

2014

Rapport de durabilité

Responsabilité d'entreprise

Répondre de manière responsable aux attentes de nos parties prenantes.

295 000

personnes au total ont participé jusqu'à présent aux cours sur la compétence en matière de médias.



Introduction	4 Lettre aux parties prenantes 5 Environnement durable 8 Thèmes centraux 10 A propos de ce rapport 12 Valeurs fondamentales
Stratégie Corporate Responsibility	13 Axes stratégiques et objectifs 18 Gouvernance et mise en œuvre de la Corporate Responsibility 20 Approches de gestion
Efficacité énergétique et protection du climat	23 Environnement, objectifs et approche de gestion 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT 27 Emissions CO ₂ , consommation d'énergie et efficacité énergétique 32 Bilan CO ₂ et champs d'application 1, 2 et 3 du protocole des gaz à effet de serre (GES) 33 Autres thèmes environnementaux au sein de l'entreprise 37 Indicateurs environnementaux en Suisse
Mode de travail et mode de vie	38 Environnement, objectifs et approche de gestion 39 Offres pour le travail flexible 40 Offres dans le domaine de la santé 41 Technologies de communication à faible rayonnement
Compétences médias et sécurité	43 Environnement, objectifs et approche de gestion 43 Protection des données 44 Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence médias 47 Initiative «Internet à l'école»
Un employeur attrayant	48 Environnement, objectifs et approche de gestion 49 Développement du personnel 50 Recrutement de personnel 51 Santé et sécurité au travail 54 Diversity 58 Collaborateurs: les chiffres
Chaîne d'approvisionnement équitable	60 Environnement, objectifs et approche de gestion 61 Gestion des risques des fournisseurs
Une Suisse interconnectée	66 Environnement, objectifs et approche de gestion 67 Service universel 67 Neutralité des réseaux
Engagement social et culturel	68 L'engagement de Swisscom
Innovation et développement	73 «Open Innovation», un facteur de réussite 74 Champs thématiques spécifiques à l'innovation 75 Projets d'innovation en cours
Affiliations et partenariats	76 Principes relatifs aux affiliations et aux partenariats 76 Affiliations et partenariats
Certification SGS et GRI	80 Rapport GRI 2014 sur le développement durable de Swisscom SA 81 Index GRI

Introduction

Voir sous
[www.swisscom.ch/
rapport climatique](http://www.swisscom.ch/rapport-climatique)

Le rapport sur le développement durable se conforme aux lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) et fait partie intégrante du rapport annuel de Swisscom. Il aborde le développement durable comme une responsabilité entrepreneuriale et contient des informations sur des thèmes cruciaux pour Swisscom et pour ses parties prenantes. Swisscom publie en outre un rapport climatique complet selon la norme ISO 14064.

Lettre aux parties prenantes

Chères lectrices, chers lecteurs

Swisscom entend assumer ses responsabilités à l'égard de l'environnement, de la société et de l'économie, aujourd'hui comme demain. A notre stratégie d'entreprise, nous avons ajouté une stratégie de développement durable, fruit de nombreux dialogues avec les clients, les organisations non gouvernementales, les politiques et les spécialistes. Reflétant l'engagement de Swisscom en faveur de l'environnement, de la société et de l'économie, cette stratégie définit six objectifs que nous entendons réaliser d'ici 2020 dans différents domaines: protection climatique, mode de travail et mode de vie, compétence médias, chaîne d'approvisionnement équitable et Suisse interconnectée.

Ainsi, grâce à l'utilisation des services ICT, Swisscom veut contribuer à économiser une quantité de CO₂ deux fois supérieure à celle qu'elle génère sur l'ensemble de son exploitation et de sa chaîne d'approvisionnement. Au-delà des aspects environnementaux et de l'objectif économique visant la mise en réseau de la Suisse, la stratégie s'intéresse avant tout aux individus. Au travers de l'objectif «Mode de travail et mode de vie», nous souhaitons aider un million de clients à mettre en œuvre le travail mobile et à adopter un mode de vie sain. Dans le domaine de la compétence médias, nous voulons nous imposer comme un acteur de premier plan dans le domaine de la sécurité des données et inciter un million de personnes à aborder les médias de manière sûre et responsable. Par notre engagement, nous entendons contribuer à long terme à la prospérité de la Suisse et favoriser une attitude respectueuse des individus et de la nature. Le «développement durable» tient une place centrale au sein de nos nouvelles valeurs fondamentales. Nous le concevons comme une réflexion globale, pluridisciplinaire, visant à assurer la prospérité de l'entreprise à long terme, assumer nos responsabilités et ménager les ressources. Nous entretenons des liens étroits avec la société suisse: les individus qui la composent et leurs relations sont au cœur de notre action.

Bien cordialement,



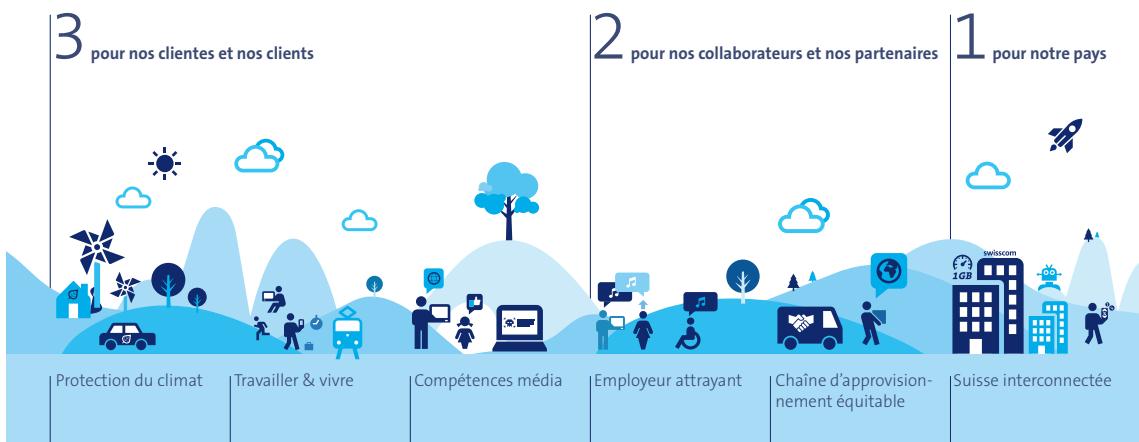
Stefan Nünlist
Responsable Communication d'entreprise



Res Witschi
Responsable Corporate Responsibility

Environnement durable

Swisscom accorde une grande importance au développement durable. Il s'agit de ménager les ressources, tout en assurant une communication adéquate à cet égard. Les enjeux sont cruciaux pour Swisscom en sa qualité de fournisseur d'infrastructure et d'entreprise assurant un service public. Ils le sont d'autant plus qu'elle doit répondre aux attentes d'une multitude de parties prenantes dans le domaine du développement durable, notamment les clients, les collaborateurs et aussi la Confédération en sa qualité d'actionnaire principal de Swisscom et de législateur. Economie durable et responsabilité à long terme sont des valeurs essentielles en faveur desquelles Swisscom s'engage. Elles se reflètent dans sa stratégie d'entreprise et dans ses valeurs fondamentales et sont mises en œuvre au travers de la stratégie Corporate Responsibility (stratégie CR). Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a continué de promouvoir l'intégration de la Corporate Responsibility, notamment du point de vue écologique et social. Swisscom a en outre étendu sa stratégie CR à sa filiale italienne Fastweb.



Chaîne de création de valeur et principaux aspects de la Corporate Responsibility

5

Swisscom réalise l'essentiel de sa création de valeur en Suisse. Au cours de l'exercice sous revue, les activités à l'étranger ont contribué à hauteur de 4% (exercice précédent 5%) à la création de valeur opérationnelle du groupe. Le rapport financier décrit de façon détaillée les activités de Swisscom. Des répercussions positives et négatives pour l'environnement, l'économie et la société sont générées tout au long des chaînes de création de valeur et d'approvisionnement:

- La fourniture de biens de consommation et d'investissement et leur transport en Suisse ont des répercussions écologiques sur la consommation d'énergie, l'utilisation des ressources et les émissions de CO₂.
- La mise à disposition d'infrastructures et de services de télécommunication contribue à la compétitivité de la Suisse et de l'Italie (Fastweb).
- L'utilisation des services de Swisscom est enrichissante pour ses clients, mais s'accompagne également de certains défis.
- La création et le maintien d'emplois en Suisse, en Italie et dans les chaînes d'approvisionnement revêtent une dimension à la fois sociale et économique.

Les répercussions précitées sur l'environnement, l'économie et la société sont classées selon leur importance. Ce classement est réalisé en coopération avec les parties prenantes et permet ainsi de mieux définir les axes stratégiques.

Implication des parties prenantes

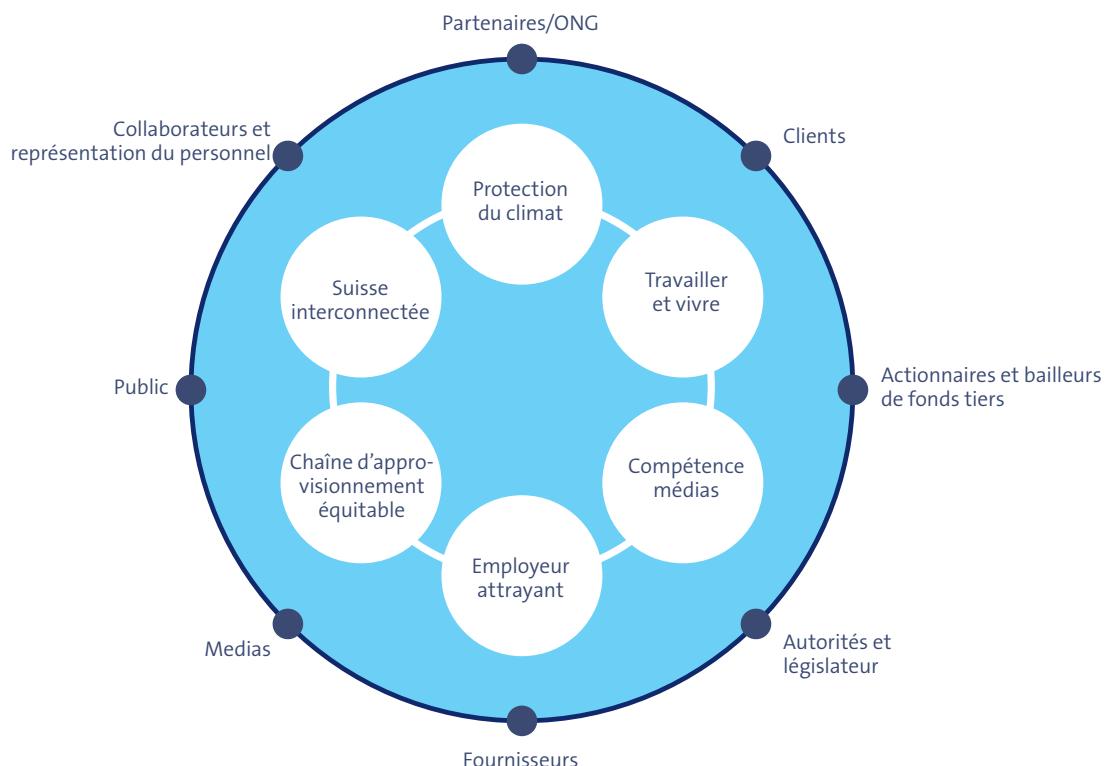
Swisscom recherche le dialogue avec ses principales parties prenantes. Elle emploie pour ce faire différents moyens: médias électroniques, entretiens téléphoniques, enquêtes, séances d'information ou de travail, roadshows, conférences, visites chez le client, Swisscom Shops. Comme les années précédentes, en 2014, Swisscom a également intégré directement les attentes et les demandes des parties prenantes, leur a attribué une importance prioritaire et les a notamment incorporées dans sa stratégie CR. Les attentes des parties prenantes évoluent avec le temps. En 2014, cette évolution a influencé de façon très marquante la stratégie CR applicable jusqu'en 2020. Swisscom organise la gestion des parties prenantes de manière décentralisée, de façon à garantir une grande proximité avec ces dernières et à maintenir un contact permanent. Dans le cadre du développement de la stratégie CR et sur mandat de la Direction du groupe, elle a lancé en 2014 le dialogue exécutif sur la Corporate Responsibility. Ce dialogue donne lieu à un échange entre les membres de la Direction du groupe et les dirigeants des principales parties prenantes autour des six objectifs stratégiques de la Corporate Responsibility. Les premiers dialogues ont eu lieu en 2014. La nouvelle stratégie CR, le rôle des TIC dans la protection climatique, les formes de travail flexibles et le critère du développement durable dans les ratings et les placements y ont notamment été examinés. En 2015, Swisscom prévoit de mener une enquête auprès d'autres parties prenantes.

Dialogue avec les parties prenantes et thèmes stratégiques

Voir rapport sur le développement durable
page 73

Le dialogue avec les parties prenantes varie en fonction de la profondeur de la relation et des intérêts particuliers de ces dernières. La taille de la partie prenante concernée joue par ailleurs un rôle important dans les possibilités de dialogue. Le chapitre «Affiliations et partenariats» présente une vue synoptique des parties prenantes.

6



Clients

 Voir rapport financier page 55

Swisscom s'enquiert systématiquement auprès de ses clients privés de leurs besoins et de leur satisfaction. Les Customer Relation Managers enregistrent ainsi les besoins de leurs interlocuteurs directement lors d'un contact avec le client. Des études représentatives sur la satisfaction de la clientèle sont par ailleurs menées régulièrement. Ces dernières visent notamment à déterminer dans quelle mesure les clients perçoivent Swisscom comme une entreprise agissant de manière responsable vis-à-vis de l'environnement et de la société.

Les clients commerciaux font, quant à eux, l'objet d'enquêtes trimestrielles portant notamment sur les questions de développement durable. Swisscom entretient en outre des contacts réguliers avec les associations de consommateurs dans toutes les régions linguistiques, anime différents blogs ainsi que des plateformes de discussion en ligne. Globalement, les enquêtes font ressortir que les clients réclament une politique de prix attrayante, un service de qualité, 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.

Actionnaires et bailleurs de fonds tiers

En complément à l'Assemblée générale annuelle, Swisscom favorise les échanges avec ses actionnaires à l'occasion de présentations aux analystes, de roadshows et de conférences téléphoniques régulières. De surcroît, Swisscom entretient depuis des années des contacts ciblés avec de nombreux bailleurs de fonds tiers et autres agences de notation. Les actionnaires et les bailleurs de fonds tiers attendent en premier lieu de la part de Swisscom stabilité, rentabilité et innovation.

Autorités / riverains

 Voir rapport sur le développement durable page 39

Swisscom entretient des échanges réguliers et intensifs avec diverses autorités, notamment en ce qui concerne le développement du réseau de communication mobile. Les applications de données mobiles connaissent un succès croissant auprès de la clientèle. Toutefois, s'il apparaît que la communication mobile est largement utilisée et appréciée, le développement de l'infrastructure requise n'est, quant à lui, pas toujours accepté.

Le développement du réseau se trouve donc à la croisée d'intérêts divergents. Depuis des années, Swisscom cultive le dialogue avec les riverains et les communes en matière de planification du réseau. Cette approche lui permet, lors de projets de construction, de proposer le cas échéant aux personnes concernées d'autres emplacements appropriés. Swisscom et les autorités entretiennent également des échanges réguliers sur d'autres thèmes et dans d'autres contextes; 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 Swisscom qu'elle assume pleinement 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. Le législateur attend de Swisscom le respect des règles de conformité (Compliance), une couverture réseau à l'échelle nationale et un leadership technologique.

Fournisseurs

Les services des achats de Swisscom passent régulièrement en revue les relations avec leurs fournisseurs. Ils analysent les résultats des évaluations, formulent des conventions d'objectifs et vérifient l'exécution des prestations. Une fois par an, les services des achats se réunissent avec leurs principaux fournisseurs à l'occasion du Key Supplier Day. La réduction des risques à un minimum et la responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement sont au cœur des réflexions. Dans le cadre du dialogue avec les fournisseurs globaux, Swisscom s'appuie en outre sur des coopérations sectorielles internationales.

Médias

Swisscom entretient un dialogue nourri avec les journalistes, 7 jours sur 7. Le travail de Swisscom avec les médias s'appuie sur les principes déontologiques du journalisme. En parallèle du travail effectué par le service médias, les représentants de la Direction s'entretiennent régulièrement avec les journalistes et se tiennent à leur disposition pour des interviews et des entretiens de fond.

Collaborateurs et représentation du personnel

Pour remplir sa mission et tenir sa promesse aux clients, Swisscom doit pouvoir s'appuyer sur des collaborateurs responsables, pleinement engagés et capables d'inscrire leur réflexion dans la perspective du groupe. Swisscom n'est visible pour les clients que par l'intermédiaire de ses collaborateurs. C'est par le dialogue avec les clients que Swisscom reçoit de précieuses informations. Ces dernières remontent dans l'entreprise par l'intermédiaire des interfaces clients et permettent à Swisscom d'améliorer sans cesse ses produits et services. Grâce à de nombreuses plateformes et mesures de communication ainsi qu'à une culture d'entreprise adaptée, Swisscom encourage en outre le dialogue et l'échange au sein de l'entreprise. Tous les deux ans, elle mène une enquête auprès de ses collaborateurs, dont les résultats sont ensuite traduits en projets et mesures concrètes. Contribuer à façonner l'avenir de Swisscom est l'une des principales fonctions de la représentation du personnel. Swisscom organise deux fois par an une table ronde avec les représentants du personnel. Les requêtes des collaborateurs concernent avant tout les partenariats sociaux, la formation professionnelle et continue, la diversité (Diversity), la santé et la sécurité au travail. S'orientant sur les thématiques relatives au développement durable, Swisscom mène le dialogue «Allô l'avenir» avec les équipes de toutes les unités d'organisation. Dans le cadre de ce dialogue, elle informe les collaborateurs de son engagement en faveur du développement durable et les invite à appliquer les mesures en la matière au quotidien.

Partenaires et ONG

Swisscom attache de l'importance aux échanges avec ses partenaires dans le cadre de différents projets, notamment avec le WWF Climate Savers, myclimate, la Fondation Suisse pour la Protection de l'Enfant et des organisations qui s'occupent des besoins spécifiques des populations concernées. Les partenaires et ONG accordent une importance toute particulière à un partenariat actif et à un engagement à la fois social et écologique de la part de Swisscom.

Thèmes centraux

Critères du degré d'importance

Pour ce qui est du degré d'importance, Swisscom a défini les critères qualitatifs suivants pour l'établissement de reportings, et les a appliqués dans l'exercice sous revue:

- > importance des thèmes tirés des valeurs fondamentales de Swisscom
- > importance et pertinence des thèmes du développement durable pour les parties prenantes
- > répercussions sur la situation patrimoniale et bénéficiaire de Swisscom et sur sa réputation

Hiérarchisation des thèmes / matrice d'importance

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 et 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 divisions, la Direction de Swisscom Suisse ou la Direction du groupe discutent des thèmes en question. Le cas échéant, ces organes peuvent adopter des mesures adéquates. Les thèmes sont classés par ordre alphabétique dans chaque quadrant de la matrice.

Nouveaux classements

Les thèmes de la matrice ainsi que leur classement hiérarchique ont été confirmés par des interlocuteurs représentatifs à l'occasion d'un sondage réalisé en octobre 2013. Les autorités, les partenaires et les ONG, comme WWF et myclimate, y ont pris position sur les aspects écologiques tandis que la Fondation suisse pour la formation par l'audiovisuel (FSFA) et l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) (en charge du Programme national de promotion des compétences en matière de médias) y ont donné leur avis sur les aspects sociaux. Le sondage a fait ressortir que Swisscom devrait encore davantage promouvoir auprès des clients les produits et services susceptibles de réduire les émissions de CO₂ car ils pourraient ainsi contribuer de manière plus marquée à la lutte

contre le changement climatique. Un résultat que viennent également confirmer la dernière étude de la Global e-Sustainability Initiative (GESI, Smarter 2020) et l'analyse la plus récente de Swisscom. Par conséquent, le thème de la réduction des émissions de CO₂ chez les clients occupe une place primordiale dans la matrice.

Swisscom a en outre rattaché aux thèmes Diversity et Développement du personnel diverses problématiques, comme le manque de main-d'œuvre spécialisée et le programme «Generation Management», soulevées dans le sondage réalisé par l'OFAS et la FSFA. Un consensus s'est établi en ce qui concerne la hiérarchisation des autres thèmes.

Au cours de l'exercice, la nouvelle stratégie CR qui s'appliquera jusqu'en 2020 a été élaborée. Dans ce contexte, la collaboration entre les différents secteurs de Swisscom a permis de classer deux nouvelles activités commerciales comme cruciales, à savoir d'une part le domaine de la santé et les offres correspondantes proposées dans ce secteur, et d'autre part les offres permettant un travail flexible et la promotion d'une culture de travail mobile.

Au sens d'une plus forte participation des parties prenantes, Swisscom a examiné sa stratégie «Objectif 2:1» conjointement avec ses organismes partenaires de longue date le WWF et myclimate. Dans le cadre de l'objectif 2:1, avec le concours de ses clients, Swisscom entend économiser, à l'horizon 2020, deux fois plus de CO₂ qu'elle n'en génère dans l'entreprise et dans sa chaîne d'approvisionnement. Le dialogue avec les organismes partenaires lui a par ailleurs permis de fixer le niveau de l'objectif de protection climatique et de trouver une méthode de calcul plausible à cet effet. Swisscom y a bénéficié de bon nombre de conseils et suggestions pour améliorer la méthode de calcul et la communication des objectifs. Swisscom a également ordonné des missions d'expertise à ces deux organismes pour supprimer les maillons faibles. Cette procédure transparente (communication de toutes les hypothèses et de tous les calculs) a permis de préciser l'objectif de protection climatique 2:1. Mais le dialogue n'est pas encore clos. Au contraire, Swisscom souhaite, pour les rapports intermédiaires annuels, de nouveau faire appel au point de vue neutre de myclimate et du WWF.

Les thèmes sont classés par ordre alphabétique dans chaque quadrant de la matrice.

Matrice d'importance Swisscom 2014

Caractère significatif pour les parties prenantes		
	important	très important
très important	Engagement/partenariats¹ Offres dans le domaine de la santé ² Protection de la jeunesse dans les médias ³ Santé et sécurité au travail ⁴ Service universel ⁵	Consommation d'énergie et émissions de CO₂⁶ Gouvernance ⁷ /conformité ⁸ /contexte légal et réglementaire ⁹ Investissements et infrastructure réseau ¹⁰ Marché des affaires (chiffre d'affaires et EBITDA) ¹¹ Offres pour le travail flexible ¹² Patrimoine et situation financière ¹³ Politique de distribution et évolution du cours de l'action ¹⁴ Protection des données ¹⁵ Réduction des émissions de CO ₂ chez le client ¹⁶ Relations avec les représentants du personnel et syndicats ¹⁷ Satisfaction des clients ¹⁸ Technologies de communication à faible rayonnement ¹⁹
important	Corporate Volunteering ²⁰ Diversity ²¹ Engagement social et culturel ²² Thèmes écologiques dans l'exploitation ²³	Innovation et développement ²⁴ Formation professionnelle et continue ²⁵ Promotion de la compétence en matière de médias ²⁶ Responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement ²⁷

Caractère significatif pour Swisscom

■ Rapport financier; ⁹Page 34, ¹⁰page 80, ¹¹page 62, ¹³page 77, ¹⁴page 86, ¹⁷page 54, ¹⁸page 52

■ Gouvernement d'entreprise; ⁷page 96

■ Rapport de durabilité; ¹page 76, ²page 40, ³page 44, ⁴page 51, ⁵page 67, ⁶page 27, ⁸page 20, ¹²page 39, ¹⁵page 43, ¹⁶page 24, ¹⁹page 41,

²⁰page 49, ²¹page 54, ²²page 68, ²³page 33, ²⁴page 73, ²⁵page 49, ²⁶page 44, ²⁷page 60

Stratégie résultante en matière de Corporate Responsibility

Swisscom suit avec grande attention les points présentés dans la matrice d'importance et leur accorde des priorités distinctes. Les thèmes des trois quadrants fondamentaux constituent la base de la stratégie d'entreprise et de la stratégie d'entreprise et de la stratégie CR. Les thèmes situés dans la partie supérieure droite ont la priorité absolue; ils sont de la plus haute importance tant pour Swisscom que pour ses parties prenantes. Les thèmes transversaux tels que «Innovation et Développement» et «Engagement social et culturel» figurent également dans la matrice et se rapportent aux valeurs fondamentales de Swisscom. D'autres thèmes comme le bruit, la protection des eaux, la protection des espèces, la violence et la croissance démographique méritent certes une place importante sur les plans social et écologique, mais ne sont pas au cœur des activités de Swisscom et ne figurent donc pas dans la matrice. La stratégie CR de Swisscom est présentée en détail dans le chapitre suivant.

A propos de ce rapport

Périmètre du rapport

La structure du groupe Swisscom est décrite dans le chapitre «Structure du groupe et organisation» du rapport annuel 2014. La liste des sociétés du groupe englobant les filiales, les entreprises associées et les coentreprises figure dans les notes aux comptes consolidés du groupe 2014 (note 41). L'établissement du rapport de développement durable selon la Global Reporting Initiative (GRI) s'inscrit normalement dans le périmètre suivant: le rapport de développement durable prend en compte Swisscom SA et toutes les filiales qui ont leur siège en Suisse et qui sont intégralement consolidées selon les International Financial Reporting Standards (IFRS), à l'exception des filiales Axept AG, CT Cinetrade AG et LTV AG. Les filiales acquises (p. ex. Swisscom Banking Provider AG) entrent en considération pour le rapport selon la GRI à partir du 1^{er} janvier de l'année suivante et les filiales sortantes sont considérées 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, qui publie son propre rapport sur le développement durable selon la GRI4 et le fait vérifier par l'organe de contrôle externe et indépendant Bureau Veritas, représente la principale participation à l'étranger. Les fondations comPlan (caisse de pensions) et sovis liées à Swisscom ne sont pas comprises dans le périmètre du rapport.

En Suisse, les filiales Axept SA, CT Cinetrade AG et LTV Pages Jaunes GMG AG n'ont pas été saisies dans le système d'information pour le personnel durant l'exercice sous revue, ce qui représente 912 équivalents plein temps sur un total de 18 172 équivalents plein temps en Suisse. Le système d'information pour le personnel couvre donc 95% du personnel.

Les indicateurs environnementaux (concernant en particulier l'énergie, l'eau/les eaux usées, les émissions et les déchets) couvrent pratiquement 100% des équivalents plein temps de Swisscom en Suisse. L'établissement du rapport porte ainsi sur tous les bâtiments administrés par la division de gestion d'immeubles de Swisscom en Suisse ainsi que la flotte de véhicules gérée par Managed Mobility de Swisscom. Au chapitre de la consommation électrique, le système d'enregistrement des données intègre en outre les stations de base mobiles de Swisscom (Suisse) SA, sa propre production de consommation d'énergie solaire, l'hébergement externe du serveur de Swisscom Hospitality Services ainsi que les quelques stations d'émission de Swisscom Broadcast SA situées dans des zones frontalières à l'étranger. La consommation des locataires tiers est déduite de la consommation électrique totale. Les informations sur les chaînes d'approvisionnement couvrent presque tous les fournisseurs. Une attention particulière est accordée à la situation en dehors des pays de l'OCDE.

Etablissement du rapport: processus et mise en place

Le présent rapport sur le développement durable met en œuvre les principes GRI en vue de l'établissement du rapport. Il est conçu selon «l'option complète» de la GRI et comprend par conséquent également des données standard spécifiques, en plus des données standard générales.

- Au cours des dernières années, Swisscom a développé une vision claire des thèmes qui s'intègrent dans son environnement direct. Certains thèmes sont en outre directement transmis à Swisscom par des parties prenantes ou proviennent de résultats d'enquêtes, d'études de marché, d'analyses de tendances et de rapports de benchmarking récents. Ces thèmes figurent dans la matrice d'importance.
- Ces dernières années, Swisscom a associé plus fréquemment ses parties prenantes dans l'évaluation de l'importance des thèmes et dans la définition de thèmes stratégiques.
- Les résultats des analyses de l'importance constituent une base pour la formulation de la stratégie CR et pour la définition des thèmes stratégiques. Ils servent aussi de fondement au reporting.
- Swisscom implique fréquemment des parties prenantes pour valider des thèmes et en rendre compte. Au besoin, elle peut directement convenir avec celles-ci des processus correspondants en la matière et leur déroulement. Par exemple, Swisscom communique ainsi en collaboration avec l'Office fédéral de l'Energie (OFEN) sur sa contribution à l'«Exemplarité énergétique de la Confédération». Swisscom collabore en outre aussi avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AenEC) et le WWF au sein du groupe Climate Savers, ou participe, avec le secteur des TIC, au rapport sur les compétences médias en Suisse. Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a soumis le rapport sur le développement durable à l'examen de parties prenantes internes. Ces prochaines années, elle a par ailleurs l'intention d'impliquer encore d'autres parties prenantes dans la validation de ce rapport.

Lien avec le rapport annuel 2014 de Swisscom

Voir sous
[www.swisscom.ch/
gri-2014](http://www.swisscom.ch/gri-2014)

Voir
Rapport financier

Voir
Rapport sur le gouvernement
d'entreprise

Les sujets abordés dans ce rapport sur le développement durable se réfèrent aux chapitres ci-après du rapport annuel 2014 de Swisscom:

- **Stratégie:** La stratégie d'entreprise de Swisscom figure dans le rapport financier du rapport annuel, au chapitre «Environnement, stratégie et organisation», à la page 29. La stratégie CR est présentée de manière détaillée dans le présent rapport sur le développement durable.
- **Infrastructure:** le chapitre relatif à la «Suisse en réseau» du rapport sur le développement durable se réfère au chapitre «Modèle commercial et relations avec les clients», aux pages 47 à 48 du rapport annuel, qui décrit l'infrastructure du réseau.
- **Création de valeur:** le compte de création de valeur et la répartition de la création de valeur sont présentés dans le rapport financier du rapport annuel au chapitre «Marché des affaires», page 81.
- **Un employeur attrayant:** le chapitre Collaborateurs figure dans le rapport annuel 2014, pages 53 à 57.
- **Gouvernement d'entreprise:** Le gouvernement d'entreprise et le rapport de rémunération sont expliqués plus en détail dans le rapport annuel 2014, pages 96 à 131.

Valeurs fondamentales

Notre Vision

Le meilleur dans le monde interconnecté – partout et à tout moment.

Nos valeurs

Nous plaçons l'Homme et ses relations au centre de notre action.
L'union fait la force.

- | | |
|---|-------------------------|
| Nous sommes proches de nos clients | > Orientation clientèle |
| Nous façonnons l'avenir | > Développement durable |
| Nous fournissons un travail remarquable | > Passion |
| Nous sommes ouverts à la nouveauté | > Curiosité |
| Nous tenons nos promesses | > Fiabilité |

Notre promesse à nos clients

Swisscom – le meilleur compagnon dans le monde interconnecté.
Digne de confiance, simple et source d'inspiration.



Voir sous
www.swisscom.ch/
valeurs fondamentales

12

Stratégie Corporate Responsibility

Swisscom assume sa responsabilité aujourd’hui et l’assumera également demain. Elle s’appuie, pour ce faire, sur sa stratégie en matière de responsabilité d’entreprise, qui regroupe six grands thèmes. En 2014, Swisscom s’est employée à intensifier les liens entre cette stratégie et sa stratégie d’entreprise.

Axes stratégiques et objectifs

Swisscom concentre ses activités en matière de Corporate Responsibility d’une part sur les thèmes auxquels les parties prenantes accordent une grande importance, et d’autre part sur ceux qui sont étroitement liés à l’activité principale de Swisscom et ouvrent ainsi des opportunités de marché. Elle cultive la vision d’une Suisse moderne et tournée vers l’avenir; un pays qui offre de nombreuses possibilités, notamment dans le domaine du développement durable. Concrètement, Swisscom articule sa stratégie autour de six thèmes majeurs. Pour chacun d’eux, elle a défini un objectif à long terme à l’horizon 2020. Les trois premiers portent sur des mesures grâce auxquelles Swisscom aide ses clients à promouvoir un style de vie durable. Les deux thèmes suivants s’adressent aux collaborateurs et aux partenaires. Le dernier thème enfin formule un objectif économique pour toute la Suisse.



Efficacité énergétique et protection du climat

En collaboration avec ses clients, Swisscom s’engage en Suisse pour la protection du climat.

Ensemble avec eux, Swisscom souhaite économiser, à l’horizon 2020, deux fois plus de CO₂ qu’elle n’en génère dans l’entreprise et dans sa chaîne d’approvisionnement. Cette démarche est intitulée objectif 2:1. L’objectif porte avant tout sur les économies de CO₂ des clients Swisscom. Grâce aux TIC vertes (Green ICT), les entreprises peuvent réduire sensiblement leurs besoins en énergie et leurs émissions de CO₂. Les visioconférences et les solutions de télétravail font gagner du temps et réduisent les coûts de déplacement. Les offres TIC basées sur le cloud permettent aux clients commerciaux une exploitation de leur infrastructure informatique jusqu’à 90% plus efficace que celle de leurs propres serveurs. Grâce aux solutions TIC, les bâtiments, les véhicules et les réseaux peuvent être gérés efficacement sur le plan énergétique. Swisscom propose également aux clients privés de nombreuses possibilités permettant de limiter leur empreinte écologique, parmi lesquelles la facture en ligne ou le recyclage de leurs téléphones portables.

Les efforts de Swisscom visant à réduire ses propres émissions de CO₂ résultant de l’exploitation et de la chaîne d’approvisionnement s’inscrivent également dans l’objectif 2:1. Depuis 1998, Swisscom a réduit de plus de moitié les émissions de CO₂ de ses véhicules et bâtiments et ne cesse de les abaisser encore davantage. Swisscom compte parmi les dix plus grands consommateurs d’électricité de Suisse et améliore en permanence son efficacité énergétique. L’entreprise couvre intégralement son besoin en électricité à partir de sources d’énergie renouvelables domestiques, et s’impose comme l’un des plus importants consommateurs d’électricité d’origine éolienne ou solaire en Suisse.

Swisscom exige par ailleurs de ses fournisseurs qu’ils réduisent leur empreinte écologique.

Exemples tirés du catalogue des objectifs:

En collaboration avec ses clients, Swisscom souhaite économiser, à l’horizon 2020, deux fois plus de CO₂ qu’elle n’en génère dans l’entreprise et dans sa chaîne d’approvisionnement. Swisscom veut accroître de 10% par an le chiffre d’affaires généré par les services Green ICT.

Swisscom entend accroître sa performance énergétique d’ici 2015, de 25% par rapport au 1^{er} janvier 2010, puis, d’ici 2020, de 35% supplémentaires par rapport au 1^{er} janvier 2016.



Mode de travail et mode de vie

Swisscom s'engage pour une Suisse qui offre une large place à la vie.

Swisscom entend, d'ici à 2020, soutenir un million de clients par son engagement dans le domaine de la santé, notamment au travers de la plateforme de santé Swisscom et les capteurs de fitness, les dossiers de patients électroniques et les offres de sa filiale Datasport. A l'horizon 2020, Swisscom offrira en outre à un million de clients la possibilité d'utiliser des formes de travail mobiles. L'entreprise propose pour ce faire une gamme de service Work Smart et encourage l'adoption d'un modèle de travail mobile par des actions telles que le Home Office Day, par exemple.

Exemple tiré du catalogue des objectifs:

Swisscom entend, à l'horizon 2020, aider un million de personnes à travailler de façon mobile par le biais de raccordements.



Compétence en matière de médias

Swisscom s'engage pour une Suisse où la curiosité sur Internet n'est pas dangereuse.

L'objectif: Swisscom entend, à l'horizon 2020, s'imposer comme leader du marché dans le domaine de la sécurité des données, et ainsi aider un million de personnes à utiliser les médias de façon sûre et responsable. Jusqu'à présent, Swisscom a raccordé gratuitement 6 581 écoles à Internet et fait découvrir l'univers numérique à plus de 100 000 néophytes par le biais de ses cours sur les médias. L'entreprise contribue également à la protection de la jeunesse dans les médias par des solutions techniques et des offres qui développent les compétences médias.

Exemple tiré du catalogue des objectifs:

Swisscom entend, à l'horizon 2020, aider un million de personnes à utiliser les médias de façon sûre et responsable.



Un employeur attrayant

Swisscom s'engage pour une Suisse où chacun peut se surpasser.

Swisscom ambitionne d'être l'un des employeurs les plus attrayants de Suisse d'ici à 2020. Elle 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.

Exemple tiré du catalogue des objectifs:

Classement du secteur TIC

Maintenir ou réduire le taux d'absentéisme des collaborateurs par rapport à l'année précédente.



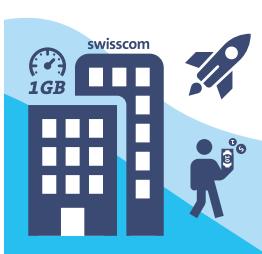
Chaîne d'approvisionnement équitable

Swisscom s'engage pour une Suisse qui encourage l'équité dans le monde entier.

Swisscom s'engage, à l'horizon 2020, dans le cadre d'une chaîne d'approvisionnement équitable, pour l'amélioration des conditions de travail de plus de deux millions de personnes. Elle fait pour cela appel à des partenariats internationaux qui assurent la mise en place des mesures correspondantes en collaboration étroite avec les fournisseurs. Swisscom fait par ailleurs contrôler chaque année, dans le cadre d'audits, l'amélioration des conditions de travail chez ses fournisseurs.

Exemple tiré du catalogue des objectifs:

Nombre d'audits réalisés chez les fournisseurs et nombre de collaborateurs dont les conditions de travail ont été améliorées.



Suisse interconnectée

Swisscom s'engage pour une Suisse compétitive.

Swisscom entend équiper 85% des logements et des commerces avec le très haut débit d'ici 2020 et permettre à 99% de la population de bénéficier du très haut débit mobile. Swisscom contribue ainsi de manière indirecte au produit intérieur brut pour environ 30 milliards de francs et participe à la création et au maintien de quelque 100 000 postes de travail.

Exemple tiré du catalogue des objectifs:

Couverture avec le très haut débit filaire et mobile en Suisse.

Principaux indicateurs des objectifs CR de Swisscom

Priorité de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise	Objectifs de l'exercice sous revue Objectifs futurs	Etat/mesures
Objectif d'image / activités touchant l'ensemble du portefeuille		
Image de Swisscom en matière de développement durable: KPI: position dans le classement de durabilité de GfK GfK = Gesellschaft für Konsumforschung (<i>Société d'étude de la consommation</i>) GfK est l'un des plus grands instituts d'études de marché au monde.	2015: Top 15	Valeur initiale 2014: Position 19 Mesures 2015: ➤ Lancement du label de développement durable 3,2,1 ➤ Concours d'idées sur le développement durable avec SRF ➤ Projets tels que routeurs peu énergivores, récupération de chaleur, év. Fairphone et offres d'électro-mobilité
Hausse du chiffre d'affaires réalisé avec le portefeuille TIC Portefeuille: produits et services générant peu de CO ₂ destinés aux clients commerciaux (B2B) KPI: hausse du chiffre d'affaires	2014: +10% par rapport à l'année précédente 2015: +10% par rapport à l'année précédente	Objectif 2014 dépassé (+29%) Le chiffre d'affaires enregistre une hausse très nette par rapport à l'année précédente Mesures pour 2015: ➤ Poursuite de la promotion des offres durables ➤ Parrainages de projets avec des ONG
Développement du portefeuille de services durables Services offrant une valeur ajoutée écologique ou sociale KPI: nombre	2014: 32 2015: 35	Objectif 2014 atteint (32) Portefeuille existant: www.swisscom.ch/myclimate Mesures 2015: ➤ Evaluation ou conception de services adaptés
Reprise des téléphones portables (G4-EN28) Réutilisation/recyclage de portables qui ne sont plus utilisés KPI: taux de retour (pourcentage d'appareils rapportés par rapport au nombre d'appareils vendus)	2014: 12% 2015: 12%	Objectif 2014 non atteint (6,2%) Mesures 2015: ➤ Augmentation du taux de retour par rapport à 2014 grâce au programme Buy-Back intitulé «Mobile Bonus» pour les clients privés, au lancement d'un programme «Mobile Bonus» pour les clients commerciaux et à d'autres mesures
Réduction de la consommation de papier (G4-EN27) KPI: pourcentage des clients privés qui utilisent la facture en ligne	2015: 30%	Pourcentage 2014 atteint: 20,8% Mesures 2015: ➤ Poursuite de la promotion de la facture en ligne ➤ Publipostages aux segments de clientèle appropriés ➤ Partenariat avec le WWF Suisse pour les factures électroniques
Formation des collaborateurs des touch points (Shops/centres d'appels/Sales) (GRI-EN26) Formation à la responsabilité d'entreprise (CR) et messages issus des domaines environnemental et social KPI: réalisation de formations	2014: Poursuite des cours 2015: Formation des touch points	Objectif 2014 partiellement atteint Pas de cours en 2014 Formation des touch points définie Mesures 2015: ➤ Formation des touch points des trois segments de clientèle (RES, SME et ENT) aux avantages des produits Swisscom en matière de développement durable
Efficacité énergétique et protection climatique		
Nouvel objectif principal: augmentation des ratios de réduction des émissions de CO₂ des clients par rapport à leurs émissions de CO₂ KPI: part de la réduction des émissions de CO ₂ des clients disposant du portefeuille Green ICT par rapport à leurs propres émissions de CO ₂ (sans Fastweb)	Valeur indicative 2015: 1,07 à 1 2020: 2 à 1	Valeur initiale 2013: 0,72 à 1 Valeur 2014: 0,76 à 1 Les émissions et les économies sont rédigées selon la norme ISO 14064, vérifiées en externe et publiées dans un rapport climatique détaillé Mesures 2015: ➤ Continuer à réduire ses propres émissions résultant de l'exploitation, y compris de la chaîne d'approvisionnement.
Efficacité énergétique (G4-EN5) Accroissement continu de l'efficacité énergétique KPI: accroissement de l'efficacité énergétique EF ➤ CET = Consommation d'énergie totale EE = $\frac{\text{CET} + \sum \text{EEC}}{\text{CET}}$ ➤ EEC = Economies d'énergie cumulées Source: directive OFEV	2015: +25% par rapport au 1^{er} janvier 2010 Poursuite de l'objectif: +35% du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2020	Accroissement de l'efficacité atteint entre 2010 et 2014: +26,4 % Mesures 2015: Poursuite de la mise en œuvre des mesures d'économie et d'efficacité, parmi lesquelles: ➤ Utilisation de la méthode de refroidissement Mistral (refroidissement par l'air extérieur) ➤ Remise en état et améliorations technologiques ➤ Amélioration de l'efficacité dans les centres de calcul

Priorité de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise	Objectifs de l'exercice sous revue Objectifs futurs	Etat/mesures
Efficacité énergétique et protection climatique (suite)		
Réduction des émissions de CO₂ directes (G4-EN15) Concentration sur les émissions directes issues d'énergies fossiles (champ d'application 1) KPI: émissions de CO ₂ dues à la consommation de combustibles et de carburants	2015: -12% par rapport au 1 ^{er} janvier 2010	Réduction atteinte entre 2010 et 2014: -17% ➤ Le besoin supplémentaire de surfaces et la hausse des kilomètres parcourus ont en partie annulé les effets des mesures de réduction; toutefois, les indicateurs énergétiques relatifs ont été nettement améliorés Mesures 2015: ➤ Mise en œuvre d'autres mesures d'efficacité
Optimisation des émissions de CO₂ de la flotte de véhicules (G4-EN30) Concentration sur les émissions directes issues d'énergies fossiles (champ d'application 1) KPI: valeur moyenne des émissions de CO ₂ par véhicule de tourisme en g de CO ₂ /km, conformément aux informations des fabricants	2014: 120 g CO ₂ /km 2015: 110 g CO ₂ /km	Objectif 2014 atteint (117 g CO₂/km) Mesures 2015: ➤ Poursuite de la mise en œuvre de la feuille de route pour les acquisitions
Emissions de CO₂ Emissions de CO ₂ générées dans l'exploitation et la chaîne d'approvisionnement (sans Fastweb, courant compensé). KPI: émissions de CO ₂ en tonnes	Valeur indicative 2015: 380 000 2020: 326 000	Valeurs initiales 2013: 402 600 tonnes de CO₂ Valeur 2014: 427 500 tonnes de CO₂ Mesures 2015: ➤ Mise en œuvre d'autres mesures d'efficacité ➤ Mesures d'amélioration communes avec les fournisseurs
Réductions de CO₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT Réduction totale des émissions de CO ₂ réalisée par les clients grâce à l'utilisation des produits durables de Swisscom KPI: réduction des émissions de CO ₂ en tonnes	Valeur indicative 2015: 390 000 2020: 650 000	Valeurs initiales 2013: 289 100 tonnes de CO₂ Valeur 2014: 326 300 tonnes de CO₂ Mesures 2015: ➤ Promotion des services durables existants ➤ Développement du portefeuille de services durables
Mode de travail et mode de vie		
Nouvel objectif principal: utilisation de formes de travail mobiles Utilisation mesurée sur la base du pourcentage de travail mobile (selon enquête annuelle) multiplié par la part du marché du haut débit (Rapport 2014 p. 40) KPI: nombre de clients	Valeur indicative 2015: 821 000 2020: 1 million	Valeur initiale 2014: 750 000 clients Mesures 2015: ➤ Intensification de la communication
Nouvel objectif principal: utilisation des offres dans le secteur de la santé Les offres comprennent les services Evita et Fitbit, la plateforme santé et les événements Datasport KPI: nombre de clients	2020: 1 million	Valeur initiale 2014: 874 000 clients Mesures 2015: ➤ Crédit de nouvelles offres partenaires basées sur Evita ➤ Intégration d'autres prestataires de services à Evita ➤ Gestion personnelle de la santé et gestion de la santé en entreprise à l'aide d'applications et de capteurs
Compétences médias et sécurité		
Nouvel objectif principal: Promotion des compétences médias Mesure sur la base du nombre de participants au cours, d'utilisateurs de MyTime, de clients de logiciels de filtrage, de lecteurs du magazine «enter» (commandes) et d'un pourcentage (10%) des visiteurs de Médiafuté KPI: nombre de personnes (cumulé)	Valeur indicative 2015: 367 000 clients 2020: 1 million	Valeur initiale 2013: 253 000 clients Valeur 2014: 295 000 clients Mesures 2015: ➤ Poursuite du développement de l'offre de cours ➤ Intensification de la communication
Participation aux cours consacrés aux compétences médias (G4-PRx) Cours médias destinés aux parents, aux enseignants, aux élèves (cycles moyen et supérieur) et aux utilisateurs KPI: nombre de participants	2014: 6 500: parents/enseignants 14 000: élèves 15 500: utilisateurs 2015: 7 000: parents/enseignants 15 000: élèves 15 500: utilisateurs	Objectif 2014 dépassé (42 334) 6 451 + 19 321 + 16 562 Mesures 2015: ➤ Élargissement de l'offre avec la plateforme en ligne ➤ Poursuite de la commercialisation de l'offre ➤ Intensification de la communication
Promotion des compétences en matière de médias: Visiteurs de la plateforme Médiafuté (G4-PRx) KPI: nombre de visiteurs	2015: 10 000	Valeur initiale 2014: 2 852 Mesures 2015: ➤ Poursuite du développement de l'offre de cours ➤ Intensification de la communication

Priorité de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise	Objectifs de l'exercice sous revue Objectifs futurs	Etat/mesures
Un employeur attrayant		
Nouvel objectif principal: positionnement comme l'un des employeurs les plus appréciés de Suisse La position est mesurée à l'aide du classement «Universum» réalisé par des étudiants et par des professionnels KPI: rang	2020: rang Etudiants: 2: Professionnels: 2	Valeur initiale 2014: Etudiants (5); professionnels (2) http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/ Mesures pour 2015: › Intensification de la communication
Diversité (G4-LA1) Renforcement de la diversité, mesurée à partir du sexe, de l'âge et de l'intégration KPI: pourcentage de femmes, de collaborateurs de plus de 50 ans et de personnes souffrant d'un handicap au sein de l'ensemble du personnel NB Sexe: proportion de femmes au sein du management (Direction du groupe et tous les échelons de management)	2014: Indice diversité: Top 3 A moyen terme: Sexe: 20% Age: valeur cible annuelle Intégration: 1%	Indice diversité 2014: Place 3 Valeur initiale 2010 proportion de femmes: 9,9% Valeur 2014: 12,8% (de l'effectif) Valeur initiale 2014 Intégration: 0,6 % Mesures 2015: › Promotion/sensibilisation «Les hommes et le temps partiel» › Promotion et sensibilisation au partage du temps de travail dans des fonctions d'encadrement › Projet-pilote DisAbility Performance
Gestion de la santé en entreprise GSE (G4-LA6) Taux d'absentéisme des collaborateurs constant ou réduit par rapport à l'année précédente KPI: absences en jours / jours théoriques (pondération selon l'équivalent plein temps) * 100 Le nombre de jours théoriques est calculé selon le temps de travail standard.	2014: 2,9% 2015: 2,8%	Valeur 2013: 2,9% Objectif 2014 atteint (2,8%) Mesures 2015: › Lancement d'un projet-pilote portant sur la «vigilance» › Campagne contre les accidents non professionnels (ANP) à réaliser avec la Suva › Poursuite du développement de la stratégie en matière de gestion de la santé en entreprise de Swisscom
Corporate Volunteering (GRI-LA) KPI: nombre de jours d'intervention	2014: 1 400 jours 2015: 1 400 jours	Objectif 2014 dépassé (1 655 jours) Mesures 2015: › Poursuite du programme dans le cadre des interventions de 2014
Chaîne d'approvisionnement équitable		
Nouvel objectif principal: contrôle des conditions de travail d'employés chez nos fournisseurs (initiative JAC) Nombre d'audits / nombre de collaborateurs dans les usines auditées KPI: nombre de collaborateurs chez les fournisseurs	Valeur indicative 2015: 860 000 2020: 2 millions	Valeur initiale 2013: 400 000 Valeur 2014: 540 000 Mesures 2015: › Poursuite des audits par JAC Community
Contrôle des fournisseurs (G4-EN et HR) KPI: a) Nombre de fournisseurs audités b) Nombre de fournisseurs en auto-évaluation (validation externe)	2014: a) 4+50 par le JAC b) 30 2015: a) 6+64 b) 120	Objectif 2014 a) partiellement atteint (3); 35 autres audits réalisés dans le cadre du JAC b) dépassé (101) Mesures 2015: › Intensification de la collaboration dans le cadre du JAC (audits, niveau qualitatif + quantitatif)
Contrôle des fournisseurs d'importance stratégique en ce qui concerne la transparence en matière d'émissions de gaz à effet de serre KPI: nombre de Key Suppliers, qui publient leurs données environnementales via le CDP CDP = Carbon Disclosure Project	2014: 40 (cumul) 2015: 45 (cumul)	Objectif 2014 atteint: 40 Mesures 2015: › Promotion de la participation au CDP par des campagnes
Suisse interconnectée		
Couverture de la Suisse par le réseau fixe à très haut débit (condition contribution ind. au PIB CHF de 30 milliards) KPI: taux de couverture Très haut débit = débit > 50 Mbit/s	2020: 85%	Valeur initiale 2013: 16% Valeur 2014: 30% Mesures 2015: › Déploiement FTTx (x = Home, Street ou Curb) › Augmentation des largeurs de bande
Couverture de la Suisse par le réseau mobile à très haut débit (condition contribution ind. au PIB CHF de 30 milliards) KPI: taux de couverture Très haut débit = débit allant jusqu'à 150 Mbit/s	2016: 99%	Valeur initiale 2012: 3% Valeur 2013: 85% Valeur 2014: 94% Mesures 2015: › Déploiement LTE

Gouvernance et mise en œuvre de la Corporate Responsibility

Ancrage dans la stratégie

Voir sous
www.swisscom.ch/principes

Le Conseil d'administration de Swisscom s'est engagé en faveur d'une stratégie s'inscrivant dans la durée. Il traite en plenum des questions pertinentes d'ordre économique, écologique et social. Il a délégué la mise en œuvre de la stratégie au CEO de Swisscom SA. Le CEO, qui peut confier des fonctions et des compétences à des postes subordonnés, est épaulé par les membres de la Direction du groupe. Il incombe à la division Group Communications & Responsibility (GCR) de diriger la stratégie en matière de Corporate Responsibility (CR).

Responsabilité du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration approuve la stratégie CR à long terme. Il a pris connaissance de la présente gouvernance, des objectifs 2015, ainsi que des objectifs CR à long terme pour 2020, et validé les thèmes stratégiques. Le Conseil d'administration est informé de l'avancement de la mise en œuvre de la stratégie CR et de la réalisation des objectifs par un rapport trimestriel. Il peut en outre décider de l'élargissement du champ d'application de cette stratégie, par exemple aux filiales du groupe en Suisse et à l'étranger.

Responsabilité de la Direction du groupe

La Direction du groupe, en tant qu'organe, analyse chaque année le développement de la stratégie CR et examine chaque trimestre aussi sa mise en œuvre. Au mois de novembre, elle procède à une rétrospective de l'exercice qui s'achève et adopte les 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 Group Communications & Responsibility avec proposition de mesures et état du projet
- > un rapport trimestriel contenant les principaux indicateurs de performance (KPI) en relation avec les thèmes majeurs de la stratégie CR
- > un rapport trimestriel du Risk Management

Des membres de la Direction du groupe ont été nommés sponsors internes des grands thèmes en relation avec la stratégie CR. Ils sont responsables de l'avancement des travaux et de la réalisation des objectifs de chacun de leurs thèmes. Les domaines de responsabilité ont été attribués en fonction des compétences clés des membres respectifs de la Direction du groupe et définis comme suit:

- > **Gestion globale:** responsable Group Communications & Responsibility
- > **Efficacité énergétique et protection du climat:** responsable IT, Network & Innovation et CFO de Swisscom SA
- > **Mode de travail et mode de vie:** responsable Clients privés, responsable PME, responsable Grandes Entreprises
- > **Compétences médias:** responsable Clients privés
- > **Un employeur attrayant:** responsable Group Human Resources
- > **Chaîne d'approvisionnement équitable:** Responsable Group Business Steering (CFO)
- > **La Suisse en réseau:** responsable IT, Network & Innovation

Cette approche garantit un solide ancrage des grands axes thématiques dans l'entreprise et ce, de manière contraignante.

Le rôle de Group Communications & Responsibility

La division Group Communications & Responsibility et l'équipe Corporate Responsibility (CR) qui y est rattachée coordonnent la mise en œuvre de la stratégie CR et exploitent les synergies en la matière à l'échelle de l'entreprise tout entière. Les fonctions concrètes de l'équipe CR sont les suivantes:

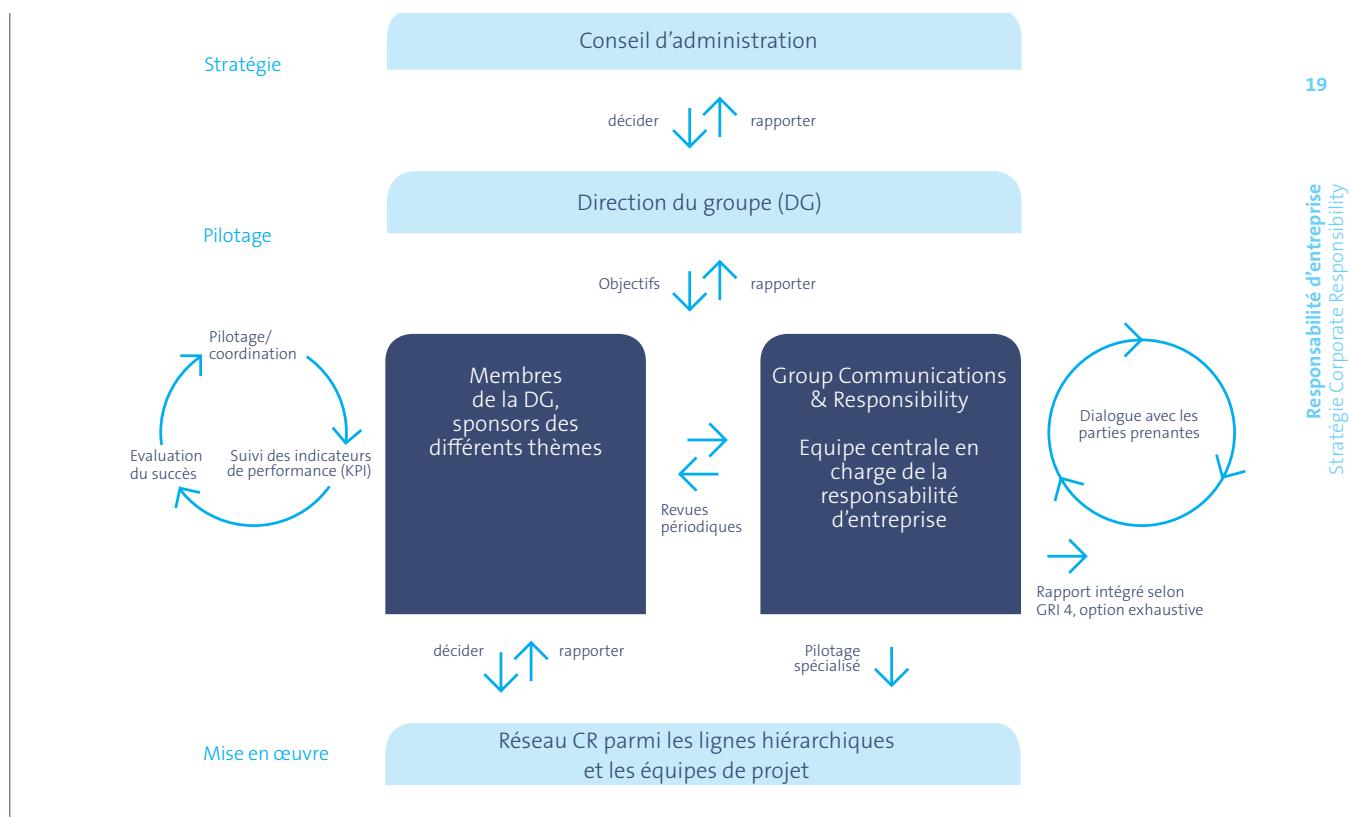
- > élaborer la stratégie CR (définition des objectifs/points principaux) en collaboration avec les unités hiérarchiques et les unités d'assistance
- > soutenir les sponsors de la Direction du groupe
- > coordonner la mise en œuvre de la stratégie et lancer des mesures
- > élaborer des prescriptions relatives à la mise en œuvre de la stratégie CR
- > assurer le dialogue avec les parties prenantes
- > réaliser le dialogue avec les partenaires stratégiques (dont les ONG)
- > établir des rapports à l'intention des parties prenantes internes et externes
- > collaborer avec la Division Business Steering (pilotage d'affaires) du groupe au sujet du rapport sur la durabilité et de la préparation du rapport annuel.

Unités hiérarchiques et réseau Corporate Responsibility

Les mesures CR sont mises en œuvre par les équipes de projets ou les unités hiérarchiques, en fonction du thème abordé. Dans chaque division de l'entreprise, plusieurs membres du management sont désignés pour implémenter les mesures au niveau opérationnel, en étroite collaboration avec l'équipe CR. Une réunion de tous les membres du réseau CR a lieu au moins une fois par an, afin de garantir l'échange d'informations et pour élaborer de nouvelles thématiques.

Membres de la Direction du groupe et leurs responsabilités

Le graphique met en évidence le rôle de conseil et d'accompagnement endossé par les membres de la Direction du groupe vis-à-vis des unités hiérarchiques.



Approches de gestion

Swisscom dispose d'approches de gestion pour les thèmes figurant dans la matrice d'importance. Les prescriptions suivantes s'appliquent:

- > la convention collective de travail (CCT) qui régit notamment la représentation du personnel et les rapports avec les syndicats
- > la prescription du groupe sur la conduite financière du groupe
- > la prescription du groupe sur la sécurité, y compris la protection des données
- > le système de gestion de l'environnement selon la norme ISO 14001 et les instructions correspondantes ainsi que les directives sur les thèmes de l'énergie et du CO₂ (directive sur l'inventaire des gaz à effet de serre de Swisscom selon la norme ISO 14064)
- > la politique de compliance avec le Compliance Management System correspondant (décris plus en détail ci-dessous) ainsi que les instructions sur les thèmes du droit et de l'anti-corruption
- > la directive pour les investissements
- > le système d'assurance qualité pour le respect des valeurs limites qui sont définies dans l'ordonnance sur la protection contre le rayonnement non ionisant (ORNI) – certifié ISO 15504
- > le guide «Travail mobile» qui définit la manière d'aborder le travail mobile

Système de compliance

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

- > **Culture:** la culture en matière de compliance 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 dans l'entreprise par le travail de direction et au travers de la collaboration quotidienne.
- > **Objectifs:** le Conseil d'administration a défini les objectifs de la compliance auxquels sont assujetties toutes les mesures organisationnelles et toutes les activités.
- > **Risques:** Swisscom identifie les risques inhérents à ses activités commerciales et aux modifications réglementaires et légales. Elle évalue les risques et les gère en prenant les mesures appropriées.
- > **Organisation:** le Conseil d'administration a défini les tâches minimales incombant à la compliance. La Direction du groupe et les directions des filiales ont fixé 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, de leurs compétences 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:** Swisscom surveille le CMS et supprime les failles en permanence.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a contrôlé les activités des entités au sein des sociétés du groupe en Suisse pour y déceler les risques de corruption. Dans ce contexte, des mesures ont été recommandées pour corriger les points faibles de certains processus. Aucun cas de corruption n'a été constaté ou confirmé.

Dans le domaine de la protection des données, le système de prévention interne Data Leakage et les réclamations adressées par les clients n'ont révélé que quelques rares manquements. En fonction de la situation, Swisscom a pris dans certains cas des mesures fondées sur le droit du travail.

Principe de précaution

Swisscom travaille dans le respect du développement durable. Elle réduit les risques pour l'environnement, les risques commerciaux et les risques sociaux à l'aide de systèmes de management établis. Des prescriptions et des instructions définies à l'échelle du groupe tout entier veillent à ce que les exigences relatives à la Corporate Responsibility soient intégrées dans les projets et dans l'exploitation. Swisscom utilise à cet effet une liste de contrôle de CR et prend ainsi en considération les exigences économiques, écologiques et sociales dans des projets relatifs à des infrastructures de réseau, des services et des produits. En outre, depuis 2013, une nouvelle prescription règle le recyclage et l'élimination des infrastructures de réseau effectués auparavant au cas par cas. La directive d'investissement exige en outre que Swisscom vérifie les répercussions écologiques et sociales des investissements d'envergure. Pour les rénovations et la construction de nouveaux commerces, il existe des prescriptions basées sur des critères écologiques qu'il faut respecter. Les filiales suisses de Swisscom ainsi que sa filiale italienne Fastweb utilisent des instruments adaptés à leurs besoins. De plus, Swisscom met en œuvre des mesures préventives dans le cadre de la gestion opérationnelle des risques et de la sécurité. Dans le domaine des champs électromagnétiques pour les technologies de télécommunication, en particulier la communication mobile, Swisscom dispose d'un système d'assurance certifié. Ce système vise à garantir le respect des valeurs limites qui sont définies dans l'ordonnance sur la protection contre le rayonnement non ionisant (ORNI). La formation et la sensibilisation des collaborateurs constituent par ailleurs un des piliers du principe de précaution cultivé par Swisscom.

Marketing responsable

Pour concevoir son marketing, Swisscom se fonde sur ses propres valeurs fondamentales ainsi que sur les principes de la Commission Suisse pour la Loyauté. Ces principes abordent tous les aspects essentiels de la loyauté en matière de communication. L'équipe Brand Strategy & Management intégrée à la division Group Communications & Responsibility garantit le respect de ces principes. Elle assure le suivi des projets de communication et de marketing importants à l'échelle du groupe et est en mesure de déceler à temps les manquements à ces principes et de les limiter à titre préventif. Parallèlement, l'équipe Brand Strategy & Management informe régulièrement les différentes unités marketing de Swisscom de l'évolution de ces principes.

Durant l'exercice sous revue, il n'y a pas eu d'entrave à la loyauté dans le marketing et la communication.

Pratiques en matière de droits d'auteur

La gestion des droits d'auteur est régie par la convention collective de travail. Les collaborateurs cèdent à Swisscom les droits d'auteur et les droits voisins (en particulier les droits relatifs aux logiciels), y compris tous les droits partiels, dans la mesure où ces droits résultent de leur travail au sein de Swisscom. Ces dispositions s'appliquent plus exactement à toutes les œuvres que le collaborateur a développées dans le cadre de ses rapports de travail, seul ou en collaboration avec d'autres. Si Swisscom n'accorde pas d'intérêt aux droits ainsi transférés, elle peut en céder l'usage au collaborateur par contrat.

D'autres approches de gestion selon les thèmes de la GRI (économie, environnement, pratiques de travail, droits des individus, société et responsabilité des produits)

Les prescriptions du groupe (instructions) s'appliquent aux différents domaines pertinents en matière de développement durable selon la GRI. Par ailleurs, il existe des prescriptions et des directives spécifiques, par exemple celles relatives au refroidissement des centraux téléphoniques et des centres de calcul ou à la suppression de stations émettrices. Ces prescriptions sont évoquées dans les chapitres suivants.

Responsabilité de Swisscom vis-à-vis du public

En sa qualité d'entreprise citoyenne consciente de ses responsabilités, Swisscom a pris une part active, durant l'exercice sous revue, aux débats publics portant sur les thématiques suivantes:

- > 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 (par exemple la protection des consommateurs) Protection des consommateurs
- > le déploiement d'une infrastructure haut débit et d'une infrastructure de communication mobile couvrant l'ensemble de la Suisse
- > l'amélioration des systèmes d'information destinés aux clients (par exemple: informations sur les offres de téléphonie mobile pour les clients à l'étranger)
- > une contribution des TIC au tournant énergétique

Au cours de l'exercice sous revue tout comme l'année précédente, Swisscom a participé aux procédures de consultation fédérales et pris position sur la révision du droit des cartels et sur la révision de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV). En outre, la loi fédérale sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication est en cours de révision. Dans le cadre de la consultation en cours, Swisscom a rédigé sa propre prise de position et contribué à la prise de position de l'association sectorielle asut. Ces deux prises de position peuvent être consultées sur le site Internet des autorités compétentes.

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

Dans ses prises de position, Swisscom promeut les principes d'autorégulation et de concurrence sur un marché libre. Les nombreuses nouvelles offres attrayantes commercialisées et les investissements élevés réalisés au cours de l'exercice sous revue viennent appuyer ce principe.

Swisscom prône une approche tournée vers les solutions, en tenant compte de l'intérêt public et des intérêts de l'entreprise. Elle adopte des positions qui se fondent sur des données claires. Swisscom entretient des relations transparentes et empreintes de confiance avec le monde politique, les autorités et la société. Au travers de sa participation aux manifestations et aux auditions publiques et de ses prises de position écrites, Swisscom prend part au débat politique. Elle rejette en revanche toute pratique douteuse d'un point de vue juridique ou éthique visant à influencer les leaders d'opinion. Enfin, Swisscom est neutre sur le plan politique et religieux et n'apporte aucune aide financière aux partis.

Efficacité énergétique et protection du climat

D'ici 2020, Swisscom entend, avec le concours de ses clients, économiser une quantité de CO₂ deux fois supérieure à celle qu'elle génère pour l'ensemble de son exploitation et dans sa chaîne d'approvisionnement. Dans le droit fil de la stratégie énergétique 2050 de la Confédération, Swisscom entend accroître sa performance énergétique d'ici 2015, de 25% par rapport au 1^{er} janvier 2010, puis, d'ici 2020, de 35% supplémentaires par rapport au 1^{er} janvier 2016. Swisscom promeut en outre l'utilisation et la production d'énergies renouvelables.



Environnement, objectifs et approche de gestion

23

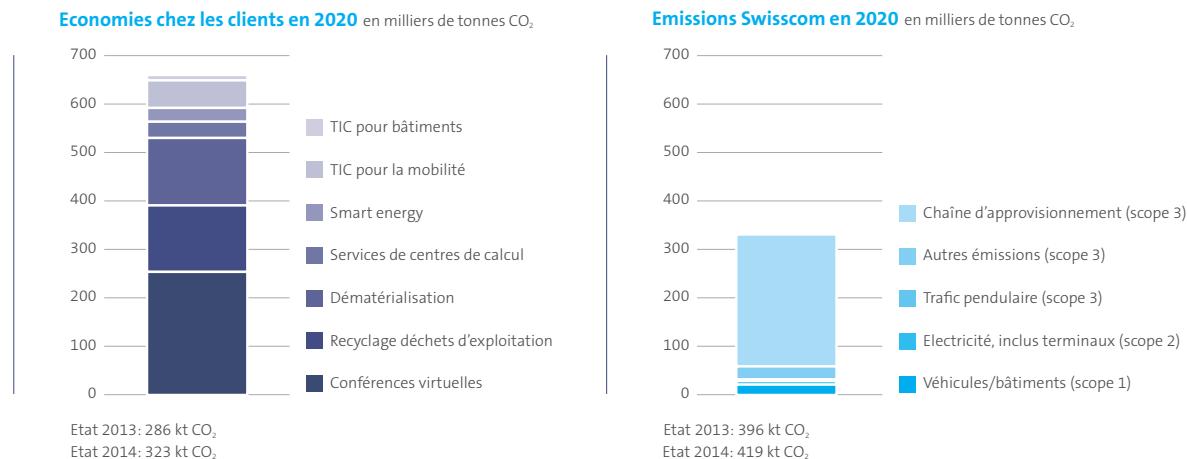
Pour Swisscom et ses parties prenantes, la transition énergétique et le changement climatique constituent des thèmes essentiels. La nouvelle Stratégie énergétique 2050 de la Confédération prévoit la sortie de l'énergie nucléaire et invite à exploiter systématiquement tout potentiel d'amélioration de l'efficacité énergétique et à passer aux énergies renouvelables. Swisscom veille tout particulièrement à améliorer sa propre efficacité énergétique et la protection climatique. D'ici 2020, Swisscom entend, avec ses clients, économiser une quantité de CO₂ deux fois supérieure à celle qu'elle génère pour l'ensemble de son exploitation et dans sa chaîne d'approvisionnement. Ce projet est intitulé «Objectif 2:1». Fin 2014, la part de réduction par rapport aux émissions était d'environ 0,76.

La politique environnementale et la politique d'achat constituent pour Swisscom le fondement d'une utilisation durable des ressources. Les normes de gestion, les standards et les instructions internes permettent une mise en œuvre systématique des mesures d'économie et d'efficacité prévues. Les filiales dont les activités ont un impact significatif sur l'environnement sont certifiées selon la norme ISO 14001, à savoir Swisscom (Suisse) SA, Swisscom Broadcast SA, Swisscom IT Services SA (intégrées sur le plan opérationnel depuis le 1^{er} janvier 2014 dans Swisscom Suisse, sur le plan juridique début 2015) et cablex SA. Ces filiales ont par ailleurs toutes obtenu la certification ISO 9001. La filiale italienne Fastweb S.p.A. est également certifiée ISO 14001. Les systèmes et processus de gestion certifiés ISO 14001 regroupent, en termes d'effectif, plus de 95% du groupe (y compris Fastweb).

D'ici fin 2015, les mesures prises dans le domaine de l'infrastructure réseau devront dégager un gain d'efficacité énergétique supplémentaire de 25% par rapport au 1^{er} janvier 2010. Sur la même période, Swisscom entend réduire de 12% ses émissions directes de CO₂. Cette réduction se fera avant tout par la prise de mesures dans le domaine de la mobilité des collaborateurs ainsi que dans l'infrastructure. Au final, d'ici fin 2015, Swisscom souhaite abaisser de 60% ses émissions directes de CO₂ par rapport à 1990, l'année de référence. Swisscom a calculé ses besoins en énergie jusqu'en 2020 et renouvelé la convention signée avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AenEC). Selon cette nouvelle convention, elle accroîtra l'efficacité énergétique de 35% supplémentaires à partir

de 2016 jusqu'à la fin de 2020. Swisscom y travaille au sein du groupe «Exemplarité énergétique de la Confédération», avec les entreprises proches de la Confédération qui poursuivent la nouvelle stratégie énergétique 2050 de la Confédération.

L'objectif 2:1 à l'horizon 2020



Réductions de CO₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT

Le secteur des TIC joue un rôle clé dans la réduction des émissions de CO₂. Comme le confirme une étude réalisée par la Global e-Sustainability, ce secteur peut contribuer à réduire les émissions de CO₂ d'environ 16% au niveau mondial. Ce potentiel correspond à environ sept fois la quantité de CO₂ émise par le secteur lui-même.

C'est pourquoi Swisscom lance de nombreuses initiatives pour proposer des offres moins énergivores et plus respectueuses des ressources. Elle commercialise en outre des produits et des prestations qui aident les clients à réduire leurs émissions de CO₂ et à réaliser des économies d'énergie. Les solutions TIC ont contribué à la diminution des émissions de CO₂ au cours de l'exercice. Les conférences virtuelles réduisent ainsi les besoins de se déplacer et les services de communication facilitent le travail à domicile. L'optimisation des flottes de véhicules, les services peu énergivores des centres de calculs et la gestion intelligente des locaux administratifs, des appareils ou des réseaux électriques contribuent également à la réduction des émissions de CO₂.

Les particuliers réduisent leurs émissions de CO₂ lorsqu'ils remplacent leurs supports de données physiques tels les CD, DVD et revues par les offres numériques. L'e-shopping permet d'éviter les déplacements jusqu'aux commerces et de réduire la consommation d'énergie nécessaire aux surfaces de vente.

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

Services Green ICT pour les clients commerciaux

Les services Green ICT de Swisscom soutiennent les clients commerciaux dans leurs efforts pour réaliser des économies d'énergie et réduire les émissions de CO₂. Swisscom s'est donnée pour objectif d'accroître de 10% par an le chiffre d'affaires généré par ces services et ce, dans les champs d'activité suivants:

- > **Solutions TIC pour les bâtiments:** optimisation de la consommation d'énergie
- > **Solutions TIC pour la mobilité:** réduction des déplacements
- > **Services pour les centres de calculs:** externalisation et virtualisation de serveurs dans des centres de calcul efficaces, optimisation de la consommation d'énergie
- > **Dématerrialisation:** économies de papier, solutions d'impression économisant le papier et travail sans papier
- > **Home Office:** solutions pour le télétravail et le travail mobile, réduction des déplacements
- > Conférences virtuelles: réduction des déplacements, solutions pour des postes de travail efficaces



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



Voir sous
workanywhere.swisscom.ch

Les services proposés par Swisscom sont assortis d'une recommandation climatique de la fondation myclimate. Celle-ci fait clairement ressortir les économies d'énergie et les réductions de CO₂ résultant de l'utilisation du service. Elle peut être consultée sur Internet.

Au cours de l'exercice 2014, Swisscom a de nouveau fortement promu ses services Green ICT et a élargi son offre de services certifiés par myclimate. La nouvelle progression du chiffre d'affaires des services Green ICT souligne l'attrait qu'exercent ces services.

En collaboration avec le Home Office Day et la Haute école spécialisée Suisse du Nord-Ouest, Swisscom a analysé la diffusion du travail mobile et l'utilisation du Home Office.

> Une enquête représentative effectuée auprès de personnes actives en Suisse alémanique et romande indique pour la première fois le nombre de personnes qui ont recours au travail mobile et le nombre de jours qu'elles passent en Home Office. D'après l'enquête, parmi les 4,5 millions de personnes employées en Suisse, plus de la moitié (54%) peuvent avoir recours au travail mobile en raison de la nature de leurs tâches. Un quart des employés, soit un peu plus d'un million de personnes, le font déjà plusieurs fois par mois, voire plusieurs fois par semaine. 11% d'entre eux ont plutôt rarement recours au travail mobile (une fois par mois ou moins). 13% auraient la possibilité de travailler de façon itinérante, mais ne le font pas, soit parce que cela ne leur est pas permis (9%), soit parce que la technologie nécessaire leur fait défaut.

> Menée auprès de 1838 actifs en Suisse alémanique et romande, l'étude montre que 27% d'entre eux travaillent certains jours en Home Office. L'enquête ne considère comme jour de Home Office qu'une journée entièrement travaillée à la maison pour laquelle il n'y a donc aucun trajet pour se rendre au travail. En moyenne, cela correspond à 3 jours par mois, soit 0,7 jours par semaine. Au total, ce sont ainsi près de 42 millions de journées de travail qui sont réalisées en Home Office chaque année en Suisse. Aucune différence n'a été constatée entre la Suisse alémanique et la Suisse romande. Sur la base de ces chiffres, les réductions de CO₂ liées à l'utilisation du Home Office ont pu être calculées plus précisément que pour les années précédentes.

Swisscom a par ailleurs mis en place les mesures suivantes dans le domaine Green ICT:

- > **Le Home Office Day national:** Swisscom soutient le Home Office Day depuis son lancement en 2010. En 2014, elle y a participé pour la cinquième fois à titre de partenaire. Introduit lors du Home Office Day, le Label «home office friendly» confère aux entreprises une réputation d'employeur attrayant, par exemple dans les offres d'emploi
- > **Label:** introduction d'un label supplémentaire «workfriendly-space» pour les restaurants dans lesquels le travail mobile est autorisé grâce au WLAN et à la possibilité de se raccorder au réseau électrique

25

Services Green ICT pour les Clients privés

Au cours de l'exercice sous revue, la division Clients privés de Swisscom Suisse a lancé un programme afin de développer son offre de services Green ICT pour les clients privés. Swisscom optimise ainsi ses services d'un point de vue écologique (rayonnement et efficacité énergétique par exemple) et communique de façon transparente avec les particuliers.

Succès du programme pour l'exercice sous revue:

- > **Dématérialisation grâce à la facture en ligne:** la facture en ligne est une alternative attrayante et écocOMPATIBLE à la facture sur papier. Le pourcentage de clients ayant opté pour la facture en ligne, une solution écologique attrayante, est passé de 18,3% en 2013 à 20,8% fin 2014. Dans la communication avec ses clients, Swisscom indique que ce type de facture non seulement est bénéfique pour l'environnement, mais qu'il permet aussi de gagner du temps et de réaliser des économies. En outre, Swisscom a mené une action conjointement avec le WWF pour convaincre les clients des avantages de la facture électronique.
- > **Services pour centres de calculs Docsafe:** avec Docsafe, tous les documents des clients privés de Swisscom sont conservés en toute sécurité sur des serveurs suisses, dans un espace personnel du cloud. De plus, les documents peuvent être archivés, classés, consultés et partagés sous forme cryptée où que l'on se trouve à partir d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un téléphone portable.
- > **Smart Energy tiko:** lancé par la filiale Swisscom Energy Solutions, ce service permet aux Clients privés de contrôler à distance leur pompe à chaleur, leur chauffage électrique et leur chauffe-eau et envoie une alarme dans les plus brefs délais en cas de dérangement. De plus, tiko compare l'efficacité énergétique des dispositifs de chauffage dans les appartements et les commerces. Ce service, gratuit pour les Clients privés de Swisscom, vise à économiser l'énergie de réglage et à compenser les fluctuations sur le marché suisse de l'électricité, en regroupant sous forme



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

de pool le plus grand nombre possible de pompes à chaleur et de chauffages électriques. Cette démarche permet d'intégrer bien plus d'énergies douces telles que l'énergie éolienne et solaire dans l'alimentation électrique et ainsi de stabiliser le réseau électrique.

Conception de produits écologiquement et socialement acceptables

La stratégie CR est pleinement intégrée au processus de conception des produits. Swisscom examine au moyen d'une liste de contrôle CR les répercussions des nouveaux produits sur les grands thèmes relatifs à ladite stratégie. Si des répercussions non négligeables apparaissent, Swisscom prend les mesures qui s'imposent.

> **Des points environnement désormais également sur les téléphones fixes:** les appareils fixes et mobiles des différents fabricants se distinguent non seulement par leur design et leurs performances, mais également par leur éco-compatibilité. Longtemps, les clients avaient du mal à accéder aux informations telles que la consommation électrique d'un appareil ou encore les matières premières utilisées pour sa fabrication. En 2011, Swisscom a été le premier opérateur de Suisse à introduire le système d'évaluation par points environnement et à assurer ainsi plus de transparence. Depuis, tous les appareils que Swisscom propose à la vente sont notés sur la base de trois critères équipondérés par lesdits points, à savoir faible consommation électrique, faible énergie nécessaire à la fabrication et choix responsable des matières premières. Les points environnement se limitent aux aspects écologiques. Ils aident les clients à tenir compte de l'éco-compatibilité lors de l'achat d'un appareil. En 2014, Swisscom a continué de développer les points environnement. Désormais, les clients bénéficient d'une évaluation indépendante de myclimate pour l'achat de téléphones fixes.

> **Réparation et recyclage des terminaux:** Swisscom offre légalement une garantie de deux ans et des services de réparation pour tous les terminaux tels que téléphones fixes, modems, téléphones portables ou modems USB Mobile Unlimited. De plus, Swisscom reprend tous les appareils électroniques issus de son assortiment et réutilise les routeurs dans la mesure du possible. Le recyclage 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. Il est financé par une taxe de recyclage anticipée. Une statistique en matière de recyclage est disponible auprès de SWICO.

> **Swisscom Mobile Aid:** en 2014, Swisscom a récupéré environ 82 000 téléphones mobiles qu'elle a, pour la plupart, revendus par l'intermédiaire d'une entreprise tierce dans des pays demandeurs de téléphones d'occasion à bas prix. Le produit de la vente est reversé à l'entreprise d'insertion «réalise» et à l'organisation caritative «SOS Villages d'Enfants Suisse». Les appareils qui ne peuvent pas être revendus sont recyclés conformément aux normes techniques par SWICO. En 2014, le taux de retour des appareils mobiles d'occasion a diminué par rapport à l'année précédente et s'est élevé à 6,2% (exercice précédent: 9,8%).

Nombre de produits respectueux de l'environnement assortis d'une recommandation climatique
Le portefeuille de Swisscom comprend

32 produits

Recyclage des téléphones mobiles
Swisscom Mobile Aid
Nombre d'appareils récupérés en 2014

82 mille

Emissions CO₂, consommation d'énergie et efficacité énergétique

La consommation d'énergie, principal facteur d'influence sur l'environnement

Les principaux impacts de Swisscom sur l'environnement sont dus à sa propre consommation d'énergie et aux émissions de CO₂ qui en résultent. L'entreprise s'efforce de les limiter en améliorant son efficacité énergétique et en utilisant des énergies renouvelables pour limiter l'impact de ses activités sur l'environnement. Outre l'infrastructure réseau décrite dans le rapport financier, Swisscom gère un parc immobilier considérable, soit en tant que propriétaire, soit en régie propre. Ce parc comprend bureaux, bâtiments commerciaux, centraux de raccordement et centres de données. Swisscom ne gère ni entrepôts ni centres de distribution, mais elle entretient une flotte de véhicules de service et d'utilitaires.

Gestion de l'énergie chez Swisscom

La gestion de l'énergie au sein de Swisscom comprend schématiquement les étapes processuelles suivantes:

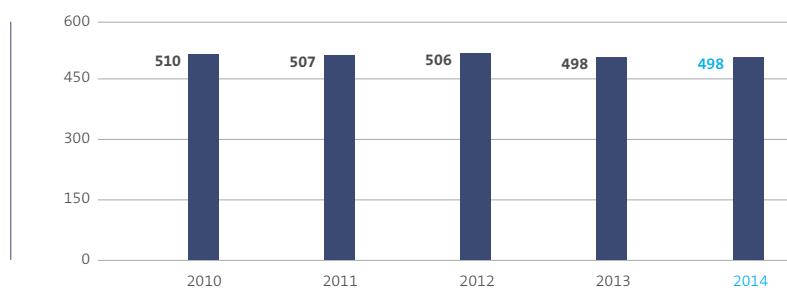
- > calcul des besoins en énergie sur une période donnée
- > définition et validation d'objectifs et de mesures en matière d'efficacité énergétique
- > définition du mix d'énergie, en particulier du mix de courant
- > mise en œuvre de mesures pour accroître l'efficacité énergétique
- > production de courant propre
- > utilisation des rejets de chaleur
- > suivi et reporting
- > développement et commercialisation de produits et de services Green ICT

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

En 2014, la consommation d'électricité de Swisscom a atteint 408 gigawatts/heures (GWh) contre 399 GWh l'année précédente, ce qui correspond à une augmentation de 2,3%. Les mesures d'efficacité mises en place ont pu en partie équilibrer le dépassement de consommation électrique lié aux nouvelles extensions de réseau. S'agissant du mix de courant utilisé pour l'infrastructure de réseau et les bâtiments gérés par Swisscom, depuis 2010, la part d'électricité d'origine nucléaire, fossile ou d'origine inconnue fait l'objet d'une compensation, avec des garanties d'origine. Swisscom augmente ainsi la durabilité de son mix de courant. En 2014, comme les années précédentes, l'entreprise a consommé exclusivement du courant issu à 100% d'énergies renouvelables, point certifié par le WWF. Elle a notamment utilisé 7,5 GWh de courant écologique «naturemade star» à partir d'énergie solaire (3,5 GWh) et d'énergie éolienne (4 GWh), ce qui fait de Swisscom l'une des plus grandes consommatrices de courant tiré de ces énergies douces en Suisse.

27

Swisscom: consommation d'énergie en GWh



Mesures d'efficacité liées à la consommation d'électricité des réseaux

En 2014, Swisscom a poursuivi le projet Mistral, un projet d'économie d'énergie consacré au refroidissement des centraux téléphoniques. Mistral se réfère à 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 2014, 761 installations de télécommunication étaient refroidies grâce à ce procédé (exercice précédent: 673), soit une augmentation de 13%. Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom Suisse et Swisscom Broadcast ont installé Mistral dans six stations de base de téléphonie mobile (exercice précédent: douze) et deux stations d'émission (exercice précédent: quatre). En 2013 et 2014, Swisscom a en outre renouvelé toutes les installations de son réseau mobile et ainsi augmenté son efficacité énergétique d'environ 15 GWh. Cette amélioration de l'efficacité se voit confirmer par les résultats des mesures effectuées dans des sites pilotes ainsi que par une projection. Actuellement, Swisscom étend son réseau mobile. Le renouvellement du matériel diminue de ce fait les besoins supplémentaires d'électricité dus à cette extension.

Green Touch, un consortium international, vise à multiplier par mille l'efficacité énergétique des réseaux de télécommunication. Lancée en 2010, cette initiative est portée par 50 fabricants, instituts scientifiques et opérateurs. Swisscom, qui en est l'un des membres fondateurs, a accompagné de près son lancement et s'implique dans deux domaines de recherche. Green Touch a développé et présenté de nombreux prototypes. L'un de ces prototypes est à même d'améliorer l'efficience énergétique du Fibre to the Home (FTTH), grâce d'une part à un protocole de transmission optimisé et d'autre part à de nouveaux composants optiques. Green Touch a aussi montré comment les nouveaux réseaux mobiles peuvent être exploités de manière moins énergivore en découpant la signalisation des flux de données.

Mesures d'efficacité liées à la consommation d'électricité des centres de calcul

Le centre de calcul de Swisscom IT Services à Zollikofen (Berne) se caractérise par une efficacité énergétique élevée et un refroidissement peu énergivore. Ses installations affichent en moyenne annuelle un coefficient d'efficacité énergétique (Power Usage Effectiveness, PUE) de 1,3. Ce coefficient met en relation la consommation électrique globale d'un centre de calcul avec la consommation électrique de ses installations IT. La consommation électrique rapportée au coefficient PUE à Zollikofen est inférieure de 33% à celle des centres de calcul de conception traditionnelle. Le centre de calcul mis en service à Berne Wankdorf en septembre 2014 travaille encore plus efficacement. Il atteint un PUE de 1,2. Au lieu de recourir à des installations de climatisation conventionnelles, gourmandes en énergie, Swisscom recourt à un nouveau procédé free cooling qui fonctionne à base d'évaporation pendant les chaudes journées d'été et utilise de l'eau de pluie.

Il a reçu la distinction «Watt d'Or» de l'Office fédéral de l'énergie, qui récompense les meilleures prestations dans le domaine de l'énergie et les projets les plus novateurs en rapport avec l'efficacité. De plus en plus de serveurs sont utilisés de façon partagée. Cette virtualisation des serveurs permet à Swisscom de réduire son infrastructure IT et d'augmenter ainsi son efficacité énergétique.

Mesures d'efficacité liées à la consommation d'électricité des bâtiments

Les analyses énergétiques réalisées dans sept bâtiments en 2014 ont permis d'amorcer des optimisations de l'exploitation avec 3,3 GWh d'économies d'énergie annuelles à la clé. Au siège principal à Worblaufen, Swisscom a remplacé l'ensemble de l'éclairage par la technologie LED et économise, rien qu'avec cette mesure, 10,9 kWh d'énergie électrique par an.

Facility Management réalise en outre à l'aide de son programme «Pioneer@Swisscom contrôles énergétiques» sur l'ensemble de l'entreprise. Ces analyses ont contribué à optimiser les états de fonctionnement de 83 bâtiments pendant l'exercice sous revue. Swisscom a ainsi pu réaliser une économie d'énergie de 463 MWh (exercice précédent: 411 MWh), soit une réduction de 78 tonnes de ses émissions de CO₂ (exercice précédent: 65 tonnes).

Mesures d'efficacité liées à la consommation de combustibles servant à la production de chaleur

Swisscom mesure tous les mois la consommation de mazout, de gaz naturel et de chaleur à distance de ses 62 plus grands bâtiments qui représentent plus de la moitié de sa surface totale immobilière. La consommation annuelle est ensuite extrapolée à l'ensemble des surfaces.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a consommé 172 térajoules d'énergie (47,8 GWh contre 55,8 GWh l'année précédente) pour le chauffage des bâtiments. Les modes de chauffage utilisés sont le mazout (71,3%), le gaz naturel (15,3%) et le chauffage à distance (13,3%). Au cours des six dernières années, Swisscom a diminué l'indice de chauffage/m² de 30%. Cette baisse s'accompagne d'une réduction des émissions de CO₂ qui n'est toutefois pas visible du fait de la variation annuelle du mix énergétique.

Swisscom a l'intention de continuer de réduire la quantité de chaleur nécessaire au chauffage. A cette fin, elle a persévétré au cours de l'exercice dans l'application systématique de mesures contribuant à réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO₂ relatives au chauffage des bâtiments. Une surveillance énergétique attentive a permis d'approfondir durant l'exercice sous revue la base de données nécessaire à une analyse énergétique et a révélé des cas de consommation d'énergie excessive.

En complément, Swisscom a rénové et modernisé plusieurs chauffages en Suisse au cours de l'exercice sous revue. En amont, Swisscom a examiné des solutions de remplacement des combustibles fossiles lors de la production de chaleur dans le cadre de plusieurs études. A partir de la période de chauffe 2014/2015, Swisscom renonce intégralement à l'utilisation de mazout sur trois sites. Cette formule a déjà fait ses preuves dans le central technique de Twann (canton de Berne) où le chauffage est assuré par des granulés de bois; à St-Gall, où un système écologique de récupération de chaleur et de chauffage à distance a été mis en service et à Huttwil, qui a passé au réseau de chauffage urbain. Au total, les assainissements et les modernisations de ces trois sites permettent à Swisscom d'économiser 33 000 litres de mazout par an et de réduire de 87 tonnes ses émissions carbone. Par ailleurs, en 2014, Swisscom a mis en œuvre dix projets de construction pertinents sur le plan écologique. Comme en témoigne un formulaire écologique interne, elle économise ainsi 161 MWh d'énergie et réduit les émissions de CO₂ de 43,2 tonnes.

Mesures d'efficacité liées à la consommation de carburant et à la mobilité

Un service à la clientèle de tout premier ordre et l'extension de l'infrastructure réseau supposent une mobilité complète des collaborateurs. En 2014, un total de 62,7 millions de kilomètres ont été parcourus au service de la clientèle (sans usage privé), ce qui correspond à une consommation de carburant de 149 térajoule (41,4 GWh). La consommation de carburant a diminué de 0,7% par rapport à l'exercice précédent.

Une stratégie d'utilisation novatrice doit permettre de ramener d'ici 2015 les émissions moyennes de CO₂ par véhicule de 150 grammes de CO₂/km (2010) à 110 grammes de CO₂ par kilomètre parcouru. Fin 2014, l'émission moyenne des véhicules de la flotte Swisscom était de 123 g de CO₂ par km, conformément aux informations des fabricants selon le nouveau cycle européen de conduite (NEDC). 96,6% des véhicules sont classés dans les catégories d'efficacité énergétique A et B. Swisscom gère un parc de 392 (+50%) véhicules hybrides, 69 (+8%) véhicules roulant au gaz naturel, 17 véhicules électriques (+55%) et 34 (-13%) vélos électriques. Dans les bâtiments et garages de Swisscom, les véhicules électriques sont tous rechargés avec du courant issu de sources d'énergie renouvelables. En 2014, les collaborateurs de Swisscom ont utilisé 121 260 (+16,8%) billets de train pour leurs déplacements professionnels et acquis 13 848 (5%) abonnements demi-tarif et 3 343 (+7,9%) abonnements généraux.

Services Green ICT chez Swisscom

Swisscom promeut l'utilisation des services Green ICT non seulement auprès de ses clients, mais aussi en son sein, en utilisant des solutions du même type:

- **Conférences virtuelles:** Swisscom a désormais installé Telepresence, la solution de visioconférence plus vraie que nature, sur 18 sites, ainsi que chez Fastweb en Italie.
- **Home Office:** les collaborateurs de Swisscom sont presque tous en mesure d'exploiter, en quelques clics de souris, les solutions de partage de vidéos et de bureau avec d'autres collaborateurs et d'effectuer une partie de leur travail à leur domicile. L'étude «Work Anywhere» et la participation au Home Office Day ont permis d'ancrer davantage les nouvelles formes de travail au sein de l'entreprise. Le guide «Travail mobile» fournit aux collaborateurs et à leurs supérieurs des directives sur la manière d'aborder le travail mobile.

Production de notre propre courant

Depuis 2005, Swisscom produit elle-même du courant, y voyant une contribution importante à sa politique énergétique durable. Swisscom construit des installations solaires là où elles se justifient d'un point de vue économique.

En 2014, Swisscom a mis en service sept installations solaires: quatre dans les stations émettrices des Ordons (Jura), de La Chaux-de-Fonds (Neuchâtel), de Feldis (Grisons) et de Haute-Nendaz (Valais) avec une puissance de respectivement 52, 67, 64 et 29 kWp, ainsi que trois autres installations avec une puissance totale de 280 kWp (Lucerne-Littau: 30 kWp, Neuchâtel-Le Landeron: 30 kWp et Bern-Ittigen: 220 kWp). La puissance cumulée de toutes les installations solaires de Swisscom s'élève à 891 kWp, soit +137% par rapport à l'année précédente. Swisscom entend poursuivre son programme de production d'électricité au cours des prochaines années. Elle s'est fixé comme objectif d'atteindre d'ici la fin 2015 une puissance installée de 1 MWp d'électricité solaire.

Effet total des mesures d'efficacité

En 2014, la consommation d'énergie de Swisscom (électricité, combustibles et carburants) a atteint 499 gigawatt/heures (GWh) contre 503 GWh l'année précédente. Sans les mesures d'efficacité engagées depuis le 1^{er} janvier 2010, Swisscom consommerait actuellement 127 GWh d'énergie de plus par année.

Utilisation des rejets de chaleur

A Zurich, dans le cadre de deux conventions, Swisscom valorise les rejets de chaleurs de ses propres bâtiments. En 2014, ce sont ainsi 5,7 GWh d'énergie thermique qui ont été injectés sous forme de chaleur à distance dans les communes avoisinantes, contre 5,8 GWh l'année précédente. Cette mesure a permis d'économiser 570 000 litres de mazout (580 000 l'année précédente) et de réduire d'autant les émissions carbone. Les rejets de chaleur du nouveau centre de calcul à Berne Wankdorf sont également acheminés vers le circuit de chauffage urbain de la ville de Berne pour chauffer directement des immeubles du voisinage. Cela permet de réduire les émissions en CO₂ des foyers et des commerces.

Projet Mistral

Refroidissement des centraux téléphoniques par l'air extérieur

Mistral économise l'équivalent de l'énergie nécessaire à 9 000 logements et commerces ou

45
GWh/a

Couverture des besoins en électricité

avec du courant issu d'énergies renouvelables

Chaque année, Swisscom achète des certificats et compense la part de courant issu d'énergies non renouvelables à

100
%

Economies de CO₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés

Les bilans écologiques dressés par Swisscom au cours des années antérieures font ressortir trois grands facteurs d'influence sur l'environnement des réseaux et des terminaux:

- > **la consommation d'énergie** des terminaux utilisés par les clients
- > **l'énergie utilisée** pour la production des terminaux
- > **la consommation électrique** des éléments de réseau

La consommation d'énergie chez les clients est extrapolée à 250 000 MWh sur la base des volumes de vente, de la consommation par appareil et des profils d'usage typiques. En ce qui concerne la consommation d'énergie, Swisscom rend ses clients attentifs aux multiples possibilités de la réduire et leur propose par ailleurs des solutions concrètes pour ce faire:

- > **Economies d'énergie – c'est si simple:** sur l'initiative de l'Office fédéral de l'Energie (OFEN), Swisscom et deux autres prestataires ont fait le choix d'une campagne d'information commune. Cette campagne vise à optimiser la consommation d'énergie à domicile au travers d'un réglage optimal des modems, routeurs et décodeurs TV. Swisscom soutient cette campagne en informant ses clients et en expliquant en détail sur son site Internet les paramètres permettant d'optimiser la consommation d'énergie.
- > **Des décodeurs efficaces pour les clients TV:** de novembre 2012 au printemps 2014, Swisscom a livré tous les décodeurs TV prérglés en mode économie d'énergie. En mode de veille le plus profond ces appareils ne consomment plus que 0,4 watt, soit une économie d'énergie d'environ 50% en moyenne par rapport aux modèles antérieurs. Pour les clients, cette mesure ne s'accompagne d'aucun désavantage, puisque le mode d'économie d'énergie ne fait que rallonger quelque peu le démarrage des décodeurs.
- > **Swisscom TV 2.0:** en 2014, Swisscom a lancé TV 2.0 qui ne stocke plus les enregistrements sur le décodeur, mais dans le cloud. La nouvelle box s'affranchit ainsi du disque dur et consomme donc 36 kWh de moins, soit 40% de moins, que l'ancien modèle. Par ailleurs, Swisscom a largement informé les clients Swisscom TV 2.0 sur la manière de configurer au mieux le décodeur pour l'usage quotidien et pour les vacances.
- > **Internet Box:** Swisscom a lancé son Internet Box fin 2013 et proposé aux clients des services particuliers pour le nouvel Internet à haut débit au cours de l'exercice sous revue. L'Internet Box offre également des possibilités d'économiser de l'énergie. Le temporisateur permet par exemple de définir l'intervalle pendant lequel le WLAN, la fonction de stockage centrale ou la téléphonie (DECT) doivent être désactivés. L'Internet Box permet aussi de réduire le nombre d'appareils du réseau domestique, ce qui abaisse fortement la consommation de courant, car la nouvelle Internet Box remplace ceux d'entre eux qui étaient nécessaires auparavant pour établir une connexion sans fil avec un ordinateur, la télévision et la téléphonie fixe HD.
- > **Ecomode plus:** grâce à Ecomode plus, les téléphones sans fil n'émettent plus qu'un très faible rayonnement. Pratiquement tous les téléphones sans fil vendus par Swisscom sont des modèles Ecomode plus.

Voir sous
[www.swisscom.ch/
économiser-énergie](http://www.swisscom.ch/economiser-energie)

Voir sous
[www.swisscom.ch/
économiser-énergie](http://www.swisscom.ch/economiser-energie)

31

Economies de CO₂ grâce aux services Green ICT
Grâce aux services Green ICT, nos clients ont
réduit leurs émissions CO₂ de

**Economies de courant grâce
aux services Green-ICT**
En 2014, nos clients ont réalisé ensemble
des économies d'électricité à hauteur de

326 000 t 56,6 GWh

Bilan CO₂ et champs d'application 1, 2 et 3 du protocole des gaz à effet de serre (GES)

Swisscom poursuit une politique claire pour combattre les effets du changement climatique et se conforme à la définition du protocole de gaz à effet de serre (GES) reconnue au plan international. Elle catégorise ses émissions de CO₂ selon les champs d'application 1 (émissions directes issues de la combustion d'énergies fossiles pour le chauffage et la mobilité ou issues des fluides frigorigènes), 2 (émissions provoquées indirectement par la consommation électrique) et 3 (toutes les autres émissions de CO₂ indirectes, par exemple dans la chaîne d'approvisionnement).



Swisscom tient un inventaire des gaz à effet de serre répondant à la norme ISO 14064:

- **Emissions de champ d'application 1:** la consommation directe d'énergies fossiles représente 17,9% de la consommation d'énergie directe totale de Swisscom, (exercice précédent: 19,9%). Les émissions de CO₂ de champ d'application 1 ont diminué de 17,5% depuis le 1^{er} janvier 2010 et s'élèvent en 2014 à 21 380 tonnes de CO₂ sans correction climatique. Les carburants représentent 51% de la consommation et les combustibles 49%. Le champ d'application 1 prend aussi en compte 271 tonnes d'émissions issues des fluides frigorigènes (exercice précédent: 226 tonnes). Swisscom ne comptabilise pas les émissions liées aux pertes de SF₆ des transformateurs et stations électriques, car elle ne contrôle pas ces installations.
- **Emissions de champ d'application 2:** le mix de courant utilisé en Suisse par Swisscom n'étant pas produit à partir d'énergies fossiles, il n'est pas source d'émissions de CO₂. D'après le champ d'application 2, la consommation de courant n'entraîne donc aucune émission de CO₂, mais ce n'est toutefois pas le cas d'une partie des 794 tonnes de CO₂ du chauffage à distance.
- **Emissions de champ d'application 3:** en 2014, Swisscom a déterminé ses émissions de gaz à effet de serre à l'aune de toutes les catégories de champ d'application 3. Sont exclues les catégories suivantes: 10 Processing of sold products, 13 downstream leased assets et 14 Franchises. Elles ne sont pas pertinentes, car Swisscom ne fabrique aucun produit, n'exploite aucun centre de distribution (downstream leased assets) et ne gère aucune franchise. Les émissions de CO₂ de champ d'application 3 s'élèvent à 457 760 tonnes.

32

Swisscom publie son inventaire des gaz à effet de serre et le fait certifier par un organisme externe dans un rapport climatique dont la conception répond à la norme ISO 14064. Un tel rapport ne fait pas seulement état des émissions CO₂, mais présente également l'impact des mesures de réduction réalisées dans l'entreprise. Il détermine en outre les émissions de CO₂ que les entreprises et les clients privés peuvent éviter en faisant appel à des services TIC respectueux de l'environnement, certifiés par la fondation myclimate. Le rapport climatique dresse enfin un bilan des émissions et réductions de CO₂. Le ratio des réductions par rapport aux émissions est légèrement meilleur que l'année précédente puisqu'il s'inscrit à 0,76 fin 2014 (contre 0,72 en 2013).

Par ailleurs, Swisscom participe chaque année au Carbon Disclosure Project (CDP). Les informations enregistrées par le CDP sur les émissions et l'engagement de Swisscom en faveur de la protection climatique sont disponibles sur la plateforme CDP. En 2014, Swisscom s'est vue intégrer dans le Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) ainsi que dans le Carbon Supplier Climate Performance Leadership Index (SCPLI).

Autres thèmes environnementaux au sein de l'entreprise

Papier

Swisscom distingue les matériaux en fonction de leur durée de vie: ceux de courte durée et ceux de longue durée. Elle s'emploie à réduire l'impact que certains matériaux à durée de vie limitée, notamment le papier, exercent sur l'environnement. Pour l'administration interne, l'entreprise utilise ainsi un papier recyclé assorti de l'écolabel Ange Bleu. Pour les factures, publicités, imprimés, elle recourt exclusivement au papier muni du label FSC (Forest Stewardship Council). Le passage à un envoi bimestriel des factures aux clients ainsi que la facture électronique ont tous deux permis de réaliser de substantielles économies de papier. Pour les impressions dans ses bâtiments, Swisscom utilise le «Follow-Me-Printing», ce qui lui a également permis de réduire la consommation de papier. Un papier d'un grammage de 34 g/m² est utilisé pour les annuaires téléphoniques assortis de l'écolabel Ange Bleu. La consommation de papier pour les annuaires téléphoniques est en recul, car le nombre de volumes imprimés régresse fortement.

Tonnes	qualité	2012	2013	2014	2014 en %
Domaine					
Administration (photocopieuses, imprimantes)	Ange Bleu ¹	170	143	130	1,7
Imprimés	Label FSC	3 884	3 498	3 225	43,3
Factures et enveloppes	Label FSC	466	456	424	5,7
Annuaires téléphoniques	Ange Bleu	4 244	662 ²	3 670	49,3
Consommation totale de papier		8 764	4 759	7 449	100,0

¹ 75% dès 2014, 100% avant

² Annuaires téléphoniques hors périmètre Swisscom (passage à LTV, reprise de LTV par Swisscom 2014)

Câbles, fibres optiques et poteaux en bois

La construction du réseau requiert l'utilisation de matériaux ayant une longue durée de vie, tels que les câbles ou les fibres optiques. En 2014, Swisscom a utilisé les matériaux suivants sur son réseau fixe: fibre optique, paires de câbles torsadés en cuivre ainsi que des tubes en polyéthylène respectueux de l'environnement. Par ailleurs, Swisscom a également installé des poteaux téléphoniques en bois traités avec des produits de conservation à base de cuivre et de chrome. Trois entreprises partenaires garantissent et assurent l'élimination respectueuse de l'environnement de ces poteaux à la fin de leur durée de vie.

En km, tonnes ou nombre	Unité	2012	2013	2014
matériaux				
fibres optiques	km	1 090 000	1 140 509	1 377 471
paires de cuivre	km	145 797	110 458	104 032
tubes en polyéthylène PE	km	831	745	810
cuivre	tonnes	1 302	987	992
polyéthylène PE	tonnes	798	716	774
poteaux téléphoniques en bois	nombre	5 931	6 659	8 789

Eau

Swisscom extrapole sa consommation d'eau sur la base d'une mesure moyenne de consommation datée de 1995 dans ses plus grands bâtiments et la multiplie par le nombre d'équivalents plein temps. Cette mesure moyenne a été actualisée en 2014 et s'inscrit à un niveau nettement inférieur qu'auparavant (environ 40 litres par jour et par équivalent plein temps actuellement contre 115 litres par jour et par équivalent plein temps en 1995). Dans les sanitaires, la consommation d'eau a connu, elle aussi, une légère baisse (voir tableau des indicateurs environnementaux, page 36). L'eau n'étant utilisée que dans un seul processus commercial – le refroidissement – son impact environnemental n'est pas significatif. Pour le refroidissement des centres de calcul, Swisscom exploite en principe un système de refroidissement à sec. Elle ne met en œuvre des systèmes de refroidissement hybrides ou adiabatiques (basés sur l'évaporation de l'eau) qu'à titre exceptionnel. Dans ce cas, conformément à une directive interne émise en septembre 2011, Swisscom privilégie alors l'eau de pluie ou – si une autorisation est délivrée – l'eau des rivières/lacs. Pour les nouveaux centres de calcul, la part d'eau de pluie utilisée comme moyen de refroidissement doit impérativement dépasser 80%, les refroidisseurs ne pouvant par ailleurs utiliser l'eau tout au plus que pendant 15% du temps d'utilisation annuel global. La consommation d'eau pour le refroidissement reste ainsi nettement inférieure à la consommation totale de Swisscom en eau.

Installations frigorifiques et réfrigérants

Swisscom remplace en permanence toutes les anciennes installations frigorifiques à compression et à agents réfrigérants exploitées dans les centraux téléphoniques par la méthode de refroidissement novatrice Mistral. Mistral refroidit les équipements de télécommunication pendant toute l'année en utilisant uniquement l'air extérieur, sans faire appel à des agents réfrigérants. Approximativement 85% des centraux téléphoniques de Swisscom sont déjà équipés de Mistral. Pour le refroidissement de ses stations émettrices et de ses stations de communication mobiles, Swisscom s'affranchit également dans une mesure croissante des installations frigorifiques à compression. Les installations frigorifiques à compression et à agents réfrigérants ne sont plus utilisées que dans les centres de calcul où Swisscom vérifie régulièrement l'étanchéité. Les agents réfrigérants émis au cours de l'exercice sous revue sont déterminés à partir des quantités de remplissage (128 kg contre 88 kg pour l'exercice précédent). Ils présentent un potentiel de réchauffement global (PRG) de 271 tonnes équivalentes de CO₂ (exercice précédent: 221) et un potentiel de diminution de la couche d'ozone (PDCO) de 0 kg équivalent R-11 (exercice précédent: 0 kg). Le potentiel de gaz à effet de serre des agents réfrigérants est pris en compte dans un rapport séparé sur le climat conformément aux exigences de la norme ISO 14064. Lors de la transformation ou de l'extension des installations de réfrigération dans les centres de calcul, Swisscom veille, dans la mesure du possible, à n'employer que des agents réfrigérants naturels. A défaut, elle utilise des agents réfrigérants au potentiel de réchauffement climatique très faible.

Voir sous
www.swisscom.ch/
rapport climatique en-us

34

Réduction attendue des émissions directes de CO₂ entre 1990 et 2015 grâce aux mesures suivantes:

- > assainissement de bâtiments
- > véhicules à faible consommation
- > gestion de la mobilité

60 %

Batteries et installations électriques de secours

Swisscom ne peut se permettre d'interrompre ses services, même en cas de panne de courant. C'est pourquoi Swisscom équipe les bâtiments de télécommunication et les centres de calcul de batteries et d'installations électriques de secours. Pour éviter toute pollution de l'environnement, elle vérifie régulièrement les mesures de sécurité des locaux abritant les batteries. A la fin de leur durée de vie, Swisscom élimine les batteries de manière écologique et les recycle. Les installations électriques de secours sont utilisées uniquement en cas de panne de courant et quelques heures chaque année dans le cadre de tests. La consommation de combustibles nécessaire est comprise dans le total de la consommation de combustibles de Swisscom.

Emballages

Désormais, Swisscom n'envoie plus les paquets des décodeurs TV par courrier recommandé. Cette mesure et la dimension réduite des nouvelles Box ont réduit le volume d'envoi de 52% ainsi que le poids des envois de 16%. L'emballage intelligent renonce en outre totalement aux mousse de protection, sans affecter pour autant la fonction protectrice de l'emballage.

Déchets et recyclage

Swisscom réduit ses déchets en sélectionnant soigneusement ses produits et en prolongeant leur durée de vie. Ainsi, pour l'élimination et le recyclage des déchets, l'entreprise a conclu un contrat avec la Bourse aux déchets suisse. Les déchets spéciaux sont, conformément aux prescriptions légales, éliminés par des entreprises dûment autorisées. Les déchets sont triés selon 16 types qui entrent dans quatre grandes catégories que sont le recyclage, l'élimination des déchets ménagers et d'exploitation dans les centres d'incinération et les déchets spéciaux. Les résidus de chantiers et les restes de câbles sont triés sur place puis éliminés directement. Le volume des déchets ménagers fait l'objet d'une extrapolation. Celle-ci met en relation les équivalents plein temps de Swisscom avec la moyenne suisse en la matière.

Tonnes	2012	2013	2014	2014 en %
Catégories de déchets				
Recyclage déchets d'exploitation	1 660	1 625	1 863	50,0
Elimination déchets ménagers CI	1 293	1 356	1 443	38,7
Elimination déchets d'exploitation CI	155	235	404	10,8
Déchets spéciaux d'exploitation	20	10	17	0,4
Quantité totale de déchets	3 128	3 226	3 727	100,0

Une prescription interne régit le recyclage et l'élimination des infrastructures de réseau de manière conforme à la loi. Swisscom utilise des matériaux recyclés: tous les sites utilisent du papier recyclé et le siège principal utilise l'eau de pluie et récupère la chaleur résiduelle de la station d'épuration située à proximité. Dans la mesure du possible, Swisscom réutilise aussi les routeurs.

Sol et biodiversité

Les stations de base et les stations émettrices garantissent à toute la Suisse la possibilité d'utiliser des services de télécommunication, radio et TV. Elles sont parfois situées en dehors des zones habitées. Six stations émettrices se trouvent en bordure de zones protégées, deux (0,4%) sont implantées dans des zones protégées d'importance nationale (paysages de marais, réserves d'oiseaux d'eau et de migrants, zones Ramsar et Smaragd) et 62 stations de base (1%) s'érigent dans des zones protégées, dont deux dans le Parc National Suisse.

Pour la construction d'une station de base ou d'une station émettrice, il ne faut sceller que des surfaces de faibles dimensions. Dans certains cas, les stations sont susceptibles d'altérer quelque peu le paysage même si Swisscom s'efforce de les y intégrer au mieux. Aucune autre influence des stations n'a été démontrée par ailleurs. Toutes les stations de base et les stations émettrices ont été approuvées par les autorités compétentes. Lorsqu'elle démonte des stations émettrices désaffectées, Swisscom veille néanmoins à restaurer l'état naturel du terrain laissé libre, conformément à une prescription interne de Swisscom Broadcast SA. En 2014, Swisscom a ainsi démonté dix stations et réaménagé les terrains sur lesquels elles se trouvaient. Destinées à la seule diffusion de signaux TV analogiques, ces stations étaient devenues superflues.

Swisscom soutient plusieurs partenaires qui s'attachent à protéger les sols et la biodiversité, sous la forme d'un concours financier et par l'intervention personnelle directe des collaborateurs sur le terrain à l'occasion des Nature Days. Ces manifestations font partie du programme Corporate-Volunteering «Give & Grow». En 2014, les collaborateurs de Swisscom ont réalisé au total 600 journées d'intervention pour la préservation de la nature et du paysage. Swisscom soutient en outre le Parc National Suisse en mettant à sa disposition des services techniques.

Autres émissions atmosphériques

La combustion d'énergies fossiles pour le chauffage et les déplacements engendre, outre les émissions de CO₂, des émissions de NO_x et de SO₂. Celles-ci sont calculées en appliquant les facteurs de conversion adéquats et dépendent de la consommation de combustibles et de carburants. Pour réduire les émissions de NO_x und SO₂, Swisscom optimise en permanence les chaudières et les moteurs à propulsion. Ces émissions sont indiquées dans le tableau des «indicateurs environnementaux».

Indicateurs environnementaux en Suisse

	Unité	2012	2013	2014
Sol/bâtiments				
Surface nette	Millions m ²	0,91	0,92	0,92
Consommation de papier				
Consommation de papier total	Tonnes	8 764	4 759	7 449
Eau/eaux usées				
Consommation d'eau ¹	m ³	466 581	475 701	183 537
Energie, électricité				
Consommation d'électricité ^{2,3}	Térajoules	1 471	1 435	1 470
	GWh	409	399	408
Energie, chauffage⁴				
Mazout	Térajoules	149,3	155,2	122,7
Gaz naturel	Térajoules	22,4	25,2	26,4
Chauffage à distance	Térajoules	29,3	27,3	22,9
Chauffage, total	Térajoules	201,0	207,7	172,0
Energie, carburants⁵				
Essence	Térajoules	31,6	22,2	16,4
Diesel	Térajoules	114,0	126,4	129,8
Gaz naturel	Térajoules	2,3	1,0	2,9
Carburants, total	Térajoules	147,9	149,6	149,1
Véhicules	Nombre	3 372	3 628	3 377
Kilomètres parcourus	Millions km	60,5	62,3	62,7
Emissions de CO ₂ en moyenne ⁶	g par km	131,0	123,0	117,0
Energie, total				
Consommation d'énergie	Térajoules	1 820	1 792	1 791
	GWh	505	498	498
Emissions dans l'air				
Dioxyde de carbone CO ₂ -eq de la consommation d'énergie fossile ⁷	Tonnes	23 077	23 835	21 380
Oxyde d'azote NO _x ⁸	Tonnes	22,4	23,8	23,7
Dioxyde de soufre SO ₂ ⁹	Tonnes	5,0	5,2	5,2
Déchets				
Déchets, total	Tonnes	3 128	3 226	3 727

¹ La consommation d'eaux est basé sur une estimation moyenne de 115, resp. de 40 Lt/FTE par jour dès 2014

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

³ La consommation de courant 2012 a été corrigée

⁴ La consommation de chaleur est une estimation sur la base de mesures mensuelles dans 62 immeubles (plus de 48% de la surface totale).

⁵ La consommation de carburant a été corrigée de l'utilisation privée. Les km parcourus, la consommation d'énergie et les émissions dans l'air ont été corrigés en conséquence.

⁶ Moyenne d'émissions par km se réfère aux informations des fabricants

⁷ Emissions de CO₂ dues à la consommation d'énergie fossile, sans chaleur à distance et réfrigérants.

⁸ Selon Mobitool (www.mobitool.ch), trafic auto, national 5–200 km, utilisation directe, taux d'occupation 1.25, consommation 6,23 litres par 100 km (2013), 6,01 (2014)

⁹ Selon les publications «Emissions polluantes du trafic routier» de 1990 à 2035, OFEV, mise à jour 2010, annexe 6, p. 91, 2010, et «Feuille de travail facteurs d'émission combustion», OFEV 2005.

Mode de travail et mode de vie

Swisscom encourage ses clients à adopter un mode de vie et un mode de travail durables au travers de ses offres de travail mobile et d'une plateforme santé. Swisscom s'engage ainsi pour une Suisse qui accorde une large place à la vie.



Environnement, objectifs et approche de gestion

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

A l'horizon 2020, Swisscom entend offrir à un million de clients la possibilité d'utiliser des formes de travail mobiles. L'entreprise veut en outre séduire un million de nouveaux clients avec ses services dans le domaine de la santé. Dans le cadre de son approche de gestion, Swisscom dispose de services et d'instructions internes qui examinent et fixent les critères des services et des plateformes dans le domaine de la santé et du travail mobile.

Offres pour le travail flexible

Travail flexible

Le travail flexible accroît la productivité, car il permet aux collaborateurs de sélectionner le lieu le mieux adapté pour s'acquitter de leurs tâches, par exemple le Home Office, pour celles qui exigent une grande concentration. Par ailleurs, dans le cadre du travail flexible, les collaborateurs utilisent les temps de voyage et d'attente à des fins productives.

Le travail flexible accroît par ailleurs la satisfaction au travail et améliore le bien-être personnel grâce à un juste équilibre entre travail et vie privée. Il est aussi plus facile de concilier le travail et les rendez-vous chez le médecin ou avec des artisans que dans le cas de modèles de travail plus rigides. Enfin, le travail flexible facilite aussi le bénévolat au sein des associations ou les activités de loisir comme le sport en pleine nature, car les collaborateurs peuvent rattraper leur travail le soir.

A partir du 1^{er} janvier 2015, Swisscom complète son modèle d'aménagement flexible du temps de travail par une offre d'achat de temps de congé. Les collaborateurs peuvent acheter jusqu'à dix jours de congé supplémentaire et augmenter ainsi leur flexibilité.

Fort potentiel grâce au travail mobile et aux déplacements professionnels acycliques

Au cours des années précédentes, Swisscom s'est penchée de plus près sur les avantages du travail mobile, par exemple dans le cadre de l'étude «WorkAnywhere». Pendant l'exercice sous revue, elle a fait le point sur la situation du travail mobile et des déplacements professionnels acycliques en Suisse. Swisscom a élaboré le modèle de phases FlexWork au niveau de l'ensemble de l'entreprise. Ce modèle divise le travail mobile en cinq phases et prend également en compte l'infrastructure et la culture de l'entreprise. Un sondage représentatif, basé sur ce modèle, et réalisé auprès d'entreprises de services et d'entreprises du savoir ainsi que des administrations montre que le travail mobile reste l'exception dans 25% des entreprises interrogées, que 35% se trouvent en phase de changement et que dans 16% d'entre elles le travail mobile fait partie intégrante du quotidien professionnel. Seules 2% des entreprises interrogées sont ce qu'on appelle des entreprises réseaux au sein desquelles le travail mobile est déjà la norme. En moyenne, les grandes entreprises mettent plus fréquemment en œuvre le travail mobile que les PME. Ces dernières présentent toutefois un plus grand éventail dans la mise en œuvre, car dans leurs rangs se trouvent également les plus grands pionniers du travail mobile.

À niveau individuel, environ 54% des Suisses actifs ont la possibilité de travailler de façon itinérante. A l'heure actuelle, en Suisse, quelque 1,35 million d'individus sur un total d'environ 4 millions d'actifs travaillent de manière mobile: 11% très fréquemment, 12% souvent et 11% du moins quelques fois. 54%, soit approximativement 750 000 d'entre eux, le font au travers de nos réseaux haut débit. Près d'un million de travailleurs utilisent déjà régulièrement cette possibilité. Au total, ce sont près de 42 millions de journées de travail qui sont réalisées en Home Office chaque année en Suisse.

Les services suivants soutiennent le travail mobile:

- **Conferencing Services:** la téléconférence classique. Elle peut désormais être complétée par des fonctions telles que le partage d'écran pour des présentations communes.
- **Managed Communications & Collaboration:** la solution de communication intégrée dans le poste de travail personnel. Elle permet la réalisation de conférences Web et des visioconférences, le partage d'écrans et le traitement en commun de documents. De plus, elle propose des fonctions de chat et des informations sur la présence.
- **Vidia:** une solution de visioconférence haute résolution. Elle peut être utilisée sur chaque écran disponible.
- **Remote Access:** l'accès à distance au réseau de l'entreprise. Il permet de travailler avec des documents et des données de l'entreprise indépendamment du lieu et de l'heure.
- **Information et sensibilisation des clients et de la population:** en 2014, Swisscom a poursuivi son partenariat avec le WWF Suisse. Elle est le principal sponsor de l'app Guide WWF et du calculateur d'empreinte écologique WWF. Dans l'app Guide WWF, le WWF et Swisscom, «partenaires pour l'environnement», explorent de nouvelles voies. L'app présente, dans une section qui lui est propre, l'engagement de Swisscom en faveur de l'environnement et de la société et témoigne aussi de la volonté de promouvoir un mode de vie durable. Le calculateur d'empreinte écologique permet de calculer l'empreinte écologique personnelle et fournit des conseils individualisés pour ménager les ressources environnementales.

Offres dans le domaine de la santé

Digital Health pour une Suisse saine

Swisscom met en réseau le secteur suisse de la santé grâce à des solutions sûres pour l'échange de données numériques. Pour cela, Swisscom oriente ses efforts le long de trois grands axes stratégiques. Premièrement, elle aide les prestataires de services tels que les médecins et les hôpitaux à gagner en efficacité en utilisant des processus médicaux et administratifs numérisés, ainsi qu'un échange de données sûr. Deuxièmement, Swisscom contribue à un système de santé durable. Elle soutient en effet la standardisation de l'échange des données médicales et le développement d'une infrastructure de cybersanté favorisant le développement d'une Suisse saine tournée vers l'avenir. Troisièmement, elle offre à ses clients de nouvelles possibilités technologiques pour surveiller leur santé.

Baisse des coûts de santé grâce à la numérisation

Les coûts de la santé ne cessent de grimper en Suisse. Les dépenses ont ainsi augmenté de 5,3% en 2014 par rapport à l'année précédente. Selon l'Office fédéral de la statistique, le secteur de la santé absorbe à lui seul 11,5% du produit intérieur brut de la Suisse. L'une des raisons de cette cherté est l'absence d'une numérisation efficace du secteur de la santé. Les experts estiment qu'environ 250 millions de documents papier sont envoyés chaque année car les fax et les lettres sont encore les moyens de communication communément utilisés. Il y a là un important potentiel d'économies pour le secteur suisse de la santé. Sur mandat de Swisscom, PricewaterhouseCoopers PwC a étudié ce potentiel d'économie en se basant sur deux hôpitaux et sur des médecins installés à leur compte. Il réside visiblement dans le processus de transfert du médecin de famille ou du spécialiste vers l'hôpital ainsi que dans l'envoi des lettres de sortie. Selon PwC, une numérisation complète des processus recèle un potentiel d'économie d'environ 90% des coûts. Cela correspondrait en Suisse à un montant de plus de CHF 100 millions, tout en améliorant la qualité du système de santé.

Un objectif ambitieux

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a défini l'objectif suivant pour le groupe dans le secteur CR: soutenir un million de clients par des offres et des services dans le domaine de la santé d'ici 2020. A ce sujet, le rapport annuel 2015 devrait fournir pour la première fois des informations quantitatives. Actuellement, environ 1 600 médecins, 32 hôpitaux ainsi que 16 entreprises Spitex utilisent les services de Swisscom à titre de client. Plusieurs milliers de particuliers utilisent en outre Evita, le dossier de santé numérique de Swisscom. La plateforme pour la gestion de la santé en entreprise est déjà installée dans plus de 60 entreprises.

Health Center

Le Swisscom Health Center fait partie des engagements de Swisscom à l'égard de la société. En tant que plateforme relative à la santé des collaborateurs de l'entreprise, il propose des applications pour la gestion personnelle de la santé et la prévention. Le Health Center est également proposé à d'autres entreprises qui souhaitent promouvoir activement la santé et le bien-être de leurs collaborateurs.

Plateforme en ligne pour la gestion de la santé en entreprise

La plateforme en ligne de Swisscom pour la gestion de la santé en entreprise (GSE) est disponible pour toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Ces dernières peuvent ainsi promouvoir la santé et le bien-être en leur sein. Les collaborateurs peuvent travailler de façon totalement anonyme à leur santé et utiliser un test de santé complet avec un coaching call intégré. Ils peuvent aussi sauvegarder leurs données personnelles dans leur dossier Evita et profiter en outre d'offres spéciales.

Evita – le dossier médical électronique de Swisscom

Le dossier médical électronique de Swisscom permet d'accéder aux données médicales des médecins et des hôpitaux ainsi qu'à ses propres enregistrements. Toutes les données médicales personnelles et les documents d'un patient sont conservés en un endroit sûr et sont consultables en ligne

à toute heure. Pour les prestataires de services, Swisscom développe des solutions qui permettent aux patients, auxdits prestataires et aux centres de coûts d'échanger des données numériques administratives et médicales. Ces produits reposent sur le dossier médical en ligne Evita et sur la solution de mise en réseau curaX. Ils permettent de réduire les coûts et d'économiser du temps et des ressources. Les processus internes et externes, l'échange d'informations et le stockage de données sont organisés de façon efficace et sûre.

Promotion de la santé au sein de la population

Quiconque souhaite vivre sainement, fait régulièrement du sport et participe activement aux manifestations sportives populaires et de masse. La filiale Swisscom Datasport contribue dans une large mesure au bon déroulement de nombreuses d'entre elles. Datasport encadre chaque année plus de 300 manifestations dans le domaine de la course à pied, de la marche, du cyclisme, du VTT, du roller en ligne, du triathlon/duathlon, du ski de fond et du ski alpin. En tant que prestataire de services global, Datasport se charge de la gestion des données, du système de notification, de l'encaissement, du chronométrage, du service des résultats, des systèmes audio et des systèmes d'information ainsi que de la diffusion des informations.

Technologies de communication à faible rayonnement

Conseils et informations sur la thématique des technologies radio et de l'environnement

Sept collaborateurs Swisscom formés conseillent les personnes qui interviennent dans le cadre de la construction et de l'exploitation de réseaux mobiles ainsi que les parties prenantes désireuses d'obtenir des informations générales sur la thématique des technologies radio, de l'environnement et de la santé. Swisscom a mené plus de 640 entretiens avec les principales parties prenantes sur la thématique de la communication mobile et de l'environnement. Ces entretiens se font généralement à l'initiative de projets locaux.

Recherche et développement dans le domaine des champs électromagnétiques

L'exploitation de réseaux mobiles implique une grande responsabilité. Swisscom suit les progrès scientifiques dans le domaine des champs électromagnétiques et travaille avec des spécialistes internes et externes sur ce sujet. Elle analyse les résultats de la recherche et soutient les travaux scientifiques importants.

Swisscom travaille avec la Fondation de recherche sur l'électricité et la communication mobile, qui a son siège à l'EPFZ, et la soutient financièrement. La FSM emploie quatre collaborateurs qualifiés. Elle suit et interprète en permanence les résultats des recherches publiées relatives aux champs électromagnétiques, à l'impact de ces champs sur l'organisme et à la mesure des immissions.

En l'état actuel des connaissances, les milieux scientifiques considèrent les valeurs limites définies pour les champs électromagnétiques comme sûres. De plus amples informations figurent sur les fiches d'information n°193 et n°304 de l'Organisation mondiale de la santé (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 qui garantit que les installations en service respectent durablement les valeurs limites prévues par la loi. En 2005, l'entreprise a choisi de faire certifier ce système d'assurance qualité selon les exigences très strictes de la norme ISO 15504. En novembre 2014, une évaluation et un audit de surveillance du système d'assurance qualité ont été réalisés par un évaluateur externe habilité par la SGS (Société Générale de Surveillance). Swisscom a réussi le test, obtenant un degré de qualification de 4 (bien) sur un maximum de 5, ce degré de qualification signifiant que les processus relatifs au système d'assurance qualité sont «ciblés et mesurables».

En Suisse, l'ordonnance sur la protection contre le rayonnement non ionisant (ORNI) définit l'obligation légale de limiter les émissions des installations de téléphonie mobile. Elle 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 s'inscrit entre 0 Hz et 300 GHz. Les valeurs limites de l'ORNI sont dix fois plus faibles que celles de la plupart des autres Etats. En 2014, Swisscom les a respectées à 100%, ce que les services cantonaux compétents ont contrôlé par échantillonnage.

Obligation d'information au sujet des appareils proposés dans les points de vente

Comme le veut l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP), Swisscom affiche clairement le prix de vente de tous les appareils proposés et exposés. Elle complète les informations par des données techniques utiles sur les produits. Les clients et les personnes intéressées trouvent par ailleurs des informations sur les valeurs de rayonnement (valeurs SAR) des téléphones mobiles commercialisés, aussi bien dans les points de vente que sur le site Internet de Swisscom. Ce faisant, Swisscom ne satisfait pas à une obligation légale, mais répond aux attentes des clients pour lesquels les valeurs de rayonnement sont déterminantes lors du choix d'un appareil. Tous les téléphones mobiles commercialisés respectent la valeur limite de 2 W/kg; 75% d'entre eux émettent moins de 0,8 W/kg (exercice précédent: 51%), 45% atteignant même des valeurs inférieures à 0,6 W/kg (exercice précédent: 31%, état en décembre 2014).

Compétences médias et sécurité

Swisscom rend possible et marque de son empreinte la société de l'information, à laquelle tous les individus en Suisse doivent pouvoir prendre part. Son infrastructure et ses services permettent aux individus de communiquer et d'interagir à tout moment, aussi bien dans les espaces publics que privés. Swisscom s'engage en faveur d'une utilisation sûre et responsable des médias.



Environnement, objectifs et approche de gestion

Swisscom s'est fixé comme objectif que toutes les personnes vivant en Suisse puissent profiter des multiples possibilités offertes par les médias numériques. L'entreprise s'efforce de garantir un accès fiable au réseau à partir de n'importe quel endroit ou presque de Suisse. Dans ce contexte, Swisscom accorde une attention toute particulière à la promotion de la compétence médias et ce, non seulement par ses efforts en faveur de la protection de la jeunesse, mais également par le biais d'initiatives qui permettent de réduire les fossés numériques.

Swisscom restera également fidèle à cet objectif en 2015, dans le droit fil de la stratégie de la Confédération qui vise à créer une société de l'information saine et génératrice de valeur. Elle est convaincue qu'un environnement TIC progressiste profiter à la place économique suisse, au paysage suisse de la formation et à toute la population.

43

Protection des données

Les données des clients que gère Swisscom sont soumises à la loi sur la protection des données et à la loi sur les télécommunications. La protection de la sphère privée, le respect de la protection des données et la garantie du secret des télécommunications sont des missions et des thèmes qui lui sont chers. La déclaration sur la protection des données clarifie la manière dont Swisscom gère les données personnelles dans le cadre de son site Internet et de son service de messagerie: Swisscom respecte scrupuleusement la législation. Elle ne collecte, ne stocke et ne traite que les données nécessaires aux objectifs suivants: la fourniture de ses prestations, l'établissement et le maintien de ses relations avec la clientèle – reposant notamment sur la garantie d'une qualité de service irréprochable –, la sécurité de l'exploitation et de son infrastructure ainsi que la facturation. Les clients concèdent en outre à ce que Swisscom utilise les données à des fins de marketing et les traite au sein du groupe. Les clients ont la possibilité de préciser quelles formes de publicité ils souhaitent recevoir ou auxquelles ils souhaitent renoncer (possibilité dite de opt-out). Swisscom s'est fixé pour objectif d'inculquer le respect d'une conformité sans faille à tous les collaborateurs qui, de par leur activité professionnelle, ont accès à des données clients. Elle sensibilise en outre ses collaborateurs et les autorise, dans le cadre de la formation sur la protection des données, à mettre en œuvre les mesures qui s'imposent en matière de protection des données.

Les responsables de la sécurité de Swisscom ont en outre achevé un vaste projet visant à renforcer encore la protection des données. Ils ont vérifié tous les droits d'accès aux données clients sensibles, les ont redéfinis et ont mis en place un système qui détecte si les accès à ces données critiques sont légitimes. Swisscom continuera de tout mettre en œuvre pour protéger au mieux les données de ses clients grâce à des optimisations en matière de technique, d'organisation, de processus et de formation des collaborateurs. Pleinement consciente de sa responsabilité dans la protection des données, Swisscom continuera, avec toute la sensibilité requise, d'introduire de nouvelles technologies, d'être à l'écoute des besoins actuels et d'assumer sa responsabilité sociale comme compagnon de confiance dans l'univers en réseau.

Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence médias

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

L'utilisation des médias numériques offre de nombreuses opportunités. Les médias numériques présentent néanmoins aussi des risques pour les enfants et les jeunes. D'où la volonté de Swisscom d'aider les responsables éducatifs à lutter contre ces risques en proposant aux parents et aux enseignants des informations, des produits et du matériel didactique sous les formes les plus diverses. La notion de sphère privée joue un rôle primordial en matière de protection de la jeunesse dans les médias. Lorsque les enfants et les adolescents publient des informations personnelles, voire intimes, sur les réseaux sociaux, la plupart du temps ils n'ont pas conscience de la portée de leurs actes. Swisscom soutient les High Principles on Child Protection. En collaboration avec l'ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), elle a revu ses conditions d'utilisation sur les plateformes destinées à la jeunesse, les formulant de manière à ce que les enfants et les adolescents puissent bien les comprendre.

Rappelons que le Code pénal suisse interdit aux prestataires de proposer des contenus de nature pornographique aux personnes de moins de 16 ans. Swisscom applique donc rigoureusement les dispositions de l'ordonnance sur les services de télécommunication, qui décrivent les possibilités de blocage des services à valeur ajoutée. Depuis 2009, elle ne propose aucun contenu érotique sur son portail d'informations.

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. Swisscom propose par exemple des filtres Internet, met en œuvre l'obligation d'informer activement les clients, se montre ouverte au dialogue avec des organisations engagées dans la protection de la jeunesse dans les médias et a désigné un délégué à la protection de la jeunesse dans les médias.

Une évaluation externe de cette initiative sectorielle à travers le programme «Jeunesse et médias» de l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) a toutefois constaté des lacunes dans sa mise en œuvre et son application. Swisscom lui sait gré de cette critique et a immédiatement pris des mesures pour améliorer les secteurs concernés. Elle a ainsi engagé une initiative de formation de grande ampleur qui prépare encore mieux son personnel de vente à répondre aux besoins particuliers des parents inquiets. En 2015, Swisscom participera à une table ronde organisée par l'organisation sectorielle asut. Les différentes parties prenantes veulent profiter de cette discussion pour débattre des mesures adéquates pour l'amélioration de la protection de la jeunesse dans les médias. Swisscom va au-delà des prescriptions légales en matière de protection de la jeunesse:

- élévation volontaire à 18 ans de la limite d'âge requise pour accéder à certains services (services à valeur ajoutée)
- absence de contenus érotiques dans l'offre Video on Demand de Swisscom TV et sur le portail d'informations
- blocage supplémentaire des chaînes au moyen d'un code PIN pour les clients Swisscom TV
- garantie de la protection de la jeunesse pour la nouvelle fonction TV «Replay»
- recommandation de limites d'âge selon l'échelle de l'organisme Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) pour toute l'offre Video on Demand
- prescriptions 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. Ces sets bloquent 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 ces sets pour tous les abonnements souscrits par des mineurs de moins de 16 ans. Le service ne peut être désactivé qu'avec l'approbation des représentants légaux.

Protection de la jeunesse dans les médias et mesures de promotion

Les mesures prises en faveur de la protection de la jeunesse réduisent de nombreux risques liés à l'utilisation des médias par les enfants. L'entreprise considère la promotion des compétences médias comme le meilleur moyen pour les enfants et les jeunes de réduire les risques. C'est pourquoi elle s'engage depuis de nombreuses années à promouvoir auprès des enfants et des jeunes une utilisation judicieuse et modérée des médias numériques par le biais de diverses mesures.

- **Cours médias destinés aux parents, aux enseignants et aux élèves:** ces cours ont lieu à l'occasion des réunions de parents d'élèves ou de formations continues destinées aux enseignants. Leur objectif est de sensibiliser les participants aux risques et de formuler des recommandations sur l'utilisation des médias en famille et à l'école. En 2014, Swisscom a organisé plus de 1000 cours dans toute la Suisse avec plus de 25 000 participants sur le thème de la compétence médias.
- **Etude JAMES – Jeunes, activités, médias – enquête Suisse:** l'étude JAMES se penche sur l'utilisation des médias par les jeunes âgés de 12 à 19 ans. En 2014, Swisscom a réalisé cette étude pour la troisième fois en coopération avec la Haute école des sciences appliquées de Zurich (Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, ZHAW). Les enseignements issus de JAMES permettent aux scientifiques et aux politiques de tirer des conclusions et de prendre des mesures sur une base scientifique fiable. Swisscom comble ainsi une lacune de longue date dans le domaine de la recherche, d'autant qu'avant 2010, le sujet ne faisait pas l'objet d'études suivies.

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

Programme national de promotion des compétences médias

A l'été 2010, le Conseil fédéral a lancé le programme «Jeunesse et médias» visant à améliorer les compétences des enfants et des jeunes en matière de médias. L'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) est responsable de sa mise en œuvre qui dure jusqu'en 2015. Partenaire principal de ce programme, elle est convaincue qu'une collaboration de l'économie privée et du secteur public est indispensable en matière de protection de la jeunesse dans les médias et soutient donc le programme au niveau financier et sur le plan de la communication.

Cours médias destinés aux parents, aux enseignants et aux élèves

Depuis 2012, Swisscom a élargi son offre de cours destinés à promouvoir les compétences médias, en proposant des modules de formation aux élèves du secondaire (7^e–9^e) et un module flexible pour les élèves du primaire moyen (4^e–6^e), en plus des réunions d'information destinées aux parents et aux enseignants. Il est possible de choisir entre différents modules destinés aux enseignants et consacrés à l'utilisation des médias en général, aux questions juridiques liées à Internet, aux réseaux sociaux, à la navigation sur Internet en toute sécurité et, maintenant, au cyberharcèlement. Swisscom met un animateur à la disposition de chaque classe participante. L'offre a suscité, en 2014, un vif intérêt. Les expériences et les retours sont positifs, le taux de recommandation s'élève à plus de 97%.

L'efficacité des cours sur les médias a été évaluée dans le cadre d'une étude, en collaboration avec la Haute école spécialisée à distance suisse (FFHS), sous la direction du professeur Per Bergamin. L'étude confirme que: les élèves qui ont surtout profité des cours sur les médias sont ceux qui disposaient de peu de connaissances préalables; 47% des jeunes participants ont pris soin d'utiliser des mots de passe plus sûrs au terme du cours; 38% ont acquis grâce au cours une meilleure compréhension des bases légales sur Internet.

Swisscom Academy

Swisscom Academy forme les utilisateurs à l'utilisation de leur téléphone portable et à la navigation sur Internet depuis 2005. Les centres de formation de Berne, Bâle, Lausanne, Lucerne, Genève et Zurich proposent des cours quotidiens. En outre, l'Academy mobile est présente tous les ans sur d'autres sites. En 2014, plus de 16 000 personnes se sont ainsi perfectionnées dans l'utilisation des moyens de communication modernes. Depuis le lancement de Swisscom Academy, près de 270 000 personnes en Suisse ont bénéficié d'une formation. Les cours s'adressent à toutes les personnes vivant en Suisse, clientes de Swisscom ou non. Swisscom contribue ainsi largement à combler le fossé numérique entre les générations.

Promotion des compétences médias

Swisscom encourage une utilisation responsable des nouveaux médias.

Les cours proposés par Swisscom ont suscité l'intérêt d'un vaste public depuis 2008

295 000

participants
aux cours de Swisscom Academy
et aux cours sur les médias

Initiative «Internet à l'école»

En Suisse, à l'école aussi, les médias numériques gagnent en importance. L'initiative Swisscom «Internet à l'école» répond aux nouveaux besoins des écoles et des cantons, et Swisscom élargit ainsi en permanence son offre. Grâce à elle, toutes les écoles des niveaux obligatoire et post-obligatoire bénéficient d'un accès Internet à haut débit. Depuis des années, l'initiative consiste également à accompagner dans le monde numérique les écoles enfantines qui seront intégrées au cursus scolaire obligatoire dans le cadre du concordat intercantonal HARMOS. Swisscom apporte depuis 2002 une contribution significative au paysage de la formation en Suisse, qui a débuté dans le cadre de l'initiative fédérale «L'école sur le net» menée de 2002 à 2007 et se poursuit depuis 2008, grâce à son initiative «Internet à l'école», en concertation avec les services compétents du secteur public.

Conjointement avec les autorités scolaires, cantonales et fédérales, Swisscom envisage la mise en place d'une architecture durable et efficace pour l'environnement TIC de formation de demain.

Le nombre d'écoles qui bénéficient du programme «Internet à l'école» a légèrement diminué en 2014 (6629 écoles). Ce recul s'explique par la consolidation des établissements scolaires qui s'est poursuivie dans différentes localités, sous l'effet des fusions de communes. Le nombre d'élèves et d'enseignants concernés par l'initiative n'a cependant pas diminué.

Les charges liées au maintien d'une infrastructure performante n'ont cessé d'augmenter ces dernières années. En accord avec les cantons, les écoles participent aux coûts des solutions de sécurité telles que pare-feu et filtre de contenu, selon le principe de causalité. Les coûts par école s'élèvent à CHF 780 par année, l'accès Internet étant gratuit.

Les écoles exploitent aujourd'hui des infrastructures TIC de plus en plus professionnelles. Elles doivent réfléchir aux prestations que les écoles ou les cantons peuvent fournir eux-mêmes et à celles qui peuvent être externalisées. C'est la raison pour laquelle Swisscom a élaboré pour les écoles un portefeuille spécifique, axé sur les besoins caractéristiques des écoles et adapté aux exigences des cantons. Swisscom est consciente des limites financières auxquelles se heurtent les écoles. Dans la mesure où elle continue de s'engager en faveur de la formation, elle propose aux écoles des modèles tarifaires faisant l'objet de rabais considérables.

Voir sous
www.swisscom.ch/sai



Ces dernières années, Swisscom a élargi le réseau qu'elle a tissé avec diverses institutions actives dans le domaine de la formation. Ce réseau garantit à Swisscom une identification en temps voulu des besoins des écoles en termes d'intégration des TIC. Swisscom entretient ce réseau en cultivant le dialogue et en organisant des manifestations, notamment avec les institutions suivantes:

- le serveur de l'éducation educa et le Serveur suisse de l'éducation edukanet
- la Conférence des directeurs cantonaux de l'instruction publique (CDIP)
- le Colloque du Centre suisse des technologies de l'information dans l'enseignement (CTIE)
- l'Office fédéral de la communication (OFCOM)
- la Fondation suisse pour la formation par l'audiovisuel (FSFA)
- l'Association faîtière des enseignantes et enseignants suisses (LCH)
- la Conférence intercantionale de l'instruction publique (CIIP)
- la Worlddidac Association
- diverses hautes écoles pédagogiques

Un employeur attrayant

Nous plaçons l'être humain et ses relations au centre de notre action.
Avec ses collaborateurs, Swisscom réussit.



Swisscom opère dans un environnement de marché dynamique et exigeant, caractérisé par un développement technologique rapide et par les nouveaux besoins de la clientèle. L'évolution démographique et celle de la société ont une influence grandissante sur les ressources en personnel. Par conséquent, Swisscom mise sur une gestion du personnel orientée vers l'avenir, fait vivre une culture de la performance et du développement et crée un environnement de travail à même d'inciter les collaborateurs à déployer leur potentiel dans l'esprit de nos valeurs fondamentales.

Dans une société multimédia, la vivacité d'esprit, l'ouverture aux changements et les connaissances spécialisées des collaborateurs sont décisives pour atteindre les objectifs de la stratégie d'entreprise. L'orientation clients, et par là même la confiance des clients en Swisscom et en ses collaborateurs, sont la clé d'une compétitivité durable. Par conséquent, Swisscom s'aligne systématiquement sur les besoins de la clientèle. Cette démarche requiert des collaborateurs capables de développer des visions et de les mettre en pratique au sein d'équipes pluridisciplinaires, toujours sous l'angle de la promesse client de Swisscom: être le meilleur compagnon des clients dans l'univers numérique.

48

Environnement, objectifs et approche de gestion

Au sein de Swisscom, la division Group Human Resources met 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 du groupe. En collaboration avec la hiérarchie et les centres de compétences Compensation & Benefits, Development, Employment Relations et Recruiting & Employability, les services du personnel des différentes divisions opérationnelles mettent en œuvre les principes et soutiennent la hiérarchie pour toutes les questions relatives au personnel, de l'engagement jusqu'au départ des collaborateurs. La division Group Human Resources 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 la diversité. Dans le cadre de la planification stratégique des effectifs et en collaboration avec les unités opérationnelles, elle élabore des mesures pour l'évolution des cadres, la planification de la relève et le développement des collaborateurs.

Elle est en outre responsable de la formation professionnelle dans son ensemble et, à ce titre, apporte une contribution importante à la place économique suisse. Elle défend les intérêts du groupe dans le dialogue avec les partenaires sociaux et les représentations du personnel.

Afin de pouvoir répondre aux défis de demain, la division Group Human Resources planifie les besoins en termes de ressources et ce, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif. Elle définit également le cadre et les thèmes stratégiques pour le développement professionnel des collaborateurs et favorise l'instauration d'une culture de conduite empreinte de confiance, d'estime d'autrui et orientée sainement sur la performance. Ce faisant, la division Group Human Resources contribue dans une large mesure à la mise en œuvre de la stratégie d'entreprise.

Développement du personnel

L'environnement de marché dans lequel évolue Swisscom change en permanence. Aussi Swisscom investit-elle dans le développement professionnel tant de ses collaborateurs que de ses cadres, afin de conserver et d'accroître durablement leur employabilité et la compétitivité de l'entreprise. Pour assurer leur perfectionnement, les collaborateurs ont le choix entre de nombreuses offres de développement on-the-job, near-the-job et off-the-job, ou encore des programmes et des formations en interne. Swisscom a réuni les programmes et formations internes 2014 sur le «Learning Center» utilisé à l'échelle du groupe, et tous les collaborateurs ont la possibilité d'y accéder depuis leur poste d'apprentissage personnel. Près de la moitié des offres internes peuvent être suivies sous forme d'apprentissage électronique, indépendamment du lieu et de l'heure.

Les contenus pédagogiques englobent des thèmes spécialisés, ainsi que des thèmes liés à la conduite et à la gestion de projets. Dans le cadre de la gestion des talents, quelque 10% des collaborateurs issus des groupes cibles ont suivi un programme ou une formation internes correspondants. Le perfectionnement on-the-job au moyen de changements d'emploi et de stages gagne du terrain. Aujourd'hui déjà, Swisscom parvient à repourvoir en interne près de 43% des postes mis au concours. Elle accueille en outre favorablement les projets de perfectionnement menés à l'extérieur de l'entreprise et soutient les participants en leur accordant du temps et des moyens financiers.

Le management de Swisscom considère le développement des collaborateurs comme une mission importante des fonctions de conduite. Le dialogue régulier entre les collaborateurs et les cadres donne une orientation et renforce l'engagement commun en faveur de la formation et du développement dans le monde interconnecté. Il renforce en outre l'engagement commun en faveur de la formation et du développement et contribue à l'adoption et à la réalisation de mesures personnelles de développement à moyen terme. Swisscom perfectionne constamment son Performance Management System selon les besoins, afin de pouvoir évaluer les prestations et promouvoir le développement des collaborateurs. Les évaluations, équitables et largement étayées, reposent sur des conventions d'objectifs contraignantes. Afin d'étayer l'évaluation de la prestation et du développement, des groupes de cadres effectuent deux fois par an des phases d'étalement qui permettent d'évaluer systématiquement les prestations et de définir d'autres mesures de développement. Elles contribuent en outre à la planification de la relève aux fonctions clés et permettent de placer des talents dans des programmes spécialement conçus à leur intention, l'idée étant de leur offrir des postes exigeants à des niveaux dépassant le cadre de services isolés et, partant, de soutenir leur développement.

En 2014, Swisscom a lancé la «Leadership Academy». Elle offre aux cadres dirigeants la possibilité d'approfondir leur réflexion sur des thèmes individuels ou collectifs liés à la conduite et de renforcer leurs compétences dans l'échange avec d'autres cadres.

Formations généralistes et formations ciblées sur la responsabilité d'entreprise

En 2014, les collaborateurs ont bénéficié en moyenne de 3,8 jours de formation ou de perfectionnement. Swisscom propose aussi régulièrement à ses collaborateurs des formations sur différents thèmes relatifs à la sécurité, à la conformité (Compliance) ou à la responsabilité d'entreprise (Corporate Responsibility). Les nouveaux collaborateurs sont ainsi sensibilisés aux questions d'ordre écologique et social à l'occasion des Welcome Days. Avec le dialogue Allô l'avenir, en 2014, les apprenants de Swisscom ont sensibilisé pas moins de 150 équipes aux objectifs en matière de développement durable de Swisscom. Ils les ont incitées à définir leur propre contribution en la matière et à la mettre en œuvre.

Corporate Volunteering

Le Corporate Volunteering désigne l'engagement de collaborateurs qui, sur la base du volontariat, s'impliquent dans des projets d'intérêt commun. Swisscom encourage cette démarche en libérant du temps de travail pour ses collaborateurs auxquels elle propose divers projets liés à l'environnement (Nature Days), au social (Social Days) et à la formation (Economy Days). Chaque année, les collaborateurs de Swisscom peuvent consacrer jusqu'à deux jours de leur temps de travail à des engagements bénévoles. En 2014, ils ont ainsi consacré 1655 journées à de telles interventions.

Recrutement de personnel

Recrutement de nouveaux collaborateurs

Swisscom recrute des personnes capables d'accompagner les clients avec engagement et passion et désireuses de façonner l'univers interconnecté de demain. Sur tous ses sites en Suisse, elle veille en outre à engager en priorité des personnes de la région. 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.

Stagiaires des hautes écoles et trainees

Afin d'attirer des diplômés talentueux et motivés, Swisscom entretient des contacts suivis avec les hautes écoles spécialisées et les universités. Pour Swisscom, il est primordial de participer à des salons de recrutement et de nouer une étroite collaboration avec ces milieux, 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. Au cours des douze derniers mois, pas moins de 177 étudiants ont commencé un stage chez Swisscom, ce qui représente autant de travaux de bachelor ou de master qui seront supervisés par des collaborateurs de Swisscom. Une fois leurs études achevées, les diplômés entrent dans la vie professionnelle par le biais de stages, du programme de trainee ou de postes juniors. La proportion de femmes parmi les trainees et les stagiaires s'élève à 60%, un chiffre tout à fait réjouissant.

Formation professionnelle

En août 2014, 256 jeunes ont commencé leur apprentissage chez Swisscom, dont 107 dans les professions de médiamaticien et d'informaticien. Swisscom assume ainsi sa responsabilité de première formatrice de spécialistes TIC en Suisse. En 2014, Swisscom a formé au total 849 apprentis à des professions techniques ou commerciales, ainsi que 73 apprentis au sein de sa filiale cablex. Au travers d'offres spéciales pour les filles, Swisscom initie le public féminin du secondaire au secteur des TIC. Quelque 89 filles intéressées ont ainsi participé aux Digital Days for Girls à Berne et Zurich. A la rentrée d'août 2014, Swisscom a proposé pour la première fois aux titulaires de la maturité un apprentissage accéléré de médiamaticien(ne) (way-up). Swisscom souhaite donner à ses futurs employés du commerce de détail une chance supplémentaire d'assumer des responsabilités déjà pendant leur formation. Elle a ainsi ouvert en août 2014 à Dübigen un Swisscom Shop géré et exploité par des apprentis. Pour promouvoir le plurilinguisme, Swisscom encourage les apprentis à accepter des engagements au sein de projets dans d'autres régions linguistiques. Le modèle de formation de Swisscom est axé sur l'autonomie et la responsabilité individuelle et vise à promouvoir et développer la personnalité de chaque apprenti. Ces derniers se portent candidats, au sein de l'entreprise, à différents stages pratiques et peuvent ainsi enrichir leur apprentissage au contact de collaborateurs expérimentés.

Inclusion et service d'intégration

Swisscom s'engage activement en faveur des collaborateurs qui ne disposent pas pleinement de leur capacité de travail pour des raisons de santé. Notre démarche vise à maintenir ces collaborateurs dans le processus de travail et à leur garantir une affectation à un poste pertinent. A l'heure actuelle, 0,6% du personnel de Swisscom est intégré à des processus de travail correspondants. Pour renforcer et soutenir davantage ces mesures d'inclusion, un nouveau contingent d'équivalents plein temps libérés est disponible depuis l'automne 2014. L'objectif de Swisscom est de créer et d'affecter des postes de travail Workability et des postes d'intégration pour au moins 1% du personnel.

Recrutement de personnel à l'étranger

Entreprise suisse, Swisscom s'engage en faveur du marché de l'emploi domestique. Pour répondre aux attentes de la clientèle et rester compétitive, l'entreprise collabore en outre avec des partenaires en recrutement suisses et étrangers, mais fixe deux conditions à cette collaboration: les partenaires concernés doivent se conformer à la loi locale sur le travail et remplir les exigences de Swisscom en matière de développement durable. Swisscom ne procède à aucun recrutement direct à l'extérieur de la Suisse.

Santé et sécurité au travail

Santé des collaborateurs

Pour Swisscom, il est important que ses collaborateurs soient toujours motivés et en bonne santé. Aussi investit-elle de manière ciblée, dans le cadre de sa stratégie, dans les initiatives et les programmes liés à la gestion de la santé en entreprise (GSE). La Direction du groupe et les cadres contribuent par leur soutien à la réussite de la GSE. Le taux d'absentéisme affiche ainsi depuis 2012 un léger recul et s'élevait au cours de l'exercice à 2,8%. En 2015, il est prévu qu'il reste à ce niveau ou continue encore de baisser. En raison d'une tendance notable à la hausse des ANP, une campagne sur ce thème a été lancée pour une durée de trois ans en collaboration avec la SUVA. Plusieurs actions ont été organisées dans le cadre de cette campagne, telles que la distribution de protections et de casques pour différentes disciplines sportives ainsi qu'une offre «journée de sports d'hiver STOP-RISK». Le tableau «L'effectif du personnel en chiffres» fournit de plus amples détails et des chiffres clés à ce sujet.

 Voir rapport sur le développement durable
page 58

En raison de cette évolution positive, les primes d'assurance pour la couverture des accidents professionnels, des accidents non professionnels et des indemnités journalières ont baissé au 1^{er} janvier 2014.

Lancé par Swisscom en collaboration avec l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS), le projet ConCerto avait pour objectif de promouvoir la réintégration des personnes après une maladie ou un accident. Les trois organisations Compasso, Think Tank FER et ConCerto-pro poursuivent le projet. Elles souhaitent, dans le cadre de l'association Compasso, exploiter des synergies de manière ciblée pour le maintien de l'employabilité des personnes atteintes dans leur santé. L'association Compasso entrera en activité au 1^{er} janvier 2015. Elle se concentrera sur le soutien aux employeurs pour la détection précoce des problèmes de santé et la coordination des mesures de (ré)intégration des collaborateurs ayant subi une maladie ou un accident. Swisscom soutient activement Compasso en sa qualité de membre et de sponsor.

Par rapport aux exercices précédents, le nombre de cas d'invalidité a reculé de 26% en 2014. De nombreuses places de formation et de stage ont, une nouvelle fois, pu être attribuées en étroite collaboration avec les partenaires d'intégration et grâce à l'engagement accru de Group Human Resources. Ces postes de travail sont mis à la disposition des collaborateurs atteints dans leur santé. Le service de gestion de la santé en entreprise et, le cas échéant, les assurances sociales comme l'assurance invalidité (AI) accompagnent ces embauches à ces postes de travail.

En matière de gestion de la santé en entreprise, Swisscom entend porter davantage son attention sur la prévention afin de préserver et de promouvoir la santé des collaborateurs. En 2014, elle a réalisé un roadshow interne dans toute la Suisse pour informer un public plus large de ses offres en matière de santé et de prévention. Ses collaborateurs bénéficient en outre eux-mêmes du Swisscom Health Center, selon la devise «Use what you sell» (Utilisez ce que vous vendez).

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. La CCT confère aux représentations du personnel un droit à l'information en matière d'ergonomie (aménagement des places et du cadre de travail) et de protection de la santé/hygiène. De plus, les représentations du personnel et les partenaires sociaux disposent d'un droit de participation dans le domaine de la prévention des accidents et des maladies professionnelles, ainsi que de la sécurité au travail. Différents organes de Swisscom 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 professionnels où la sécurité au travail est particulièrement importante pour les collaborateurs, Swisscom utilise un système de gestion intégré axé sur les processus, certifié ISO 9001:2000. Elle a soumis ce système pour approbation à la Suva (Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents).

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). Cette directive 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.

Swisscom met largement en œuvre la loi sur la participation en particulier dans le domaine «Safety»: elle respecte les directives internes spécifiées dans le système Safety de Swisscom et applique systématiquement les directives externes en s'appuyant sur les bases légales. Les représentants des employés siègent au Safetyboard, qui se réunit chaque trimestre.

Nombre ou selon mention	2012			2013			2014		
	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total
Maladies et accidents (M+A) GRI									
Collaborants (FTE) en moyenne de l'année	11 840	4 412	16 252	12 095	4 356	16 451	12 595	4 570	17 165
Journées de travail dû en FTE	2 999 153	1 125 614	4 124 768	3 054 809	1 107 753	4 162 562	3 183 404	1 162 790	4 346 194
Absences dues aux maladies (sans maladies prof.)	57 796	42 146	99 942	59 829	41 291	101 120	59 918	42 568	102 486
Absences dues aux maladies professionnelles	2	–	2	8	–	8	28	–	28
Absences dues aux accidents professionnels	2 294	552	2 846	1 890	425	2 314	3 012	242	3 254
Absences dues aux accidents non professionnels	11 031	4 055	15 086	11 573	5 009	16 582	11 347	4 142	15 489
Total Jours d'absences (M+A)	71 123	46 753	117 876	73 299	46 724	120 024	74 305	46 951	121 256
Nombre de cas de maladie	15 024	10 235	25 259	15 549	9 677	25 226	14 951	9 419	24 370
Nombre d'accidents prof.	266	52	318	251	55	306	243	44	287
Nombre d'accidents non-professionnels	1 742	599	2 341	1 822	618	2 440	1 879	623	2 502
Nombre total de cas	17 032	10 886	27 918	17 622	10 350	27 972	17 073	10 086	27 159
Taux d'absences (sans maladies prof.)	1,93%	3,74%	2,42%	1,96%	3,73%	2,44%	1,88%	3,66%	2,36%
Taux d'absences dues aux maladies professionnelles	0,0001%	–	0,00004%	0,0002%	–	0,0002%	0,0009%	–	0,0007%
Taux d'absences dues aux accidents professionnels	0,08%	0,05%	0,07%	0,06%	0,04%	0,06%	0,09%	0,02%	0,08%
Taux d'absences dues aux accidents non-professionnels	0,37%	0,36%	0,37%	0,38%	0,45%	0,40%	0,36%	0,36%	0,36%
Taux d'absences total (M+A)	2,37%	4,15%	2,86%	2,40%	4,22%	2,89%	2,33%	4,04%	2,80%
Nombre de décès au travail	–	–	–	–	–	–	–	1	–
Présence nette en FTE	121 024	43 901	164 925	123 338	43 503	166 841	129 002	45 680	174 682
Heures productives totales	20 437 207	7 466 206	27 904 715	20 749 395	7 372 945	28 123 072	21 708 650	7 742 911	29 452 423
Heures productives par FTE	1 726	1 692	1 717	1 716	1 693	1 710	1 724	1 695	1 716

Les risques d'accidents professionnels ont reculé ces dix dernières années. Dans le secteur tertiaire «Commerce et services», le taux d'accidents s'élève à 50 accidents pour 1 000 employés à plein temps et il est resté relativement stable. Swisscom enregistre 16 accidents pour 1 000 employés à plein temps et montre de la sorte qu'elle applique avec sérieux et rigueur les mesures de sécurité au travail. Environ 60% des accidents professionnels enregistrés chez Swisscom ont lieu chez cablex, qui opère dans les secteurs de la construction de réseau, des réseaux de radiocommunication et des installations domestiques. En comparaison avec le secteur de la construction de réseau électrique et des installations électriques, le taux d'accidents chez cablex se situe dans la moyenne.

Move! et Swisscom Games

Move! est un programme qui encourage différentes activités dans les domaines de la santé, du sport et de la culture, telles que le football, le ski, l'escalade, l'aïkido, le tai-chi et le yoga ou la rhétorique, l'écriture et la gestion du stress. Les collaborateurs peuvent soit proposer des activités en tant que Move! Coach, soit participer eux-mêmes à celles offertes. Les activités se déroulent pendant les heures de loisir. Move! élargit l'horizon des collaborateurs en réunissant des collègues issus de différents secteurs de l'entreprise. En 2014, 140 Move! Coachs ont proposé et accompagné 291 activités.

Les Swisscom Games sont une manifestation organisée tous les deux ans. Les collaborateurs peuvent s'inscrire dans une équipe ou à une activité individuelle dans le domaine sportif, culturel ou social. Les Swisscom Games 2013 ont donné lieu à deux manifestations, les jeux d'hiver à Davos et les jeux d'été à Tenero. Quelque 4 000 collaborateurs au total ont pris part aux deux événements. Les Swisscom Games permettent aux collaborateurs de tisser des liens entre eux et constituent un élément important de la culture d'entreprise. Les prochains Swisscom Games donneront lieu, outre la manifestation principale de Tenero, à 10 événements régionaux qui se dérouleront dans toute la Suisse.

Diversity

Vivre et promouvoir la diversité

Gestion de la diversité, tel est le concept-clé dans un monde du travail global. L'entreprise accorde une importance primordiale à la diversité culturelle. De par la multiplicité de leurs opinions, de leurs idées et de leurs compétences, les collaborateurs contribuent à la créativité et au caractère innovant de l'entreprise.

La diversité, c'est la garantie d'un environnement de travail ouvert, où les collaborateurs se témoignent mutuellement du respect, s'épanouissent et exploitent pleinement leur potentiel. En outre, la diversité est synonyme d'équipes réunissant connaissances diversifiées et expérience. Swisscom entend la notion de diversité comme un engagement au sein même de l'entreprise et vis-à-vis de l'extérieur. Dans le cadre de la gestion de la diversité, elle met un point d'honneur à employer les connaissances diversifiées et l'expérience de tous les collaborateurs de manière bénéfique pour l'entreprise. Swisscom considère qu'une proportion équilibrée d'employés des deux sexes est essentielle pour la marque et le succès de l'entreprise. Grâce à des modèles de travail flexibles, elle crée par exemple un environnement où chacun peut organiser lui-même son travail quotidien et aussi mettre en relation différents domaines de la vie. Dans le cadre de la diversité, Swisscom s'est fixé pour objectif, à moyen terme, de faire progresser la proportion de femmes au sein du management à 20%. Enfin, Swisscom cherche de plus en plus à promouvoir des solutions qui permettent de concilier vie professionnelle et vie de famille. Elle assure de la sorte un juste équilibre entre ces deux pôles et répond à un besoin croissant des collaborateurs en autodétermination et flexibilité. Ces solutions soutenues par Swisscom comprennent le travail flexible et mobile, ainsi que les horaires de travail souples, adoptés par la majorité des collaborateurs. A cela s'ajoutent l'annualisation du temps de travail, le compte à long terme, le travail à temps partiel pour les femmes et les hommes, ainsi que le partage du temps de travail. Swisscom promeut tous ces modèles. D'entente avec le supérieur, les collaborateurs disposent en outre de la possibilité de travailler à domicile. Swisscom porte d'ailleurs le label «home office friendly». En tant qu'entreprise favorable à la famille, elle verse des allocations pour enfant et formation professionnelle d'un montant supérieur à celui versé au niveau fédéral et, dans la plupart des cas, au niveau cantonal. Qui plus est, elle soutient les solutions de garde d'enfants externes au milieu familial par des contributions financières, des prestations de conseil gratuites fournies par le biais du service famille et des offres de garde pendant les vacances scolaires. De même, elle accorde des congés de paternité et d'adoption. En 2014, Swisscom a développé deux nouveaux modèles permettant de mieux concilier différents domaines de la vie: work&care pour les collaborateurs qui soignent un proche à leur domicile sur une période donnée, ainsi que la possibilité d'acheter des congés supplémentaires.

82,3% des collaborateurs de Swisscom possèdent la nationalité suisse. Les 17,7% restants sont issus de 96 pays, dont 5,5% d'Allemagne, 3,7% d'Italie, 2% de France et 1% d'Espagne.

L'âge moyen de la population, et donc aussi des collaborateurs de Swisscom, augmente. Cette évolution comporte des chances et des risques qui sont pris en compte par Swisscom au travers de son programme «Generation Management».

La culture d'entreprise de Swisscom est empreinte d'ouverture et de tolérance. L'orientation sexuelle de ses collaborateurs est une dimension importante de la diversité aux yeux de Swisscom. Un seul cas de discrimination a été recensé en 2014.

En ce qui concerne les chances et le potentiel de chaque collaborateur, Swisscom ne fait aucune distinction entre les collaborateurs souffrant d'un handicap psychique ou physique et les autres. Swisscom mise en premier lieu sur les forces et les compétences de chaque collaborateur. L'entreprise assume pleinement sa responsabilité sociale et s'engage pour l'intégration des personnes handicapées. Elle élargit de la sorte les prestations de Diversity. Elle propose en outre des postes d'entraînement et d'intégration qui facilitent la réintégration après des absences prolongées dues à des problèmes de santé ou à des accidents. Aujourd'hui, Swisscom emploie environ 0,6% de collaborateurs limités dans leurs capacités par des problèmes de santé. La valeur cible visée est d'au moins 1% de l'ensemble du personnel.

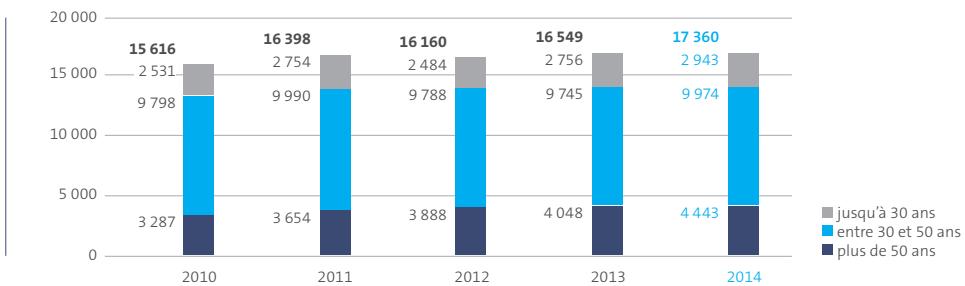
Generation Management

Avec le programme «Generation Management», Swisscom anticipe l'évolution démographique et explore de nouvelles voies pour employer des collaborateurs plus âgés au sein de l'entreprise. L'âge moyen de notre société étant de plus en plus élevé, Swisscom a mis sur les rails les projets «BestAge». Ces projets répondent aux besoins des collaborateurs et des clients plus âgés et sont mis en œuvre dans les Call Centers et les Shops. Ainsi, ce sont les collaborateurs plus âgés qui assurent le suivi et conseillent les clients plus âgés. En outre, Swisscom a mis en place l'initiative Inhouse Consulting permettant aux cadres supérieurs plus âgés de conseiller et coacher les supérieurs hiérarchiques tout en intégrant leur expérience dans des projets. Des collaborateurs plus âgés interviennent aussi dans la construction de réseau comme spécialistes en assurance qualité.

Dans le cadre de la gestion de l'employabilité (Employability Management), Swisscom promeut la sensibilisation de tous les collaborateurs aux possibilités qui leur sont offertes d'élargir leurs connaissances et de développer leurs compétences. Le dialogue intergénérationnel est en premier lieu encouragé par la collaboration au sein des équipes et des projets, ainsi que par des programmes d'encadrement portant spécifiquement sur le dialogue entre les générations.

Depuis 2011, Swisscom est membre du Forum Demographie Suisse, une plateforme constituée de sept instituts financiers et entreprises de services dont l'objectif est de recueillir des informations et de définir les principes d'une gestion durable de la démographie. Ses membres ont élaboré diverses solutions pratiques pouvant être mises en œuvre facilement par les entreprises participantes.

Structure d'âge du personnel en équivalents plein temps



Diversity @ Swisscom

Swisscom emploie des collaborateurs de

97 nationalités

Egalité des salaires

Swisscom voit une attention particulière à l'égalité des salaires entre hommes et femmes. Son système salarial vise à accorder des salaires identiques aux personnes dont les fonctions et les performances sont similaires. 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, indique la rémunération plancher et la rémunération plafond accordées pour des tâches équivalentes. Le salaire est déterminé au sein de cette fourchette, conformément à la performance du collaborateur. La revue des salaires permet à Swisscom d'adapter davantage les salaires des collaborateurs qui attestent de meilleures performances et qui sont situés dans la partie inférieure de chaque fourchette salariale. Cela permet de compenser continuellement les 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, si nécessaire, les corrige.

De même, Swisscom utilise l'instrument de la Confédération pour l'égalité des salaires (Logib) afin de contrôler périodiquement la structure salariale et détecter les différences de salaire entre les hommes et les femmes. Jusqu'à présent, les enquêtes effectuées n'ont révélé que de faibles différences, 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 des associations faîtières d'employeurs et d'employés et de la Confédération visant à contrôler l'égalité des salaires et qui s'est déroulée jusqu'en février 2014. et qui visait à vérifier l'égalité des salaires. Cette initiative s'est achevée avec succès, confirmant ainsi que Swisscom applique le principe de l'égalité des salaires.


Voir sous
www.dialogue-equalite-salaires.ch

Respect des droits des individus au sein du groupe Swisscom

Pour Swisscom, le respect des droits des individus fait partie intégrante de la culture d'entreprise. Les risques connus de violation de ces droits sont quasi inexistant, voire nuls au sein du groupe Swisscom. Swisscom dispose ainsi de 18 272 collaborateurs à plein temps en Suisse et de 2 391 employés à plein temps en Italie, des pays où aucun risque de violation des droits des individus n'a été constaté. L'entreprise compte en outre 462 personnes à plein temps en dehors de la Suisse et de l'Italie, principalement dans des pays de l'Union européenne et de l'OCDE: là encore, les risques en matière de violation des droits des individus sont inexistant ou très faibles. Swisscom emploie très peu de personnel dans les pays dits «à risque» (tels que la Roumanie, la Malaisie et l'Afrique du Sud) répertoriés par les agences de notation. Qui plus est, les collaborateurs de Swisscom occupant un poste en dehors de la Suisse et de l'Italie travaillent uniquement dans le secteur des services, pas dans la production. L'entreprise ne voit donc pas la nécessité de mettre en place son propre système de gestion des risques relatifs à la violation des droits des individus. Swisscom estime que les risques sont susceptibles de venir des fournisseurs. Aussi a-t-elle décidé d'introduire un système de gestion des risques en ce qui concerne ses fournisseurs.

Swisscom applique en outre une politique d'achat qui impose, sur la base de la norme SA 8000, des exigences claires à ses fournisseurs quant au respect des droits des individus.


Voir rapport sur le
développement durable
page 60

56

Satisfaction des collaborateurs

L'enquête visant à mesurer la satisfaction des collaborateurs est réalisée tous les deux ans. En Suisse, 83% des collaborateurs ont répondu au sondage 2014. Les résultats font apparaître un degré de satisfaction supérieur à la moyenne et un fort attachement à Swisscom. L'évaluation par les collaborateurs s'est révélée en moyenne nettement plus positive qu'en 2012 dans tous les domaines. En comparaison sectorielle, les résultats sont en partie largement au-dessus de la moyenne. Ce résultat est d'autant plus remarquable, car Swisscom a connu un vaste processus de changement depuis le dernier sondage.

Modification de l'effectif

En Suisse, l'effectif est passé à 18 272 postes à plein temps en 2014 (+5,0% par rapport à l'exercice précédent). Il est composé de 26,7% de femmes et de 73,3% d'hommes. La proportion de femmes a progressé de 5,9%.

La part de femmes parmi les cadres de l'échelon intermédiaire a légèrement augmenté en 2014 (+21 postes à plein temps ou +7,3%). Dans le top management, cette proportion n'a pas changé. La proportion des femmes au sein de l'ensemble du management s'élève à 12,8% (effectif).

La pyramide des âges hommes-femmes n'a pratiquement pas changé par rapport à l'exercice précédent. En 2014, le taux d'absentéisme a très légèrement diminué, chez les hommes comme chez les femmes, pour atteindre 2,8% (0,09% points de pourcentage).

Institution de prévoyance

Fin 2014, quelque 18 300 collaborateurs de Swisscom et approximativement 6 300 bénéficiaires de rente étaient assurés auprès de comPlan. Au cours de l'exercice sous revue, l'institution a réalisé un rendement net positif de 4,9% sur la fortune de prévoyance (exercice précédent: 8,9%). Au 31 décembre 2014, la valeur de marché de cette fortune s'élevait à CHF 8,3 milliards (exercice précédent: CHF 7,8 milliards). Le taux de couverture s'établit à environ 111% (exercice précédent: 106%), conformément aux exigences définies par les normes suisses de présentation des comptes des institutions de prévoyance professionnelle.

Le passage aux bases techniques LPP 2010 approuvé par le Conseil de fondation en janvier 2014 prévoit de compenser les risques induits par l'espérance de vie et le taux d'intérêt au moyen d'une réorientation. Dans ce contexte, comPlan a fait entrer en vigueur un nouveau règlement de prévoyance et implémenté une nouvelle stratégie de placement.

Prestations supplémentaires

Tous les collaborateurs de Swisscom bénéficient d'avantages liés à l'entreprise (fringe benefits) sous la forme d'un crédit pour les prestations de Swisscom (comme le téléphone, Internet ou Swisscom TV) ainsi que d'un abonnement demi-tarif des CFF, indépendamment du taux d'occupation et de la fonction. Un crédit est également accordé aux apprentis. Swisscom soutient en outre les solutions de garde d'enfants externes au milieu familial non seulement par des contributions financières, mais également au moyen de prestations de conseil gratuites fournies par le biais du service famille®. Afin d'aider les parents en période de vacances scolaires, elle propose des semaines de garde d'enfants sur certains sites en Suisse. Enfin, Swisscom prend en charge les cotisations de l'employeur à la caisse de pensions dans le cas d'un congé non payé d'une durée maximale de trois mois.

Réglementations complémentaires pour les cadres

Les cadres ont la possibilité de prendre un congé sabbatique partiellement payé d'une durée maximale de trois mois, suivant la durée de leur engagement en tant que cadre. Swisscom paie 30 jours de travail aux cadres qui ont opté pour cette solution, et propose désormais un service de coaching à leur intention. Les rapports de travail sont maintenus et le retour à la fonction occupée est garanti. De surcroît, les cadres sont libérés du paiement des primes des assurances collectives pour maladie et accident et profitent d'une assurance risque décès pour cadres.

Collaborateurs: les chiffres

Le tableau ci-dessous présente, pour les exercices 2012 à 2014, les différents indicateurs du personnel, répartis par sexe, conformément aux exigences de la version 4 de la GRI. Les chiffres ci-après se rapportent aux collaborateurs travaillant en Suisse (sans Axept Webcall AG, CT Cinetrade AG et LTV Pages Jaunes SA, conformément au périmètre du rapport). Les participations à l'étranger ne sont pas prises en compte.

Nombre ou selon mention	2012			2013			2014		
	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total
Main d'œuvre selon GRI en Suisse (FTE)									
Location de personnel (emplois temporaires)	1 242	462	1 704	1 230	440	1 670	1 163	402	1 565
Location de personnel FTE (emplois à temps plein)	1 190	446	1 636	1 169	395	1 564	1 083	357	1 440
Contrat de durée déterminée (CDD)	32	28	60	47	26	73	38	32	70
Contrat de durée indéterminée (CDI)	11 798	4 302	16 100	12 127	4 349	16 476	12 689	4 601	17 290
Effectif moyen selon le périmètre GRI	—	—	16 449	—	—	16 816	—	—	18 035
Main d'œuvre selon GRI à fin décembre	—	—	16 269	—	—	17 362	—	—	18 272
<i>dont FTE couverts par les chiffres ci-dessous (= effectif)</i>									
Proportion hommes – femmes	73,2%	26,8%	100,0%	73,6%	26,4%	100,0%	73,3%	26,7%	100,0%
Emplois à plein temps	11 028	2 926	13 954	11 332	2 982	14 314	11 772	3 128	14 900
Emplois à temps partiel	802	1 404	2 206	841	1 394	2 235	955	1 505	2 460
Proportion de collaborateurs équivalents plein-temps	93,2%	67,6%	86,3%	93,1%	68,1%	86,5%	92,5%	67,5%	85,8%
Proportion de collaborateurs à temps partiel	6,8%	32,4%	13,7%	6,9%	31,9%	13,5%	7,5%	32,5%	14,2%
Nombre de collaborateurs en CCT	9 546	4 047	13 593	9 799	4 070	13 869	10 280	4 316	14 596
Proportion CCT en % de l'effectif total	80,7%	93,5%	84,1%	80,5%	93,0%	83,8%	80,8%	93,2%	84,1%
Age moyen	42,8	39,8	41,9	42,6	39,7	41,8	42,8	39,9	42,0
Nombre de collaborateurs dans le Top Management	110	11	121	92	8	100	92	8	100
Nombre de collaborateurs dans le management intermédiaire	2 150	269	2 419	2 231	286	2 517	2 338	307	2 645
Taux de collaborateurs dans le management (effectif)	89,0%	11,0%	100,0%	88,2%	11,8%	100,0%	87,2%	12,8%	100,0%

Nombre ou selon mention	2012			2013			2014		
	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total
Fluctuation en Suisse									
Départs (sans CDD)	1 126	510	1 635	1 221	558	1 779	1 008	485	1 493
Départs jusqu'à l'âge de 30 ans (sans CDD)	221	167	387	225	184	409	227	180	407
Départs entre 30 et 50 ans (sans CDD)	663	269	932	682	267	949	567	233	800
Départs au-delà de 50 ans (sans CDD)	242	74	316	314	107	421	214	72	286
Taux départs jusqu'à l'âge de 30 ans	19,6%	32,7%	23,7%	18,4%	33,0%	23,0%	22,5%	37,1%	27,3%
Taux départs entre 30 et 50 ans	58,8%	52,8%	57,0%	55,9%	47,8%	53,3%	56,3%	48,1%	53,5%
Taux départs au-delà de 50 ans	21,5%	14,5%	19,3%	25,7%	19,2%	23,7%	21,2%	14,8%	19,2%
Entrées (sans CDD)	1 109	339	1 448	1 553	597	2 150	1 507	723	2 230
Entrées jusqu'à l'âge de 30 ans (sans CDD)	295	169	464	641	344	985	572	373	945
Entrées entre 30 et 50 ans (sans CDD)	717	153	870	811	226	1 037	804	290	1 094
Entrées après l'âge de 50 ans (sans CDD)	97	17	114	101	27	128	101	27	128
Taux d'entrées jusqu'à l'âge de 30 ans	26,6%	49,9%	32,0%	41,3%	57,6%	45,8%	38,0%	51,6%	42,4%
Taux d'entrée entre 30 et 50 ans	64,7%	45,1%	60,1%	52,2%	37,9%	48,2%	53,4%	40,1%	49,1%
Taux d'entrées au-delà de 50 ans	8,7%	5,0%	7,9%	6,5%	4,5%	6,0%	8,7%	8,3%	8,6%
Indicateurs supplémentaires									
Journées de sensibilisation et de formation	–	–	54 441	–	–	72 136	–	–	68 831
Nombre de jours de formation et d'éducation par salariée	–	–	3,2	–	–	4,2	–	–	3,8
Congés de maternité et de paternité	405	215	620	373	175	548	439	217	656
Salaire minimum CCT en CHF	45 500	45 500	45 500	52 000	52 000	52 000	52 000	52 000	52 000
Salaire le plus élevé (CEO Swisscom SA)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Performance Dialogues	98,9%	98,5%	98,8%	96,6%	97,7%	97,0%	97,1%	95,6%	96,7%

Chaîne d'approvisionnement équitable

Les partenaires de Swisscom fournissent chaque année des biens et des services pour un montant de quelque CHF 5 milliards. Swisscom s'attache à établir un partenariat efficace et équitable avec des fournisseurs qui partagent ses valeurs et ses objectifs sociaux et écologiques. En collaboration avec eux, Swisscom s'engage pour la protection du climat et souhaite, d'ici à 2020, améliorer les conditions de travail de plus de deux millions de personnes. A cet égard, elle fait appel à des partenariats internationaux qui assurent la mise en œuvre des mesures en collaboration étroite avec les fournisseurs.



Environnement, objectifs et approche de gestion

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

Voir sous
[www.swisscom.ch/
gri-2014](http://www.swisscom.ch/gri-2014)

Swisscom s'engage en faveur de l'amélioration des conditions de travail de ses fournisseurs et veille au respect des normes écologiques dans la chaîne d'approvisionnement. Elle attend de ses fournisseurs directs, comme de leurs sous-traitants, qu'ils s'engagent en faveur d'une action durable. Ces principes sont inscrits dans la politique d'achat de Swisscom, elle-même définie par un comité supérieur, le Purchasing Board Swisscom. Elle sert de base aux démarches entreprises par les services d'achat. Swisscom a remanié le contenu de la politique d'achat durant l'exercice sous revue. Dans son ensemble, la politique d'achat couvre un volume de commandes supérieur à 80% du volume total des achats. Elle fixe des exigences, que les fournisseurs acceptent en signant la Corporate Responsibility (CR) jointe en annexe au contrat. Swisscom vérifie que ses fournisseurs se conforment à ces exigences à l'aide d'un système de gestion du risque structuré. Le concept de ce système a été étendu en 2014 et couvrira à l'avenir tous les domaines à risque de la chaîne d'approvisionnement.

Gestion des risques des fournisseurs

Système de gestion des risques

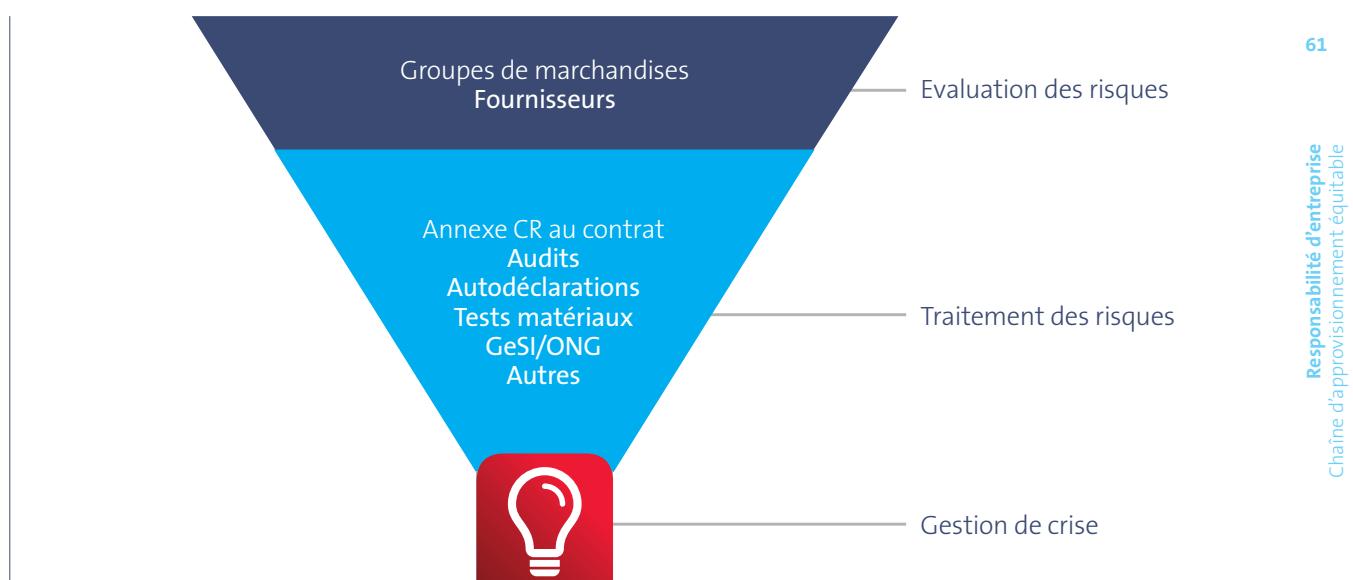
Dans le cadre du projet Supply Chain Risk Management 360 (SCRM 360), Swisscom a procédé à un essai-pilote de la plateforme Supply Risk Network (SRN), basée sur le cloud, au cours du second semestre 2014. La mise en œuvre de cette solution se déroulera par étapes en 2015. Grâce à l'approche globale SCRM 360, Swisscom réduira les risques dans le domaine environnemental et social, mais aussi dans les domaines des finances, de la sécurité, de la logistique et de la qualité. Sur la base d'une scorecard individualisée et pondérée, Swisscom vérifie en permanence avec plus de 50 indicateurs de risque les sources de données externes. Dès qu'une valeur seuil préalablement définie est dépassée chez l'un des 100 meilleurs fournisseurs et nombreux fournisseurs en amont, l'organisation d'achat reçoit automatiquement un message avec les indicateurs. La sélection des 100 meilleurs fournisseurs s'effectue selon les critères suivants: volume des achats, importance stratégique et risque des groupes de marchandises.

En 2014, Swisscom a vérifié les groupes de marchandises du point de vue de la responsabilité d'entreprise. Elle s'en tient à la grille de risques actuelle et a révisé la liste des fournisseurs pour les groupes de marchandises à risques élevés. Les principaux fournisseurs y relatifs sont déjà enregistrés sur la plateforme e-tasc d'EcoVadis. Pour les fournisseurs potentiels et les appels d'offres potentiels, Swisscom continue d'appliquer le processus implanté. A partir de 2015, la nouvelle plateforme SRN basée sur le cloud permettra par ailleurs de procéder à une première estimation du risque global d'un fournisseur.

Swisscom souhaite mettre en œuvre le concept global par étapes successives, au cours du premier trimestre 2015, et intégrer une organisation de la gestion des crises à la chaîne d'approvisionnement.

Procédure relative à la gestion des risques dans la chaîne d'approvisionnement

Swisscom ne procède pas à une évaluation des risques pour chacun des fournisseurs. Elle utilise plutôt un filtrage pour détecter au plus tôt le potentiel de risque effectif et réduire par la même occasion le nombre de fournisseurs à évaluer.

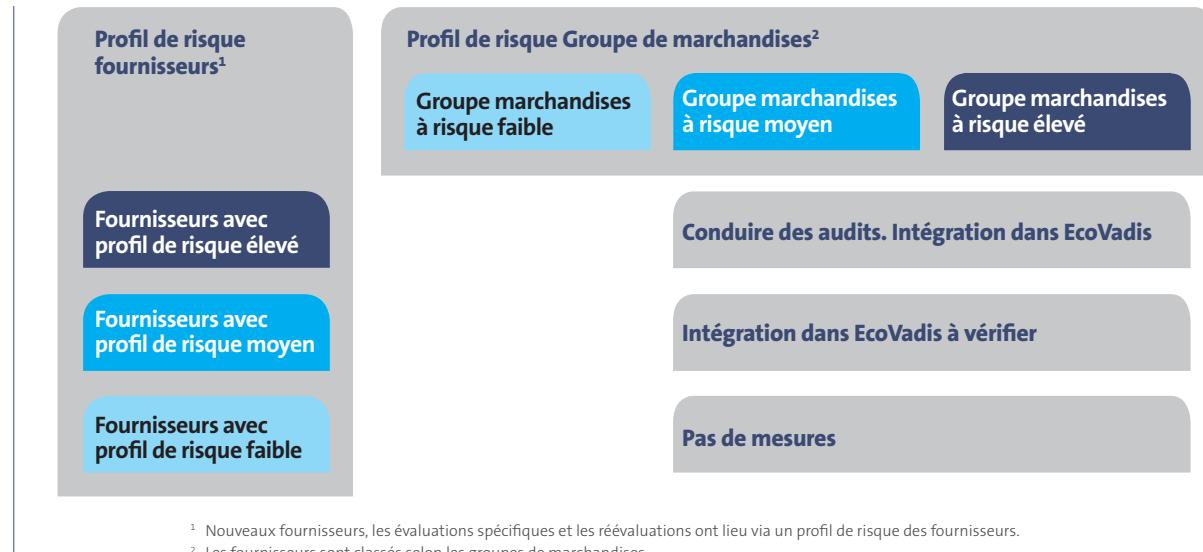


Filtrage: procédure relative à la gestion des risques dans la chaîne d'approvisionnement

Dans un premier temps, tous les groupes de marchandises sont évalués en fonction des risques écologiques et sociaux qu'ils présentent, sur la base de critères clairement définis. Il en résulte un classement desdits groupes en trois profils de risque: faible, moyen et élevé.

Dans un deuxième temps, Swisscom détermine les fournisseurs dont les marchandises correspondent aux profils de risque moyen et élevé. Elle soumet ensuite ces fournisseurs à une évaluation des risques individuelle sur la base de critères clairement définis. Swisscom évalue également les risques pour les fournisseurs potentiels dont les marchandises appartiennent aux groupes présentant un profil de risque moyen et élevé. Le résultat du contrôle entre en ligne de compte dans la décision de nouer oui ou non une relation commerciale avec eux.

Aperçu et prescriptions concernant la gestion des risques dans la chaîne d'approvisionnement



¹ Nouveaux fournisseurs, les évaluations spécifiques et les réévaluations ont lieu via un profil de risque des fournisseurs.

² Les fournisseurs sont classés selon les groupes de marchandises.

Corporate Responsibility en annexe au contrat

En 2014, 96% du volume de commandes total provenait de fournisseurs ayant accepté l'annexe au contrat Corporate Responsibility (CR). Swisscom souhaite poursuivre en 2015 l'identification des fournisseurs n'ayant pas encore signé l'annexe CR. La part des fournisseurs l'ayant signée reste ainsi stable à un niveau élevé. Swisscom renonce de ce fait à la publication de la valeur susmentionnée pour l'année suivante.

Auto-déclarations/Self Assessments

En 2014, Swisscom a enregistré et évalué 31 fournisseurs sur la plateforme e-tasc d'EcoVadis dans le cadre de deux campagnes. Au total, fin 2014, 101 fournisseurs étaient évalués sur cette plate-forme. Parmi les 101 fournisseurs évalués, 34 ne répondent pas encore aux attentes dans l'optique de la CR. Un plan d'actions correctives (Corrective Action Plan, CAP) a été créé à leur intention, qui documente les possibilités d'amélioration. Après 12 à 24 mois, Swisscom déterminera les fournisseurs qu'il faudra réévaluer. D'ici fin 2014, 19 fournisseurs auront débuté et, en partie, déjà terminé leurs travaux sur le CAP via la plateforme. Un d'entre eux présente des risques élevés. Dans la mesure où ce dernier n'entretient plus de relations commerciales avec Swisscom, un traitement ultérieur n'aura lieu qu'en cas de nouveau contrat. Swisscom a dépassé l'objectif fixé pour 2014, à savoir évaluer 101 fournisseurs sur la plateforme e-tasc. En 2015, d'autres fournisseurs-clés et stratégiques ainsi que des fournisseurs présentant des risques élevés et moyens seront enregistrés sur la plateforme e-tasc.

Audits

Swisscom est membre du réseau Joint Audit Cooperation (JAC). En 2014, Swisscom a effectué trois audits dans le cadre de sa collaboration avec le Joint Audit Cooperation (JAC), un regroupement d'opérateurs de télécommunications qui examine, évalue et promeut le respect de la responsabilité sociale dans les centres de production des principaux fournisseurs TIC multinationaux. Au total, 35 audits (exercice précédent: 38) ont été effectués chez des fournisseurs au sein du réseau JAC. Ces audits concernent des sites de production installés pour la plupart en Chine, à Taïwan, en Inde, au Japon, en Corée du Sud et en Amérique du Sud. Les audits réalisés sur place s'appuient sur les directives suivantes:

- **Préparation:** les audits reposent sur des informations relatives à l'exploitation à contrôler qui doivent être recueillies en amont.
- **Auditeur qualifié:** les audits sont réalisés par des entreprises d'audits internationales, spécialisées plus particulièrement dans les aspects sociaux et environnementaux des pays concernés.
- **Confidentialité:** des accords de confidentialité sont conclus avec les fournisseurs. Seuls les membres du JAC ont ainsi connaissance des résultats de l'audit.
- **Méthodologie:** les membres du JAC établissent une liste de contrôle sur la base des normes SA 8000 (notamment sur les conditions de travail, la santé et la sécurité, l'environnement, l'éthique commerciale et le système de gestion) et ISO 14001, et prennent en compte les audits déjà réalisés sur place avec les interlocuteurs.
- **Rapport:** le rapport présente les résultats basés sur des preuves objectives.
- **Collaboration avec les fournisseurs:** la collaboration repose sur la sensibilisation commune au rôle décisif joué par la gestion des risques CR pour un développement responsable et durable.
- **Collaboration, voire perfectionnement des fournisseurs:** sur la base des résultats de l'audit, des mesures correctrices sont définies avec les fournisseurs afin d'éliminer les points faibles. Le membre du JAC concerné surveille la mise en œuvre de ces mesures jusqu'à la finalisation totale et réussie.

En ce qui concerne les conférences téléphoniques hebdomadaires, les membres du JAC fixent l'agenda de l'audit, contrôlent les rapports d'audit et surveillent l'évolution des mesures correctrices prévues. Ces conférences régulières et cet échange de bonnes pratiques permettent d'optimiser l'évaluation Corporate Social Responsibility (CSR) et de rendre encore plus efficace l'initiative JAC. Deux fois par an se tient une rencontre du comité d'orientation JAC qui est constitué de représentants des membres de direction des domaines CR et Sourcing correspondants. Au cours de cette rencontre, le comité examine les résultats des campagnes d'audit et prend des décisions quant à la suite des opérations.

Résultats d'audits

Les audits effectués en 2014 ont mis en évidence un nombre limité de non-conformités et divers types de Non-Compliances. Les Non-Compliances se rapportent principalement au temps de travail, à la sécurité au travail, au salaire et à la santé/sécurité. De plus, les audits ont révélé plusieurs cas de discrimination et d'emploi de mineurs. Le temps nécessaire à l'élimination des problèmes dépend du type de Non-Compliance.

La suppression des irrégularités constatées notamment au niveau du temps de travail (p. ex. limitation du temps de travail normal et des heures supplémentaires) nécessite plusieurs mois, en raison des répercussions sur les ressources humaines de l'entreprise concernée.

Swisscom a rempli en partie les objectifs qu'elle s'était fixés pour 2014 et a réalisé trois audits avec le JAC. Un audit a dû être repoussé. La collaboration avec le Joint Audit Cooperation se poursuit et Swisscom prévoit 6 audits pour 2015.

Depuis 2010, le réseau Joint Audit Cooperation (JAC) a réalisé au total 146 audits dans 15 pays sur cinq continents, dont 35 au cours de l'exercice. Les audits ont couvert au total 540 000 collaborateurs et permis d'identifier 922 manquements, dont 317 demeurent en suspens ou n'ont pas encore été résolus. Les audits ont mis au jour le nombre suivant de défaillances:

Nombre de défaillances	2012	2013	2014
Santé et sécurité	62	68	93
Horaire de travail/travail supplémentaire	52	73	83
Ethique professionnelle	31	64	50
Travail des enfants et des jeunes	10	10	13
Rénumération	18	9	23
Environnement	11	30	33
Travail forcé et discrimination	7	10	22

Sur les 922 défaillances constatées, 279 ont été publiées durant l'exercice 2014. 83 des dossiers en suspens sont liés à des questions de temps de travail. 55 de ces 83 défaillances remontent aux années 2010 à 2013, et 28 à l'année 2014. 234 défaillances constatées sont réparties dans d'autres catégories. 98 parmi celles-ci remontent aux années 2010 à 2013, et 136 à l'année 2014. Dans le cas du travail des jeunes, il s'agit de cas d'environnement bruyant, d'heures supplémentaires ou de service de nuit, et non pas du travail des enfants. Pour les cas de discrimination, il s'agit d'une formulation insuffisante des contrats et non pas de travail forcé. Les thèmes liés à l'environnement concerne l'absence de rapports sur l'environnement et l'élimination non conforme de matériaux. Les différents membres du JAC traitent les défaillances en permanence. Les données recueillies sont mises à jour régulièrement et discutées au sein du comité de pilotage.

Carbon Disclosure Project – Supply Chain Program

Durant l'exercice 2014, Swisscom a conclu un nouvel accord de coopération avec le Carbon Disclosure Project (CDP). Le Carbon Disclosure Project (CDP) est une organisation à but non lucratif créée en 2000 qui entend amener les entreprises à publier des données environnementales pertinentes, notamment en ce qui concerne les émissions nocives de gaz à effet de serre ainsi que la consommation d'eau. Une fois par an, à la demande des investisseurs, le CDP collecte des données et informations relatives aux émissions de CO₂, aux risques climatiques et aux objectifs et stratégies de réduction des entreprises, en s'appuyant sur des questionnaires standardisés, le tout sur une base volontaire. A l'heure actuelle, le CDP gère la plus grande base de données mondiale de ce genre. Dans le cadre de sa coopération avec le CDP, Swisscom a contacté et interrogé 47 de ses principaux fournisseurs qui se distinguent par un grand volume de commandes ou par une forte contiguïté avec le thème de l'environnement. Le taux de retours de 85% a permis de finaliser l'enquête (le taux de retours de l'année précédente auprès de tous les fournisseurs était de 52%). Le CDP a analysé ces réponses au cours du dernier trimestre 2014 et a classé au moyen d'un scoring les fournisseurs ayant participé à l'enquête. Ces résultats sont partiellement intégrés à la plateforme e-tasc d'EcoVadis et servent de base à l'évaluation globale des principaux fournisseurs de Swisscom.

Principaux facteurs de risque dans la chaîne d'approvisionnement

Droits des individus

Swisscom attache une importance majeure au respect des droits des individus dans les domaines définis dans la norme SA 8000 de la Social Accountability International (SAI), en l'occurrence le travail des enfants, le travail forcé, l'hygiène et la sécurité, la liberté syndicale et le droit à la négociation collective, la discrimination, la discipline, le temps de travail ainsi que la rémunération.

Risques climatiques dus aux émissions de CO₂

Le changement climatique présente des risques, par exemple sous forme de précipitations plus intenses, de températures moyennes plus élevées ou de phénomènes météorologiques extrêmes. Ces risques peuvent compromettre la fabrication de produits de télécommunication et d'équipements de réseau ainsi que leur transport vers la Suisse, ce qui affecterait les opportunités sur le marché et l'exploitation de Swisscom. L'inventaire des gaz à effets de serre de Swisscom indique que la majeure partie des émissions de CO₂ proviennent de la chaîne d'approvisionnement. Swisscom a pris cette donnée en compte dans son thème stratégique lié à la protection climatique.

Matières premières

Les matières premières contenues dans les produits de Swisscom proviennent des horizons géographiques les plus divers. Les questions relatives à la provenance des matières premières utilisées et des risques qui en découlent, tant sur le plan écologique que social, sont de plus en plus fréquentes. Swisscom se penche sur le thème des matières premières depuis 2011 et a pris au cours de ces deux dernières années les mesures suivantes:

- > **Janvier 2012:** via son affiliation à Global e-Sustainability Initiative (GeSI), Swisscom devient membre de la World Resources Forum Association (WRF).
- > **Mars 2012:** assemblée de fondation de la WRF Association; Swisscom représente GeSI aux assemblées de la WRF Association.
- > **Mars/octobre 2013:** participation à l'assemblée générale de la WRF Association à Saint-Gall et du World Resources Forum à Davos.
- > **Octobre 2013:** dialogue avec l'ONG «Pain pour le prochain» et contribution au symposium «High Tech – No Rights» à Berne.
- > **2014:** clarifications préliminaires pour un engagement auprès de Fairphone. Un engagement est prévu pour 2015 avec l'avènement de la deuxième génération de terminaux.

Voir sous
www.worldresourcesforum.org

En 2014, Swisscom a remanié le contenu de sa politique d'achat. Au besoin, l'entreprise procédera également à une vérification de l'annexe au contrat Corporate Responsibility en 2015.

65

Purchasing Circle – ancrage de la Corporate Responsibility au sein de l'organisation

Le Purchasing Circle est une série de manifestations réservée au groupe des acheteurs de Swisscom. En 2013 s'est tenue pour la première fois, dans le cadre du Circle, une réunion sur les «Enjeux d'une chaîne d'approvisionnement durable». Des exposés thématiques tenus par des invités externes et des responsables CR internes, ainsi qu'un débat figuraient au programme. Les acheteurs de Swisscom ont en outre visité l'Umwelt Arena, une plateforme d'expositions pour des solutions durables située à Spreitenbach (canton d'Argovie). En 2014, Swisscom a poursuivi le concept du Purchasing Circle au travers de trois manifestations.

Une Suisse interconnectée

D'ici 2020, Swisscom entend desservir 85% des logements et commerces suisses en très haut débit et permettre à 99% de la population de bénéficier du très haut débit mobile. Grâce à ses investissements en Suisse, Swisscom non seulement crée directement de la valeur mais apporte également une contribution indirecte d'environ 30 milliards de francs au produit intérieur brut. Elle participe en outre à la création et au maintien de quelque 100 000 postes de travail.



Environnement, objectifs et approche de gestion

Parallèlement à sa propre création de valeur d'environ CHF 5 milliards par an, Swisscom contribue indirectement mais de manière significative à la compétitivité et à la prospérité de la Suisse, grâce à ses investissements qui profitent à d'autres entreprises sur le territoire suisse.

Durant l'été 2013, le Boston Consulting Group (BCG) a calculé, sur mandat de l'European Telecommunications Network Operators Association (ETNO), l'impact exercé par les investissements des opérateurs de télécommunications sur le produit intérieur brut (PIB) et sur l'emploi, deux des principaux indicateurs de performance macroéconomiques. Le calcul repose sur onze études scientifiques actuelles au total. Cinq d'entre elles analysent l'impact des opérateurs de télécommunications sur le PIB et six l'impact sur l'emploi. En collaboration avec le BCG, Swisscom a appliqué le modèle de calcul et les conclusions des onze études à sa propre situation. Selon les calculs du BCG, l'impact de Swisscom sur l'emploi se réduit d'un facteur 1,8 en raison du haut niveau de salaire en Suisse (la base est le salaire moyen annuel) par rapport aux autres pays.

En 2014, Swisscom a investi environ CHF 1,75 milliard dans l'infrastructure de télécommunication. Entre 2015 et 2020, Swisscom prévoit d'investir plusieurs milliards de francs en Suisse. Selon le modèle du BCG, Swisscom contribuera indirectement au PIB à hauteur de plus de CHF 30 milliards sur cette période, parallèlement à sa propre création de valeur d'environ CHF 35 milliards (soit CHF 5 milliards chaque année pendant sept ans). En outre, Swisscom soutient la création et le maintien de quelque 100 000 postes de travail.

Le relevé et la mesure de la réalisation des objectifs découlent du processus relatif au plan d'affaires ainsi que des informations sectorielles annuelles et des calculs de création de valeur, tels qu'ils sont publiés dans le rapport annuel. Le cas échéant, BCG peut vérifier le modèle de calcul et l'adapter aux dernières connaissances scientifiques.

Service universel

Swisscom est concessionnaire du service universel dans les télécommunications pour la Suisse, mandat qu'elle assumera jusqu'à fin 2017. Elle garantit ainsi à la population suisse la fourniture d'un accès au réseau analogique ou numérique sur l'ensemble du territoire national. Le service universel comprend la téléphonie, les services de télecopie, le transfert de données et une connexion Internet à large bande. Au cours de l'exercice, la vitesse de transmission garantie pour la connexion Internet à large bande était de 1000 kbit/s en flux descendant. Le prix pour ce service est plafonné à CHF 55 par mois (hors TVA).

L'entretien et l'exploitation des cabines téléphoniques publiques (Publiphones), l'accès aux services d'appel d'urgence de la police, des pompiers, des services sanitaires et la mise à disposition de services spéciaux pour les personnes handicapées relèvent de la mission de service universel que Swisscom assure depuis toujours. Swisscom renonce en outre à toute indemnisation servant à financer les coûts non couverts du service universel.

	Unité	2012	2013	2014
Nombre de cabines téléphoniques publiques ¹	Nombre	5 800	4 834	4 453
Quantité d'appels d'urgence	En milliers	3 053	2 284	2 716
Quantité d'appels aux services de commutation destinés aux malentendants et aux malvoyants	En milliers	540	515	463

¹ Dont service universel 3 015 (2014), 3 307 (2013), 3 514 (2012).

Neutralité des réseaux

Conjointement avec d'autres opérateurs de réseaux et l'association Swisscable, Swisscom a élaboré un code de conduite pour un Internet ouvert. Les signataires de ce code se déclarent en faveur de la neutralité des réseaux et d'un Internet ouvert. En Suisse, tous les utilisateurs doivent pouvoir utiliser les contenus, les services, les applications, le matériel et les logiciels de leur choix. Aucun service ni aucune application ne sont bloqués, aucune restriction n'est apportée à la liberté d'information et d'expression sur Internet.

Le code prévoit par ailleurs que les exploitants de réseau peuvent mettre en place une gestion du réseau afin d'assurer la qualité et de favoriser des offres conformes aux besoins des clients. Ils doivent en outre, à la demande des clients, traiter en priorité les services qui présentent un caractère d'urgence. Il s'agit notamment de la téléphonie IP, de la télévision, des appels d'urgence, des visioconférences ou de futures applications de télémédecine, où le client doit recevoir les données au plus vite.

Engagement social et culturel

Swisscom et son histoire sont étroitement liées à la Suisse et à sa population. Ainsi, Swisscom s'engage en faveur de la Suisse par tradition. L'engagement envers la société couvre trois domaines: Public Affairs, Events et Sponsoring, ainsi que les projets Corporate Responsibility.

L'engagement de Swisscom

La politique de Swisscom en matière de parrainage est orientée sur le long terme et privilégie le sport et la culture à destination d'un large public. Les activités de sponsoring de Swisscom touchent donc toutes les régions du pays et s'adressent à des groupes d'intérêt très différents.

Public Affairs

Swisscom Public Affairs entretient les contacts avec communes et cantons, dans toutes les régions de Suisse. Les membres de cette équipe, qui est décentralisée, communiquent en premier lieu des informations en rapport avec l'infrastructure et l'engagement de Swisscom, mais traitent également les demandes des communes et des cantons. Outre les contacts personnels, Swisscom s'adresse au milieu politique et aux autorités au travers de publications (lettres aux communes) et de newsletters électroniques. L'entreprise organise des séances d'information sur divers thèmes (comme la sécurité des données et l'utilisation des médias électroniques) dans différents cantons. Les réserves émises par les habitants sur le déploiement de l'infrastructure de communication mobile entraînent toutefois des conflits récurrents au niveau local. Transmettre les connaissances et les informations relatives à la communication mobile et aux applications de radiocommunication apparentées constitue donc un aspect important du travail de Public Affairs. A cet égard, Swisscom ne traite pas seulement les demandes des autorités ou du monde politique. Elle s'occupe également des requêtes émanant de la population, du voisinage intéressé par les mêmes questions, des entreprises ou des propriétaires d'immeuble. Afin de permettre un déploiement du réseau de communication mobile conforme aux souhaits des clients tout en entretenant le dialogue avec les communes, Swisscom, en collaboration avec son secteur d'activité, a élaboré une procédure de participation facultative pour déterminer les nouveaux sites de communication mobile. Cette procédure – appelée «modèle de dialogue» – a déjà été introduite dans différents cantons. Par ailleurs, Public Affairs entretient des échanges réguliers avec les services environnementaux afin de garantir une application correcte des recommandations en matière d'environnement auxquelles est soumise la communication mobile.

Swisscom s'implique dans des groupes de travail et fait partie d'organismes nationaux qui s'emploient à améliorer la couverture haut débit des régions périphériques. Public Affairs, conjointement avec Public Policy, représente notamment Swisscom dans le groupe de travail de l'Office fédéral de la communication (OFCOM) consacré au haut débit et au sein de la commission fédérale du travail à domicile du Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB).

Festivals, musées, fondations

En 2014, Swisscom a présenté dix événements en live en partenariat avec Radio Energy et permis ainsi à plus de 50 000 visiteurs de profiter de concerts exclusifs. En sa qualité de sponsor principal du Festival international du film de Locarno, elle soutient également le cinéma. Au travers de la Carte Bleue, elle offre aux cinéphiles des billets d'entrée à prix réduit pour les cinémas Kitag. Swisscom parraine en outre la fondation du Musée de la communication à Berne, qui présente au grand public la communication sociale sous ses formes passées, présentes et futures. Les visiteurs apprécient le caractère familial et expérimental du musée, c'est du moins ce qui ressort des sondages. En l'espace de huit mois, l'exposition temporaire «Rituels», inaugurée en novembre 2013, a attiré pas moins de 31 375 visiteurs.

Swisscom soutient la fondation Sasso San Gottardo. Elle est aussi partenaire principal de l'univers thématique dédié à la mobilité, à l'espace, à la sécurité, à l'eau, à l'énergie, à la météo et au climat. Lancé en 2013 dans le cadre du premier forum Sasso San Gottardo, le Young Leaders Sustainability Club a pour objectif de mettre en réseau de jeunes cadres dirigeants issus du monde de l'économie, des sciences et de la politique, et d'approfondir la réflexion sur les questions liées au développement durable. En 2014, il a organisé deux manifestations dans les locaux de Swisscom et des CFF, à la grande satisfaction des 80 participants et intervenants. Un événement sur le thème des «Big Data for Good» est prévu pour 2015.

Sport

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. En outre, elle a élaboré un concept de relève pour le ski alpin. Ce dernier se concentre sur la sélection et la promotion des jeunes espoirs et s'attache par ailleurs à proposer des possibilités d'entraînement de manière à ce que la Swisscom Junior Team Alpin bénéficie de la meilleure préparation aux Championnats du monde juniors. En sa qualité de partenaire officiel de télécommunication, Swisscom soutient toutes les épreuves FIS de la Coupe du monde organisées en Suisse et contribue à renforcer la place helvétique dans son statut de pays organisateur d'événements sportifs et de nation de sports d'hiver.

Le football joue également un rôle de premier plan dans l'engagement sportif de Swisscom. Grâce à Swisscom et à Teleclub, le football suisse est plus présent que jamais sur le petit écran: plus de 200 matchs suisses sont diffusés en direct sur Swisscom TV chaque saison.

Partenaire de la Swiss Football League, Swisscom soutient dix clubs de la Super League et neuf clubs de la Challenge League. Swisscom mise sur un partenariat à long terme, porteur d'avenir, dans le cadre de sa collaboration avec la Swiss Football League.

Promotion des start-ups et Social Entrepreneurship

Swisscom offre aux start-ups un soutien global, sur le long terme. Elle les épauler non seulement avant et pendant la phase de création, mais se tient à leurs côtés jusqu'à ce qu'elles volent de leurs propres ailes. Elle contribue ainsi dans une forte mesure à la compétitivité de la place économique suisse. En outre, Swisscom soutient tout particulièrement le développement et la capacité d'innovation des PME suisses. Elle encourage la relève parmi les entreprises par son engagement auprès de startups.ch, de l'institut IFJ pour les jeunes entreprises et en faveur de la promotion économique régionale. Swisscom entretient en outre des partenariats avec le Swiss Venture Club, le Swiss Economic Forum et le Swiss Innovation Forum. Enfin, elle s'engage de plus en plus en faveur du Social Entrepreneurship, notamment dans le cadre d'un partenariat noué avec l'espace de travail collaboratif «Impact HUB Zürich».

Engagement de Swisscom en faveur des start-ups

- > **Startups.ch:** partenaire du plus grand portail suisse de création d'entreprise en ligne
- > **Institut pour Jeunes Entreprises (Institut für Jungunternehmen, IFJ):** partenaire depuis onze ans de la plus grande plateforme nationale dédiée aux start-ups
- > **Fondation BlueLion à Zurich:** cofondatrice de la fondation du plus grand incubateur d'entreprises spécialisées dans les TIC et les technologies propres en Suisse
- > **Coopérative BaseCamp4HighTech:** cofondatrice de la coopérative initiée par le canton de Berne et destinée à promouvoir les start-ups high-tech
- > **Association Startup Weekend:** sponsor «Gold» de l'association dont elle soutient les manifestations à Zurich, Berne, Saint-Gall, Bâle et Lucerne aussi bien financièrement que par le biais de coachs
- > **Lift Conference Genève:** «sponsor officiel»
- > **Espace de travail collaboratif Impact HUB Zürich:** partenaire de communication de l'espace de travail collaboratif Impact HUB Zürich, le forum destiné aux fondateurs de start-ups soucieux de favoriser le développement durable (Social Entrepreneurs)

Corporate Giving et personnes en détresse

Avec sa stratégie Corporate Giving, Swisscom illustre les liens forts qui l'unissent à la Suisse. Au cours de l'exercice, l'entreprise a poursuivi ses partenariats de longue date avec la Chaîne du Bonheur et Tél. 143 – la Main Tendue.

Suite aux dégâts considérables causés au printemps 2014 par les précipitations persistantes dans la région de l'ex-Yougoslavie, la Direction du groupe Swisscom a souhaité porter rapidement secours aux victimes. Swisscom a donc fait un don de CHF 500 000 à la Chaîne du Bonheur. Ce don aide cet organisme à soutenir des actions et des mesures qui, en plus de venir ponctuellement en aide aux populations sinistrées dans la région concernée, contribuent également à une reconstruction durable.

A l'automne 2014, Swisscom a jumelé une enquête de satisfaction auprès des clients du secteur Clients privés à une campagne de dons. A l'issue de l'opération, Swisscom a versé un montant de CHF 300 000 aux organisations la Chaîne du Bonheur, WWF Suisse et SOS Villages d'enfants.


Voir sous
www.bonheur.ch

Chaîne du Bonheur

Plateforme de collecte et de solidarité humanitaires de la Suisse, la fondation Chaîne du Bonheur bénéficie du soutien de la Société suisse de radiodiffusion et télévision SRG SSR et travaille en étroite collaboration avec la presse et les médias privés. Swisscom, qui parraine la Chaîne du Bonheur depuis sa fondation en 1946, soutient également le travail des 30 organisations partenaires de cet organisme d'entraide.

70

Tél. 143 – la Main Tendue

Ouvert 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, le service «Tél. 143 – la Main Tendue» aide les personnes en situation de détresse morale. Plus de 600 personnes, bénévoles pour la plupart, répondent chaque année à plus de 150 000 appels et prodiguent des conseils pour sortir de situations apparemment sans issue. Depuis quelques années, il est également possible de prendre contact avec le service «Tél. 143 – la Main Tendue» via d'autres canaux, notamment 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», tant au travers d'une aide financière que par le biais de prestations en nature, et soutient le secrétariat central tout comme les 14 associations régionales.


Voir sous
www.143.ch

Offres de Swisscom à l'intention des personnes handicapées

Swisscom entend proposer à l'ensemble des individus vivant en Suisse la possibilité d'utiliser les nouveaux moyens de communication sans difficulté. L'entreprise contribue de manière non négligeable à intégrer les personnes défavorisées à 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 sont également tenus de reconnaître les besoins découlant d'un handicap spécifique. Procap Suisse leur propose des formations «Accessibility» à cet effet. En outre, Swisscom prend continuellement des mesures visant à optimiser l'accessibilité (accès sans barrières) de ses Shops.

Swisscom propose une offre de terminaux garantissant un véritable choix, tant aux malentendants qu'aux malvoyants. L'entreprise actualise en permanence sa gamme de services et d'appareils pour ce public. Le téléphone portable Emporia, un smartphone équipé de la solution de lecture d'écran destinée aux personnes aveugles ou malvoyantes, ou encore les différentes modalités de 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. Il permet l'établissement de conversations téléphoniques entre sourds, malentendants et entendants. Proposé en collaboration avec la fondation procom, ce service, qui fait également partie du service universel, est fourni à titre gracieux.

Comme par le passé, Swisscom s'emploie à garantir un accès sans barrières à ses sites Internet. Dans le cadre du remodelage technique de son site Internet, l'entreprise a déjà mis en œuvre des directives importantes visant l'élaboration de contenus web sans barrières conformément aux Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0. Lors des prochaines étapes du relookage du site, Swisscom appliquera d'autres directives, de manière à obtenir une certification AA de la Fondation «Accès pour tous»

Offres destinées aux personnes aux ressources financières limitées

Swisscom soutient les personnes disposant de moyens financiers limités au travers de deux offres. Les jeunes de moins de 26 ans bénéficient par exemple d'un plan tarifaire avantageux. Ces mêmes abonnements sont par ailleurs assortis d'une limite de crédit pour les moins de 18 ans. Swisscom propose aussi aux personnes âgées des abonnements spéciaux, dont les redevances de base sont particulièrement peu élevées. Comme les seniors n'utilisent généralement pas les nouvelles technologies de télécommunication de manière aussi intensive que les jeunes, avec ces abonnements, les frais ne sont facturés au client qu'en cas d'utilisation effective du service de communication.

Pionniers de l'énergie et du climat

L'initiative Pionniers de l'énergie et du climat permet à des classes, de la maternelle au degré secondaire, de réaliser leurs propres projets de protection du climat. Swisscom a créé en collaboration avec Solar Impulse et la fondation de défense du climat myclimate l'initiative initialement dénommée «Pionniers du climat». 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. Au cours de l'exercice sous revue, SuisseEnergie, plateforme centrale de mise en réseau de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN), a rejoint les partenaires de l'initiative. SuisseEnergie ajoute le sujet de l'énergie à l'orientation de l'initiative et à son offre destinée aux écoles. Suite à ce nouveau partenariat, l'initiative a vu son nom s'étendre et s'appelle désormais «Pionniers de l'énergie et du climat».

L'initiative «Pionniers de l'énergie et du climat» a deux illustres parrains, Bertrand Piccard et André Borschberg, qui entendent démontrer en 2015 le potentiel des énergies renouvelables en accomplissant le tour du monde à bord de l'avion solaire «Solar Impulse».

D'ici fin 2014, plus de 5 000 pionniers du climat auront mis en œuvre quelque 250 projets dans toute la Suisse.

Solar Impulse

Le projet Solar Impulse d'André Borschberg et de Bertrand Piccard contribue à la recherche et à l'innovation au service des énergies renouvelables. Il vise à démontrer que les technologies propres (Cleantech) abaissent la consommation en ressources naturelles et réduisent notre dépendance aux énergies fossiles. Depuis 2009, Swisscom est le partenaire national de télécommunication de Solar Impulse. L'entreprise 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 son voyage autour de la Terre. Par conséquent, Swisscom joue un rôle majeur dans la réussite de ce tour du monde. Dès l'été 2013, Solar Impulse a accompli la traversée historique des Etats-Unis d'Ouest en Est sur une période de deux mois. La solution conçue par Swisscom a permis d'assurer l'ensemble de la communication pendant le vol.

Le partenariat noué avec Swisscom offre la possibilité au grand public de vivre au plus près les vols intercontinentaux de Solar Impulse depuis le siège du pilote. Une liaison satellite transmet les images de la cabine de pilotage et les données de l'avion (position, vitesse, trajectoire, etc.) et permet leur diffusion sur Internet, dans un cockpit virtuel. Swisscom publie par ailleurs l'actualité du projet sur Bluewin, Facebook et Twitter et propose une application spéciale pour iPhone, iPad et les smartphones Android.

Innovation et développement

Dans un environnement dynamique où les conditions-cadres changent sans cesse, l'innovation est une condition indispensable pour pérenniser le succès. Swisscom s'adapte donc en permanence à l'évolution des besoins de la clientèle et identifie les secteurs de croissance dans lesquels elle peut défendre, voire renforcer durablement son rôle.

L'innovation joue un rôle moteur dans le développement des technologies émergentes et la conquête de nouvelles parts de marché. La recherche et le développement sont d'autant plus essentiels que l'environnement commercial de Swisscom évolue à une vitesse fulgurante. Swisscom s'est fixé pour objectif d'anticiper les défis stratégiques et d'identifier en amont les futurs besoins de la clientèle et les nouveaux secteurs de croissance. Elle prend donc une part active à la conception de l'avenir de la télécommunication et d'Internet. L'innovation intervient à tous les échelons de l'entreprise, mais aussi en dehors du groupe.

«Open Innovation», un facteur de réussite

Swisscom table sur les échanges avec les clients, les collaborateurs, les fournisseurs ainsi que d'autres partenaires. Ces interactions créent un processus d'innovation continu et ouvert, l'accent étant mis sur le client et ses besoins. Dans le développement de nouveaux produits et services, Swisscom mise systématiquement sur les méthodes du Human Centered Design, autrement dit la conception centrée sur l'humain. L'entreprise donne ainsi la possibilité à ses clients de vivre des expériences simples et enrichissantes en les accompagnant dans l'univers numérique.

Au sein de l'entreprise, Swisscom privilégie et encourage la décentralisation du développement de produits: de nouvelles idées voient ainsi le jour dans tout le groupe. Les événements et plateformes offrent aux collaborateurs l'opportunité d'échanger entre eux des idées novatrices et de découvrir des modèles de bonnes pratiques. La semaine de l'innovation, organisée deux fois par an, en est un exemple: des équipes de collaborateurs issus de différentes divisions concrétisent une idée répondant à un besoin exprimé par les clients, pertinente du point de vue commercial et dotée d'un bon potentiel sur le marché.

Pour identifier à temps les besoins des clients, il est important d'associer le plus tôt possible les futurs utilisateurs au processus de développement. Sous le nom de Swisscom Labs, Swisscom exploite sa propre plateforme d'innovation ouverte, où les utilisateurs inscrits peuvent émettre des idées, exprimer leur opinion et participer à des essais et des tests bêta.

En dehors de l'entreprise, Swisscom encourage l'innovation dans l'ensemble du secteur. Elle s'engage particulièrement aux côtés des jeunes entreprises qui proposent des solutions d'avenir dans le domaine des technologies de l'information, de la communication et du divertissement. Elle s'implique également comme partenaire de projet et investisseur dans des start-up, qu'elle soutient en leur proposant des produits et des services sur mesure. Depuis 2013, Swisscom organise le StartUp Challenge, qui permet de gagner un programme de mentorat d'une semaine dans la Silicon Valley.

Champs thématiques spécifiques à l'innovation

End-to-End Connectivity

Le succès de Swisscom repose essentiellement sur une infrastructure de réseau performante et fiable. Les attentes des clients à l'égard de la qualité du réseau ont considérablement augmenté ces dernières années. C'est pourquoi Swisscom travaille sans relâche à l'élaboration du réseau de la prochaine génération et met au point des solutions qui permettront aux utilisateurs en Suisse de bénéficier de réseaux plus rapides et plus stables encore. Dans ce contexte, le trafic mobile de données, qui ne cesse de croître, constitue un défi considérable. Swisscom recherche et développe des solutions réseau inédites, permettant de gérer efficacement de gros volumes de données et de garantir une couverture de réseau mobile irréprochable sur des sites à forte fréquentation. La construction de petites cellules (microcellules) mettant à disposition une capacité locale élevée pour une faible puissance semble une option prometteuse. Swisscom travaille au développement de nouveaux types d'antennes permettant d'intégrer de manière idéale ces petites cellules à l'architecture existante et de les exploiter efficacement.

Mobile Services et apps

La mobilité a le vent en poupe: les terminaux mobiles comme les smartphones ou les tablettes sont omniprésents dans la société, et il n'est plus guère possible d'envisager notre vie quotidienne sans Internet mobile. Swisscom conçoit le smartphone comme trait d'union entre le monde réel et le monde numérique. En lançant Tapit, le porte-monnaie numérique suisse de demain, l'entreprise a franchi un pas décisif dans cette direction. Tapit est une plateforme non exclusive, ouverte, destinée aux fournisseurs de services de divers secteurs qui souhaitent structurer leurs processus commerciaux dans l'optique de la mobilité. Pour les utilisateurs finaux, Tapit est un lieu sûr où ils peuvent gérer leurs cartes bancaires et leurs cartes de crédit. Cette nouvelle solution repose sur la technologie Near Field Communication (NFC), déjà intégrée dans la plupart des smartphones actuels. Par ailleurs, Swisscom continue d'exploiter et de perfectionner l'app iO: iO permet d'envoyer des SMS et d'appeler gratuitement vers la Suisse et à l'étranger. iO@home garantit une joignabilité dans le monde entier sur le numéro de téléphone fixe de l'utilisateur.

Security and Intelligence

La croissance continue du volume des données entraîne une augmentation des attentes à l'égard des produits et de la capacité à traiter ces données de manière sûre et anonyme et à les analyser selon les méthodes les plus modernes. Les technologies «big data» sont déjà utilisées dans de nombreux domaines, par exemple pour la mesure et la gestion des flux de trafic. Parallèlement, le nombre de clients qui surfent sur Internet via leur smartphone et qui y laissent leurs données ne cesse de croître. Pirates et autres acteurs manifestent un intérêt croissant pour les données des clients. Dans ce contexte, Swisscom entend offrir davantage de transparence et de contrôle à ses clients grâce à diverses applications, telles que CheckAp, qui détecte les failles de sécurité des programmes installés sur le smartphone. En 2014, Swisscom a par ailleurs lancé DocSafe: cette solution cloud permet de stocker simplement et en toute sécurité des documents importants; pour les utilisateurs, l'accès est garanti en permanence, quel que soit l'endroit où ils se trouvent.

Voir sous
[www.swisscom.ch/m²m](http://www.swisscom.ch/m2m)

Projets d'innovation en cours

Swisscom investit dans des solutions d'avant-garde dans les domaines les plus divers pour exploiter de nouveaux secteurs de croissance et offrir à ses clients les meilleurs produits et services:

- **Identity Access Management:** dans un univers regorgeant de produits et services virtuels, il peut s'avérer utile de disposer d'une identité numérique. Cette innovation simplifie la vie, en remplaçant notamment de nombreux mots de passe et en permettant à l'utilisateur de s'identifier facilement. Swisscom élabore actuellement les bases nécessaires à une telle identité numérique et à ses applications concrètes.
- **Voice over LTE (VoLTE)/WLAN interworking:** le réseau 4G/LTE est aujourd'hui exclusivement un réseau de données. Pour les appels, les clients sont déviés vers le réseau 3G. Avec VoLTE, Swisscom entend faire passer également la téléphonie vocale sur le réseau 4G. L'adaptation technique apportée à l'infrastructure de communication mobile rendra en outre possible la téléphonie vocale via WLAN. Les clients profiteront ainsi d'un établissement plus rapide de la communication et d'une meilleure qualité de communication.
- **Tapit:** la solution Tapit offre la possibilité aux clients de Swisscom de payer leurs achats en magasin simplement et rapidement à l'aide de leur téléphone mobile. De plus, les utilisateurs pourront prochainement récolter des points de fidélité et ouvrir des portes directement avec leur smartphone.
- **Clean Pipe:** sous le nom de travail Clean Pipe, Swisscom teste des solutions inédites permettant aux clients de vivre des expériences numériques sans souci et de se protéger des dangers et des interactions non souhaitées, comme le phishing. Le premier produit développé selon l'approche Clean Pipe a été lancé en 2014: Safe Connect, une appli basée sur la technologie VPN, bloque l'accès à des logiciels malveillants ou à des sites web dangereux connus.
- **Cloud:** Swisscom met au point un cloud à 360°, qui présente un cadre architectural unifié et offre de nombreuses prestations tant aux entreprises qu'aux particuliers. Grâce à des technologies modernes, open source, à des concepts de sécurité actuels et à un stockage des données sur des serveurs en Suisse, Swisscom se trouve à la pointe du développement du cloud.

Affiliations et partenariats

En tant que membre d'associations ou à l'occasion de projets précis, Swisscom travaille avec divers partenaires sur des sujets spécifiques découlant de ses thématiques stratégiques.

Principes relatifs aux affiliations et aux partenariats

Swisscom se fixe des objectifs ambitieux et collabore avec différents partenaires à l'échelle nationale et internationale. Au niveau national par exemple, l'entreprise soutient la Stratégie énergétique 2050 de la Confédération, la société de l'information en Suisse et le Programme national de promotion des compétences médias. A l'échelle internationale, Swisscom s'engage en faveur de la protection du climat et de l'amélioration des conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement. Pour choisir les partenariats et les affiliations dans lesquels elle va s'engager, Swisscom veille d'une part au respect des thèmes stratégiques définis dans la Corporate Responsibility et d'autre part à ce que les partenaires et institutions pressentis disposent d'une expertise et d'une expérience qui complètent idéalement les siennes.

Affiliations et partenariats

Efficacité énergétique et protection du climat

Swisscom collabore avec la fondation myclimate pour établir l'écobilan de ses produits et de ses prestations. Entreprise issue de l'EPFZ, myclimate joue aujourd'hui un rôle de premier plan à l'échelon international dans le domaine de la compensation des émissions carbone. Elle dispose en outre de connaissances étendues en matière d'écobilans et d'évaluations de produits.

Actuellement, Swisscom collabore avec myclimate dans les domaines des points environnement et des recommandations climatiques.

Swisscom analyse, avec d'autres partenaires, les conditions nécessaires à un mode de vie et à un mode de travail durables, et publie ses conclusions pour le grand public.

Dans le domaine de l'utilisation durable des ressources, Swisscom collabore 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:** Swisscom fait partie de l'Energy Task Team, un groupe de travail réunissant des opérateurs de télécommunication européens et ayant pour vocation d'élaborer des solutions en matière de bonnes pratiques pour accroître l'efficacité des réseaux.
- **Institut européen des normes de télécommunication (ETSI):** Swisscom siège depuis sept ans au sein du groupe de travail Environmental Engineering (EE) de l'ETSI, où elle a défendu la norme ETSI EN 300019-1-3 (classe 3.1) pour l'exploitation d'installations informatiques. Cette norme est depuis entrée en vigueur. Le groupe de travail élabore actuellement des normes uniformes permettant de contrôler la consommation d'électricité et d'établir le bilan du cycle de vie des équipements de réseau et des terminaux.
- **Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC):** Swisscom a adhéré à cette instance en 2003 et signé une nouvelle convention d'objectifs visant à améliorer son efficacité énergétique. La convention d'objectifs porte sur la période 2013 à 2020.
- **Association suisse pour l'intégration de l'écologie dans la gestion d'entreprises (ASIEGE):** Swisscom en est membre depuis 1999.
- **WWF Suisse:** Swisscom est membre du WWF Climate Savers.
- **Exemplarité énergétique de la Confédération:** la Confédération doit appliquer des mesures internes pour réduire sa consommation d'énergie et montrer l'exemple dans le cadre de la Stra-

tégie énergétique 2050. Le pilotage du projet est assuré par le groupe de coordination Exemplarité énergétique de la Confédération, créé à cet effet. Swisscom est membre de ce groupe de coordination.

- > **Association pour une électricité respectueuse de l'environnement (AERE):** l'AERE certifie les installations de production d'énergie par les labels de qualité naturemade basic et naturemade star.
- > **Association energo: cette association cherche à promouvoir l'efficacité énergétique des bâtiments:** Swisscom est représentée au Conseil d'administration de cette association 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 de Conduite pour les équipements destinés à la TV numérique ainsi qu'une convention volontaire d'objectifs de l'AEnEC visant à améliorer l'efficacité énergétique au niveau suisse. Swisscom participe en outre au Carbon Disclosure Project (CDP) et à d'autres ratings.

Mode de travail et mode de vie

- > **Fondation de recherche sur l'électricité et la communication mobile:** cette fondation d'utilité publique rattachée à l'EPFZ soutient la recherche scientifique sur les opportunités et les risques inhérents aux technologies de radiocommunication et électriques qui utilisent et/ou produisent des champs électromagnétiques. Elle soutient par ailleurs la publication et la mise en circulation désintéressée des résultats de recherche afin de combler les lacunes scientifiques au sein de la société. Swisscom soutient les activités de la fondation.
- > **Fondation Home Office Day:** Swisscom compte parmi les promoteurs de la journée nationale Home Office Day.
- > **Umwelt Arena:** Swisscom est partenaire de l'exposition Umwelt Arena, un centre de compétence pour le développement durable situé à Spreitenbach (Argovie). Elle accompagne les visiteurs dans un voyage interactif à la découverte d'un mode de vie durable sur le plan de la mobilité, de l'alimentation, de la construction, de l'énergie et de la communication notamment. Les visiteurs peuvent découvrir dans l'exposition Umwelt Arena les innovations de Swisscom autour de la mobilité virtuelle, du concept de domotique intelligente «Smart Living» et du recyclage des téléphones mobiles. Swisscom utilise en outre Umwelt Arena comme plateforme événementielle pour ses propres manifestations internes et externes et se positionne comme partenaire TIC de l'exposition.

Compétences médias et sécurité

Dans l'esprit de la loi, Swisscom met en œuvre diverses mesures qui offrent une valeur ajoutée à la société. Elle travaille par exemple avec des organisations spécialisées afin de mieux cerner les besoins des groupes de clients particuliers. Ces organisations, qui conseillent Swisscom, bénéficient de son soutien lorsqu'il s'agit d'œuvrer concrètement à la réalisation de la société de l'information en Suisse. Cet échange profite ainsi aux deux parties.

La collaboration avec les organisations, les institutions ou les services publics revêt plusieurs formes:

- > **Fondation suisse pour la formation par l'audiovisuel (FSFA):** membre de la fondation depuis 2008, Swisscom participe à un vaste réseau dont la vocation est d'élaborer des stratégies et des approches pour la communication moderne dans le secteur de la formation scolaire et parascolaire.
- > **Worlddidac Association:** le plus grand salon mondial de la formation, Worlddidac, organisé tous les deux ans à Bâle, attire plus de 350 exposants qui viennent présenter leurs produits et leur matériel pédagogique à plus de 20 000 visiteurs. Depuis 2004, Swisscom est partenaire de Worlddidac et du salon suisse de la formation Didacta qui a lieu en parallèle. Au travers de la Swisscom Arena, elle propose une plateforme d'échange centrale dédiée aux contributions dans le domaine de la formation et aux dernières tendances en la matière.
- > **Fondation Suisse pour la Protection de l'Enfant:** Swisscom et la Fondation Suisse pour la Protection de l'Enfant nourrissent un échange sur les thèmes de la compétence médias et de la protection de la jeunesse dans les médias.
- > **European Telecommunications Network Operators Association (ETNO):** Swisscom a adhéré en tant que sponsor à la charte High Principles on Child Protection dès 2011. Lancée par l'ETNO, cette charte est désormais soutenue par la branche elle-même. Elle engage ses sponsors à

prendre, volontairement, une série de mesures pour protéger les jeunes des effets négatifs des médias numériques.

Interlocuteurs et partenariats stratégiques

- > **Programme national de promotion des compétences médiatiques de l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS):** le programme de l'OFAS permet à Swisscom d'échanger avec différents partenaires actifs dans la promotion des compétences médias. Swisscom soutient le programme national par des services de communication et une aide financière.

Collaboration reposant sur des projets

- > **Pro Senectute** (chaînes téléphoniques)
- > **Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB)**
- > **Fondation Accès pour tous** (base de connaissances, experts pour l'accès sans barrières à Internet)
- > **Procap Suisse** (interlocuteur et partenaire de formation pour les personnes souffrant d'un handicap et dans le domaine du Corporate Volunteering)
- > **Fondation Formation des parents en Suisse**
- > **Pro Familia**
- > **Association Films: protection du jeune public**

De pair avec les organisations citées, Swisscom a mené en 2014 divers projets tous source de plus-value directe à 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.

Un employeur attrayant

Swisscom est membre d'institutions nationales et internationales qui se consacrent aux ressources humaines:

- > **International Institute of Management in Technology à Freiburg (iimt):** l'institut propose des programmes pour les cadres dirigeants et mène des travaux de recherche dans les domaines des TIC et de l'Utility Management.
- > **Union patronale suisse:** l'association s'engage pour la paix sociale ainsi que pour un partenariat social constructif.
- > **Corporate Leadership Council (Londres):** cet organisme effectue des travaux de recherche sur les bonnes pratiques en matière de gestion d'entreprise.
- > **Association Formation professionnelle TIC Suisse:** Swisscom est représentée au Conseil d'administration.
- > **Stiftung IT-Berufsbildung Schweiz:** Swisscom est représentée au Conseil de fondation.
- > **Generation CEO:** il s'agit d'une initiative destinée à promouvoir les talents féminins parmi les cadres.

Chaîne d'approvisionnement équitable

 Voir sous
www.gesi.org

Pour assurer ses exigences en matière de responsabilité d'entreprise dans la chaîne d'approvisionnement, Swisscom collabore aux initiatives suivantes:

 Voir sous
[www.cdproject.net/
en-US](http://www.cdproject.net/en-US)

- > **Global e-Sustainability Initiative (GeSI):** plusieurs entreprises du secteur des TIC se sont réunies au sein de la GeSI afin de faire avancer le thème du développement durable.
- > **EcoVadis (e-Tasc powered by EcoVadis) – Self Assessment Tool for Accountable Supply Chains:** dans le cadre du système de gestion des risques, Swisscom utilise le questionnaire en ligne d'EcoVadis comprenant une autodéclaration des fournisseurs.
- > **Joint Audit Cooperation (JAC):** Swisscom est membre du JAC depuis 2012. Dix opérateurs de télécommunication sont associés au sein du JAC pour planifier et réaliser ensemble des audits de CR auprès des fournisseurs.
- > **Supply Chain Program du Carbon Disclosure Project (CDP):** Swisscom a rejoint le Supply Chain Program du CDP en 2013. Elle entend ainsi accroître la transparence au sujet des émissions de gaz à effet de serre de ses fournisseurs.

Suisse interconnectée

Swisscom s'engage dans diverses associations professionnelles comme economiesuisse, SwissHoldings, ICT Switzerland, Fibroptique Suisse et l'asut. Elle est représentée au Conseil d'administration d'economiesuisse, de Fibroptique Suisse et de l'asut. Swisscom exige auprès de ces associations des conditions-cadres règlementaires et juridiques stables sur lesquelles le déploiement onéreux de l'infrastructure pourra continuer de s'appuyer.



VÉRIFICATION

CERTIFICATION SGS du rapport GRI 2014 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 2014. Notre champ d'études comprenait les devoirs de publication et les chiffres-clés GRI selon l'[index GRI](#) publié sur www.swisscom.ch/GRI-2014/fr. La vérification (Assurance) est basée sur la méthodologie «SGS Sustainability Report Assurance» et comprenait tous les textes et les données pour 2014 figurant dans le rapport annuel 2014, le Rapport de Durabilité et les informations référencées 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. Daucune 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, Version 4(2013)». 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, Version 4 (2013)», 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, de Swisscom Broadcast SA et de Cablex AG, de même que SQS pour le système de gestion de l'environnement de Swisscom IT Services SA. En plus SGS vérifiera l'inventaire des gaz à effet de serre de Swisscom SA selon la norme ISO 14064.

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 2014 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 2014.

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. Dans un rapport interne, nous avons fait des recommandations en ce qui concerne la poursuite du développement du rapport de développement durable ainsi que du système de gestion.

Nous sommes d'avis que les lacunes qui subsistent encore ne sont pas importantes et que le rapport de durabilité selon l'index GRI, version 4 (2013) répond aux exigences de l'option des «critères exhaustifs».

SIGNÉ AU NOM DE LA SGS

Albert von Däniken, Lead Auditor

Zurich, le 4 février 2015

Elvira Bieri, Lead Auditor

www.SGS.COM

Index GRI

 Voir sous
www.swisscom.com/gri-2014

L'index GRI propose une vue d'ensemble standard du rapport, organisée selon les thèmes considérés.

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent  = non couvert  = partiellement couvert  = entièrement couvert		
1 Stratégie et analyse		
G4-1 Déclaration du décideur le plus haut placé de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	RF Lettre aux actionnaires; RF P. 45 Profil de l'entreprise; RF P. 27 Stratégie d'entreprise et objectifs; RDD P. 4 Lettre aux parties prenantes; RDD P. 12 Axes stratégiques et objectifs; RDD P. 18 Gouvernance et mise en oeuvre
G4-2 Impacts, risques et opportunités majeurs	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 32 Conditions-cadres; RF P. 27 Stratégie d'entreprise et objectifs; RF P. 88 Risques (groupe); RDD P. 5 Chaîne de création de valeur et principaux aspects CR; RDD P. 13 Stratégie Corporate Responsibility; RDD P. 65 Principaux facteurs de risque dans la chaîne d'approvisionnement
2 Profil de l'organisation		
G4-3 Nom de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	CA P. 141 Notes aux comptes consolidés du groupe 1 Informations générales
G4-4 Marques, produits et services	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 46 La marque Swisscom; RDD P. 38 Mode de travail et mode de vie
G4-5 Siège principal de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-3
G4-6 Pays dans lesquels est implantée l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 24 Structure du groupe et organisation; CA P. 205 41 Liste des sociétés du groupe
G4-7 Structure de l'actionnariat	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 97 1 Structure du groupe et actionnariat; CA P. 141 Notes aux comptes consolidés du groupe 1 Informations générales
G4-8 Marchés	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 40 Développement du marché des services de télécommunication et des services informatiques
G4-9 Taille de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 14 Chiffres clés du groupe Swisscom; RF P. 18 Tour d'horizon des activités; RF P. 62 Marché des affaires; GE P. 97 1 Structure du groupe et actionnariat
G4-10 Effectif en chiffres	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 56 Collaborateurs: les chiffres
G4-11 Pourcentage des salariés couverts par une convention collective de travail	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 56 Collaborateurs: les chiffres
G4-12 Description de la chaîne d'approvisionnement	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 5 Chaîne de création de valeur et principaux aspects CR; RDD P. 60 Chaîne d'approvisionnement équitable
G4-13 Changements de taille, de structure ou de capital	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 24 Structure du groupe et organisation
G4-14 Principe de précaution	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 21 Principe de précaution; RDD P. 42 Certification du système d'assurance qualité pour le respect des valeurs limites ORNI; RDD P. 49 Formations généralistes et formations ciblées sur la responsabilité d'entreprise
G4-15 Chartes soutenues, principes	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 12 Valeurs fondamentales; RDD P. 76 Affiliations et partenariats
G4-16 Affiliations à des associations	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-15
3 Aspects et périmètres pertinents identifiés		
G4-17 Structure de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 24 Structure du groupe et organisation; CA P. 205 41 Liste des sociétés du groupe
G4-18 Processus de détermination du contenu du rapport	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-24
G4-19 Informations sur le contenu du rapport	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 9 Matrice d'importance
G4-20 Périmètre du rapport interne	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 24 Structure du groupe et organisation (établissement du rapport de développement durable); RDD P. 10 périmètre du rapport
G4-21 Périmètre du rapport externe	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 10 Périmètre du rapport
G4-22 Reformulation des informations	<input checked="" type="checkbox"/>	Aucune reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs.
G4-23 Modifications relatives à l'étendue, au champ du rapport ou aux méthodes de mesure utilisées	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-20, G4-21

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert <input type="radio"/> = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert
4 Implication des parties prenantes		
G4-24 Groupes de parties prenantes	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 6 Dialogue avec les parties prenantes et thèmes stratégiques
G4-25 Sélection des groupes de parties prenantes	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-24
G4-26 Implication des groupes de parties prenantes	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 6 Implication des parties prenantes; Voir G4-18, G4-24
G4-27 Questions et préoccupations des parties prenantes	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-18, G4-24
5 Profil du rapport		
G4-28 Période considérée	<input checked="" type="checkbox"/>	01.01.2014–31.12.2014
G4-29 Publication du dernier rapport	<input checked="" type="checkbox"/>	http://report.swisscom.ch/fr
G4-30 Cycle considéré	<input checked="" type="checkbox"/>	Annuel
G4-31 Point de contact	<input checked="" type="checkbox"/>	CA P. 229 Impressum
G4-32 Index du contenu GRI et option choisie	<input checked="" type="checkbox"/>	Le rapport est conçu selon l' «option des critères exhaustifs» de la GRI. Lien: www.swisscom.ch/GRI-2014 .
G4-33 Validation par des personnes externes à l'entreprise	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 80 Certification de SGS
6 Gouvernance		
G4-34 Structure de gestion de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 24 Structure du groupe et organisation; RDD P. 18 Gouvernance et mise en oeuvre de la responsabilité d'entreprise; GE P.101 3 Conseil d'administration; GE P.106 3.4 Organisation interne; GE P. 108 3.6 Réglementation des compétences; GE P. 111 4 Direction du groupe
G4-35 Délégation des pouvoirs	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-34
G4-36 Responsabilité pour les thèmes durables	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-34
G4-37 Processus de consultation entre les parties prenantes et l'instance supérieure de gouvernance	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 116 6.3 Convocation de l'assemblée générale; GE P. 116 6.4 Inscription d'un objet à l'ordre du jour; Site web: http://www.swisscom.ch/fr/about/investisseurs/contact.html Voir aussi sur www.sherpany.ch pour les actionnaires enregistrés
G4-38 Composition de l'instance supérieure de gouvernance	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 101 3 Conseil d'administration; GE P. 111 4 Direction du groupe
G4-39 Président de l'instance supérieure de gouvernance	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 101 3 Conseil d'administration; GE P. 111 4 Direction du groupe
G4-40 Processus de nomination et de sélection pour l'instance supérieure de gouvernance	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 105 3.3 Composition, élection et durée de mandat GE P. 107 3.5 Comités du conseil d'administration: Comission Nomination
G4-41 Processus mis en place pour éviter les conflits d'intérêts	<input checked="" type="checkbox"/>	Lien: www.swisscom.ch/principes – Règlement d'organisation ; GE P. 109 3.7 Instruments d'information du Conseil d'administration vis-à-vis de la Direction du groupe
G4-42 Rôles de l'instance supérieure	<input checked="" type="checkbox"/>	Lien: www.swisscom.ch/Grundsaetze – Organisationsreglement Voir G4-34
G4-43 Développement des connaissances collectives de l'instance supérieure de gouvernance des thèmes durables	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 106 3.4 Organisation interne
G4-44 Procédures d'évaluation de l'organe de direction suprême du point de vue de la performance en termes de développement durable	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-45, G4-47; Les membres de la direction du groupe sont des «sponsor» internes pour les stratégies liées à la responsabilité; RDD P. 18 Gouvernance et mise en oeuvre de la responsabilité d'entreprise
G4-45 Procédures définies par l'organe de direction suprême pour surveiller la manière dont l'organisation gère sa performance en termes de développement durable	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-34, G4-38; RDD P. 18 Gouvernance et mise en oeuvre de la responsabilité d'entreprise; GE P. 109 3.8 Instruments de contrôle du Conseil d'administration vis-à-vis de la Direction du groupe
G4-46 Contrôle de gestion des risques	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 109 3.8 Instruments de contrôle du Conseil d'administration vis-à-vis de la Direction du groupe; GE P. 109 3.8.1 Gestion des risques; GE P. 110 3.8.4 Révision interne
G4-47 Fréquence du contrôle de la gestion des risques	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 109 3.7 Instruments d'information du conseil d'administration vis-à-vis de la direction du groupe: annuel; GE P. 109 3.8.1 Gestion des risques: chaque trimestre au comité révision; GE P. 109 3.8.2 Système de contrôle interne du rapport financier (SCI): chaque trimestre au comité Révision; GE P. 110 3.8.3 Compliance Management: chaque trimestre au comité révision; GE P. 110 3.8.4 Révision interne: chaque trimestre au comité révision Dans les cas urgents: actuel

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert <input type="radio"/> = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert
G4-48 Vérification du rapport par le comité au plus haut niveau	<input checked="" type="checkbox"/>	Le comité d'audit du conseil d'administration contrôle le rapport lors de deux étapes avant publication; Le comité de rémunération contrôle le rapport de rémunération; Le rapport est approuvé par le conseil d'administration; Voir G4-34
G4-49 Communication des réclamations majeures	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 109 3.7 Instruments d'information du Conseil d'administration vis-à-vis de la Direction du groupe: Lors de cas urgents, le président du comité de révision est informé en temps réel au sujet de risques essentiels.
G4-50 Nature et nombre total de réclamations majeures	<input checked="" type="checkbox"/>	Selon le principe fondamental du whistleblowing, l'anonymité est garantie. Pour cette raison, Swisscom ne publie ni le nombre ni la nature des réclamations majeures.
G4-51 Liens entre les rémunérations des membres de l'organe de direction suprême et la performance en termes de développement durable	<input checked="" type="checkbox"/>	RR P. 125 4 Rémunération versée à la Direction du groupe
G4-52 Processus de détermination de la rémunération	<input checked="" type="checkbox"/>	RR P. 125 4 Rémunération versée à la Direction du groupe
G4-53 Opinions des parties prenantes	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 6 Dialogue avec les parties prenantes et thèmes stratégiques; GE P. 116 6.3 Convocation de l'Assemblée générale; GE P. 116 6.4 Inscription d'un objet à l'ordre du jour; protocole
G4-54 Ratio de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée par rapport à la rémunération annuelle totale médiane de l'ensemble des salariés	<input checked="" type="checkbox"/>	Swisscom introduit en 2015 une nouvelle grille de salaires et une nouvelle architecture des emplois. Pour des raisons de comparabilité, une publication est prévue dès 2015.
G4-55 Le ratio du pourcentage d'augmentation de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée par rapport au pourcentage d'augmentation médian de la rémunération annuelle totale de l'ensemble des salariés	<input checked="" type="checkbox"/>	Swisscom introduit en 2015 une nouvelle grille de salaires et une nouvelle architecture des emplois. Pour des raisons de comparabilité, une publication est prévue dès 2015.

7 Éthique et intégrité

G4-56 Valeurs, principes, normes et règles	<input checked="" type="checkbox"/>	Lien: www.swisscom.ch/fr/about/governance/reglements.html ; RDD P. 12 Valeurs fondamentales; GE P. 110 3.8.3 Compliance Management
G4-57 Mécanismes pour obtenir des conseils sur les comportements éthiques et respectueux de la loi	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 20 Système de compliance; GE P. 110 3.8.3 Compliance Management; GE P. 110 3.8.4 Révision interne
G4-58 Mécanismes utilisés pour faire part des réclamations	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir G4-57

Description de l'approche managériale

G4-DMA L'évaluation de l'approche managériale	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 20 Approches de gestion
---	-------------------------------------	--------------------------------

Indicateurs de performance économique

Concept de gestion et objectifs	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 27 Stratégie d'entreprise et objectifs; RF P. 83 Perspectives financières
G4-EC1 Valeur économique directe créée et distribuée	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 81 Compte de création de valeur
G4-EC2 Implications financières liées au changement climatique	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 91 Risques: Facteurs de risque: Environnement et santé; Voir G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN18 et G4-EN26; Lien: www.cdproject.net/en-US
G4-EC3 Etendue de la couverture socioprofessionnelle	<input checked="" type="checkbox"/>	CA P. 161 10 Prévoyance professionnelle; RDD P. 57 Institution de prévoyance; Voir LA3
G4-EC4 Subventions et aides publiques significatives reçues	Ø	Du point de vue du groupe, aucun fait soumis au devoir d'annonce selon la norme IAS 20 n'est à mentionner pour l'exercice 2013 ni aucune subvention gouvernementale.
G4-EC5 Comparaison entre les salaires d'entrée de base et le salaire minimum local	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 55 Rémunération des collaborateurs; RDD P. 58 Collaborateurs: les chiffres
G4-EC6 Sélection du personnel en fonction des sites	Ø	Il n'y a pas de sélection du personnel en fonction des sites.
G4-EC7 Investissements en matière d'infrastructures et services pour l'intérêt public	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 34 Loi sur les télécommunications (LTC); RDD P. 67 Service universel; RDD P. 46 Initiative «Internet à l'école»
G4-EC8 Impacts économiques indirects	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 34 Loi sur l'entreprise de télécommunications (LET) et lien avec la Confédération Suisse; RDD P. 66 Une suisse interconnectée
G4-EC9 Sélection des fournisseurs sur les sites	<input checked="" type="checkbox"/>	Il existe une sélection des fournisseurs en fonction des sites, afin de contribuer à l'économie suisse

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert o = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert
Indicateurs de performance écologique		
G4-EN1 Concept de gestion et objectifs	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 23 Environnement, objectifs et approche de gestion
G4-EN1 Matières et matériaux utilisés	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 37 Indicateurs environnementaux en Suisse; RDD P. 33 Autres thèmes environnementaux au sein de l'entreprise; Câbles, fibres optiques et poteaux en bois
G4-EN2 Matières recyclées	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 37 Indicateurs environnementaux en Suisse; RDD P. 33 Autres thèmes environnementaux au sein de l'entreprise; Câbles, fibres optiques et poteaux en bois
G4-EN3 Consommation énergétique au sein de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 27 Consommation d'énergie et efficacité énergétique; RDD P.29 Mesures d'efficacité et d'économie liées à la consommation de combustibles servant à la production de chaleur; RDD P. 29 Mesures d'efficacité et d'économie liées à la consommation de carburant et à la mobilité; RDD P. 37 Indicateurs environnementaux en Suisse Rapport climatique 2014 de Swisscom, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN4 Consommation énergétique en dehors de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	Rapport climatique 2014 de Swisscom, § 2.2 Consommation d'énergie chez les clients selon Scope 3, cat. 11 (Utilisation «Employ de produits vendus»), en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN5 Intensité énergétique	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 12 Efficacité énergétique; RDD P. 23 Efficacité énergétique et protection du climat; RDD P. 15 Principaux indicateurs des objectifs CR de Swisscom
G4-EN6 Economies d'énergie	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse
G4-EN7 Initiatives prises pour réduire la consommation d'énergie indirect	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse
G4-EN8 Volume total d'eau prélevée	Ø	RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; RDD P. 33 Thèmes environnementaux au sein de l'entreprise: Eau
G4-EN9 Répercussions de la consommation d'eau	<input checked="" type="checkbox"/>	Non pertinent, étant donné que l'eau est consommée uniquement à des fins sanitaires.
G4-EN10 Eau recyclée et réutilisée	<input checked="" type="checkbox"/>	Eau domestique uniquement
G4-EN11 Terrains/biens-fonds situés dans ou à proximité de sites protégés	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 36 Thèmes environnementaux au sein de l'entreprise: Sol et biodiversité
G4-EN12 Répercussions sur la biodiversité	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 36 Thèmes environnementaux au sein de l'entreprise: Sol et biodiversité
G4-EN13 Habitats naturels protégés ou restaurés	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 36 Thèmes environnementaux au sein de l'entreprise: Sol et biodiversité
G4-EN14 Espèces menacées	Ø	Non relevé car non pertinent
G4-EN15 Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 27 Emissions CO ₂ , consommation d'énergie et efficacité énergétique; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; Rapport climatique 2014 de Swisscom, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN16 Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 27 Emissions CO ₂ , consommation d'énergie et efficacité énergétique; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; Rapport climatique 2014 de Swisscom, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN17 Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 27 Emissions CO ₂ , consommation d'énergie et efficacité énergétique; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; Rapport climatique 2014 de Swisscom, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN18 Intensité des émissions de gaz à effet de serre	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 15 Principaux indicateurs des objectifs CR de Swisscom; Rapport climatique 2014 de Swisscom, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN19 Réduction des émissions de gaz à effet de serre	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; Rapport climatique 2014 de Swisscom, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN20 Emissions de substances appauvrissant la couche d'ozone	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 34 Installations frigorifiques et réfrigérants
G4-EN21 NO _x , SO ₂ et autres émissions dans l'air	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse
G4-EN22 Déversements des eaux usées	<input checked="" type="checkbox"/>	Consommation d'eau uniquement à des fins sanitaires.
G4-EN23 Déchets, par type et méthode d'élimination	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; RDD P. 35 Thèmes environnementaux au sein de l'entreprise; Déchets et recyclage
G4-EN24 Déversements significatifs	<input checked="" type="checkbox"/>	Aucun déversement significatif connu en 2014
G4-EN25 Déchets jugés dangereux aux termes de la Convention de Bâle en 2013	Ø	Non pertinent. Swisscom n'a pas transporté de déchets au sens de la Convention de Bâle.
G4-EN26 Conséquences de l'évacuation et du ruissellement des eaux usées sur la biodiversité	Ø	Non pertinent. Les eaux usées s'écoulent dans les STEP communales.

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert o = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert
G4-EN27 Initiatives visant la réduction des impacts environnementaux	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; RDD P. 36 Indicateurs environnementaux en Suisse; Rapport séparé de Swisscom sur le climat, en ligne sous www.swisscom.ch/GRI-2014
G4-EN28 Emballages	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 35 Thèmes environnementaux au sein de l'entreprise; Emballages
G4-EN29 Amendes liées à des violations de la réglementation en matière d'environnement	<input checked="" type="checkbox"/>	En 2014, aucune amende ou sanction n'a été infligée pour violation des dispositions légales; RDD P. 20 Système de compliance
G4-EN30 Impacts du transport	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 29 Mesures d'efficacité et d'économie liées à la consommation de carburant et de la mobilité
G4-EN31 Dépenses effectuées au titre de la protection de l'environnement	<input type="checkbox"/>	Aucune indication séparée
G4-EN32 Nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères environnementaux	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits
G4-EN33 Impacts sur l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits; RDD P. 65 Principaux facteurs de risque dans la chaîne d'approvisionnement
G4-EN34 Nombre de griefs concernant les impacts environnementaux	<input checked="" type="checkbox"/>	Aucun griefs concernant les impacts environnementaux en 2014 Voir RDD P. 41 Conseils et informations sur la thématique des technologies radio et de l'environnement

Indicateurs de performance sociale:

Pratiques en matière d'emploi et travail respectueux des droits humains

Concept de gestion et objectifs	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 55 Rémunération des collaborateurs; RDD P. 48 Environnement, objectifs et approche de gestion; RDD P. 49 Développement du personnel
G4-LA1 Fluctuation du personnel	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 58 Collaborateurs: les chiffres
G4-LA2 Prestations versées aux collaborateurs à temps plein	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 58 Représentations du personnel et syndicats; RDD P. 57 Prestations supplémentaires
G4-LA3 Congés maternité et paternité	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 58 Collaborateurs: les chiffres
G4-LA4 Délai(s) de notification préalable à toute modification significative de l'organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	CCT § 3 Il convient d'engager suffisamment tôt avec les syndicats contractants des négociations
G4-LA5 Collaborateurs représentés au sein de comités de protection du travail	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 54 Représentants du personnel (100% du personnel) et syndicats; RDD P. 52 Sécurité au travail et CFST
G4-LA6 Maladies professionnelles, absences et décès liés au travail	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 58 Collaborateurs: les chiffres
G4-LA7 Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 51 Santé des collaborateurs; RDD P. 52 Sécurité au travail non pertinent pour Swisscom
G4-LA8 Conventions de travail et de sécurité signées avec les syndicats	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 51 Santé des collaborateurs; RDD P. 52 Sécurité au travail
G4-LA9 Formation et perfectionnement des collaborateurs	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 49 Développement du personnel
G4-LA10 Programmes de formation et de perfectionnement tout au long de la vie	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 49 Développement du personnel; cours de langues, développement des compétences linguistiques et offres de formation sur les nouveaux média Partenariat avec le portal d'éducation de Suisse www.ausbildung-weiterbildung.ch
G4-LA11 Evaluation des prestations et planification du développement des collaborateurs	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 58 Collaborateurs: les chiffres; RF P. 54 la convention collective de travail (CCT)
G4-LA12 Composition des organes de direction et répartition des collaborateurs par catégorie	<input checked="" type="checkbox"/>	GE P. 101 3 Conseil d'administration; GE P. 111 4 Direction du groupe; RDD P. 56 L'effectif du personnel en chiffres
G4-LA13 Différences salariales entre les hommes et les femmes	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 55 Rémunération des collaborateurs; RDD P. 54 Égalité des salaires; RDD P. 58 Collaborateurs: les chiffres
G4-LA14 Nouveaux fournisseurs contrôlés aux pratiques en matière d'emploi	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits
G4-LA15 Impacts sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits; RDD P. 65 Principaux facteurs de risque dans la chaîne d'approvisionnement
G4-LA16 Griefs concernant les pratiques en matière d'emploi	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 54 Diversity. Un incident de discrimination connu en 2014.

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert o = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert

Indicateurs de performance sociale: droits humains

Concept de gestion et objectifs	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 60 Chaîne d'approvisionnement équitable; lien: www.swisscom.ch/fournisseurs
G4-HR1 Accords d'investissement	<input checked="" type="checkbox"/>	L'annexe CR au contrat fait partie de tous les contrats
G4-HR2 Formations relatives aux droits humains	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 49 Formations généralistes et formation ciblées sur la responsabilité d'entreprise
G4-HR3 Cas de discrimination	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 64 Résultats d'audit. Tableau de défaillances
G4-HR4 Liberté syndicale et négociation collective	<input checked="" type="checkbox"/>	Couvert par l'obligation de paix convenue de part et d'autre conformément à la CCT
G4-HR5 Risque de travail des enfants	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 65 Chaîne d'approvisionnement équitable, principaux facteurs de risques dans la chaîne d'approvisionnement
G4-HR6 Risque de travail forcé	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 65 Chaîne d'approvisionnement équitable, principaux facteurs de risques dans la chaîne d'approvisionnement
G4-HR7 Formation du personnel en charge de la sécurité	Ø	Non pertinent: Sous-traitance à Securitas
G4-HR8 Violation des droits des populations autochtones	Ø	Non pertinent pour les sites conforme à la liste des sociétés du groupe (RF P. 203 Notiz 41). Non pertinent pour le périmètre du rapport en Suisse
G4-HR9 Sites ayant fait l'objet d'exams relatifs aux droits de l'homme	Ø	Aucun nouveau site en 2014
G4-HR10 Nouveaux fournisseurs contrôlés aux droits de l'homme	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits
G4-HR11 Impact sur les droits de l'homme dans la chaîne d'approvisionnement	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits; RDD P. 65 Chaîne d'approvisionnement équitable, principaux facteurs de risques dans la chaîne d'approvisionnement
G4-HR12 Griefs concernant les impacts sur les droits de l'homme	<input checked="" type="checkbox"/>	Aucun grief concernant les impacts sur les droits de l'homme en 2014

Indicateurs de performance sociale: société

Concept de gestion et objectifs	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 20 Approches de gestion
G4-SO1 Participation des communautés locales	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 47 Infrastructure de réseau et infrastructure informatique de Swisscom; RDD P. 67 Service universel; RDD P. 44 Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence en matière de médias; RDD P. 47 Initiative «Internet à l'école»; RDD P. 68 Engagement social et culturel
G4-SO2 Activités avec conséquences sur les communautés locales	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 43 Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence en matière de médias:
G4-SO3 Risques en matière de corruption	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 15 Principaux indicateurs des objectifs CR de Swisscom; RDD P. 20 Système de compliance
G4-SO4 Formations à la politique anti-corruption	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 15 Principaux indicateurs des objectifs CR de Swisscom; RDD P. 20 Système de compliance
G4-SO5 Cas de corruption et mesures prises	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 20 Système de compliance; Aucun cas de corruption en 2014
G4-SO6 Contributions versées aux partis et hommes politiques	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 22 Responsabilité de Swisscom vis-à-vis du public: Swisscom est politiquement et confessionnellement neutre et ne finance pas de parti politique
G4-SO7 Actions en justice pour usage de pratiques anticoncurrentielles	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 34 Conditions-cadres: Contexte légal et réglementaire; CA P. 152 4 Décisions d'appréciation et incertitudes relatives aux estimations importantes dans le cadre de l'application de règles comptables; CA P. 153 4 et P. 185 28 Provisions pour procédures réglementaires; CA P. 185 29 Passifs éventuels
G4-SO8 Amendes pour violation des dispositions légales	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 20 Système de compliance; Voir G4-SO7
G4-SO9 Nouveaux fournisseurs contrôlés pour l'impact sur la société	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits
G4-SO10 Impact sur la société dans la chaîne	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 63 Audits; RDD P. 65 Principaux facteurs de risque dans la chaîne d'approvisionnement
G4-SO11 Griefs concernant les impacts sur la société	<input checked="" type="checkbox"/>	Aucun griefs concernant les impacts sur la société en 2014 Domaine non pertinent pour Swisscom.

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert <input type="radio"/> = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert

Indicateurs de performance sociale: responsabilité du fait des produits

G4-PR1	Concept de gestion et objectifs Pourcentage de produits évalués pour leur impact sur la santé et la sécurité	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 20 Approches de gestion RDD P. 26 Des points environnement; RDD P. 26Conception de produits écologiquement et socialement acceptables; RDD P. 41 Technologies de communication à faible rayonnement; RDD P. 44 Protection de la jeunesse dans les médias et promotion de la compétence médias
G4-PR2	Manquements aux normes en matière de santé	<input checked="" type="checkbox"/> Les directives de la CIPRNI et l'ORNI définissent les normes en matière de santé pertinentes pour le réseau mobile. Voir norme IO5 pour le rayonnement des stations de base; RDD P. 20 Système de compliance. Aucun manquement aux normes en matière de santé significatives et des normes régissant l'étiquetage et l'indication d'informations sur les produits en 2014
G4-PR3	Informations produit	<input type="radio"/> Ø RDD P. 42 Obligation d'informer sur les appareils proposés dans les points de vente Non pertinent pour la Suisse, en dehors de l'ordonnance sur la communication des prix
G4-PR4	Manquements aux normes régissant l'étiquetage et l'indication d'informations sur les produits	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 20 Système de compliance; Aucun manquement aux normes régissant l'étiquetage et l'indication d'informations sur les produits en 2014
G4-PR5	Satisfaction de la clientèle	<input checked="" type="checkbox"/> RF P. 52 Satisfaction de la clientèle
G4-PR6	Vente de produits interdits ou controversés	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 26 Conception de produits écologiquement et socialement acceptables; RDD P. 21 Marketing responsable
G4-PR7	Manquements aux normes relatives au marketing	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 21 Marketing responsable; Aucun manquement aux normes relatives au marketing en 2014
G4-PR8	Non-respect de la protection des données clients	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 20 Système de compliance; Aucun manquement au cahier des charges des produits et des services en 2013.
G4-PR9	Sanctions pour non-respect des réglementations régissant la mise à disposition des produits et des services	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 20 Système de compliance; Aucun manquement au cahier des charges des produits et des services en 2013. Aucune amende n'a été infligée par ailleurs

Supplément GRI pour les investissements dans le secteur des télécommunications

IO1	Capital investi dans les infrastructures par région	<input checked="" type="checkbox"/> RF P. 80 Investissements
IO2	Coûts pour l'extension des prestations de service non rentables pour les régions reculées et les groupes à faibles revenus; présentation des dispositions légales	<input checked="" type="checkbox"/> RF P. 47 Infrastructure de réseau et infrastructure informatique de Swisscom; RF P. 34 Loi sur les télécommunications (LTC); RDD P. 67 Service universel; Les calculs détaillés des coûts pour le service universel ne sont pas disponibles parce que Swisscom ne désire pas les réclamer, resp. ne désire pas activer le fond de compensation de la Confédération suisse

87

Santé et sécurité

IO3	Mesures visant à garantir la santé et la sécurité du personnel lors de la mise en place de l'infrastructure	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 51 Santé des collaborateurs; RDD P. 52 Sécurité au travail
IO4	Respect des normes CIPRNI concernant le rayonnement des terminaux	<input type="radio"/> Ø Non pertinent, relève de la responsabilité du fabricant de terminaux
IO5	Respect des normes CIPRNI concernant le rayonnement des stations de base	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 42 Certification du système d'assurance de qualité pour le respect des valeurs limites ORNI. Swisscom respecte les valeurs limites en 2014.
IO6	Mesures relatives aux valeurs TAS des terminaux	<input checked="" type="checkbox"/> RDD P. 41 Recherche et développement dans le domaine des champs électromagnétiques; RDD P. 42 Obligation d'information au sujet des appareils proposés dans les points de vente

Infrastructure

IO7	Mesures relatives au placement des masts d'antennes	<input checked="" type="checkbox"/> Voir sous Planification du réseau: www.swisscom.ch/rayonnement; RF P. 47 Infrastructure de réseau et infrastructure informatique de Swisscom;
IO8	Nombre de masts d'antennes utilisés conjointement et individuellement	<input checked="" type="checkbox"/> RF P. 47 Infrastructure de réseau et infrastructure informatique de Swisscom

Indicateurs	Statut	Référence RF =Rapport financier, RDD = Rapport sur le développement durable, GE = Gouvernement d'entreprise, RR = Rapport de rémunération, CA = Comptes annuels ou site web Swisscom
		Légende: Indicateur de la GRI 4 (dans le périmètre du rapport) Ø = non pertinent <input checked="" type="checkbox"/> = non couvert <input type="radio"/> = partiellement couvert <input checked="" type="checkbox"/> = entièrement couvert

Mise à disposition de l'accès aux produits et aux services de télécommunication: surmonter le fossé numérique

PA1	Stratégies et mesures dans les régions faiblement peuplées	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 34 Loi sur les télécommunications (LTC); RDD P. 67 Service universel
PA2	Stratégies et mesures visant à surmonter les barrières en matière d'accès et d'utilisation médias	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 34 Loi sur les télécommunications (LTC); RDD P. 67 Service universel; RDD P. 44 Protection de la jeunesse; RDD P. 71 Offres de Swisscom à l'intention des personnes handicapées; RDD P. 47 Initiative «Internet à l'école»
PA3	Stratégies et mesures visant à garantir la disponibilité et la fiabilité des produits et des services	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 90 Interruption des activités; RDD P. 67 Service universel
PA4	Région de diffusion et parts de marché des produits et des services	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 40 Développement du marché des services de télécommunication et des services informatiques
PA5	Nombre et types de produits et de services mis à la disposition des personnes à faible revenu et des personnes sans revenus	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 71 Deux offres destinées aux personnes aux ressources financières limitées
PA6	Programmes et mesures visant la mise à disposition et l'obtention des services dans les situations d'urgence	<input checked="" type="checkbox"/>	RF P. 90 Interruption des activités; Numéros gratuits: Numéro d'urgence 112; Pompiers 118; Ambulance 144 Numéros payants: REGA 1414, Air Glacier 1415; Service de dépannage 140

Accès aux contenus

PA7	Stratégies et mesures visant à garantir la prise en compte des aspects relatifs aux droits humains dans l'accès et l'utilisation des produits et des services de télécommunication	Ø	Non pertinent pour le périmètre du rapport en Suisse
-----	--	---	--

Relations avec la clientèle

PA8	Stratégies et mesures relatives à la communication grand public de thèmes portant sur les CEM	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 41 Technologies de communication à faible rayonnement. Voir sous: www.swisscom.ch/rayonnement
PA9	Investissements dans des activités de recherche portant sur les champs électromagnétiques	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 41 Recherche et développement dans le domaine des champs électromagnétiques Voir sous: www.swisscom.ch/innovation; Voir sous: www.swisscom.ch/rayonnement; CA P. 145 3.9 Frais de recherche et de développement (agrégés)
PA10	Initiative permettant de garantir des taxes et des tarifs personnels	<input checked="" type="checkbox"/>	Swisscom publie sa structure tarifaire et propose en outre des offres de conseil visant à optimiser la transparence Lien: www.swisscom.ch/mobiletarifs
PA11	Initiatives portant sur le conseil à la clientèle pour une utilisation des produits responsable, efficace et écologique	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT ; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; Voir G4-EN27

Applications techniques Efficacité des ressources

TA1	Exemples relatifs à l'efficacité des ressources des produits et services de télécommunication	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; Voir G4-EN27
TA2	Exemples relatifs au remplacement d'objets physiques par la télécommunication	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; Voir G4-EN27
TA3	Modifications des habitudes de la clientèle grâce à l'utilisation des produits et services susmentionnés	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; Voir G4-EN27; Voir sur la page green ICT www.swisscom.ch/greenict
TA4	Impacts de l'utilisation des produits et services susmentionnés et enseignements tirés pour le développement futur	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 24 Réductions de CO ₂ réalisées par les clients grâce aux services Green ICT; RDD P. 31 Economies de CO ₂ et d'énergie chez les clients grâce à des terminaux améliorés; Voir G4-EN27; Voir sur la page green ICT www.swisscom.ch/greenict
TA5	Pratiques relatives aux droits d'auteur	<input checked="" type="checkbox"/>	RDD P. 21 Droits d'auteur