 123 Classements 2011
Certificats et distinctions	124 Périmètre du rapport 125 Directives et niveau d'application 126 Certification de SGS
Informations sur l'établissement du rapport selon les Lignes directrices GRI	

# Stratégie en matière de responsabilité d'entreprise

Swisscom a développé sa stratégie en matière de responsabilité d'entreprise, regroupé les mesures sous quatre grands thèmes et consolidé la gouvernance interne. En 2011, Swisscom a mis davantage l'accent sur sa responsabilité à long terme en interne, et fait en sorte que le client en prenne conscience.

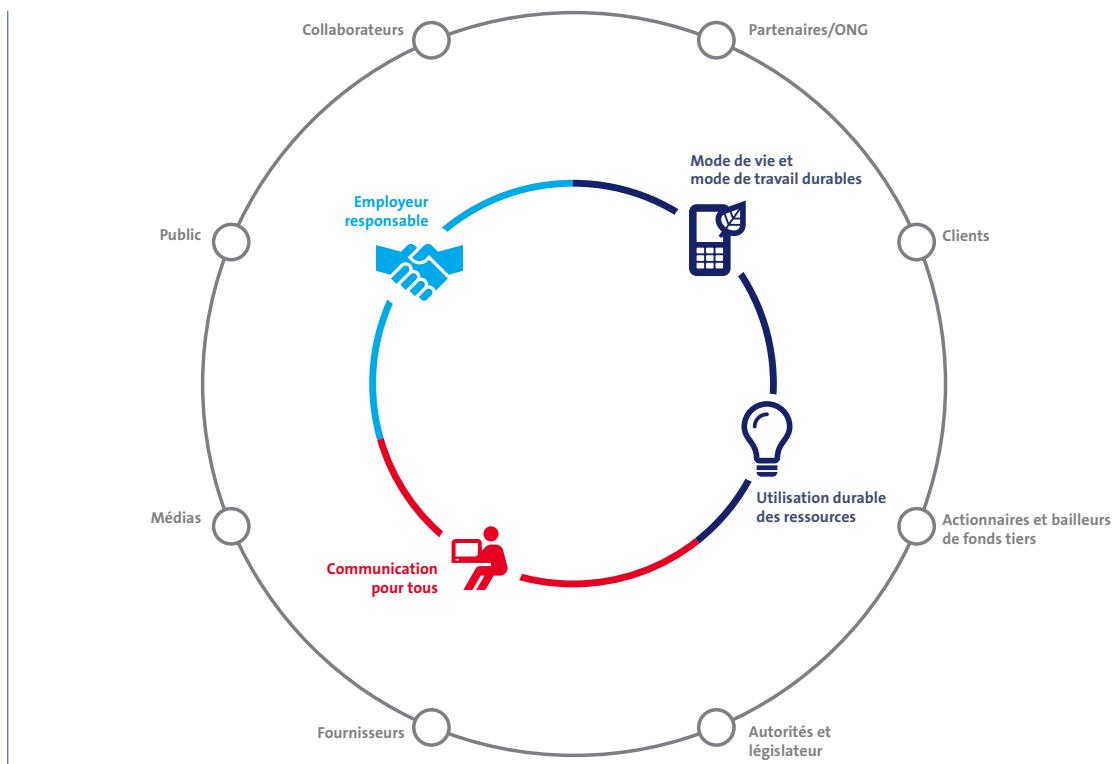
## Contexte et principes

Economie durable et responsabilité à long terme sont deux notions solidement ancrées dans la culture d'entreprise de Swisscom. D'ailleurs, l'un des principes essentiels des valeurs fondamentales de l'entreprise précise que Swisscom assume sa responsabilité envers la société et l'environnement, aujourd'hui comme demain. Ce principe n'est du reste pas nouveau, puisque Swisscom a instauré un système de gestion de l'environnement dès 1998.

C'est pourquoi la stratégie d'entreprise embrasse une vision entrepreneuriale à long terme et privilégie la prise en compte des aspects économiques, écologiques et sociaux.



## Dialogue avec les parties prenantes et thèmes stratégiques



Swisscom recherche le dialogue avec ses parties prenantes les plus importantes. Les moyens utilisés sont les suivants: médias électroniques, entretiens téléphoniques, enquêtes, séances d'information ou de travail, roadshows, conférences, visites chez le client, Swisscom Shops. En 2011 également, les attentes et les demandes des parties prenantes ont été directement intégrées au sein de projets concrets. Chez Swisscom, la gestion des parties prenantes est organisée de manière décentralisée, de façon à garantir une grande proximité et de rester toujours en contact avec ces dernières. Parmi les nombreuses parties prenantes, les huit groupes ci-après influent le plus fortement sur la stratégie d'entreprise de Swisscom:

- **Clients:** Swisscom s'enquiert systématiquement des besoins auprès de ses clients privés. Ainsi, les Customer Relationship Managers identifient les besoins des clients directement aux Customer Touch Points. Les clients commerciaux font quant à eux l'objet d'enquêtes trimestrielles, portant notamment sur les questions du développement durable. Swisscom entretient en outre des contacts réguliers avec les associations de consommateurs dans toutes les régions linguistiques. Par ailleurs, elle tient différents blogs et forums électroniques, parmi lesquels un blog environnemental qui a vu le jour en 2006 et, depuis un an, un blog dédié à la responsabilité d'entreprise. Dans l'ensemble, il ressort de ces enquêtes que les clients réclament une politique des prix attrayante, une certaine transparence sur le marché, un marketing responsable, une couverture de l'ensemble du territoire, un réseau stable, des technologies de communication à faible rayonnement ainsi que des produits et services durables.
- **Collaborateurs:** Swisscom mène une enquête annuelle auprès de ses collaborateurs. Elle organise également une table ronde en présence des représentants du personnel. Tout collaborateur qui constate des irrégularités est invité à les dénoncer. En interne, le comité Révision rattaché au Conseil d'administration (Audit Committee) enregistre les déclarations en cas de dénonciations des irrégularités (whistleblowing). Les requêtes de collaborateurs concernent les domaines suivants: partenariats sociaux, formation professionnelle et continue, diversité (Diversity), santé et sécurité au travail.

- > **Fournisseurs:** dans le cadre de la gestion des relations avec les fournisseurs, les services des achats traitent de sujets tels que les résultats des évaluations, les négociations des objectifs et le respect des mesures. Une fois par an, les services des achats se réunissent avec leurs principaux fournisseurs à l'occasion du Key Supplier Day. Ce faisant, la minimisation des risques et la responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement sont au cœur des réflexions.
- > **Actionnaires et bailleurs de fonds tiers:** parallèlement à l'Assemblée générale annuelle, Swisscom favorise les échanges avec ses actionnaires lors de présentations aux analystes, de roadshows ou de conférences téléphoniques régulières. De surcroît, Swisscom entretient des contacts ciblés avec de nombreux bailleurs de fonds tiers et autres agences de notation dans le domaine du développement durable. Les actionnaires et les bailleurs de fonds tiers attendent en premier lieu de la part de Swisscom croissance, rentabilité et innovation.
- > **Partenaires et ONG:** Swisscom attache de l'importance aux échanges avec ses partenaires dans le cadre de différents projets, notamment avec le WWF Climate Group, la Fondation Suisse pour la Protection de l'Enfant et des organisations qui s'intéressent aux besoins spécifiques des groupes sociaux défavorisés. La partie prenante des partenaires et des ONG accorde une importance toute particulière à un partenariat actif et à un engagement tant sur le plan social qu'écologique.
- > **Autorités:** Swisscom entretient des échanges réguliers et intensifs avec diverses autorités, notamment en ce qui concerne le déploiement du réseau de téléphonie mobile. Les applications de données mobiles connaissent un succès croissant auprès de la clientèle. Toutefois, si la communication mobile est largement appréciée et utilisée, l'infrastructure requise n'est, quant à elle, pas toujours acceptée. Le développement du réseau se trouve donc à la croisée d'intérêts divergents. Swisscom entretient depuis des années un dialogue avec les riverains et les communes. «DIALOGmodel» offre une nouvelle dimension à ces efforts de conciliation des intérêts. Lancé à l'initiative de Swisscom et de concurrents sur le marché suisse de la téléphonie mobile, l'accord conclu dans le cadre de «DIALOGmodel» garantit aux responsables communaux des informations régulières concernant la planification du réseau sur leur territoire et leur permet, lors de projets de construction, de désigner d'autres emplacements appropriés. D'autres thèmes font également l'objet d'un échange régulier entre Swisscom et les autorités, par exemple dans le cadre du séminaire de deux jours «Internet à l'école» organisé chaque année, auquel sont conviés les responsables TIC des directions cantonales de l'instruction. Les autorités attendent de la part de Swisscom qu'elle assume délibérément ses responsabilités vis-à-vis du public et plus particulièrement des jeunes.
- > **Législateur:** Swisscom s'occupe de questions politiques et réglementaires et défend ses intérêts en informant les partis politiques, les autorités et les associations. La partie prenante du législateur exige que Swisscom respecte les règles de conformité (Compliance).
- > **Médias:** le travail de Swisscom avec les médias est fondé sur des principes journalistiques professionnels.

### Caractère significatif/matrice d'importance

Les thèmes essentiels pour Swisscom et ses parties prenantes sont résumés dans la matrice d'importance. Celle-ci regroupe les points qui doivent être traités dans le cadre des quatre thèmes stratégiques liés à la responsabilité d'entreprise. Des informations approfondies sur ces points sont disponibles dans ce chapitre. La matrice regroupe en outre d'autres thèmes importants ayant une influence sur la stratégie d'entreprise de Swisscom, présentés plus loin dans le Rapport financier. La matrice d'importance est une représentation graphique simplifiée de ces thèmes importants, voire essentiels, pour Swisscom et ses parties prenantes. Swisscom suit les points présentés avec une grande attention et leur accorde des priorités différentes. Les thèmes situés dans la partie supérieure droite ont la priorité absolue; ils sont de la plus haute importance tant pour Swisscom que pour les parties prenantes. D'autres thèmes comme le bruit, la protection des eaux, la protection des espèces, la violence et l'accroissement de la population sont certes importants sur les plans social et écologique, mais ne sont pas au cœur des activités de Swisscom. Les thèmes peuvent également être classés en fonction de leur importance pour la stratégie d'entreprise de Swisscom ou des requêtes des parties prenantes. Selon leur importance ou leur étendue, ils sont contrôlés et suivis en interne par les services spécialisés ou les services qui font office d'interlocuteurs pour les parties prenantes. De plus, divers organes comme les directions de division, la Direction de Swisscom (Suisse) SA ou la Direction du groupe discutent des thèmes en question. Si nécessaire, ils peuvent adopter des mesures adéquates. Les thèmes sont classés par ordre alphabétique dans les quadrants.

## Matrice d'importance Swisscom 2011

Caractère significatif pour les parties prenantes		
	très important	
	important	très important
Protection de la jeunesse dans les médias Santé et sécurité au travail Service universel Sponsoring/partenariats		Consommation d'énergie et émissions de CO <sub>2</sub> (efficacité de l'infrastructure) <b>Environnement légal et réglementaire</b> <b>Gouvernement d'entreprise / Conformité</b> <b>Infrastructure réseau</b> Innovation et développement <b>Patrimoine, situation financière et performances</b> Protection des données <b>Relations avec les représentants du personnel et syndicats</b> Satisfaction de la clientèle Technologies de communication à faible rayonnement
Biodiversité Corporate Volunteering Déchets et recyclage Diversité et Age Management Marketing responsable Télécommunications sans obstacles		Formation professionnelle et continue Offres respectueuses de l'environnement (produits et services) Promotion de la compétence en matière de médias Responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement
		très important
Discuté en:		Caractère significatif pour Swisscom
 <b>Responsabilité d'entreprise</b>	 <b>Rapport financier</b>	 <b>Gouvernement d'entreprise</b>

## Responsabilité de Swisscom vis-à-vis du public

### Engagements et participation

En sa qualité de «Corporate Citizen» consciente de ses responsabilités, Swisscom a pris activement part, en 2010, aux débats portant sur:

- > une attitude responsable à long terme du secteur des TIC;
- > les TIC dans le domaine de la formation;
- > l'amélioration du service à la clientèle (p. ex. la protection des consommateurs);
- > la couverture de l'ensemble de la Suisse par l'infrastructure haut débit mobile.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a pris position dans le cadre de consultations au niveau fédéral portant sur la proposition de révision du droit des cartels, la modification de l'ordonnance sur les services de télécommunications et la révision partielle de l'ordonnance sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication. Les prises de position en question peuvent être consultées sur le site Internet des autorités compétentes.

Swisscom prône une approche tournée vers les solutions, en tenant compte de l'intérêt public et des intérêts de l'entreprise. Les positions défendues par l'entreprise reposent sur des faits concrets et reflètent la vision de Swisscom. Swisscom entretient des relations transparentes et basées sur la confiance avec les milieux politiques, les autorités et la société. L'entreprise se positionne dans l'environnement politique en participant à des auditions et à des manifestations publiques ainsi qu'en publiant des prises de position écrites. Elle condamne toute pratique illicite ou non conforme à l'éthique visant à influencer des faiseurs d'opinion. Enfin, Swisscom est une entreprise indépendante du point de vue politique et religieux et n'apporte de soutien financier à aucun parti.

## Associations aux intérêts convergents

Swisscom s'engage dans diverses associations professionnelles comme economiesuisse, Swiss Holdings de la Worlddidac Association, ICT-Switzerland et l'asut. Elle est représentée au comité directeur d'economiesuisse et de l'asut.

## Risques et opportunités

Concernant le développement durable, les principaux défis sont les suivants: utiliser les ressources (notamment l'énergie) dans le respect de l'environnement et garantir la communication pour tous. Ces deux défis sont le résultat d'analyses de la situation de l'entreprise et des attentes des principales parties prenantes, à savoir les clients et la Confédération dans son rôle d'actionnaire principal. L'analyse des risques et des opportunités qui découlent des changements climatiques, et qui sont mentionnés au chapitre «Risques» du Rapport financier à la rubrique Facteurs de risque, s'appuie principalement sur le rapport officiel de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) sur les changements climatiques (octobre 2007 et 2011). Le rapport a servi de base à Swisscom pour rédiger sa réponse dans le cadre de la participation au Carbon Disclosure Project (CDP) mondialement connu. Cette réponse est disponible en ligne.

## Thèmes stratégiques

Swisscom concentre ses activités en matière de responsabilité d'entreprise sur les thèmes auxquels les parties prenantes accordent une grande importance et qui sont étroitement liés à l'activité principale de Swisscom. Concrètement, Swisscom élabore sa stratégie sur les quatre thèmes suivants:

### Mode de vie et mode de travail durables

Swisscom aide ses clients dans leurs efforts pour préserver les ressources. Grâce aux TIC vertes (Green ICT), les entreprises peuvent réduire sensiblement leurs besoins en énergie et leurs émissions de CO<sub>2</sub>: ainsi, les visioconférences et les solutions de télétravail (Home Office) permettent d'économiser le temps et les coûts liés au déplacement. Les bâtiments et les réseaux peuvent être gérés efficacement sur le plan énergétique. Swisscom propose aux entreprises le Green ICT-Check pour saisir en toute simplicité leur potentiel d'économies. Les clients privés peuvent quant à eux opter pour l'envoi de leurs factures en ligne, faire recycler leurs téléphones portables, et disposent de nombreuses possibilités pour surveiller leur empreinte écologique.

### Utilisation durable des ressources

Swisscom compte parmi les dix plus grands consommateurs d'électricité en Suisse. Elle couvre l'intégralité de ses besoins en électricité à partir d'énergie renouvelable domestique et est une des plus importantes consommatrices d'électricité issue de l'énergie éolienne ou solaire en Suisse. Depuis 1998, Swisscom a réduit de 53% les émissions de CO<sub>2</sub> de ses véhicules et de ses bâtiments, et exige de la part de ses fournisseurs le respect de normes écologiques et sociales élevées.

### Communication pour tous

Swisscom propose un accès aux médias numériques à tous les habitants de Suisse et aide ces derniers à les utiliser de manière responsable. Jusqu'à présent, Swisscom a raccordé gratuitement environ 6 000 écoles à Internet et a fait découvrir, par le biais des cours qu'elle propose, le monde numérique à plus de 100 000 néophytes. Swisscom œuvre également en faveur de la protection de la jeunesse dans les médias grâce à des produits techniques et des offres favorisant la compétence en matière de médias.

 Voir rapport  
page 113

## Employeur responsable

Swisscom propose des possibilités d'évolution à ses collaborateurs et les encourage à trouver le juste équilibre entre travail et vie privée. Pour Swisscom, proposer des conditions d'embauche équitables va de soi, de même qu'un partenariat social réel et un engagement marqué en faveur de la formation professionnelle. Les collaborateurs ont par ailleurs la possibilité de s'engager sur le plan social, par exemple dans le cadre du programme Corporate Volunteering.

### Mode de vie et mode de travail durables



Nous soutenons nos clients grâce à un mode de vie et un mode de travail durables.

### Utilisation durable des ressources



Utilisation durable des ressources naturelles: Nous travaillons à la mise en œuvre des normes les plus élevées, également avec nos fournisseurs.

### Communication pour tous



Nous nous engageons de telle sorte que les gens vivant en Suisse puissent utiliser les médias numériques en toute sécurité.

### Employeur responsable



Nous sommes l'un des employeurs les plus appréciés de Suisse et agissons de manière socialement responsable.

## Autres contenus de ce rapport

 Voir rapport  
pages 118 et 121

Outre les grands thèmes présentés, Swisscom défend plusieurs initiatives socioculturelles. Ses nombreuses activités dans le domaine de la recherche et du développement font également partie de sa responsabilité à long terme. Le processus d'innovation chez Swisscom ainsi qu'une sélection de projets en matière d'innovation sont présentés en fin du chapitre Responsabilité d'entreprise.

## Objectifs de Swisscom

### Principaux indicateurs

Points clés/indicateur de performance	Objectifs	Statut/mesures
<b>Management/gouvernance</b>		
<b>Périmètre du rapport/collecte d'informations</b> Description détaillée du périmètre du rapport et élargissement des systèmes de collecte d'informations pour l'établissement du rapport de développement durable Indicateur de performance: taux de couverture des systèmes de gestion et des chiffres clés au sein du périmètre du rapport Suisse	<b>2011</b> Concordance entre le périmètre du rapport et la collecte d'informations garantie <b>2012</b> <b>Consolidation de la collecte d'informations</b>	<b>Objectif 2011 en partie atteint</b> Mesures 2012 ➤ Renforcement de l'intégration ➤ Autres formations
<b>Conformité/gouvernance</b> Harmonisation de la structure, des documents d'application aux directives, dans le domaine de la responsabilité d'entreprise Indicateur de performance: mise en œuvre des mesures définies	<b>2011</b> Mise en œuvre des mesures définies <b>2012</b> <b>Terminé. Pas d'autre objectif</b>	<b>Objectif 2011 atteint (mesures entièrement réalisées)</b> Mesures appliquées ➤ Contrôle de l'accessibilité et de la vue d'ensemble des directives du groupe et mise en œuvre d'une proposition d'amélioration ➤ Développement et mise en œuvre d'une structure de documents uniforme
<b>Anti-corruption (GRI-S02)</b> Indicateur de performance: part des cadres ayant suivi une formation sur la directive anti-corruption	<b>2011</b> 100% <b>2012</b> 100%	<b>Objectif 2011 en partie atteint (62%)</b> Mise en œuvre des mesures 2011 différée ➤ Domaines à risque de l'entreprise évalués en 2011. ➤ Remaniement de la directive anti-corruption ➤ Formation complémentaire conformément à la nouvelle directive 2012
<b>Gestion de la conformité (GRI-S08)</b> Indicateur de performance: taux de couverture du système de gestion de la conformité, à l'échelle du groupe, conformément au périmètre du rapport GRI	<b>2011</b> 100% <b>2012</b> <b>Terminé. Pas d'autre objectif</b>	<b>Objectif 2011 atteint (100%)</b> Développement de la gestion de la conformité
<b>Mode de vie et mode de travail durables</b>		
<b>Hausse du chiffre d'affaires sur le portefeuille Green ICT (GRI-EN26)</b> Produits et services respectueux de l'environnement pour clients commerciaux (B2B) Indicateur de performance: hausse du chiffre d'affaires sur un portefeuille Green ICT défini	<b>2011</b> +10% par rapport à l'exercice précédent <b>2012</b> <b>+10% par rapport à l'exercice précédent</b>	<b>Objectif 2011 atteint (11%)</b> Mesures 2012 ➤ Promotion des offres respectueuses de l'environnement ➤ Remise de nouveaux certificats Green ICT ➤ Parrainage de projets ➤ Communication relative au portefeuille Green ICT
<b>Élargissement du portefeuille des offres respectueuses de l'environnement (GRI-EN26)</b> Indicateur de performance: nombre d'offres certifiées de myclimate (ONG)	<b>2011</b> Clients privés: 1 Clients commerciaux: 14 <b>2012</b> <b>Clients privés: 3</b> <b>Clients commerciaux: 17</b>	<b>Objectif 2011 atteint (15)</b> Mesures 2012 ➤ Évaluation des produits ou nouvelle conception de produits et services ➤ Détermination du potentiel d'amélioration en matière de respect de l'environnement par rapport aux produits standard ➤ Attribution du pictogramme et intégration dans les mesures de marketing produit ➤ Portefeuille existant sous <a href="http://www.swisscom.ch/myclimate">www.swisscom.ch/myclimate</a>
<b>Recyclage des téléphones portables (GRI-EN26)</b> Mesures d'incitation continues portant sur le recyclage des téléphones portables Indicateur de performance: taux de retour (pourcentage des appareils ramenés par rapport au nombre d'appareils vendus)	<b>2011</b> 10% <b>2012</b> 12%	<b>Objectif 2011 en partie atteint (8,9%)</b> Intensification des mesures prévues pour 2012 ➤ Sensibilisation des collaborateurs des Shops ➤ Campagne de communication
<b>Réduction de la consommation de papier (GRI-EN26)</b> Indicateur de performance 2011: nombre de clients privés ayant opté pour la facture électronique Indicateur de performance 2012: quantité de papier par client	<b>2011</b> 728 000 <b>2012</b> <b>-10% (année de référence: 2011)</b>	<b>Objectif 2011 atteint (723 000)</b> Mesures 2012 ➤ Nouveaux produits pour lesquels la facture électronique constitue le mode de paiement standard ➤ Publipostage direct envoyé aux segments de clientèle appropriés
<b>Formation pour les collaborateurs des points de contact (Shops et centres d'appels) (GRI-EN26)</b> Formation des collaborateurs des Shops et des centres d'appels pour répondre aux demandes des clients/messages d'ordre environnemental/social Indicateur de performance: pourcentage des collaborateurs des points de contact formés à cet effet	<b>2011</b> 15% <b>2012</b> 30%	<b>Objectif 2011 pas atteint (10%),</b> Concept de formation entièrement revu Mesures 2012 ➤ Elaboration de modules de formation individuels ➤ Intégration des thèmes dans les formations existantes
<b>Utilisation durable des ressources</b>		
<b>Système de gestion de l'environnement (UMS)</b> Validité des prescriptions individuelles de l'UMS étendue aux sociétés du groupe en Suisse Indicateur de performance: nombre d'interlocuteurs établis et formés auprès des sociétés du groupe en Suisse qui ne disposent pas de leur propre UMS	<b>2011</b> 17 <b>2012</b> 17	<b>Objectif 2011 en partie atteint (15)</b> Mesures 2012 ➤ Renforcement et consolidation de la collaboration ➤ Autres formations
<b>Source d'énergie renouvelable (GRI-EN4)</b> Indicateur de performance: taux de couverture des besoins en électricité par une source d'énergie renouvelable	<b>2011</b> 100% <b>2012</b> 100%	<b>Objectif 2011 atteint (100%)</b> Mesures 2012 ➤ Achat d'énergies renouvelables (courant) ➤ Compensation par des certificats
<b>Efficacité énergétique (électricité) (GRI-EN6)</b> Accroissement permanent de l'efficacité énergétique Indicateur de performance: accroissement de l'efficacité énergétique (EF)	<b>2015</b> +20% par rapport au 1 <sup>er</sup> janvier 2010	<b>Mise en œuvre en bonne voie</b> Mesures 2012 Application de nouvelles mesures d'économie et d'efficacité, notamment ➤ Recours à la méthode de refroidissement Mistral (refroidissement par l'air extérieur) ➤ Remise en état et améliorations technologiques ➤ Gains de productivité dans les centres de calcul
Base 2009 ➤ Consommation d'énergie totale (GEV) ➤ Economies d'énergie cumulées (ESP)	EF = $\frac{\text{GEV} + \sum \text{ESP}}{\text{GEV}}$	
Source: adaptée d'après la directive de l'OFEV		

Points clés/Indicateur de performance	Objectifs	Statut/mesures
<b>Réduction des émissions de CO<sub>2</sub> (GRI-EN18)</b> Indicateur de performance: émissions de CO <sub>2</sub> issues de la consommation de combustibles et de carburants	<b>2015</b> -12% par rapport au 1 <sup>er</sup> janvier 2010	<b>Mise en œuvre en bonne voie</b> Mesure 2012 ➤ Mise en œuvre de nouvelles mesures d'efficacité ➤ Mise en œuvre ultérieure de la feuille de route pour les acquisitions (véhicules)
<b>Optimisation des émissions de CO<sub>2</sub>: mobilité (GRI-EN29)</b> Indicateur de performance: valeur moyenne des émissions de CO <sub>2</sub> par véhicule du personnel en gramme de CO <sub>2</sub> par km, conformément aux données du constructeur	<b>2011</b> 150 g CO <sub>2</sub> /km <b>2015</b> 110 g CO <sub>2</sub> /km	<b>Objectif 2011 dépassé (140 g CO<sub>2</sub>/km)</b> Mesure 2012 ➤ Mise en œuvre ultérieure de la feuille de route pour les acquisitions
<b>Responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement</b>		
<b>Analyse du risque des fournisseurs lié aux groupes de marchandises (GRI-HR2)</b> Evaluation des fournisseurs et de leurs produits sur la base de critères écologiques et sociaux (y c. élaboration de directives concernant les achats) Indicateur de performance: nombre de fournisseurs pour lesquels un profil de risque a été défini (en % du nombre total de fournisseurs)	<b>2011</b> 80% <b>2012</b> <b>Pas d'objectif, vu que les 100% ont été atteints</b>	<b>Objectif 2011 dépassé (au lieu de 80%, 100% ont été atteints)</b>
<b>Evaluation des risques des fournisseurs des groupes de marchandises présentant un profil de risque élevé (GRI-HR2)</b> Indicateur de performance: part des fournisseurs pour lesquels une évaluation des risques a eu lieu (en % du nombre total de fournisseurs de groupes de marchandises présentant un profil de risque élevé)	<b>2011</b> 100% <b>2012</b> <b>100%</b>	<b>Objectif 2011 en partie atteint (71%)</b> Mesures 2012: ➤ Les fournisseurs d'un groupe de marchandises présentant un profil de risque élevé sont évalués à l'aide d'un questionnaire d'évaluation, et si nécessaire classés par ordre de priorité ➤ Des mesures appropriées pour réduire le risque sont définies, mises en œuvre et consignées
<b>Evaluation des risques des fournisseurs des groupes de marchandises présentant un profil de risque moyen (GRI-HR2)</b> Indicateur de performance: nombre de fournisseurs pour lesquels une évaluation des risques a eu lieu (en % du nombre total de fournisseurs de groupes de marchandises présentant un profil de risque moyen)	<b>2012</b> <b>25%</b>	Mesures 2012 ➤ Les fournisseurs d'un groupe de marchandises présentant un profil de risque moyen sont évalués à l'aide d'un questionnaire d'évaluation, et si nécessaire classés par ordre de priorité ➤ Des mesures appropriées pour réduire le risque sont définies, mises en œuvre et consignées
<b>Evaluation des fournisseurs des groupes de marchandises présentant un profil de risque moyen (GRI-HR2)</b> Indicateur de performance: a) Nombre de fournisseurs présentant un profil de risque élevé, ayant été soumis à un audit b) Nombre de fournisseurs présentant un profil de risque moyen, qui se sont inscrits à l'E-TASC et ont rempli le questionnaire électronique	<b>2012</b> <b>25%</b> <b>a) 6 audits</b> <b>b) 80 fournisseurs (E-TASC)</b>	Mesures 2012 ➤ Réalisation d'audits auprès de fournisseurs présentant un profil de risque élevé ➤ Questionnaire électronique E-TASC à faire remplir par les fournisseurs ayant le volume de commandes le plus élevé
<b>Mise en œuvre des prescriptions en matière de responsabilité d'entreprise (GRI-HR2)</b> Indicateur de performance: volume de commandes généré avec les fournisseurs ayant signé les prescriptions de Swisscom en matière de responsabilité d'entreprise	<b>2011</b> 70% <b>2012</b> <b>90%</b>	<b>Objectif 2011 dépassé (83%)</b> Mesure 2012 ➤ Extension des prescriptions en matière de responsabilité d'entreprise à d'autres fournisseurs
<b>Communication pour tous</b>		
<b>Promotion des compétences en matière de médias: cours médias destinés aux parents et aux enseignants (GRI-PR6)</b> Indicateur de performance: nombre de participants externes aux cours médias proposés	<b>2011</b> 4 000 <b>2012</b> <b>5 000</b>	<b>Objectif 2011 pas atteint (3 405)</b> Mesure 2012 ➤ Intensification de la communication avec le groupe cible
<b>Promotion des compétences en matière de médias: cours médias destinés aux élèves du secondaire (GRI-PR6)</b> Indicateur de performance: nombre de formations	<b>2011</b> 60 <b>2012</b> <b>600</b>	<b>Objectif 2011 dépassé (110)</b> Mesure 2012 ➤ Déploiement de l'offre dans toute la Suisse
<b>Promotion des compétences en matière de médias: cours pour seniors (GRI-PR6)</b> Indicateur de performance: nombre de participants	<b>2011</b> 16 000 <b>2012</b> <b>16 000</b>	<b>Objectif 2011 atteint (15 860)</b> Mesure 2012 ➤ Intensification de la communication avec le groupe cible
<b>Accès pour tous (Accessibility) (GRI-SO1)</b> Amélioration de l'accès sans barrière au site Internet de Swisscom Indicateur de performance: niveau d'accessibilité AA conformément aux Web Content Accessibility Guidelines	<b>2011</b> Niveau AA pour le site Internet www.swisscom.ch <b>2012</b> <b>Niveau AA pour le site Internet www.swisscom.ch</b>	<b>Objectif 2011 pas atteint</b> Mise en œuvre des mesures 2011 différée ➤ Mise en œuvre planifiée courant 2012
<b>Employeur responsable</b>		
<b>Diversité (GRI-LA1)</b> Augmentation de la proportion de femmes au sein du management à 20% Indicateur de performance: proportion de femmes au sein du management	<b>A moyen terme (3 à 5 ans)</b> 20%	<b>Valeur de départ en 2010: 12%</b> Valeur 2011: 11,7% Mesures 2012 ➤ Programmes de mentorat spéciaux ➤ Recrutement transparent et ciblé ➤ Réseau de femmes
<b>Gestion de la santé au travail (GRI-LA7)</b> Réduction du taux d'absentéisme des collaborateurs Indicateur de performance: absences exprimées en jours/jours théoriques (pondérés en fonction des équivalents plein temps) x100. Les jours théoriques sont calculés en fonction du temps de travail standard.	<b>2015</b> 2,09%	<b>Valeur de départ en 2010: 3,0%</b> Valeur 2011: 2,8% Mesures 2012 ➤ Professionnalisation continue de la gestion des cas ➤ Professionnalisation continue dans l'application de la méthode ProPräsenz ➤ Anchrage de la prévention individuelle – supérieurs et collaborateurs
<b>Corporate Volunteering (GRI-LA)</b> Indicateur de performance: nombre de jours d'intervention	<b>2011</b> 250 jours <b>2012</b> <b>600 jours</b>	<b>Objectif 2011 dépassé (300 jours)</b> Mesure 2012 ➤ Extension de l'utilisation de Corporate Volunteering, notamment comme instrument de développement pour le personnel

## Gouvernance et mise en œuvre

### Ancrage dans la stratégie

Le Conseil d'administration de Swisscom s'est engagé en faveur d'une stratégie s'inscrivant dans la durée. Il traite les questions pertinentes d'ordre économique, écologique et social en plénum et dans ses divers comités. Ce faisant, il a délégué la gestion du groupe au CEO de Swisscom SA. Le CEO peut confier des tâches et des compétences à des postes subordonnés et est épaulé par les membres de la Direction du groupe pour conduire l'entreprise. Le Conseil d'administration a adopté en décembre 2011 la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise.

Subordonnée à la division Communication d'entreprise, l'équipe dédiée à la responsabilité d'entreprise (CR) est chargée de soumettre des rapports au CEO. De plus, elle gère le réseau CR sur le plan technique au sein du groupe ainsi que les équipes de projet dans le cadre des objectifs définis pour les divisions en la matière. Le Conseil d'administration dispose des instruments d'information et de contrôle décrits dans le rapport du gouvernement d'entreprise.

  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/principes](http://www.swisscom.ch/principes)

### Responsabilité du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration est chargé d'approuver la stratégie à long terme en matière de responsabilité d'entreprise. En décembre 2011, il a analysé la stratégie et a pris connaissance de la gouvernance maintenant en vigueur et des objectifs pour 2012. A la demande du CEO, il a en outre validé les thèmes stratégiques et les objectifs majeurs définis jusqu'en 2015. Enfin, le Conseil d'administration est informé de l'avancement de la mise en œuvre de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise et de la réalisation des objectifs dans le cadre des rapports trimestriels.

### Responsabilité de la Direction du groupe

Au moins deux fois par an, la Direction du groupe, en sa qualité de commission, se penche sur la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise et sur sa mise en œuvre. Au mois de novembre, elle procède à une rétrospective de l'exercice qui s'achève ainsi qu'à l'adoption des objectifs pour l'exercice à venir.

La Direction du groupe dispose des instruments de contrôle suivants, introduits en 2010:

- Un rapport hebdomadaire de la division Communication d'entreprise, avec proposition de mesures et de développements
- Un rapport trimestriel contenant les principaux indicateurs de performance (KPI) en relation avec les thèmes majeurs de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise
- Un rapport trimestriel du Risk Management

En mars 2011, les membres de la Direction du groupe ont été nommés sponsors internes des grands thèmes en relation avec la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise. Pour chaque thème, ils sont responsables de l'avancement des travaux et de la réalisation des objectifs. Les domaines de responsabilité sont adaptés en fonction des compétences clés des membres respectifs de la Direction du groupe et définis comme suit:

- **Mode de vie et mode de travail durables:** responsable Clients privés, responsable PME, responsable Grandes Entreprises et CEO de Swisscom IT Services SA
- **Utilisation durable des ressources:** responsable Réseau & Informatique et CFO de Swisscom (Suisse) SA
- **Communication pour tous:** responsable Clients privés
- **Employeur responsable:** responsable HR
- **Gestion globale de la responsabilité d'entreprise et Corporate Giving:** responsable Communication d'entreprise

Cette approche garantit que les grands thèmes sont fortement ancrés dans l'entreprise, et ce de manière contraignante.

## Rôle de l'équipe Corporate Responsibility

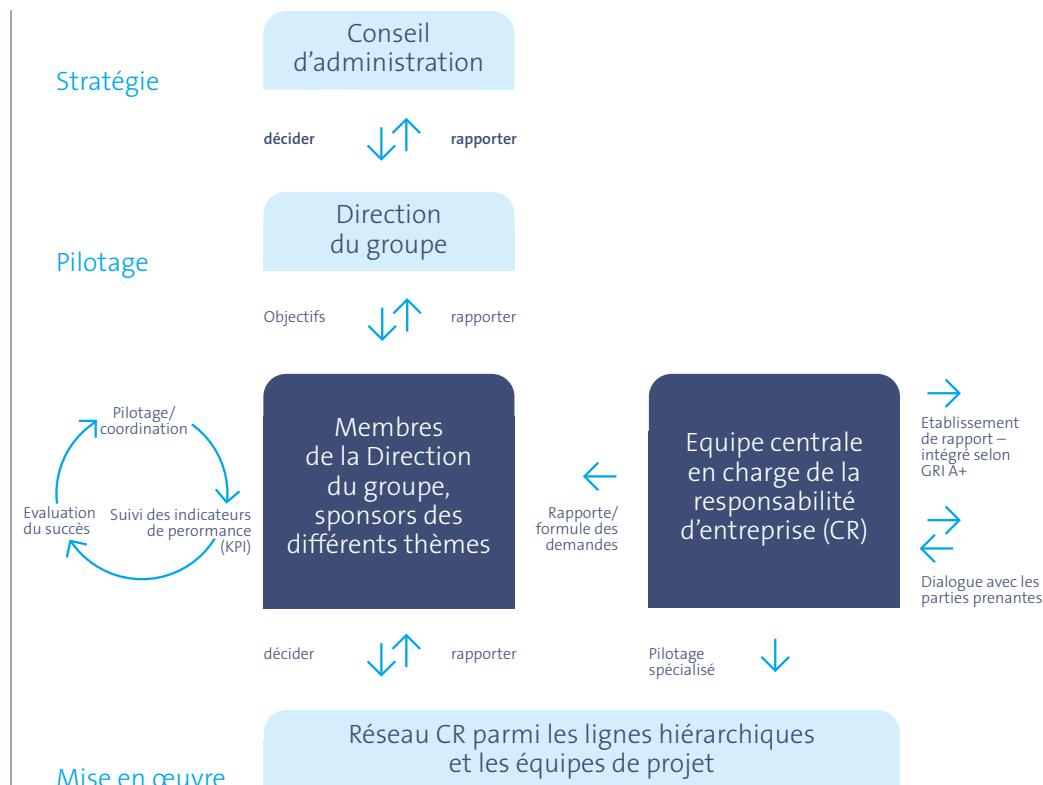
L'équipe CR, dédiée à la responsabilité d'entreprise, coordonne la mise en œuvre en la matière et exploite les synergies au-delà des divisions de l'entreprise. Les tâches concrètes de l'équipe sont les suivantes:

- Elaboration de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise (définition des objectifs/ points principaux) en collaboration avec les unités hiérarchiques et les unités d'assistance
- Soutien des sponsors de la Direction du groupe
- Coordination de la mise en œuvre, de la stratégie et lancement de mesures
- Elaboration des directives relatives à la mise en œuvre de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise
- Garantie du dialogue avec les parties prenantes
- Gestion des partenaires stratégiques (ONG)
- Etablissement de rapports à l'intention des parties prenantes internes et externes
- Coopération avec la division Finances & Controlling du groupe pour l'établissement du rapport de développement durable et l'établissement du rapport de gestion

## Unités hiérarchiques et réseau en matière de responsabilité d'entreprise

La mise en œuvre de mesures se fait au sein d'équipes de projets ou d'unités hiérarchiques, en fonction du thème abordé. Plusieurs membres du management sont désignés par secteur d'entreprise et mettent en œuvre les mesures au niveau opérationnel, en étroite collaboration avec l'équipe CR.

## Vue d'ensemble de la gouvernance de Corporate Responsibility



## Conformité

La diversité des activités commerciales et la complexité des prescriptions nécessitent un système de gestion de conformité (Compliance Management System, CMS) efficace. Le CMS de Swisscom repose sur les éléments principaux suivants:

- **Culture:** la culture de la conformité constitue le fondement même de l'efficacité du CMS. Le code de conduite énonce les attentes minimales du Conseil d'administration et du CEO de Swisscom SA, qui sont véhiculées par la Direction et dans le cadre de la collaboration au sein de l'entreprise.
- **Objectifs:** le Conseil d'administration a défini les objectifs en matière de conformité. Les mesures organisationnelles et les activités liées à la conformité sont décidées en fonction de ces objectifs.
- **Risques:** Swisscom identifie les risques en fonction de ses activités commerciales et des modifications légales, les évalue et les gère grâce à des mesures appropriées.
- **Organisation:** le Conseil d'administration a défini les tâches minimales pour la fonction «Compliance». La Direction du groupe et les directions des filiales déterminent les autres tâches et responsabilités. Elles mettent à disposition les ressources nécessaires pour garantir l'efficacité du CMS.
- **Communication:** les collaborateurs sont informés de leurs tâches et de leurs responsabilités. Un rapport est établi régulièrement à l'intention du Conseil d'administration et de la Direction du groupe de Swisscom SA, des directions et des conseils d'administration des filiales et des autres services internes.
- **Surveillance et amélioration:** la pertinence et l'efficacité du CMS sont surveillées et les défauts éliminés au fur et à mesure.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a évalué les domaines à risque de l'entreprise et analysé le risque de corruption lié à chacun d'entre eux. Des règles de conduite ont été édictées en vue de protéger les collaborateurs et Swisscom. D'autres formations seront organisées en 2012.

En 2011, il n'a été constaté aucune violation significative des dispositions légales et des clauses relatives à la protection de l'environnement, ni aucun manquement aux normes en matière de santé et de marketing ou au devoir d'information sur les produits.

## Principe de précaution

Dans le cadre de son activité, Swisscom remplit son obligation de réduire les risques pour l'environnement et les risques sociaux et, partant, d'œuvrer en faveur du développement durable grâce à des systèmes de gestion bien établis. Dans le champ d'action de Swisscom Suisse, elle s'appuie sur une liste de contrôle Corporate Responsibility pour satisfaire à des exigences d'ordre écologique et social dans le cadre de projets ayant trait aux infrastructures réseau, aux services et aux produits. Pour les rénovations et la construction de nouveaux bâtiments, elle est tenue de respecter des directives basées sur des critères écologiques. Les filiales suisses de Swisscom disposent des instruments adéquats qui peuvent être adaptés, le cas échéant, à ses besoins. Par ailleurs, Swisscom prend des mesures préventives dans le cadre de la gestion opérationnelle des risques et de la sécurité.

La formation et la sensibilisation des collaborateurs sont par ailleurs des éléments primordiaux du principe de précaution.

## Marketing responsable

Pour concevoir son marketing, Swisscom se réfère d'une part à ses valeurs fondamentales et d'autre part aux principes édictés par la Commission Suisse pour la Loyauté. Ces principes ont trait à tous les aspects essentiels de la loyauté intervenant dans la communication. L'équipe Corporate Identity intégrée à la division Communication d'entreprise garantit le respect de ces principes. Elle assure le suivi des projets de communication et de marketing essentiels à l'échelle du groupe. Elle est donc en mesure d'identifier en temps utile les éventuels manquements à ces principes et peut les limiter à titre préventif. Parallèlement, l'équipe Corporate Identity informe régulièrement les différentes unités marketing de Swisscom de l'évolution de ces principes.

## Satisfaction de la clientèle

La satisfaction de la clientèle, un indicateur essentiel pour Swisscom, influe dans une large mesure sur la réussite de l'entreprise à long terme. Mesurer la satisfaction de la clientèle et analyser les résultats sont deux critères décisifs pour la réalisation des objectifs de l'entreprise.

### **Swisscom Suisse**

Swisscom Suisse réalise des études sectorielles pour mesurer la satisfaction de la clientèle.

- Le secteur «Clients privés» mesure tous les mois la satisfaction et la disposition des clients à recommander Swisscom par le biais d'enquêtes représentatives. Les personnes qui appellent la hotline de Swisscom et les visiteurs des Swisscom Shops sont régulièrement invités à donner leur avis sur les temps d'attente et la serviabilité de leurs interlocuteurs. Lors d'études de produits, des acheteurs et utilisateurs font l'objet de sondages périodiques portant sur la satisfaction, le service et la qualité des produits.
- Le secteur «Petites et moyennes entreprises» mène en permanence des enquêtes par échantillonnage auprès des clients et des revendeurs spécialisés pour connaître leur niveau de satisfaction quant aux produits et à l'assistance fournis par Swisscom.
- Le secteur «Grandes Entreprises» interroge régulièrement des clients avec lesquels des projets sont réalisés. Tous les trimestres, Swisscom réalise en outre une enquête de satisfaction auprès des clients portant sur la chaîne des expériences clients.
- Le secteur «Wholesale» mesure également tous les ans la satisfaction de ses clients au moyen de la chaîne des expériences clients.

Les résultats de ces enquêtes aident à améliorer produits et services. Ils ont une influence sur la part variable liée au résultat des collaborateurs.

### **Swisscom IT Services**

Pour améliorer la satisfaction de la clientèle, Swisscom IT Services utilise des outils de feed-back aux principaux points de contact avec la clientèle. Les utilisateurs IT peuvent donner leur feed-back après chaque utilisation du Service Desk ou du système de commande. En ce qui concerne les projets, les donneurs d'ordre ont la possibilité d'évaluer les projets clôturés. Swisscom IT Services réalise des enquêtes mensuelles sur les activités commerciales et informatiques. Un sondage exhaustif sur la satisfaction de la clientèle est effectué tous les ans.

# Mode de vie et mode de travail durables

Swisscom encourage ses collaborateurs à adopter un mode de vie et un mode de travail durables. Les produits et prestations respectueux de l'environnement et à faible rayonnement destinés aux clients privés ainsi que les services Green ICT pour clients commerciaux s'inscrivent dans cet état d'esprit.

## Principes et objectifs

 Voir sous  
[www.swisscom.ch/produits](http://www.swisscom.ch/produits)  
[www.swisscom.ch/rayonnement](http://www.swisscom.ch/rayonnement)

 Voir sous  
[www.swisscom.ch/principes](http://www.swisscom.ch/principes)

D'après une étude réalisée par la Global e-Sustainability Initiative, le secteur TIC a la possibilité de réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> d'environ 15% au niveau mondial. Cette réduction peut par exemple être réalisée grâce à la création de centres de calcul efficaces sur le plan énergétique, des mesures de mobilité virtuelle telles que les visioconférences, pour éviter les déplacements, ou une optimisation des trajets pour les flottes de véhicules.

Swisscom est consciente de la responsabilité qui incombe au secteur des TIC. Elle lance de nombreuses initiatives pour proposer des offres plus respectueuses des ressources et moins énergivores. Par ailleurs, Swisscom propose des produits et prestations qui doivent aider les clients à faire des économies d'énergie et à réduire leurs émissions de CO<sub>2</sub>.

### Conception de produits écologiquement et socialement acceptables

La stratégie en matière de responsabilité d'entreprise est intégrée au processus de conception des produits. Dans le cadre des processus produits, les répercussions des nouveaux produits sur les quatre grands thèmes relatifs à cette stratégie sont consignées au moyen d'une liste de contrôle CR (Corporate Responsibility). Si des répercussions non négligeables apparaissent, des mesures sont prises en conséquence.

## Produits et services respectueux de l'environnement pour clients privés

### Programme «Green Customer Experience»

Le secteur Clients privés de Swisscom Suisse a développé le programme «Green Customer Experience» au cours de l'exercice sous revue. Ce programme est destiné à optimiser les produits et prestations d'un point de vue écologique (rayonnement et efficacité énergétique) et à mettre en œuvre une communication transparente pour les particuliers.

Les bilans écologiques des réseaux et des terminaux établis au cours de ces dernières années mettent clairement en évidence l'importance de trois facteurs ayant une incidence sur l'environnement: la consommation d'énergie des terminaux utilisés par les clients, l'énergie utilisée pour leur fabrication ainsi que la consommation électrique des éléments de réseau.

Succès mesurables du programme «Green Customer Experience» pour l'année sous revue:

- **Ecomode plus:** grâce à Ecomode plus, les téléphones sans fil n'émettent plus qu'un très faible rayonnement. Les modèles Ecomode plus représentent désormais la quasi-intégralité des ventes de téléphones sans fil chez Swisscom.
- **Points environnement:** les appareils mobiles des différents fabricants se distinguent non seulement par leur design et leurs performances, mais également par rapport à leur éco-compatibilité. Or, les informations concernant leur consommation énergétique ou les matières pre-


 Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
pointsenvironnement](http://www.swisscom.ch/pointsenvironnement)

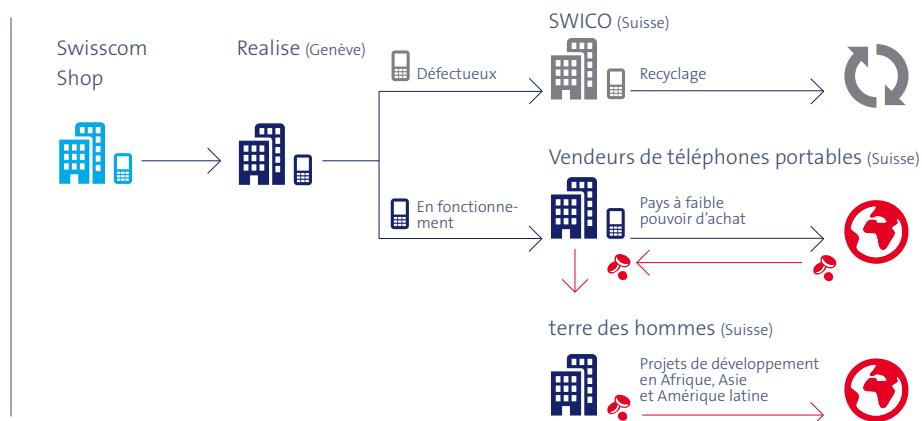

 Voir sous  
[www.swico.ch](http://www.swico.ch)


 Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
SwisscomMobilAid/fr](http://www.swisscom.ch/SwisscomMobilAid/fr)

mières utilisées pour leur fabrication étaient jusqu'ici difficilement accessibles au client. Swisscom propose donc plus de transparence en devenant le premier opérateur de Suisse à instaurer des points environnement. Ainsi, tous les appareils proposés à la vente par Swisscom sont notés sur la base de trois critères dont les coefficients de pondération sont identiques: faible consommation électrique, faible énergie nécessaire à la fabrication et choix responsable des matières premières. Plus un appareil obtient de points, plus il est respectueux de l'environnement. Les clients pourront donc à l'avenir prendre en compte cet aspect environnemental avant de décider quel appareil acheter.

- **Recyclage:** Swisscom offre une garantie de deux ans et des services de réparation pour tous les appareils tels que téléphones fixes, fax, modems, téléphones portables ou cartes PC mobiles. Swisscom reprend en outre tous les appareils électroniques issus de son assortiment. Ce service est proposé en collaboration avec SWICO Recycling, la commission de recyclage de l'Association économique suisse de la bureautique, de l'informatique, de la télématique et de la technique d'organisation. Son financement est assuré par une taxe de recyclage. Une statistique en matière de recyclage est disponible auprès de SWICO.
- **Swisscom Mobile Aid (anciennement Solidarcomm):** en 2011, environ 70'000 appareils de téléphonie mobile ont été repris avant d'être, pour la plupart, revendus par une entreprise tierce à des pays demandeurs de téléphones d'occasion avantageux. Le produit de la vente est reversé en intégralité à «Terre des Hommes Suisse» et à «Réalise». Les appareils ne pouvant plus être revendus sont recyclés dans les règles de l'art. Le taux de restitution des appareils mobiles utilisés devrait atteindre les 12% en 2012, soit une augmentation de 25% par rapport à 2011.

### Swisscom Mobile Aid – le processus




 Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
premierpas](http://www.swisscom.ch/premierpas)

- **Vignette solaire:** Swisscom a introduit la vignette solaire destinée aux clients qui achètent des téléphones mobiles dépourvus de cellules photovoltaïques. En déboursant CHF 8 pour l'achat de la vignette, le client a la garantie qu'une quantité suffisante d'énergie solaire est injectée dans le réseau pour la consommation électrique de son téléphone mobile.
- **Facture en ligne:** la facture en ligne gagne toujours plus de terrain sur la facture papier. Le nombre de clients ayant opté pour la facture en ligne, une solution écologique attrayante, est passé de 440'000 à 723'000. Fin 2011, l'augmentation est donc de 64% par rapport à 2010. Swisscom a ainsi dépassé son objectif, qui était d'inciter 10% des clients privés à passer à la facture en ligne. Afin de renforcer encore davantage l'attrait de la facture en ligne, Swisscom a lancé une campagne dont le leitmotiv est «Un premier pas peut mener très loin». La campagne est assortie d'un crédit pour le client et d'un don en faveur d'une ONG.

### Emballages

Depuis 2009, Swisscom renonce à la plupart des emballages supplémentaires pour les téléphones mobiles et réduit considérablement les pièces jointes, telles que les modes d'emploi. Pour les appareils mobiles Postpaid, soit 85% des appareils Swisscom vendus, les cartons d'emballage ont été entièrement délaissés. Swisscom économise ainsi 14 tonnes de carton par an. L'entreprise a par ailleurs repensé le concept d'emballage pour la famille de routeurs Centro. Les emballages sont constitués d'une part accrue de fibres recyclables, ils peuvent donc être réutilisés.

## Green ICT pour clients commerciaux

### Programme Green ICT

Le programme Green ICT de Swisscom comprend des produits et prestations permettant aux clients commerciaux de faire des économies d'énergie et de CO<sub>2</sub>. Les services Green ICT sont classés dans les deux catégories suivantes:

- **«Réduire les déplacements»:** visioconférences, postes de télétravail, solutions d'optimisation de la logistique
- **«Economiser de l'énergie»:** externalisation et virtualisation de serveurs dans des centres de calcul efficaces



Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
myclimate](http://www.swisscom.ch/myclimate)

Les produits et prestations correspondants sont assortis d'une recommandation climatique de la société myclimate. La recommandation climatique met clairement en évidence les économies d'énergie et de CO<sub>2</sub> susceptibles d'être réalisées par rapport aux habitudes passées.

Au cours de l'exercice 2011, Swisscom a mis en œuvre de nombreuses mesures destinées à favoriser l'utilisation des services Green ICT et à renforcer la transparence par le biais des économies ainsi réalisées. Un outil de vente spécifique, des manifestations Green ICT et un outil de calcul Green ICT informent le client des possibilités qui existent pour réduire sa consommation d'énergie. En 2011, quelque 40 clients se sont vu décerner des certificats Green ICT particuliers. Ces certificats prouvent que l'utilisation des services Green ICT a permis d'économiser au total 10'000 tonnes de CO<sub>2</sub> et 4,5 millions de kWh d'électricité grâce à la réduction du nombre des déplacements.

Swisscom a par ailleurs publié, en collaboration avec myclimate, une étude révélant le potentiel résultant de l'utilisation des principaux services Green ICT. Le potentiel d'économie estimé correspond à la quantité de CO<sub>2</sub> qui fera sans doute défaut à la Suisse pour atteindre les objectifs de Kyoto. Une preuve que le secteur TIC peut apporter une large contribution à la protection du climat.



Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
green-ict](http://www.swisscom.ch/green-ict)

### Utilisation de Green ICT en interne

Swisscom utilise les solutions TIC en interne également:

- Telepresence, la solution de visioconférence plus vraie que nature, est désormais installée sur 15 sites.
- Les collaborateurs sont presque tous en mesure d'avoir recours en quelques clics de souris au partage de vidéos et au Desksharing avec d'autres collaborateurs et d'effectuer par exemple une partie de leur travail à leur domicile. En participant au second Home Office Day national, qu'elle soutient à titre de partenaire depuis son lancement en 2010, Swisscom a contribué à ancrer encore davantage le sujet Home Office dans l'organisation.
- Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a soutenu, à l'intention de ses collaborateurs, l'extension de la plateforme CO<sub>2</sub>-Monitor, favorisant ainsi de nouvelles fonctionnalités telles que la sélection interactive d'objectifs personnels en matière de protection du climat. Plus de 2'200 collaborateurs utilisent aujourd'hui cette plateforme, qui illustre les économies d'énergie et de CO<sub>2</sub> susceptibles d'être réalisées à un poste de travail.



Voir sous  
[www.co2-monitor.ch](http://www.co2-monitor.ch)

## Technologies de communication à faible rayonnement

### Conseils et informations sur le thème des technologies radio et de l'environnement

Des collaborateurs spécialement formés conseillent des groupes d'intérêt qui interviennent dans le cadre de la construction et de l'exploitation de réseaux mobiles ou ceux désireux d'obtenir des informations générales sur les thèmes des technologies radio, de l'environnement et de la santé. Swisscom a mené plus de 600 entretiens avec les principaux groupes d'intérêt sur le thème de la communication mobile et de l'environnement. La plupart du temps, les discussions ont porté sur des projets locaux d'extension du réseau mobile.

### Recherche et développement dans le domaine des champs électromagnétiques

Swisscom travaille avec la Fondation de recherche sur la communication mobile, qui a son siège à l'EPF de Zurich, et la soutient financièrement. Swisscom emploie quatre collaborateurs qualifiés pour suivre et interpréter les derniers résultats des recherches relatives aux champs électromagnétiques, à l'impact de ces champs sur l'organisme et à la mesure des immissions.

Swisscom est consciente de la grande responsabilité qui lui incombe en tant qu'exploitante de ses réseaux de radiocommunication. Elle laisse donc toujours à des spécialistes internes et externes le soin d'analyser scientifiquement l'influence du rayonnement non ionisant sur l'organisme. Swisscom fait en outre analyser les résultats des recherches correspondants et soutient les travaux scientifiques pertinents en la matière.

  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
rayonnement](http://www.swisscom.ch/rayonnement)

En l'état actuel des connaissances, les milieux scientifiques considèrent les valeurs limites définies pour les champs électromagnétiques comme sûres (voir à cet effet les fiches d'information 193 et 304 publiées par l'OMS).

### Certification du système d'assurance qualité pour le respect des valeurs limites ORNI

Swisscom est tenue d'exploiter, pour ses stations de base de téléphonie mobile, un système d'assurance qualité garantissant que les antennes de téléphonie mobile en service respectent en permanence les valeurs limites légales. En 2005, Swisscom a choisi de faire certifier ce système d'assurance qualité selon les exigences très strictes de la norme ISO 15504. A la suite de la recertification effectuée en 2010, l'audit ordinaire prescrit pour l'exercice sous revue a révélé, au mois de novembre 2011, un degré d'aptitude de 4 sur un maximum de 5, ce qui signifie que les processus pertinents pour le système d'AQ sont «ciblés et mesurables».

L'obligation légale de limiter les émissions des installations de téléphonie mobile est réglée par l'ordonnance sur la protection contre le rayonnement non ionisant (ORNI). L'ORNI vise à protéger les populations contre le rayonnement non ionisant néfaste ou incommodant. Elle s'applique à l'exploitation des installations fixes qui émettent des champs électriques et magnétiques dont la fréquence varie entre 0 Hz et 300 GHz.

## Obligation d'informer sur les appareils proposés dans les points de vente

Swisscom indique la puissance de rayonnement des terminaux. Conformément à l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP), elle est tenue d'afficher clairement le prix de vente des appareils proposés et exposés. Cet affichage doit être complété par les principales caractéristiques techniques des produits. Les clients et les personnes intéressées disposent par ailleurs d'informations sur les valeurs de rayonnement (valeurs SAR) des téléphones mobiles proposés, et ce aussi bien dans les points de vente que sur le site Internet de Swisscom. Il n'y a toutefois pas d'obligation légale à ce sujet. En fournissant ces informations, Swisscom répond au besoin des clients pour lesquels les valeurs de rayonnement des téléphones mobiles sont déterminantes quant au choix d'un appareil. Sans surprise, tous les téléphones mobiles proposés respectent la valeur seuil de 2W/kg.

## Partenariats

Swisscom travaille en étroite collaboration avec la fondation myclimate pour faire établir l'écobilan de ses produits et des ses prestations. myclimate est une entreprise issue de l'EPF Zurich, et qui occupe aujourd'hui une position de premier plan à l'échelle internationale dans le domaine de la compensation des émissions de CO<sub>2</sub>. Elle dispose en outre de connaissances étendues en matière d'établissement d'écobilans et d'évaluations de produits.

Actuellement, Swisscom travaille avec myclimate dans les domaines suivants:

- **Recommandation climatique:** myclimate calcule l'avantage climatique des produits et services écologiques de Swisscom. Citons à titre d'exemple la facture en ligne ou les visioconférences.
- **Points environnement:** myclimate a développé un système d'identification des points environnement pour l'assortiment de téléphones mobiles proposé par Swisscom et procède à l'évaluation des différents modèles.





# Utilisation durable des ressources

Swisscom vise les normes les plus élevées dès qu'il est question de l'utilisation des ressources. Priorité est donnée à l'exploitation d'infrastructures efficaces sur le plan énergétique (bâtiments, IT, réseaux, flotte) et à l'utilisation d'énergies renouvelables. En 2011, Swisscom a mis en œuvre un système complet de gestion des risques. Swisscom a par ailleurs pris part à diverses initiatives internationales, pour lesquelles la responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement est au cœur des réflexions.

## Principes et objectifs

Swisscom a signé avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC) une convention, dont l'objectif est de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> et d'améliorer l'efficacité énergétique. Elle a fait certifier selon la norme ISO 14001 ses filiales ayant des impacts significatifs sur l'environnement. Il s'agit des filiales Swisscom (Suisse) SA, Swisscom Broadcast SA, Swisscom IT Services SA et cablex SA, qui ont par ailleurs toutes obtenu la certification ISO 9001. D'ici fin 2015, Swisscom s'est fixé des objectifs ambitieux: les mesures d'économie dans le domaine de l'infrastructure réseau doivent contribuer à un gain d'efficacité énergétique en progression de 20% par rapport au 1<sup>er</sup> janvier 2010. Sur la même période, Swisscom entend réduire ses émissions directes de CO<sub>2</sub> de 12% supplémentaires. Cette réduction doit se faire en premier lieu par des mesures prises dans le domaine de la mobilité et des bâtiments. Au final, d'ici à fin 2015, Swisscom souhaite diminuer ses émissions directes de CO<sub>2</sub> de 60% par rapport à 1990, l'année de référence.

## Infrastructure efficace d'un point de vue énergétique

### La consommation d'énergie, principal facteur ayant une incidence sur l'environnement

L'analyse environnementale de Swisscom met en évidence le fait que les principaux impacts environnementaux de l'entreprise sont dus à sa consommation d'énergie. Swisscom s'attache à améliorer l'efficacité énergétique et à utiliser des énergies renouvelables en vue de minimiser les impacts sur l'environnement.

### Consommation de courant issu de sources d'énergie renouvelables et de courant écologique

En 2011, la consommation d'électricité a atteint 410 gigawatt/heures (GWh) contre 404 GWh l'année précédente. Cette légère augmentation s'explique par le développement des activités et par l'expansion de l'infrastructure de réseau. A moyen terme, les besoins en électricité devraient se stabiliser au niveau actuel. Pour le mix de courant utilisé dans l'infrastructure de réseau et dans les bâtiments gérés par Swisscom, la part d'électricité provenant des centrales nucléaires, d'origine non connue et produite à partir d'énergies fossiles fait l'objet d'une compensation. En 2011, Swisscom a donc utilisé – comme jusqu'alors – exclusivement du courant issu à 100% d'énergies renouvelables.

Avec 1,31 GWh de courant écologique «naturemade star» produit à partir d'énergie solaire (0,4 GWh) et d'énergie éolienne (0,9 GWh), Swisscom est l'une des plus grandes consommatrices de courant issu de ces énergies renouvelables en Suisse. Elle s'est d'ailleurs vu confirmer la mention «100% énergie renouvelable» par le WWF. De plus, Swisscom Broadcast a construit sur la station émettrice de Celerina une installation solaire, qui a été mise en service le 30 septembre 2011. Sixième de ce type, l'installation détenue par Swisscom a une capacité de production de 68 kWh. Swisscom veut continuer de construire une installation solaire par an.

## Chaleur et consommation de combustibles

Swisscom mesure tous les mois sa consommation de mazout, de gaz naturel et de chaleur à distance de ses 60 plus grands bâtiments, qui représentent plus de la moitié des surfaces louées. Elle extrapole la consommation annuelle pour l'ensemble des surfaces, utilisant pour ce faire une méthode introduite en 2011. Swisscom ne disposera des informations sur sa consommation effective de combustibles qu'au 2<sup>e</sup> trimestre 2012, dans le cadre du décompte des frais de chauffage et d'exploitation.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a consommé 177,3 térajoules (49,3 GWh) pour le chauffage des bâtiments, ce qui équivaut à une baisse de 14,7% par rapport à 2010. Les modes de chauffage utilisés sont le mazout (74%), le gaz naturel (11%) et le chauffage à distance (15%).

En 2011, Swisscom a réalisé de nouveaux assainissements de bâtiments et poursuivi quatre initiatives lancées en 2010 visant à réduire l'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub> dans les bâtiments. Swisscom a étendu la surveillance énergétique à 20 bâtiments supplémentaires au dernier trimestre 2011 et envisage de disposer dès 2012 d'une base de données faisant office de benchmark, afin d'appliquer une surveillance énergétique encore plus détaillée. Swisscom teste actuellement divers systèmes de monitoring pouvant entrer en ligne de compte. Les autres initiatives couvrent les secteurs Optimisation de l'exploitation, Assainissements et Réglages de la température dans les centraux téléphoniques.

Swisscom a par ailleurs fait appel à un bureau d'ingénieur indépendant afin qu'il soumette cinq grands bâtiments à une analyse énergétique précise. Les premières recommandations en vue d'économiser de l'énergie sont déjà mises en œuvre. Des analyses supplémentaires pour sept bâtiments sont en préparation.

Au cours de l'année sous revue, Swisscom a également continué d'optimiser la procédure standardisée d'assainissement des installations de chauffage introduite en 2010. Au centre de cette procédure, se trouve un formulaire écologique qui indique la réduction de CO<sub>2</sub> envisagée par un projet de construction. En 2011, Swisscom a identifié 49 projets de construction pertinents sur le plan écologique, à partir desquels six mesures de construction (comme l'assainissement des façades) ont été mises en œuvre.

## Politique de mobilité et consommation de carburant

Un service à la clientèle de premier ordre suppose une mobilité complète des collaborateurs. En 2011, un total de 67,6 millions de kilomètres ont été parcourus au service de la clientèle, ce qui correspond à une consommation d'énergie de 170,7 térajoules (47,4 GWh). Par rapport à l'exercice précédent, la consommation de carburant s'inscrit en recul de 2,5%.

Une stratégie de substitution novatrice doit permettre de ramener les émissions moyennes de CO<sub>2</sub> par véhicule à 110 g/km d'ici 2015. Fin 2011, l'émission moyenne des véhicules de la flotte Swisscom était de 140 g de CO<sub>2</sub> par km, selon le nouveau cycle européen automobile (New European Driving Cycle ou cycle NEDC). 84% des véhicules sont classés dans les catégories d'efficacité énergétique A et B. A cet effet, Swisscom gère un parc de 161 (+133%) véhicules hybrides et de 37 (+48%) véhicules roulant au gaz naturel, complété désormais par quatre véhicules électriques. Ces derniers, lorsqu'ils sont dans les bâtiments et garages de Swisscom, sont tous rechargés avec du courant issu de sources d'énergie renouvelables.

Depuis octobre 2011, le parc dispose également de 40 vélos électriques répartis sur 9 sites, qui viennent combler la faille entre les transports publics et les véhicules du personnel.

En 2011, 107'710 (+6%) billets de train ont été utilisés pour les déplacements professionnels, tandis que 13'644 (+7%) abonnements demi-tarif et 2'776 (+4%) abonnements généraux ont été émis à l'intention des collaborateurs. Depuis 2007, Swisscom prélève une taxe CO<sub>2</sub> séparée de 1,5 centime par mille aérien pour les vols internationaux. Cette taxe est reversée au profit de projets environnementaux internes ayant trait au domaine de la mobilité (vélos et véhicules électriques, etc.).

## Mesures d'efficacité et d'économie liées à la consommation d'électricité

Swisscom a établi des pronostics en matière d'électricité jusqu'en 2015 et calculé le potentiel d'économie d'énergie. Un catalogue de mesures a été établi en vue d'augmenter l'efficacité énergétique de 20% d'ici fin 2015. Il a pour objectif d'optimiser les plateformes réseau et les infrastructures destinées au refroidissement et à l'alimentation électrique tout en améliorant fondamentalement la technologie. La réalisation des objectifs est vérifiée chaque année. L'évolution des deux dernières années (+8,5% fin 2011) atteste que, conformément aux prévisions, Swisscom se rapproche des objectifs qu'elle a fixés dans le cadre de l'augmentation de l'efficacité énergétique.

En 2011, Swisscom a poursuivi le projet d'économies d'énergie Mistral. Mistral désigne une méthode de refroidissement, utilisant exclusivement l'air extérieur tout au long de l'année. Ce procédé remplace les anciens systèmes de refroidissement à compresseurs, très énergivores, et améliore nettement l'efficacité énergétique. De plus, Mistral permet d'éviter l'utilisation de réfrigérants nocifs pour l'environnement. Fin 2011, Mistral était utilisé dans 544 centraux téléphoniques, ce qui correspond à une augmentation de 26% par rapport à 2010. De plus, en 2011, Swisscom Suisse a installé Mistral dans des stations de base mobiles et Swisscom Broadcast en a équipé des stations émettrices.

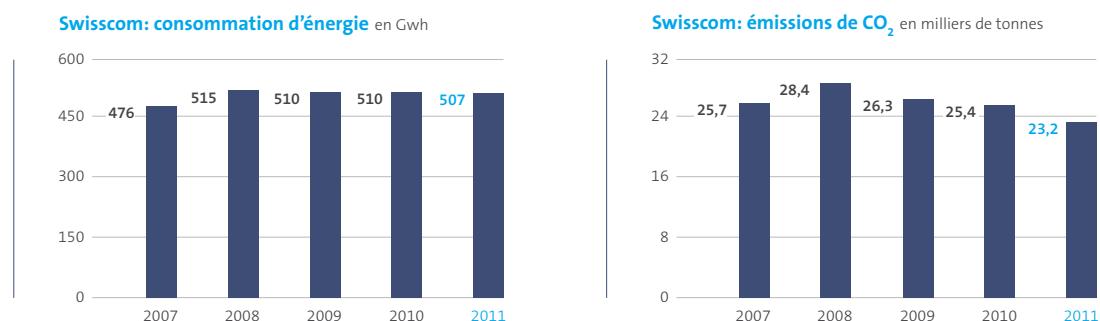
L'air frais constitue également une solution intéressante pour le refroidissement des centres de calcul et pourrait réduire sensiblement la consommation électrique de ces derniers. Un concept élaboré en interne prévoit le refroidissement de centres de calcul toute l'année à partir de l'air extérieur, pour des charges thermiques pouvant atteindre plusieurs kW/m<sup>2</sup>. Un essai pilote courant sur un an a débuté à l'été 2011. Il doit justifier la faisabilité du refroidissement des centres de calcul par l'air extérieur.

Dans les grands centres de télécommunication, Swisscom favorise des dispositifs d'alimentation électrique dynamiques et sans coupure qui, à partir d'une charge de 25%, présentent un degré d'efficacité de plus de 90% et ne nécessitent pas de batteries. Lorsque les dispositifs d'alimentation électrique à courant direct utilisés dans les équipements des centraux téléphoniques sont renouvelés, leur degré d'efficacité doit dépasser 95%. Pour les vieilles installations, ce degré d'efficacité est toujours de 92%.

Les installations qui ont été aménagées dans le nouveau centre de calcul de Swisscom IT Services à Zollikofen se caractérisent par leur efficacité énergétique particulièrement élevée et un refroidissement peu énergivore. Leur valeur PUE (Power Usage Effectiveness) est inférieure à 1,35 en moyenne annuelle. Cette valeur correspond au rapport entre la consommation électrique globale d'un centre de calcul et la consommation électrique des installations IT. La consommation électrique à Zollikofen, avec une valeur PUE mesurée <1,35, est inférieure de plus de 40% à celle des centres de calcul de conception ancienne.

## Climat

### Bilan carbone et champs d'application 1, 2 et 3 du protocole des gaz à effet de serre (GES)



Swisscom respecte la définition du protocole des gaz à effet de serre (GES) acceptée à l'international. Elle répartit ses émissions de CO<sub>2</sub> selon les champs d'application 1 (émissions directes issues de la combustion d'énergies fossiles pour le chauffage et la mobilité), 2 (émissions provoquées indirectement par la consommation électrique) et 3 (toutes les autres émissions de CO<sub>2</sub> indirectes, provenant par exemple du trafic de marchandises, des voyages d'affaires, etc.).

La consommation directe d'énergies fossiles représente 19,3% de la consommation d'énergie directe totale de Swisscom. Les émissions de CO<sub>2</sub> de champ d'application 1 générées par Swisscom ont diminué de 8,6% et s'élèvent à 23 242 tonnes de CO<sub>2</sub> (sans correction climatique), dont 53% proviennent des carburants et 47% des combustibles et du chauffage à distance. Swisscom reste ainsi dans le cadre des objectifs convenus en 2004 avec l'AEnEC en matière de CO<sub>2</sub>, qui couvre uniquement les émissions dues à la consommation d'énergies fossiles.

Le mix de courant utilisé en Suisse n'étant pas produit à partir d'énergies fossiles, sa production ne libère donc pas de CO<sub>2</sub>. Dans le rapport qu'elle remet à l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC), Swisscom applique toujours le facteur de conversion en vigueur de 0 gramme de CO<sub>2</sub> par kWh. Dans le rapport annuel actuel, Swisscom applique maintenant pour les émissions de CO<sub>2</sub> de champ d'application 2 le facteur de conversion pour l'énergie renouvelable de 13,7 grammes de CO<sub>2</sub> par kWh. Les émissions de CO<sub>2</sub> de champ d'application 2 s'élèvent ainsi à 5 627 tonnes de CO<sub>2</sub>. Elles ne font pas partie intégrante de la convention actuellement en vigueur avec l'AEnEC.

Au second semestre 2011, Swisscom a lancé une initiative qui doit déterminer les émissions de champ d'application 3. Une approche économétrique regroupant toute la chaîne d'approvisionnement, de l'acquisition des matières premières à la livraison aux portes de l'atelier, doit permettre de calculer les émissions de CO<sub>2</sub> rejetées par les fournisseurs. En 2012, Swisscom entend recenser les partenaires de logistique qui calculent les émissions de CO<sub>2</sub> liées à leurs voyages d'affaires et qui encouragent la téléprésence, Unified Communication and Collaboration (UCC) et les visioconférences.

### Autres gaz

La combustion d'énergies fossiles pour le chauffage et les déplacements engendre, outre les émissions de CO<sub>2</sub>, des émissions de NO<sub>x</sub> et de SO<sub>x</sub> supplémentaires. Celles-ci sont calculées à partir des facteurs de conversion pertinents. Les émissions de NO<sub>x</sub> et de SO<sub>x</sub> dépendent des quantités de combustibles ou de carburant consommées. Elles diminuent grâce à une optimisation technique des chaudières ou des moteurs à propulsion.

## Autres aspects importants en matière d'environnement dans l'entreprise

L'analyse des autres aspects environnementaux a montré que les nuisances de Swisscom sur l'écosystème étaient toujours mineures et qu'elles le resteraient.

### Papier et autres matériaux

Swisscom fait la distinction entre l'utilisation à court et à long terme des matériaux. Elle s'emploie à réduire l'impact que certains matériaux à durée de vie limitée, notamment le papier, ont sur l'environnement. Pour l'administration interne, Swisscom utilise un papier entièrement recyclé assorti de l'écolabel Blauer Engel. Pour l'usage externe (publicité, imprimés), elle recourt exclusivement au papier muni du label FSC (Forest Stewardship Council). Par ailleurs, Swisscom propose un envoi bimestriel des factures pour les clients générant de faibles montants ainsi que la facture électronique. Pour les annuaires téléphoniques, Swisscom a utilisé en 2011 4'284 (-12,4%) tonnes de papier de qualité PEFC à 34 g/m<sup>2</sup>.

### Câbles et fibres optiques

L'extension du réseau requiert l'utilisation de matériaux à longue durée de vie, tels que les câbles ou les fibres optiques: en 2011, Swisscom a posé au total 1,1 million de km (+56,3%) de fibres optiques, 159 859 km (+41,3%) de paires de câbles torsadées, 977 km (+25,3%) de tubes en matière synthétique respectueuse de l'environnement et installé 3 948 poteaux téléphoniques en bois.

## Eau

La consommation d'eau est extrapolée sur la base d'une mesure moyenne pour 1995 et multipliée par le nombre d'équivalents plein-temps. Dans les sanitaires, la consommation d'eau a connu une légère hausse proportionnellement au nombre de collaborateurs (voir tableau des indicateurs environnementaux). Sinon, l'eau n'étant utilisée que dans un seul processus commercial (refroidissement), cet aspect environnemental a un impact négligeable pour Swisscom. Pour le refroidissement des centres de calcul, Swisscom utilise en principe un système de refroidissement à sec. Si, à titre exceptionnel, des systèmes de refroidissement hybrides ou adiabatiques (basés sur l'évaporation de l'eau) sont utilisés, il faut alors privilégier l'eau de pluie ou – si autorisation – l'eau des rivières/lacs, selon une directive interne en vigueur depuis septembre 2011. Pour les nouveaux centres de calcul, la part d'eau de pluie utilisée comme moyen de refroidissement doit impérativement dépasser 80%. Des refroidisseurs peuvent être utilisés avec de l'eau jusqu'à 15% du temps d'utilisation annuel global, tout au plus. La consommation pour le refroidissement reste ainsi nettement inférieure à la consommation totale de Swisscom en eau.

## Déchets et recyclage

Swisscom réduit ses déchets en sélectionnant minutieusement les matériaux employés et prolonge autant que possible la durée d'utilisation des produits. Ainsi, pour l'élimination et le recyclage des déchets, Swisscom a conclu un contrat avec la Bourse aux déchets pour la Suisse. Les déchets spéciaux sont, conformément aux prescriptions légales, éliminés par des entreprises spécialisées dûment autorisées. Les 1 015 tonnes (+7,3%) de déchets sont séparées en 17 types et entrent dans les trois grandes catégories Recyclage (70%), Elimination dans des centres d'incinération (29%) et Déchets spéciaux (1%) (voir tableau des indicateurs environnementaux). Les résidus de travaux et les restes de câbles sont triés sur place puis éliminés directement.

Les matériaux recyclés sont utilisés comme suit: tous les sites utilisent du papier entièrement recyclé. Par ailleurs, l'eau de pluie et le chauffage à distance de la station d'épuration située à proximité sont utilisés pour le siège principal de Swisscom.

## Sol et biodiversité

Les stations de base et les stations émettrices, indispensables pour que les services de téléphonie, services radio et services TV puissent couvrir l'ensemble de la Suisse, sont parfois situées en dehors des zones habitées. Les surfaces scellées par station s'élèvent à quelques mètres carrés. Lorsqu'elle démonte des stations de base désaffectées, Swisscom veille ensuite à revaloriser le terrain laissé libre, conformément à une directive interne de Swisscom Broadcast SA. En 2011, Swisscom a démonté 21 stations et réaménagé les terrains sur lesquels elles se trouvaient. Les stations ont servi à la diffusion de signaux TV analogiques et ne sont donc plus utilisées.

Swisscom parraine également le projet EMERAUDE du WWF, qui vise à protéger les sols et la biodiversité, sous la forme d'un soutien financier et par le biais d'une intervention personnelle, sur place, des collaborateurs à l'occasion des Nature Days. Ces manifestations font partie du programme Corporate Volunteering de Swisscom. Swisscom soutient en outre le Parc National en mettant à sa disposition des services techniques tels qu'un service SMS et un guide de randonnée interactif, intitulé Webpark. Elle fait partie des principaux sponsors du nouveau centre du Parc national à Zernez.

## Indicateurs environnementaux en Suisse

	Unité	2009	2010	2011
<b>Sol/bâtiments</b>				
Surface nette	millions m <sup>2</sup>	0,88	0,95	0,91
<b>Papier pour copieurs et imprimantes</b>				
Format A4 100% recyclé (autre formats convertis)	millions feuilles	49,6	41,0	37,0
<b>Eau/eaux usées</b>				
Consommation d'eau <sup>1</sup>	m <sup>3</sup>	453 698	452 486	468 577
<b>Energie, électricité</b>				
Consommation d'électricité <sup>2,3</sup>	térajoules	1 448	1 454	1 479
	GWh	402	404	411
<b>Energie, chauffage</b>				
Mazout	térajoules	161,2	149,4	130,9
Gaz naturel	térajoules	24,9	31,5	18,9
Chauffage à distance	térajoules	25,8	27,3	27,2
Chauffage, total	térajoules	211,9	208,2	177,6
<b>Energie, carburants</b>				
Essence	térajoules	93,3	77,8	53,7
Diesel	térajoules	83,1	93,0	114,8
Gaz naturel	térajoules	0,4	1,5	2,2
Carburants, total	térajoules	176,8	172,3	170,7
Véhicules	Nombre	3 240	3 102	3 332
Kilomètres parcourus	millions km	71,0	66,1	67,7
Emissions de CO <sub>2</sub> en moyenne	grammes par kilomètre	n.a.	150,0	140,0
<b>Energie, total</b>				
Consommation d'énergie	térajoules	1 837	1 835	1 827
	GWh	510	510	507
<b>Emissions dans l'air</b>				
Dioxyde de carbone CO <sub>2</sub>	tonnes	26 296	25 422	23 242
Oxyde d'azote NO <sub>x</sub>	tonnes	23,0	22,5	23,2
Dioxyde de soufre SO <sub>2</sub>	tonnes	5,4	5,0	4,4
<b>Déchets</b>				
Ordures	tonnes	175	249	291
Recyclage	tonnes	669	687	713
Déchets spéciaux	tonnes	11	10	11
Déchets, total <sup>4</sup>	tonnes	855	946	1 015

<sup>1</sup> La consommation d'eaux pour 2009, 2010 et 2011 est basé sur des estimations.

<sup>2</sup> Conversion: 1 térajoule (TJ) = 0,278 gigawatt/heure (GWh).

<sup>3</sup> La consommation d'énergie pour 2009, 2010 et 2011 est basé sur des estimations, dès 2011 sur une mesure mensuelle de 60 immeubles (plus que 50% de la surface totale).

<sup>4</sup> Cette valeur se fonde sur les données de la bourse aux déchets et sur les indications fournies par les sociétés du groupe (hors déchets ménagers).

## Responsabilité de Swisscom dans la chaîne d'approvisionnement

La politique d'achat de Swisscom sert de base aux démarches entreprises par les services d'achat. Elle est définie par un comité supérieur, le Purchasing Board de Swisscom. Les services d'achat de Swisscom (Suisse) SA, Swisscom IT Services et Swisscom Broadcast SA adaptent leur ligne de conduite d'après la politique d'achat de Swisscom. L'ensemble de leur volume de commandes représente plus de 75% du volume total des achats.

En signant la Corporate Responsibility (CR) comme annexe au contrat, les fournisseurs acceptent les exigences fixées par la politique d'achat. Swisscom vérifie que ses fournisseurs satisfont à ces exigences à l'aide d'un système de gestion du risque structuré. En 2012, il est prévu d'étendre la politique d'achat à tous les services des achats du groupe Swisscom.

Afin de continuer à réduire les risques CR liés à la chaîne de livraison, Swisscom s'est fixé les objectifs suivants pour 2012: évaluer le risque de quelque 800 fournisseurs existants issus des groupes de marchandises ayant un niveau de risque moyen. D'ici fin 2012, 25% de ces fournisseurs doivent être évalués et des mesures appropriées introduites. Les fournisseurs des groupes de marchandises ayant un niveau de risque élevé ont déjà été évalués en 2011 (voir audits et autodéclarations). En 2012, le volume global des commandes doit provenir à 90% de fournisseurs ayant accepté les contrats assortis de la Corporate Responsibility.

En 2012, les 80 fournisseurs disposant du volume de commandes le plus élevé, dont les produits destinés à Swisscom sont fabriqués dans des pays considérés comme critiques, devront s'être inscrits à l'E-TASC et avoir rempli le formulaire en ligne.

Au nom du JAC (Joint Audit Cooperation – voir affiliations), Swisscom entend réaliser au moins six audits en 2012.

  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
GRI-2011/fr](http://www.swisscom.ch/GRI-2011/fr)

## Gestion des risques des fournisseurs

### Système de gestion des risques

Le concept pour le système de gestion des risques dans le domaine des achats existe depuis début 2011. Sa mise en œuvre se fait progressivement, de manière échelonnée. Les groupes de marchandises correspondants ont déjà été évalués et divisés selon les trois niveaux de risque: «faible», «moyen» et «élevé». La saisie de tous les fournisseurs existants des groupes de marchandises avec évaluation du risque moyenne et élevée est également achevée. Swisscom a donc largement dépassé l'objectif fixé pour 2011, à savoir associer 80% de tous les fournisseurs à un profil de risque. A l'avenir, tant l'évaluation des risques des groupes de marchandises que la saisie des fournisseurs devront avoir lieu tous les ans.

Au premier semestre 2011, Swisscom a défini les outils ci-après afin de réduire les risques: signature de l'annexe Corporate Responsibility, autodéclaration par les fournisseurs, audits, questionnaires E-TASC, vérifications de matériaux et entretiens à l'échelon du management (procédure de transfert en escalade). Swisscom vérifie ces instruments tous les deux ans.

Les acheteurs et la division «Corporate Responsibility» ont évalué les 92 fournisseurs existants parmi les groupes de marchandises avec évaluation du risque élevée et défini les mesures de réduction des risques correspondantes. Une partie de ces mesures a déjà été mise en œuvre, l'autre doit encore l'être. Swisscom prévoit pour 2012 d'évaluer les fournisseurs existants des groupes de marchandises avec évaluation du risque moyenne et de prendre les mesures adéquates pour réduire les risques.

Les nouveaux fournisseurs faisant partie des groupes à évaluation des risques élevée ou moyenne sont désormais évalués par rapport au risque qu'ils présentent en matière de responsabilité d'entreprise, et ce dès l'appel d'offres ou l'attribution du mandat. A cet effet, Swisscom a mis en place un nouveau processus, testé jusqu'à la fin de l'année. Ce processus doit être appliqué définitivement en 2012, avec une formation pour les acheteurs.

Une gestion des crises, également en phase de développement, sera intégrée aux structures existantes du groupe en 2012.

## Corporate Responsibility comme annexe au contrat

En intégrant l'annexe Corporate Responsibility à tous les modèles de contrat, Swisscom veille à ce que ce document soit signé automatiquement à chaque nouveau contrat conclu. Conformément aux objectifs fixés pour 2011, 70% du volume de commandes total doit provenir de fournisseurs qui acceptent l'annexe Corporate Responsibility. Avec 83%, cet objectif a été dépassé.

## Audit et autodéclarations

Conformément aux objectifs formulés pour 2011, tous les fournisseurs présentant un niveau de risque élevé devraient faire l'objet d'un audit dans les six mois et ceux ayant un niveau de risque moyen devraient remplir une autodéclaration dans les trois mois et/ou être soumis à un audit dans un délai d'un an. Swisscom a atteint le premier objectif à 71%. Cinq des sept fournisseurs d'un groupe de marchandises présentant un niveau de risque élevé ont été audités au nom de Swisscom. L'un des deux audits restants aura lieu en février. Dans le dernier cas, Swisscom recourra au rapport d'audit réalisé récemment par le JAC (Joint Audit Cooperation – voir affiliations). Les audits des fournisseurs, passés ou futurs, englobent les thèmes Société et Environnement.

Les audits réalisés en 2011 au nom de Swisscom ou du JAC (y compris les audits de qualité qui portent également sur les thèmes Société et Environnement) ont donné les résultats suivants:

Thèmes	Défaillances constatées		
	minime	majeure	grave
Travail des enfants	2	–	–
Travail forcé	2	–	–
Santé et sécurité	22	9	–
Liberté syndicale et droit aux négociations collectives	–	–	–
Discrimination	2	–	–
Mesures disciplinaires	2	–	–
Heures de travail	8	2	1
Rénumération	5	7	–
Environnement	2	–	–
Ethique dans l'entreprise	5	–	–
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>18</b>	<b>1</b>

Le tableau ne présente pas les audits que d'autres membres du JAC ont réalisés en 2011 au nom du JAC.

Sur les douze fournisseurs présentant un niveau de risque moyen, trois fournisseurs ont rempli une autodéclaration de Swisscom ou E-TASC (voir affiliations). Dans trois cas, Swisscom a renoncé à une autodéclaration ou à l'E-TASC, étant donné que les fournisseurs concernés avaient déjà été audités en 2010.

 Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
fournisseurs](http://www.swisscom.ch/fournisseurs)

## Swisscom Supplier Award

Les préparatifs des deuxièmes Swisscom Supplier Awards ont débuté en avril 2011. Les Awards seront décernés fin mars 2012, tout comme en 2010, dans les trois catégories suivantes: Innovation, Coopération et Développement durable. Les fournisseurs qui se portent candidats sont invités à justifier leur engagement et la plus-value apportée aux clients de Swisscom.

## Affiliations et partenariats

Dans le domaine de l'utilisation durable des ressources, Swisscom travaille en collaboration avec diverses associations et organisations:

- **European Telecommunications Network Operators (ETNO), Working Group Sustainability:** Swisscom est l'un des premiers opérateurs de télécommunication en Europe à avoir signé la Charte environnementale de l'ETNO en 1996 puis la Charte de développement durable en 2002.
- **ETNO Energy Task Team:** depuis 2007, Swisscom et Telecom Italia dirigent cette équipe qui réunit des opérateurs de télécommunication européens.
- **L'Institut européen des normes de télécommunication (ETSI):** Swisscom est présente depuis six ans au sein du groupe de travail Environmental Engineering (EE) de l'ETSI, où elle a défendu avec vigueur la norme ETSI EN 300019-1-3 (classe 3.1) pour l'exploitation d'installations informatiques. Le groupe de travail élaboré actuellement des standards uniformes permettant de contrôler la consommation d'électricité et d'établir le bilan du cycle de vie des équipements réseau et des terminaux.
- **Association suisse pour l'intégration de l'écologie dans la gestion d'entreprises (ASIEGE):** Swisscom en est membre depuis 1999.
- **Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC):** Swisscom y a adhéré en 2003 et a signé, en 2004, une convention d'objectifs visant à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> et à améliorer l'efficacité énergétique.
- **WWF Suisse:** Swisscom est membre du WWF Climate Group.
- **Association pour une électricité respectueuse de l'environnement (AERE):** l'association certifie les installations de production d'énergie par les labels de qualité naturemade basic et naturemade star. Swisscom y est représentée au comité directeur depuis 2006 et – conformément aux calculs internes de Swisscom – est l'un des plus gros acheteurs de produits naturemade star de Suisse.
- **Association energo:** association qui entend augmenter l'efficacité énergétique des bâtiments. Swisscom y est représentée au comité directeur depuis 2008.

Swisscom a signé quatre conventions externes: la Charte de Durabilité de l'ETNO, le Code de conduite pour les équipements à haut débit, le Code of Conduct of Digital TV Service Equipment (décodeurs) au niveau européen ainsi que les négociations d'objectifs pour la réduction de CO<sub>2</sub> et l'amélioration de l'efficacité énergétique de l'AEnEC au niveau suisse. Par ailleurs, Swisscom participe au Carbon Disclosure Project et à d'autres classements.

Pour accroître la pertinence des exigences posées par Swisscom en matière de responsabilité d'entreprise dans la chaîne d'approvisionnement, le service des achats de Swisscom Suisse a adhéré en 2011 aux initiatives suivantes:

- Des entreprises du secteur des TIC se sont réunies au sein de la Global e-Sustainability Initiative (GeSI) afin de faire avancer le thème du développement durable.
- Depuis août 2011, Swisscom utilise le questionnaire en ligne E-TASC de la GeSI dans le cadre du système de gestion des risques.
- Sept entreprises de télécommunication se sont réunies au sein du Joint Audit Cooperation (JAC) pour planifier et réaliser ensemble des audits en matière de responsabilité d'entreprise.

# Communication pour tous

Swisscom permet un accès sans obstacles à ses offres. Elle encourage la protection de la jeunesse et adopte des mesures pour améliorer la compétence de tous les groupes d'âge en matière de médias. Elle contribue ainsi largement à la mise en place d'une société d'information durable en Suisse.

## Principes et objectifs

Swisscom accorde une attention toute particulière à la promotion de la compétence en matière de médias, et pas seulement dans le cadre de ses efforts en faveur de la protection de la jeunesse, mais également par le biais d'engagements qui doivent permettre de réduire les fossés numériques.

En 2012, Swisscom défendra ses projets. Son objectif est d'être à l'unisson avec la stratégie de la Confédération pour créer une société de l'information saine et génératrice de valeur. Swisscom est convaincue que la place économique suisse, le paysage éducatif et la population suisses seront à même, à l'avenir, de profiter d'un environnement TIC précurseur et progressiste.

## Service universel

	Unité	2009	2010	2011
Trafic en millions de minutes (réseau fixe national)	millions min.	7 100	6 741	6 200
Nombre de cabines téléphoniques publiques <sup>1</sup>	Nombre	8 115	7 663	6 700
Quantité d'appels d'urgence	En milliers	2 700	3 092	3 050
Quantité d'appels aux services de commutation destinés aux malentendants et aux malvoyants	En milliers	496	556	553

<sup>1</sup> Dont 4 058 (2011), 4 437 (2010) et 4 803 (2009) dans le cadre du service universel.

Swisscom est concessionnaire du service universel pour la Suisse en matière de télécommunications et s'est vue confirmée dans ce rôle jusqu'en 2017. Le service universel garantit la fourniture à la population suisse d'un accès au réseau analogique ou numérique sur l'ensemble du territoire national. Relèvent du service universel la téléphonie vocale, y compris les services de télécopie, l'accès Internet haut débit avec une vitesse de transmission minimum de 600/100 kbit/s ainsi qu'un service de transcription pour les personnes souffrant d'un handicap.

L'entretien et l'exploitation des 6 700 cabines téléphoniques publiques (publiphones), des services d'appel d'urgence de la police, des pompiers ainsi que des services sanitaires relèvent également du service universel que Swisscom assure depuis toujours.

## Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence en matière de médias

### Protection de la jeunesse dans les médias et directives concernant le contenu des médias

Pour les enfants et les jeunes, Internet et la téléphonie mobile présentent des dangers. Les parents et Swisscom en sont conscients. Désireuse d'apporter son soutien dans ce domaine, Swisscom propose d'aider les éducateurs, parents comme enseignants, par le biais d'informations, de produits et de matériel didactique.

Pendant l'exercice sous revue, Swisscom a pleinement respecté les obligations légales qui lui incombent dans le domaine de la protection de la jeunesse dans les médias. Selon le code pénal suisse, il est interdit aux opérateurs de proposer des contenus de nature pornographique à des personnes de moins de 16 ans. Swisscom applique de manière très stricte les dispositions de l'ordonnance sur les services de télécommunication, qui décrivent les possibilités de blocage des services à valeur ajoutée. Ainsi, Swisscom ne propose plus de contenus érotiques sur le portail d'informations [www.bluewin.ch](http://www.bluewin.ch) depuis 2009.

En parallèle, l'«Initiative sectorielle de l'Association Suisse des Télécommunications (asut) pour une meilleure protection de la jeunesse et la promotion de la compétence en matière de médias dans la société» définit depuis 2008 une liste de mesures supplémentaires que Swisscom s'est engagée à respecter. Citons notamment la mise à disposition de filtres Internet, l'obligation d'informer activement les clients, l'ouverture au dialogue avec des organisations engagées ainsi que la désignation d'un délégué à la protection de la jeunesse dans les médias. En 2011, un organe indépendant a procédé à une vérification de l'initiative sectorielle et de son application.

  
Voir sous  
[www.asut.ch](http://www.asut.ch)

Swisscom va au-delà des exigences légales en matière de protection de la jeunesse, grâce aux mesures suivantes:

- Elévation volontaire de la limite d'âge à 18 ans pour accéder à certains services
- Pas de contenus érotiques dans l'offre Video on Demand de Swisscom TV
- Blocage supplémentaire de chaînes au moyen d'un code NIP pour les clients Swisscom TV
- Recommandation d'une limite d'âge selon l'organisme d'autocontrôle volontaire de l'industrie cinématographique (Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, FSK) pour toute l'offre Video on Demand
- Directives très sévères à l'intention des fournisseurs tiers de services à valeur ajoutée

L'ordonnance sur les services de télécommunication (OST) impose aux fournisseurs de services de télécommunication de communiquer au moins une fois par an des informations sur l'existence des sets de blocage. Il s'agit de dispositifs bloquant l'accès aux services à valeur ajoutée payants pour certains raccordements. Swisscom rappelle tous les ans à ses clients, par le biais d'une annexe à la facture, l'existence de ce service gratuit. Elle active automatiquement ce set de blocage pour tous les abonnements souscrits par des mineurs.

### Protection des données

La protection de la sphère privée et notamment la protection des données sont des thèmes chers à Swisscom. La déclaration sur la protection des données indique la manière dont Swisscom gère les données personnelles dans le cadre de son site Internet et de son service de messagerie. Elle explique comment les cookies sont utilisés et comment les données clients sont traitées. Elle évoque également la possibilité de transférer ces données au sein du groupe Swisscom. Swisscom n'est pas responsable des informations ni du traitement des données pour les offres de tiers proposées en lien.

Lorsque les enfants ou adolescents rendent publiques des informations personnelles, voire intimes, sur les plateformes communautaires, ils n'ont pas toujours conscience de la portée de leur acte. La notion de sphère privée joue donc un rôle primordial en matière d'informations et de documentation sur la protection de la jeunesse dans les médias.

Dans le cadre du sponsoring des High Principles on Child Protection avec l'ETNO, Swisscom a revu ses conditions d'utilisation sur les plateformes destinées à la jeunesse, les formulant de telle manière à ce que les enfants et adolescents les comprennent vraiment.

## Promotion des compétences en matière de médias

En 2011, Swisscom a adopté les mesures suivantes afin de sensibiliser parents et enseignants aux dangers et risques potentiels des nouveaux médias:

- **Brochure «enter» (anciennement «SchoolNetGuide») consacrée au thème de la sécurité:** éditée à 400'000 exemplaires en allemand, français et italien, elle est mise gratuitement à disposition.
- **Cours sur la protection de la jeunesse dans le cadre du programme de formation Help Point:** il a été dispensé en 2011 lors de cours du soir proposés aux parents, ou à l'occasion de formations continues destinées aux enseignants. Swisscom a par ailleurs étendu son offre et propose désormais des cours pour les élèves du degré secondaire (voir ci-dessous: cours médias destinés aux parents, aux enseignants et maintenant aux élèves du secondaire).
- **Etude JAMES – Jeunes, activités, médias – enquête Suisse:** réalisée conjointement en 2010 par Swisscom et la Haute école des sciences appliquées de Zurich (Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, ZHAW), cette étude révèle qu'Internet et le téléphone portable se muent de plus en plus en instruments d'information et de communication pour les jeunes, mais aussi en outils d'apprentissage. De plus, l'étude aborde les questions liées à une mauvaise utilisation des médias et prouve que de fortes disparités existent entre les régions linguistiques de la Suisse. Les résultats de l'étude JAMES ont été réinterprétés l'an passé dans un rapport détaillé et publiés sous le titre JAMESfocus. Les relations sociologiques liées à l'utilisation des médias sont au cœur du rapport.

  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/james](http://www.swisscom.ch/james)

## Programme national de promotion des compétences en matière de médias

A l'été 2010, le Conseil fédéral a initié un programme en vue d'améliorer les compétences des enfants et des jeunes en matière de médias. L'Office fédéral pour les assurances sociales (OFAS) est responsable de la mise en œuvre du programme, qui dure jusqu'en 2015. En tant que partenaire principal de ce programme, Swisscom est convaincue que l'économie privée et les pouvoirs publics doivent agir à l'unisson. Swisscom soutient le programme sur le plan de la communication et au niveau financier. La première Journée nationale des compétences médias, qui s'est tenue le 27 octobre 2011, a été l'une des mesures les plus marquantes de ce programme. L'objectif de cette manifestation est de rapprocher les diverses organisations et autorités tout en favorisant la compréhension des risques liés aux nouveaux médias au sein de la population. En collaboration avec l'industrie du jeu (SIEA), l'OFAS et les partenaires régionaux, Swisscom a informé les visiteurs de Zurich, Lucerne, Locarno, Lausanne et St-Gall des risques liés aux médias mobiles et présenté les possibilités de les prévenir.

### Cours médias destinés aux parents, aux enseignants et maintenant aux élèves du degré secondaire

Parallèlement à la Journée nationale des compétences médias, Swisscom a élargi son offre de cours pour promouvoir les compétences en la matière. Elle propose dès à présent des modules de formation aux élèves du degré secondaire (7<sup>e</sup> – 9<sup>e</sup> classe). Une forte demande a été constatée avant même que les nouveaux cours médias soient disponibles. Les enseignants peuvent choisir parmi différents modules (Nouveaux médias, Internet et le droit, Réseaux sociaux et Surfer sur Internet en toute sécurité). Swisscom envoie un collaborateur qui anime le cours dans les classes intéressées. Les premières expériences de la phase pilote qui a eu lieu en 2011 montrent que l'offre de cours de Swisscom couvre de nombreux besoins. Les réunions d'information et les cours médias destinés aux parents et aux enseignants seront poursuivis en 2012 également.

### Swisscom Help Point

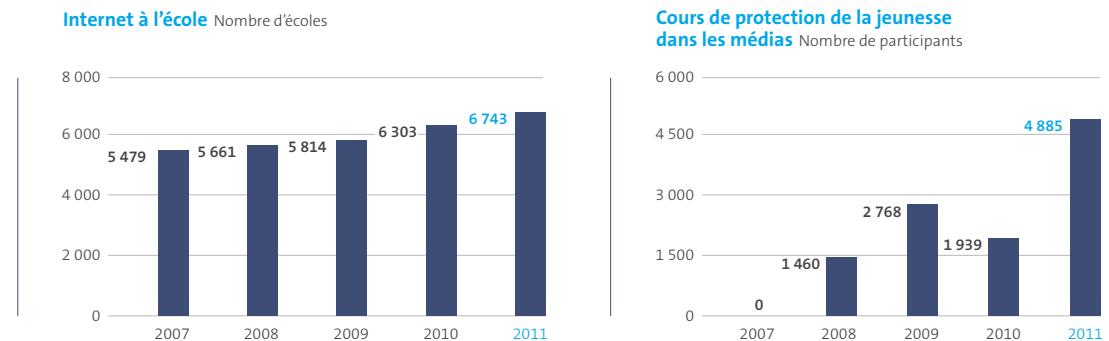
Swisscom forme des utilisateurs à l'emploi du téléphone portable et d'Internet depuis 2005 dans les Help Points. Les centres de formation de Berne, Bâle, Lausanne, Lucerne, Genève et Zurich proposent des cours chaque semaine. En outre, quatre bus de formation sillonnent chaque année la Suisse entière, faisant halte dans quelque 80 villes et villages. En 2011, pas moins de 15'860 personnes se sont perfectionnées dans l'utilisation des moyens de communication modernes. Depuis le lancement des Help Points, plus de 181'000 clients ont assisté à l'une des formations proposées. Swisscom contribue ainsi largement à combler le fossé numérique entre les générations.

## Initiative «Internet à l'école»

Depuis 2001, Swisscom connecte gratuitement à Internet toutes les écoles primaires et secondaires du pays. Fin 2011, pratiquement tous les établissements scolaires étaient raccordés aux réseaux de formation cantonaux. Swisscom a poursuivi l'initiative «Internet à l'école» alors que le partenariat conclu avec la Confédération a officiellement pris fin en 2007. En termes d'infrastructure, Swisscom s'efforce de proposer une offre répondant en permanence aux nouveaux besoins quotidiens des écoles. En 2009, Swisscom a étendu son initiative «Internet à l'école» aux écoles enfantines, répondant ainsi à un besoin exprimé par les directions cantonales de l'instruction publique. Concrètement, grâce à l'initiative, le nombre des raccordements va quasiment tripler dans les prochaines années. Fin 2011, plus de 1'300 écoles enfantines disposaient déjà d'un accès à Internet.

Désormais, les écoles qui ont besoin d'une connexion Internet performante – grandes écoles ou établissements utilisant beaucoup Internet – bénéficient gratuitement d'un débit allant jusqu'à 50 Mbit/s. Ce faisant, l'accès à Internet demeure également gratuit. Si, en outre, les écoles souhaitent disposer des dispositifs de sécurité professionnels proposés par Swisscom, cette dernière leur demande de participer aux frais.

©  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/sai](http://www.swisscom.ch/sai)



Ces dernières années, Swisscom a étendu son réseau en collaboration avec diverses institutions opérationnelles dans le domaine de la formation. Ainsi, Swisscom reste au plus près des écoles et est à même de reconnaître en temps opportun les besoins en matière d'intégration TIC. Swisscom entretient ce réseau en soignant le dialogue et en organisant des manifestations, notamment avec les institutions suivantes:

- > educa
- > Conférence des directeurs cantonaux de l'instruction publique (CDIP)
- > Colloque du CTIE
- > Office fédéral de la communication (OFCOM)
- > Fondation suisse pour la formation par l'audiovisuel (FSFA)
- > Association faîtière des enseignantes et enseignants suisses (LCH)
- > Conférence intercantonale de l'instruction publique CIIP
- > Worlddidac Association
- > Diverses hautes écoles pédagogiques

## Offres destinées aux personnes souffrant d'un handicap

### Offres de Swisscom destinées aux malvoyants et aux malentendants

Swisscom entend proposer avant tout à l'ensemble des groupes de personnes en Suisse la possibilité d'utiliser les nouveaux moyens de communication sans aucune difficulté. Dans ce contexte, Swisscom contribue fortement à ce que les groupes défavorisés puissent faire pleinement partie de la société de l'information en Suisse:

- Les Swisscom Shops répondent à des exigences strictes pour garantir l'accès aux personnes en fauteuil roulant. Les collaborateurs des Shops doivent également reconnaître les besoins découlant d'un handicap spécifique. En conséquence, Swisscom et la Fondation terz (terzstiftung) ont élaboré des possibilités d'optimisation des Shops. Les mesures correspondantes seront appliquées en 2012.
- Swisscom propose un large portefeuille de terminaux offrant de véritables possibilités tant aux malentendants qu'aux malvoyants. Swisscom renouvelle et actualise en permanence son portefeuille de services et d'appareils. Elle entend ainsi proposer une offre parfaitement adaptée aux personnes ayant des exigences et des besoins particuliers. Le téléphone portable Emporia, le smartphone équipé de la solution de lecture d'écran destiné aux malvoyants ou encore les différents modes permettant de prendre contact avec le service à la clientèle en sont quelques exemples.
- Les personnes ne pouvant pas utiliser les annuaires d'abonnés actuels en raison d'un handicap physique ont le droit de demander à être mises en relation via le numéro court 1145 et ce, sans payer de frais supplémentaires. Swisscom fournit cette prestation à titre gracieux dans le cadre du service universel.
- Les malentendants ont à leur disposition un service de transcription. Proposé en collaboration avec l'organisation procom, il permet les conversations téléphoniques entre sourds, malentendants et entendants. Ce service fait également partie du service universel et est fourni à titre gracieux.
- Comme par le passé, Swisscom s'emploie à garantir un accès sans barrières à ses sites Internet. Le relookage technique complet de [www.swisscom.ch](http://www.swisscom.ch) tient compte des directives établies en termes d'accès sans barrières aux contenus des sites Internet (Web Content Accessibility Guidelines, WCAG). Il devrait être achevé en 2012.
- Swisscom soutient les personnes disposant de moyens financiers limités en élaborant des offres spécifiques. Elle propose ainsi aux jeunes de moins de 26 ans un plan tarifaire avantageux. Pour les moins de 18 ans, les abonnements de ce plan tarifaire sont par ailleurs assortis d'une limite de crédit. Les personnes âgées n'utilisent pas les nouvelles technologies de manière aussi intensive que les jeunes. Swisscom a élaboré des abonnements assortis de modèles tarifaires adaptés à cette réalité: les redevances de base sont peu élevées et les frais sont facturés uniquement si le service est utilisé.

## Affiliations et partenariats

Swisscom prend diverses mesures, au regard de la législation, pour offrir une valeur ajoutée supplémentaire à la société. Elle travaille par exemple avec des organisations spécialisées afin de toujours mieux identifier les besoins spécifiques des groupes de clients particuliers. Ces organisations conseillent Swisscom, d'une part, et reçoivent le soutien de Swisscom, d'autre part, lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre la société de l'information en Suisse. Un échange mutuel est ainsi garanti entre les deux parties.

La collaboration avec les différentes organisations, institutions et les services publics revêt plusieurs formes, qui varient en fonction des objectifs et des besoins:

### Partenariats

- **Fondation suisse pour la formation par l'audiovisuel (FSFA):** membre de la fondation depuis 2008, Swisscom travaille au sein d'un vaste réseau afin d'élaborer des stratégies et des solutions pour la communication moderne, notamment dans le secteur de la formation.
- **Worlddidac Association:** le plus grand salon de la formation, Worlddidac, est organisé tous les deux ans à Bâle. Il attire plus de 400 exposants issus de quelque 80 pays qui viennent y présenter leurs produits et leur matériel pédagogique à près de 20 000 visiteurs. Swisscom est partenaire de Worlddidac depuis 2004. Par le biais de la Swisscom Arena, elle propose une plateforme d'échange centrale dédiée aux contributions dans le domaine de la formation, dont elle présente les dernières tendances et l'évolution.

### Interlocuteurs et partenariats stratégiques

- **Fondation Suisse pour la Protection de l'Enfant:** Swisscom et la Fondation Suisse pour la Protection de l'Enfant échangent régulièrement leurs points de vue sur les principales questions relevant de la promotion de la compétence en matière de médias ainsi que de l'organisation de la protection de la jeunesse dans les médias.
- **European Telecommunications Network Operators'Association (ETNO):** au printemps 2011, Swisscom est devenu sponsor de la High Principles on Child Protection, une charte créée à l'initiative d'ETNO mais portée par le secteur lui-même. De par cette charte, les sponsors s'engagent à prendre volontairement de nombreuses mesures pour améliorer la protection des jeunes contre les répercussions négatives que peuvent avoir les nouveaux médias.
- **pro audito:** grâce à une collaboration étroite avec pro audito, Swisscom est en mesure d'adapter en permanence son portefeuille aux besoins spécifiques des personnes souffrant de troubles auditifs.

### Collaboration reposant sur des projets

- **terzStiftung/ Fondation terz** (vision du vieillissement adaptée à chaque génération)
- **Pro Senectute** (chaînes téléphoniques, Journée des personnes âgées, bal)
- **Compisternli** (cours d'introduction aux nouveaux médias assurés par des enfants et des jeunes)
- **Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB)**
- **Accès pour tous** (banque de données de connaissances)

De pair avec ces organisations, Swisscom a mené en 2011 divers projets, qui apportent toujours une plus-value directe dans le cadre de la société de l'information d'aujourd'hui.

Swisscom étudie la question des affiliations et des partenariats en s'appuyant sur des critères transparents, notamment la pertinence thématique ou l'importance au niveau national de l'organisation en question.

# Employeur responsable

Swisscom offre un environnement de travail qui stimule le développement tant personnel que professionnel des collaborateurs au travers de tâches exigeantes et par le biais de la prise de responsabilités. Dans le même temps, Swisscom se positionne comme un employeur socialement responsable.

Swisscom se meut dans un environnement de marché complexe, caractérisé par une évolution rapide, et est confrontée en permanence aux développements technologiques. Par ailleurs, la démographie et l'évolution de la société ont une influence grandissante sur les ressources personnelles. Les changements dynamiques nécessitent une politique de gestion du personnel novatrice, une culture d'entreprise et un environnement de travail à même d'inciter les collaborateurs à libérer pleinement leur potentiel dans l'esprit de la stratégie d'entreprise. Dans une société multimédia, la vivacité d'esprit, la disposition à accepter le changement et les connaissances techniques des collaborateurs sont décisives pour appliquer les valeurs fondamentales de Swisscom et atteindre les objectifs de la stratégie d'entreprise. A ce propos, la confiance des clients est capitale pour rester concurrentiel à long terme. Aussi Swisscom axe-t-elle systématiquement son action sur les besoins des clients. Dès lors, les collaborateurs sont invités à développer des visions et à les mettre en pratique au sein d'équipes mixtes, selon une approche orientée sur les résultats.

## Principes et objectifs en Suisse

Chez Swisscom, la division Ressources humaines du groupe veille à mettre en œuvre une politique du personnel et une politique sociale uniformes. Elle détermine et conçoit les normes, les lignes directrices et les thèmes fondamentaux à l'échelle globale. Les services du personnel des différents secteurs opérationnels les appliquent et assument l'ensemble des tâches concernant le personnel, de l'engagement au départ des collaborateurs. La division Ressources humaines du groupe soutient la Direction du groupe et le Conseil d'administration dans les questions relevant de la politique du personnel, telles que les conditions d'engagement, le système salarial ou Diversity. Elle recrute les cadres dirigeants et, en collaboration avec les unités opérationnelles, gère le service de développement du management et la planification de la relève. La division Ressources humaines du groupe est en outre responsable de la formation professionnelle dans son ensemble et, à ce titre, apporte une contribution importante à la place suisse. Elle défend les intérêts du groupe dans le dialogue avec les partenaires sociaux et les comités d'entreprise.

Afin d'être en mesure de relever les défis de demain, la division Ressources humaines du groupe concentre son action sur les points clés suivants: planification des besoins en ressources tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, définition des investissements à consentir dans le cadre du développement professionnel des collaborateurs et mise en place d'une culture de conduite empreinte de confiance et d'estime d'autrui, et orientée sur les performances.

## Politique du personnel

La politique du personnel établit des principes clairs permettant d'assurer une bonne collaboration. Elle définit en particulier les principes de conduite et la position de Swisscom sur les questions sociales.

- **Conduite:** chez Swisscom, la conduite du personnel signifie – indépendamment de toute préférence personnelle – assumer des responsabilités et en déléguer certaines, définir des objectifs en commun et les réaliser, encourager les talents ainsi que veiller à l'égalité des chances.
- **Politique sociale:** Swisscom a une conception large de la responsabilité sociale. La protection sociale des collaborateurs se fonde sur une couverture d'assurance élargie. Qui plus est, dans la limite de ses possibilités, Swisscom intègre les personnes handicapées, assiste les collaborateurs qui rencontrent des difficultés, évite dans la mesure du possible les licenciements et cherche des solutions socialement acceptables en cas de suppression de postes. Swisscom s'appuie sur de nombreux programmes et initiatives pour promouvoir la protection de la santé auprès des collaborateurs. Elle leur offre sécurité et soutien à travers un large éventail de prestations sociales, telles qu'une participation aux frais de garde des enfants, la mise à disposition d'un service social ou des possibilités de restauration à des tarifs préférentiels.
- **Discrimination et service social destiné aux collaborateurs:** tout collaborateur de Swisscom peut prétendre au respect absolu de sa dignité et de l'intégrité de sa personne à son poste de travail. En cas de discrimination, mais également en cas de question ayant trait notamment à la vie privée, à la cohabitation, à la santé ou aux finances, l'équipe du service social se tient à la disposition des collaborateurs dans toute la Suisse. Pour Swisscom, il importe de détecter les cas de discrimination dans son entreprise. A cet égard, si des collaborateurs s'adressent au service social, ce dernier clarifie minutieusement la situation et prend les mesures qui s'imposent. Le service social propose également différents cours afin de prévenir les tensions psychosociales, les discriminations ou les réactions liées à la charge de travail. Chaque année, quelques centaines de cadres et de collaborateurs suivent ces cours.

## Développement du personnel

L'environnement de marché dans lequel évolue Swisscom est en perpétuel changement. Aussi Swisscom investit-elle de manière ciblée dans le développement professionnel et la promotion tant de ses collaborateurs que de ses cadres afin d'accroître durablement leur compétitivité sur le marché du travail. Pour assurer leur perfectionnement, les collaborateurs ont le choix entre de nombreuses offres on-the-job et off-the-job, ou encore des programmes et des formations en interne. L'offre des mesures de perfectionnement englobe les formations ayant trait à un domaine spécialisé, à la conduite et au management. Par ailleurs, Swisscom dispose chaque année d'un budget d'environ CHF 1'500 en moyenne par collaborateur pour des cours externes et des cours de formation continue. Swisscom est favorable aux formations de perfectionnement individuelles et y apporte son soutien financier.

Afin d'évaluer les prestations des collaborateurs et de les récompenser, Swisscom continue de développer le Performance Management System en fonction des besoins. Le Performance Dialog en constitue le fondement: collaborateurs et supérieurs discutent ensemble des tâches, des attentes et du développement personnel, sous la devise «négocier les objectifs, valoriser les prestations et planifier le développement». Pendant la période sous revue, les supérieurs ont mené à bien le Performance Dialog avec 98,8% des collaborateurs de Swisscom en Suisse. Introduit en 2009, le Management Review Process a été étendu aux unités d'organisation rattachées aux divisions du groupe. Ce processus contribue à la planification de la relève pour les fonctions clés et vise au placement transversal des top talents. Tandis qu'un programme de mentorat favorise les échanges professionnels et personnels entre les top talents et les membres de la Direction du groupe, le Leadership Forum constitue une importante plateforme traitant de thèmes clés relatifs au management.

### Formations des collaborateurs relatives à la responsabilité d'entreprise

Les «Welcome Days» ou «journées de bienvenue» permettent à Swisscom de sensibiliser les nouvelles recrues aux questions d'ordre notamment écologique et social ainsi qu'aux valeurs fonda-

mentales et directives en vigueur. Par ailleurs, les collaborateurs en contact avec la clientèle suivent régulièrement un cours qui traite en profondeur des principaux aspects de la responsabilité d'entreprise. Dans le cadre de la formation comportementale proposée en interne, des roadshows et des messages vidéo sur le thème de la responsabilité d'entreprise, diffusés sur l'intranet, ont sensibilisé les collaborateurs des Shops à une utilisation des technologies radio limitant le rayonnement. En 2011, Swisscom a par ailleurs formé 322 responsables de projet sur la question des exigences environnementales dans le cadre de nouveaux projets.

Les quatre cours relatifs aux acquisitions ont permis, en 2011, de sensibiliser 56 collaborateurs aux questions de la responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement. 65 acheteurs ont acquis des connaissances sur les questions spécifiques à la responsabilité d'entreprise et suivi une formation conséquente lors de chacun des quatre «Leadbetter Circles». Par ailleurs, les deux responsables en matière de responsabilité d'entreprise dans la chaîne d'approvisionnement se sont rendus tous les six mois auprès de chaque équipe pour informer et/ou instruire les acheteurs sur la responsabilité d'entreprise.

### **Corporate Volunteering**

Corporate Volunteering désigne l'engagement des collaborateurs qui, sur la base du volontariat, s'impliquent dans des projets d'intérêt commun. Swisscom encourage cette démarche et, en ce sens, propose à ses collaborateurs divers projets d'ordre environnemental et social. 300 collaborateurs ont participé à de tels projets en 2011. Chaque année, les collaborateurs peuvent effectuer une mission d'une journée, supportée à 50% par l'entreprise et à 50% par le collaborateur. Swisscom entend développer le programme Corporate Volunteering ces prochaines années en proposant des projets encore plus variés.

## **Recrutement de personnel**

### **Recrutement de nouveaux collaborateurs**

Swisscom recrute des personnes qui ont foi en l'avenir et abordent les changements avec enthousiasme. Sur l'ensemble de ses sites en Suisse, Swisscom veille à engager en priorité des personnes issues de la région environnante. C'est pourquoi, dans toutes les divisions et à tous les niveaux hiérarchiques, la part des collaborateurs habitant dans la région considérée est très élevée. 84% des collaborateurs de Swisscom ont la nationalité suisse. Les 16% restants sont issus de 88 pays différents, dont 4,9% d'Allemagne, 3,8% d'Italie, 1,3% de France et 1% d'Espagne.

### **Stagiaires des hautes écoles et trainees**

Afin d'attirer les meilleurs diplômés des hautes écoles en son sein, Swisscom a noué de nombreux contacts avec des hautes écoles spécialisées et des universités. Pour Swisscom, il est primordial de participer aux principaux salons de recrutement et de mettre en place une étroite collaboration, dans le cadre de conférences et d'ateliers par exemple. De nombreux étudiants acquièrent une première expérience professionnelle avant même d'avoir terminé leurs études, soit à la faveur d'un stage soit dans le cadre d'un travail de bachelor ou de master axé sur la pratique. Une fois leurs études achevées, les diplômés entrent dans la vie professionnelle par le biais de stages, du programme de trainee ou de postes de junior.

### **Formation professionnelle**

A la rentrée 2011, on recensait au niveau national 886 jeunes engagés dans les six filières d'apprentissage que propose désormais Swisscom. 800 apprentis sont suivis dans le cadre de la formation professionnelle de Swisscom, qui privilégie l'apprentissage personnalisé sous la forme de projets axés sur la pratique. 86 apprentis sont en outre formés chez cablex. Compte tenu du nombre total de collaborateurs, la part des apprentis au sein de Swisscom en Suisse demeure stable (au moins 5%).

Depuis août 2011, Swisscom forme des apprentis en Suisse alémanique dans le cadre de la nouvelle formation professionnelle d'agent relation client avec certificat fédéral de capacité. Durant

trois ans, dix jeunes apprennent à servir les clients avec professionnalisme, identifier leurs besoins, les conseiller de manière optimale au téléphone et assurer un suivi de premier ordre, même dans les situations délicates.

210 (91%) des 231 médiamaticiens, informaticiens, employés de commerce, gestionnaires du commerce de détail et télématiciens ont obtenu leur certificat d'apprentissage à l'été 2011. Plus de 45% des jeunes ayant achevé leur formation ont décroché un emploi dans l'entreprise. En interne, Swisscom a par ailleurs pris plusieurs mesures visant à promouvoir la relève, notamment pour les apprentis du secteur des TIC.

Swisscom entend avant tout donner les moyens aux apprentis d'exprimer leur personnalité. Le modèle de formation développé au sein de Swisscom, qui fait la part belle à l'autonomie et à la responsabilité individuelle, étaie cet objectif. Les apprentis participent ainsi activement à l'organisation de leur plan de formation. Ils se portent candidats, au sein de l'entreprise, aux différents stages pratiques, apprennent au contact des collaborateurs expérimentés et conçoivent un plan de formation individuel, conformément à leurs priorités.

## Santé et sécurité au travail

### Santé des collaborateurs

Pour Swisscom, il est important que ses collaborateurs soient, à demeure, motivés et en bonne santé. Aussi, dans le cadre de sa stratégie, investit-elle de manière ciblée dans les initiatives et les programmes liés à la gestion de la santé en entreprise (GSE). Le Conseil d'administration, la Direction du groupe et les cadres contribuent activement aux succès qu'engrange la GSE depuis 2010. En 2010 par exemple, on enregistrait 11'000 jours d'absence de moins qu'en 2009. En 2011, les jours d'absence ont encore diminué de 1,7% (2'000 jours). Le taux d'absentéisme a été ainsi ramené de 3,24% en 2009 à 2,92% en 2010. En 2011, le taux d'absentéisme s'élevait à 2,80%. Il devrait être abaissé à 2,09% d'ici 2015.

A l'initiative des responsables GSE, les restaurants du personnel ont étendu leur offre au cours de l'exercice sous revue en proposant des collations saines et variées.

En collaboration avec l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS), Swisscom, en mettant en route le projet ConCerto, a donné une impulsion significative pour coordonner de manière optimale la coopération avec les assurances sociales. ConCerto doit accélérer et simplifier l'insertion professionnelle des personnes atteintes dans leur santé. Cette année, Swisscom a entamé une coopération avec des partenaires d'intégration triés sur le volet et propose désormais des places de formation et de stage aux collaborateurs atteints dans leur santé. Tout travail effectué dans le cadre de ces places d'intégration fait l'objet d'un suivi par la GSE et, le cas échéant, par les assurances sociales comme l'assurance invalidité (AI). En 2011, douze personnes se sont vu attribuer l'une de ces places.

En matière de gestion de la santé en entreprise, il convient d'accorder également une attention particulière à la prévention (Health Promoting Leadership) afin de préserver et de promouvoir la santé des collaborateurs. La question est abordée dans le cadre d'un projet de recherche et développement mené en collaboration avec la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse.

### Sécurité au travail

Comme spécifié dans la convention collective de travail (CCT), Swisscom protège la personnalité de ses collaborateurs et veille à préserver leur santé en appliquant les principes d'ergonomie. S'agissant de l'ergonomie (aménagement des places et du cadre de travail, protection de la santé/hygiène, prévention des accidents et des maladies professionnelles, sécurité au travail), la CCT confère un droit de participation aux représentants du personnel et un droit à l'information aux syndicats. Différents organes coordonnent et pilotent les formations, les initiatives et les mesures concernant la sécurité et la protection de la santé au poste de travail. Dans les domaines où la sécurité au travail est particulièrement importante pour les collaborateurs, Swisscom utilise un système de gestion intégré et orienté sur les processus, certifié ISO 9001:2000.

Les directives, processus et moyens auxiliaires, qui règlent et mettent en œuvre la sécurité au travail et la protection de la santé, sont intégrés dans un système de gestion de la qualité, de l'environnement et de la sécurité. A titre d'exemple, la filiale cablex de Swisscom applique la directive 6508 de la Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail (CFST). Elle englobe

les dix éléments du système de sécurité en entreprise et garantit les mesures de santé et de sécurité requises à l'intention du personnel lors de la mise en place de l'infrastructure.

### **Move! et Swisscom Games**

Move! est un programme qui encourage différentes activités dans les domaines de la santé, du sport et de la culture. Les collaborateurs, en leur qualité de Move! Coach, participent à une activité ou en proposent une. Les activités se déroulent pendant les heures de loisir. Move! propose aux collaborateurs d'élargir leur horizon sportif et intellectuel, et réunit des collègues travaillant dans des secteurs différents.

Les Swisscom Games, une manifestation réservée aux collaborateurs, sont organisés tous les deux ans. Les collaborateurs ont la possibilité de s'inscrire dans une équipe ou à une activité individuelle dans le domaine sportif, culturel ou social. Les Swisscom Games 2011 ont donné lieu à quatre manifestations, qui se sont déroulées dans plusieurs régions de Suisse et ont réuni quelque 6'000 participants. Les Swisscom Games permettent aux collaborateurs d'établir des liens entre eux et constituent aujourd'hui un élément important de la culture d'entreprise.

## **Diversity, mais égalité des salaires**

### **Diversity@Swisscom**

Swisscom emploie des femmes et des hommes de 88 nations, aux profils très différents en termes de culture, de religion, d'âge et d'orientation sexuelle. Swisscom souhaite encourager cette diversité, qui renforce la créativité et la force d'innovation. Les collaborateurs apprennent en effet, au contact des autres, à aborder les défis sous des angles différents. Diversity met en évidence l'importance de dialoguer ensemble. Pour favoriser les échanges interculturels, Swisscom organise notamment des ateliers, des formations et des exposés. En sa qualité d'entreprise, Swisscom souhaite faire preuve d'ouverture face à la diversité, face à la différence et face à des modes de pensée tournés vers l'avenir.

«Mixed Leadership» représente un thème particulièrement important pour Diversity Management. Swisscom entend faire passer la part des femmes au sein du management de 11,7% aujourd'hui à 20% à moyen terme. Un objectif étayé par la Direction du groupe, qui a demandé à l'ensemble de l'organisation de le réaliser. S'agissant du développement des cadres, Swisscom s'efforce, en interne, de reconnaître suffisamment tôt les talents féminins et de les développer. Quant à la recherche de talents externes, Swisscom veille à ce que ses partenaires dans le domaine du placement de personnel adhèrent à cet objectif, à savoir augmenter la part des femmes au sein du management.

Le nouveau réseau interne «Swisscom Network of Leading Women», entend offrir aux cadres féminins déjà présents dans le groupe une plus grande visibilité. Ce réseau propose également une plateforme dans le cadre de laquelle les cadres féminins apprennent à mieux se connaître au sein de Swisscom et élaborent des mesures communes destinées à faire de l'entreprise un employeur encore plus attrayant aux yeux de la gent féminine.

  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/GRI-2011/fr](http://www.swisscom.ch/GRI-2011/fr)

### **Age Management/Gestion de l'âge**

Par le biais de stratégies et de mesures dans le domaine de la gestion de l'âge (Age Management), Swisscom anticipe l'évolution démographique et explore de nouvelles voies pour employer des collaborateurs plus âgés dans l'entreprise. L'âge moyen des collaborateurs, celui de la société et donc celui des clients étant de plus en plus élevé, Swisscom a mis sur les rails les projets «BestAge» afin de répondre aux besoins des collaborateurs et des clients plus âgés. C'est pourquoi Swisscom met en œuvre des mesures et des outils au niveau des Call Centers et des Shops permettant aux collaborateurs plus âgés de suivre et de conseiller les clients plus âgés. Une autre initiative porte sur le conseil en interne (Inhouse Consulting), qui permet aux cadres supérieurs plus âgés de conseiller et de coacher des mandants internes, tout en mettant à profit leur expérience dans le cadre de projets.

## Egalité des salaires

Swisscom accorde une attention particulière à l'égalité des salaires entre hommes et femmes. Le système salarial vise à verser des salaires identiques aux personnes dont les tâches et les performances sont similaires. A cet effet, chaque fonction est intégrée à un échelon de fonction déterminé selon les exigences posées par le poste en question. Une fourchette salariale, définie pour chaque échelon de fonction, indique la rémunération plancher et la rémunération plafond accordées pour des tâches équivalentes. Le salaire est déterminé au sein de cette même fourchette, conformément à la performance et à l'expérience du collaborateur. La revue des salaires permet à Swisscom d'adapter plus fortement que d'ordinaire les salaires des collaborateurs qui attestent de meilleures performances et qui sont situés dans la partie inférieure de la fourchette. Ainsi, Swisscom compense continuellement les éventuelles différences de salaire. Swisscom vérifie également, lors de la revue des salaires, si des écarts existent entre les salaires des hommes et des femmes au sein de chaque unité d'organisation et, le cas échéant, les corrige de manière ciblée. Par ailleurs, Swisscom utilise l'instrument de la Confédération pour l'égalité des salaires (Logib) pour contrôler périodiquement les différences de salaire entre les hommes et les femmes quant à la structure salariale. Jusqu'à présent, les enquêtes effectuées n'ont révélé que de faibles différences de salaires, qui se situent nettement en deçà du seuil de tolérance de 5%. En 2011, Swisscom a adhéré au Dialogue sur l'égalité des salaires, une initiative lancée par les associations faîtières d'employeurs et d'employés ainsi que par la Confédération et dont le but est de contrôler l'égalité des salaires. Swisscom a terminé le Dialogue sur l'égalité des salaires avec succès, confirmant ainsi que l'entreprise applique le principe de l'égalité des salaires.

## Satisfaction des collaborateurs

Tous les deux ans, Swisscom réalise une vaste enquête pour déterminer le degré de satisfaction de ses collaborateurs. Lors de la dernière enquête menée en mai 2010, le taux de participation s'est élevé à 74,3%. L'enquête a mis en évidence un degré élevé de satisfaction au travail et un attachement à l'entreprise supérieur à la moyenne de la part des collaborateurs.

Il importe d'informer clairement le personnel sur l'utilisation responsable des moyens financiers, les investissements futurs de grande envergure ainsi que les perspectives qui s'y rapportent. Actuellement, les cadres de tous les échelons accordent davantage d'attention à cette tâche particulière. Les responsables des divisions se sont vu confier en outre des mandats concrets qui ont pour mission de renforcer l'encadrement dans l'environnement dynamique de Swisscom et de promouvoir la confiance et la responsabilité individuelle au sein de l'organisation. Les résultats de ces mesures seront communiqués lors de la prochaine enquête, au début de l'été 2012.

## Affiliations et partenariats

Swisscom est membre de plusieurs institutions nationales et internationales traitant de sujets relatifs aux ressources humaines. Ces institutions sont notamment les suivantes:

- **International Institute of Management in Technology à Fribourg (iimt):** l'institut propose des programmes exécutifs et mène des travaux de recherche dans les domaines de TIC et de l'Utility Management.
- **Union patronale suisse à Zurich:** l'association défend la paix sociale ainsi qu'un partenariat social constructif.
- **Corporate Leadership Council à Londres:** l'institution effectue des recherches portant sur les pratiques d'excellence (Best Practices) en matière de conduite d'entreprise.
- **Generation CEO en Allemagne:** Generation CEO est une initiative destinée à promouvoir les talents féminins parmi les cadres.
- **SWONET à Rombach:** le portail Internet SWONET (Swiss Women Network) met en réseau différentes organisations féminines suisses.

## L'effectif du personnel en chiffres

	Unité	2009	2009 en %	2010	2010 en %	2011	2011 en %
<b>Structure du personnel en Suisse</b>							
Collaborateurs en équivalents plein-temps	FTE/%	15 995	100,0%	16 064	100,0%	16 628	100,0%
<b>Dont collaborateurs inclus dans les chiffres clés suivants</b>							
	FTE/%	<b>15 641</b>	<b>97,8%</b>	<b>15 616</b>	<b>97,2%</b>	<b>16 398</b>	<b>98,6%</b>
Collaborateurs équivalents plein-temps	FTE/%	13 571	86,8%	13 500	86,4%	14 208	86,6%
Collaborateurs à temps partiel	FTE/%	2 070	13,2%	2 116	13,6%	2 190	13,4%
Collaborateurs à engagement de durée déterminée	FTE/%	15 538	99,3%	15 478	99,1%	16 342	99,7%
Collaborateurs à engagement de durée indéterminée	FTE/%	103	0,7%	138	0,9%	56	0,3%
Taux de femmes	FTE/%	4 435	28,4%	4 357	27,9%	4 546	27,7%
Taux d'hommes	FTE/%	11 206	71,6%	11 259	72,1%	11 852	72,3%
Collaborateurs (jusqu'à 30 ans)	FTE/%	2 589	16,6%	2 531	16,2%	2 754	16,8%
Collaborateurs (entre 30 et 50 ans)	FTE/%	9 885	63,2%	9 798	62,8%	9 990	61,0%
Collaborateurs (plus de 50 ans)	FTE/%	3 167	20,2%	3 287	21,0%	3 654	22,3%
Age moyen	Années	41,0	n.a.	41,2	n.a.	41,3	n.a.
Taux de femmes dans le management supérieur	FTE/%	12	9,8%	15	12,0%	15	11,8%
Taux d'hommes dans le management supérieur	FTE/%	110	90,2%	110	88,0%	112	88,2%
Taux de femmes dans le management intermédiaire	FTE/%	207	10,0%	212	9,7%	242	10,4%
Taux d'hommes dans le management intermédiaire	FTE/%	1 868	90,0%	1 968	90,3%	2 078	89,6%
Collaborateurs temporaires	FTE	1 217	7,8%	1 415	9,1%	1 520	9,3%
Postes d'apprentissage	Nombre de postes	840	5,4%	805	5,2%	800	4,9%
<b>Développement du personnel en Suisse</b>							
Part de Performance Dialog effectuée	Nombre	13 481	86,2%	14 137	90,5%	16 201	98,8%
<b>Fluctuation en Suisse</b>							
Départs/taux de fluctuation des femmes	FTE/%	575	13,0%	551	12,6%	534	11,7%
Départs/taux de fluctuation des hommes	FTE/%	1 177	10,5%	1 179	10,5%	1 421	12,0%
Taux de fluctuation total	FTE/%	1 751	11,2%	1 730	11,1%	1 955	11,9%
Départs des collaborateurs jusqu'à l'âge de 30 ans	FTE/%	411	23,5%	419	24,2%	464	23,7%
Départs des collaborateurs plus âgés que 50 ans	FTE/%	969	55,3%	905	52,3%	1 119	57,2%
Départs des collaborateurs entre 30 et 50 ans	FTE/%	371	21,2%	406	23,5%	371	19,0%
<b>Absences dues aux accidents et à la maladie en Suisse</b>							
Absences dues aux maladies professionnelles	Nombre de jours	580	0,015%	377	0,010%	5	–
Absences dues aux maladies	Nombre de jours	111 731	2,79%	97 856	2,46%	98 916	2,39%
Absences dues aux accidents professionnels/taux d'accidents professionnels	Nombre de jours	2 821	0,07%	2 752	0,07%	2 252	0,05%
Absences dues aux accidents non professionnels/taux d'accidents non professionnels	Nombre de jours	15 353	0,38%	17 199	0,42%	15 037	0,36%
Absences totales	Nombre de jours	130 475	3,26%	118 184	2,92%	116 210	2,80%
Absences par FTE	Nombre de jour/FTE	8,3	n.a.	7,6	n.a.	7,1	n.a.

# Engagement social et culturel

Swisscom et son histoire sont étroitement liées à la Suisse et à sa population. Aussi Swisscom s'engage-t-elle par tradition en faveur de la Suisse et met tout en œuvre pour que l'ensemble des citoyens puissent profiter des dernières technologies. Grâce à ses prestations et à son savoir-faire, Swisscom soutient en outre des organisations à but non lucratif.

Orientée sur le long terme, la politique de Swisscom en matière de parrainage repose sur deux piliers: les sports de neige et la culture dans toute sa diversité. Les activités de sponsorisation se répartissent entre toutes les régions du pays et s'adressent à des groupes d'intérêt très différents. Pour leur part, les partenaires de sponsoring de Swisscom sont tenus de fournir un rapport de leurs activités et de leurs succès.

## Festivals, musées, fondations

Swisscom soutient les principaux festivals de musique en plein air du pays, très fréquentés, ainsi que l'AVO Session à Bâle. En sa qualité de sponsor principal du Festival international du film de Locarno, elle soutient également le cinéma. Swisscom s'engage en tant que partenaire de communication lors de la distribution de nouveaux films, triés sur le volet. Pour les seniors qui aiment danser, Swisscom et Pro Senectute organisent des bals sur les places publiques.

Swisscom parraine la fondation du Musée de la communication, qui présente au public la communication sociale sous ses formes passées, présentes et futures. Des sondages montrent que les visiteurs apprécient le caractère familial et expérimental du musée. En l'espace de huit mois, l'exposition temporaire inaugurée en octobre 2010 et intitulée «Où es-tu? Le portable, c'est la mobilité» a attiré 27'851 visiteurs.

Swisscom soutient la fondation Sasso San Gottardo et est désormais le partenaire principal de l'univers thématique créé en 2012 et dédié à la mobilité, à l'espace, à la sécurité, à l'eau, à l'énergie, à la météo et au climat.

## Sports de neige

Leading Partner de Swiss Olympic et Partner du Swiss Paralympic Committee, Swisscom s'intéresse au sport de haut niveau. Le programme de promotion de la relève, «Golden Talents», a été mis sur pied avec Swiss Olympic. Il permet aux revendeurs spécialisés de Swisscom d'encourager les talents locaux. 30 sportifs de haut niveau de toute la Suisse bénéficient d'un soutien de CHF 1'000 par mois dans le cadre de l'initiative. L'engagement sportif de Swisscom est axé avant tout sur les sports de neige. En sa qualité de sponsor principal de Swiss-Ski, Swisscom soutient les efforts des sportifs suisses pour leur permettre d'améliorer leurs performances dans les disciplines suivantes: ski alpin, ski nordique, snowboard, freestyle et télémark. Dans le cadre du partenariat conclu avec Swiss-Ski, Swisscom consacre 20% des contributions de sponsoring annuelles à la promotion de la relève. Par ailleurs, elle a élaboré un concept de relève pour le ski alpin. Axé en premier lieu sur la sélection et la promotion de la relève, le concept s'attache également à proposer des possibilités d'entraînement pour permettre à la Swisscom Junior Team Alpin de se préparer de manière ciblée aux Championnats du monde juniors. Swisscom contribue à renforcer la place helvétique dans son statut de pays organisateur d'événements sportifs et de nation de sports d'hiver en soutenant, en sa qualité de partenaire officiel de télécommunication, toutes les épreuves FIS de la Coupe du monde organisées en Suisse.

## Promotion économique

Swisscom promeut l'esprit d'entreprise dans tout le pays. Swisscom soutient les nouveaux entrepreneurs via son partenariat avec le Swiss Venture Club et l'Institut pour Jeunes Entreprises (Institut für Jungunternehmen). Elle s'engage également dans le cadre des congrès économiques d'envergure suivants: Swiss Economic Forum, Swiss Innovation Forum et Journée Suisse des PME.

## Corporate Giving et personnes en détresse

 Voir sous  
[www.bonheur.ch](http://www.bonheur.ch)

Avec sa stratégie Corporate Giving, Swisscom entend documenter et entretenir les liens forts qui l'unissent à la Suisse. Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a poursuivi ses partenariats avec la Chaîne du Bonheur et Tél. 143 – la Main Tendue. En 2011, la Chaîne du Bonheur a collecté par exemple plus de CHF 28 millions pour les personnes touchées par la famine en Afrique. Swisscom soutient l'action de collecte de la Chaîne du Bonheur en mettant à disposition des prestations de télécommunication.

 Voir sous  
[www.143.ch](http://www.143.ch)

Ouvert 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, le service «Tél. 143 – la Main Tendue» aide les personnes désespérées et désemparées. Plus de 600 personnes, dont la plupart sont des bénévoles, répondent chaque année à plus de 150'000 appels et prodiguent des conseils pour sortir des situations sans issue. Il est également possible de prendre contact avec la Main Tendue via d'autres canaux, par exemple par e-mail ou chat individuel. D'ailleurs, le nombre des demandes envoyées par ces deux derniers moyens de communication ne cesse d'augmenter. Swisscom apporte une contribution substantielle au service «Tél. 143 – la Main Tendue», aussi bien sur le plan financier que par le biais de prestations en nature, et soutient le secrétariat central tout comme les 14 associations régionales.

Du 12 au 17 décembre 2011, Swisscom a participé à la collecte de fonds «Jeder Rappen zählt» (chaque centime compte) en qualité de partenaire de télécommunication. En collaboration avec DRS 3, SF et la Chaîne du Bonheur, «Jeder Rappen zählt» a collecté des fonds pour les mères en détresse. Swisscom a mis gratuitement à disposition l'infrastructure de télécommunication devant le Centre des Congrès et de la Culture de Lucerne (KKL) pendant la semaine de dons, permettant ainsi la réalisation du projet. Plus de 94 apprentis de Swisscom ont répondu aux appels des donateurs, de 7h00 à 22h00. En outre, Swisscom a collecté, dans le cadre de la campagne «Chaque portable compte», d'anciens téléphones mobiles et apporté ainsi un soutien financier à «Jeder Rappen zählt». Les appareils collectés sont revendus dans des pays à faible pouvoir d'achat et permettent ainsi à leurs habitants d'accéder à la communication mobile. La recette des ventes est intégralement reversée à l'action «Jeder Rappen zählt».

## Initiative «Pionniers du climat»

L'initiative «Pionniers du climat» offre aux classes allant de l'école enfantine au degré secondaire la possibilité de réaliser leur propre projet en faveur de la protection du climat. Swisscom a créé le projet «Pionniers du climat» en partenariat avec Solar Impulse et l'organisation de protection du climat myclimate. Elle entend inciter les enfants et les jeunes à jouer un rôle actif et à contribuer dans une large mesure à la protection du climat.

L'initiative «Pionniers du climat» est parrainée par deux personnalités, Bertrand Piccard et André Borschberg, qui prévoient de faire le tour du monde en 2014 à bord de l'avion solaire Solar Impulse. Ils entendent ainsi démontrer le potentiel des énergies renouvelables.

En 2011, 1'500 pionniers du climat ont mis en œuvre 100 projets climatiques au total, et ce en grande partie en Suisse alémanique. L'année prochaine, l'initiative mènera ses premiers projets en Suisse romande.

  
Voir sous  
[www.klimapioniere.ch](http://www.klimapioniere.ch)

## Solar Impulse

Le projet Solar Impulse d'André Borschberg et de Bertrand Piccard envoie un signal fort en faveur de l'efficacité énergétique, des technologies propres et de l'innovation. C'est pourquoi Swisscom parraine ce projet depuis 2009 à titre de partenaire national de télécommunications.

Dans le cadre du partenariat conclu avec Solar Impulse, Swisscom a développé une solution de télécommunication ultralégère et peu gourmande en énergie, qui permet au pilote de communiquer à tout moment avec son équipe au sol durant tout son voyage autour de la Terre. En 2011, l'avion solaire a effectué son tout premier vol à destination de l'étranger. Ce voyage a été l'occasion de tester la solution de télécommunication mise au point par Swisscom et destinée à assurer l'ensemble de la communication entre le pilote/l'avion et l'équipe au sol.

# Innovation et développement

Swisscom suit un processus d'innovation basé sur l'exploration, l'incubation et la mise en œuvre. Swisscom identifie des thèmes d'avenir en fonction de ces trois éléments, retient les plus prometteurs et les amène à maturité commerciale.

Swisscom Innovation identifie les thèmes d'avenir pertinents, exploite de nouveaux secteurs de croissance, détermine les futurs besoins des clients et veille à éviter toute dépense inutile. Désormais répartie dans trois nouveaux secteurs – Innovation infrastructure, Innovation service et Nouveaux secteurs d'activité et perspectives – Swisscom Innovation entend réagir au mieux à l'évolution rapide du marché et promouvoir certains thèmes de manière encore plus ciblée.

## Processus d'innovation

### Recherche

Swisscom axe ses recherches à long terme sur les six sujets suivants:

- **Futurs modèles commerciaux du secteur des télécommunications:** grâce à ses compétences avérées en tant qu'entreprise de télécommunication, Swisscom souhaite proposer de nouvelles prestations complémentaires et devenir un maillon fort de la chaîne de création de valeur relative aux services Internet. Swisscom, qui jette un pont entre les fournisseurs de services Internet et les utilisateurs finaux, offre également des outils pour la gestion de l'identité, des données et de la sécurité.
- **Evolution future des réseaux à haut débit:** la demande croissante en bande passante ainsi que le désir des clients d'être en tout lieu et en tout temps en ligne posent de nouveaux défis à l'infrastructure de télécommunication. Swisscom présente des solutions d'avenir pour répondre aux besoins des clients en termes de services dans un univers axé sur le Cloud.
- **Réseau et infrastructure informatique durables:** une prise de conscience grandissante s'impose dans le domaine du développement durable. Qui plus est, l'évolution future du prix de l'énergie pourrait considérablement grever les budgets des fournisseurs de TIC. Aussi, l'augmentation de l'efficacité énergétique et la promotion des services Green ICT doivent aider Swisscom à réduire les coûts et à se différencier de ses concurrents.
- **Evolution dans les domaines de la TV et du divertissement:** tandis que les possibilités techniques dans le secteur de la télévision et du divertissement changent rapidement, de nouveaux fournisseurs de services, tant globaux que locaux, envahissent le marché. Swisscom suit les tendances en matière de technologie et d'écosystème, et élabore de nouvelles solutions pour que son offre télévisuelle et de divertissement reste compétitive à l'avenir.
- **Développements concernant les services de collaboration et de communication:** le monde professionnel, dynamique, qui mise toujours plus sur la collaboration entre des équipes séparées géographiquement, appelle la création de nouveaux services. Swisscom analyse des produits – par exemple dans le domaine de la communication vidéo – et des outils de collaboration afin de répondre aux besoins changeants de sa clientèle.
- **Interactions avec les clients renforcées:** Swisscom recherche des idées novatrices et séduisantes en vue d'améliorer et de personnaliser les expériences de ses clients dans les Shops, sur Internet ou au Call Center.

## Incubation et mise en œuvre

Swisscom est disposée à considérer toute nouvelle idée issue de la recherche permettant d'exploiter de nouveaux secteurs d'activité ou d'optimiser les coûts. Aussi étudie-t-elle chaque idée prometteuse à l'aune de trois éléments: rentabilité, promesse faite au client et faisabilité. Si une idée satisfait à ces exigences, elle est alors rapidement testée et mise en œuvre sur le marché. Pour l'heure, Swisscom explore notamment de nouvelles pistes concernant les services numériques à domicile, la création de nouvelles expériences télévisuelles ou la réalisation d'économies d'énergie dans ses centres de calcul.

  
Voir sous  
[www.swisscom.ch/innovation/fr](http://www.swisscom.ch/innovation/fr)

Les nouvelles idées germent dans l'entreprise ou, dans un esprit d'Open Innovation, sont proposées par les clients, les start-up ou les partenaires. Les Swisscom Labs offrent une plateforme d'Open Innovation sur laquelle sont inscrits plusieurs milliers d'utilisateurs.

## Projet Green Touch

Green Touch est une initiative internationale qui vise à multiplier par mille l'efficacité énergétique des réseaux de télécommunications. Lancée en 2010, l'initiative Green Touch est portée par un consortium réunissant 50 fabricants, instituts scientifiques et opérateurs. Swisscom, qui est l'un des membres fondateurs de Green Touch, en a suivi attentivement le lancement et s'implique dans deux domaines de recherche.

  
Voir sous  
[www.greentouch.org](http://www.greentouch.org)

Durant sa deuxième année d'existence, Green Touch a présenté au grand public l'un des prototypes mis au point par certains partenaires. Ce prototype est en mesure de réduire sensiblement l'émission de rayonnement d'une installation en combinant différentes antennes.

## Succès

Exemples de produits qui ont été développés jusqu'à leur maturité commerciale:

- **Mobile ID:** Mobile ID est un système d'authentification sûre destiné aux applications des entreprises, comme l'accès à distance par téléphone mobile. Grâce à une nouvelle fonction sur la carte SIM, il n'est plus nécessaire d'utiliser des appareils supplémentaires ou de saisir des codes complexes. En optant pour Mobile ID, les entreprises bénéficient d'un système d'authentification sûre et convivial proposé sous la forme d'un service géré. Ce dernier ne requiert aucune installation logicielle sur le téléphone mobile.
- **Communication de machine à machine:** cette forme de communication connaît une forte croissance. Le nombre de machines communiquant entre elles devrait bientôt dépasser celui des clients de la téléphonie mobile. L'«Internet des objets» contribue à simplifier les processus, abaisser les coûts et améliorer la durabilité des ressources limitées. Désireuse, elle aussi, de stimuler la communication entre les terminaux, Swisscom a créé un nouveau service qui accompagne les clients depuis l'idée du projet jusqu'à l'exploitation.

# Certificats et distinctions

En 2011, des agences de notation indépendantes ont attribué de bonnes notes à Swisscom.

## Evaluation externe de Swisscom

 Voir sous  
[www.swisscom.ch/  
ratings/fr](http://www.swisscom.ch/ratings/fr)

Des experts et institutions externes – les agences de notation – évaluent régulièrement les prestations de Swisscom. Pour ce faire, chaque agence applique une méthode et des critères d'évaluation qui lui sont propres. Swisscom satisfait à toutes les évaluations: les bonnes prestations qu'elle fournit en permanence sont confirmées dans le cadre de son engagement en matière de développement durable. En 2011, elle a encore amélioré ses résultats dans les classements. Ils entrent notamment en ligne de compte pour mesurer l'impact de la stratégie mise en œuvre en matière de responsabilité d'entreprise.

## Classements 2011

- **Ethisphere most ethical companies:** 1<sup>re</sup> place dans la catégorie Télécommunications
- **Classement écologique du magazine Bilanz:** 1<sup>er</sup> rang
- **Newsweek Green Ranking 2011:** 10<sup>e</sup> position mondiale
- **Carbon Disclosure Project:** 85 points
- **Verdantix:** Sustainable Telecoms Europe: parmi les 5 premiers en Europe
- **Dow Jones Sustainability Index:** Silver Class

## Autres distinctions significatives en 2011

- Prix Suisse de l'Ethique pour l'engagement en faveur de la promotion de la compétence en matière de médias
- Prix ecosport.ch pour la mise en œuvre durable des Swisscom Games
- Gigaton Award dans la catégorie Télécommunications pour les prestations dans le domaine Green ICT

# Informations sur l'établissement du rapport selon les Lignes directrices GRI

Swisscom présente ses engagements et ses activités dans le domaine du développement durable, conformément aux exigences de la Global Reporting Initiative (GRI).

## Périmètre du rapport

L'établissement du rapport de développement durable selon les Lignes directrices GRI (Global Reporting Initiative) s'inscrit dans le périmètre suivant: l'établissement du rapport de développement durable prend en compte Swisscom SA et toutes les sociétés du groupe qui ont leur siège en Suisse et qui sont consolidées intégralement selon les International Financial Reporting Standards (IFRS). Les filiales acquises sont prises en compte à partir de leur acquisition et les filiales sortantes jusqu'à leur cession. Il n'est tenu compte d'aucune société du groupe dont le siège est implanté à l'étranger ni d'aucune entreprise associée ou coentreprise. Fastweb et le groupe Swisscom Hospitality constituent les principales participations étrangères. Les fondations com-Plan (caisse de pensions) et sovis liées à Swisscom ne sont pas comprises dans le périmètre du rapport. Un graphique relatif au champ d'étude GRI et à la structure juridique figure au chapitre Structure du groupe et organisation.

Les directives du groupe s'appliquent aux filiales pour les différents domaines pertinents en matière de développement durable selon la GRI. Par ailleurs, les normes et directives spécifiques, notamment celles relatives au refroidissement des centres de calcul ou à la suppression de stations émettrices, y sont intégrées.

Les chiffres clés relatifs aux collaborateurs, en particulier ceux concernant la structure de l'effectif et les fluctuations, couvrent 99% des équivalents plein-temps. Ceux concernant les absences dues aux accidents et à la maladie couvrent plus de 95% des équivalents plein-temps.

Les chiffres clés relatifs à l'environnement (en particulier ceux concernant l'énergie, l'eau/les eaux usées, les émissions et les déchets) couvrent presque 100% des équivalents plein-temps en Suisse. L'établissement du rapport englobe tous les bâtiments administrés par la division de gestion d'immeubles de Swisscom en Suisse ainsi que la flotte de véhicules gérée par le Fleet Travel Management de Swisscom. En matière de consommation électrique, une filiale (Swisscom IT Services Finance SA) qui n'est pas administrée par la gestion d'immeubles de Swisscom est également intégrée au système d'enregistrement des données. Pour cette entreprise, la consommation de courant est calculée sur la base de la facture d'électricité et non des compteurs électriques.

Pour l'établissement du rapport de 2011, les données relatives à la consommation électrique ont été mesurées pendant les trois premiers trimestres et extrapolées à l'année tout entière.

La liste des sociétés du groupe englobant les filiales, les entreprises associées et les coentreprises figure dans les notes aux comptes consolidés du groupe.

## Directives et niveau d'application

Le champ d'étude et le contenu du rapport de développement durable sont établis sur la base des Lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI 3.0) en vigueur. Ces Lignes directrices servent de norme mondiale aux entreprises pour l'établissement de leurs rapports de développement durable. Selon Swisscom, le rapport 2011 sur la responsabilité d'entreprise est conforme au niveau d'application A+ des directives GRI 3.0.

Dans son audit, la Société Générale de Surveillance (SGS) SA a confirmé cette appréciation.



## CERTIFICATION

### CERTIFICATION SGS du rapport GRI 2011 sur le développement durable de Swisscom SA

#### ETENDUE

La SGS a été mandatée par Swisscom pour procéder à une vérification indépendante des publications basées sur le GRI, concernant le développement durable en 2011. Notre champ d'études comprenait les devoirs de publication et les chiffres-clés GRI selon l'index GRI publié sur [www.swisscom.com/GRI-2011/fr](http://www.swisscom.com/GRI-2011/fr). La vérification (Assurance) est basée sur la méthodologie «SGS Sustainability Report Assurance» et comprenait tous les textes et les données pour 2011 figurant dans le rapport annuel 2011 imprimé, les tableaux joints, ainsi que sur les informations disponibles sur le site Internet de Swisscom auxquelles l'index GRI fait référence. Lors de la vérification, il n'a pas été tenu compte des données des années précédentes.

#### CONTENU

Le conseil d'administration ou la direction et le management de l'organisation sont responsables des informations figurant dans le rapport annuel, ainsi que sur le site Internet et dans les présentations. D'aucune manière la SGS n'a été impliquée dans la préparation des informations contenues dans l'index GRI. Elle a uniquement réalisé un contrôle indépendant des données et des textes au moyen des «Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (2006)». La SGS est exclusivement responsable du contenu de la présente déclaration, ainsi que des opinions qui y sont exprimées.

#### INDEPENDANCE ET COMPETENCES DE L'ORGANE DE CERTIFICATION

Le Groupe SGS est actif en tant que chef de file mondial dans les domaines des contrôles, des tests, des vérifications et des certifications dans plus de 140 pays et fournit des services, y compris la certification des systèmes et des services de management. La SGS confirme être indépendante de Swisscom. Elle est impartiale et il n'existe pas de conflit d'intérêts avec l'organisation, ses filiales et ses bénéficiaires. Pour cette vérification, l'équipe de certification a été composée sur la base de ses connaissances, son expérience et ses qualifications.

#### METHODOLOGIE

Sur la base des directives actuelles de Best-Practice, faisant partie des «Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (2006)», le groupe SGS a développé une série de protocoles servant à la vérification (Assurance) des rapports sur le développement durable. De plus, la SGS a certifié selon la norme ISO 14001 :2004 les systèmes de gestion de l'environnement de Swisscom (Suisse) SA, Swisscom Broadcast SA et de cablex SA, de même que SQS pour le système de gestion de l'environnement de Swisscom IT Services SA. La vérification (Assurance) a inclus l'analyse de sources externes, les entretiens avec des membres du personnel concernés et le contrôle de la documentation et de notes, ainsi que la validation de celles-ci auprès d'organismes externes ou de bénéficiaires, le cas échéant. Les données financières, directement tirées du rapport financier préalablement vérifié de façon indépendante, n'ont pas été contrôlées une nouvelle fois dans le cadre du présent rapport.

#### MENTION DE VALIDATION

Les déclarations contenues dans le présent rapport se réfèrent à la limite du système donné (sociétés du Groupe basées en Suisse). Sur la base de la méthodologie susmentionnée, nous n'avons pas relevé de faits nous permettant de conclure que les informations et données publiées par Swisscom SA selon l'index GRI 2011 pouvaient être fausses ou erronées. Selon nous, les informations et les données publiées donnent une image juste et équitable des efforts en matière de durabilité entrepris par Swisscom en 2011. Les prévisions mentionnées dans le rapport sont défendables. La mise en place des directives pertinentes selon la GRI a été réalisée dans les participations pour lesquelles Swisscom a estimé que lesdites directives étaient déterminantes, respectivement applicables. Des potentiels d'amélioration ont été reconnus, notamment en matière de processus de fixation d'objectifs ainsi que dans le contrôle systématique et global de la mise en place des directives. Cela a été intégré au tableau des objectifs.

Nous sommes d'avis que les lacunes qui subsistent encore ne sont pas importantes et que le rapport de durabilité selon l'index GRI (2006) répond aux exigences du niveau «A+».

#### SIGNÉ AU NOM DE LA SGS

Jakob Koster, Lead Auditor

Elvira Bieri, Lead Auditor