

# Rapport de responsabilité sociétale 2005



**proximus**  
BELGACOM MOBILE

nous rapproche tous

## Table des matières

|           |                                                   |           |
|-----------|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>1.</b> | <b>Yes, we can ! .....</b>                        | <b>3</b>  |
| <b>2.</b> | <b>Proximus - Company profile .....</b>           | <b>4</b>  |
| <b>3.</b> | <b>We care for people .....</b>                   | <b>10</b> |
| <b>5.</b> | <b>We care for the community .....</b>            | <b>16</b> |
| <b>6.</b> | <b>We care for health &amp; environment .....</b> | <b>23</b> |
| <b>7.</b> | <b>Facts &amp; figures .....</b>                  | <b>31</b> |



nous rapproche tous



## Yes, we can !



Par son métier comme par sa position de premier plan dans le paysage belge des télécommunications, Proximus est au cœur d'importants enjeux.

Utilisé par plus de huit Belges sur dix, le téléphone portable se transforme chaque jour un peu plus en terminal multimédia et multiservice. Cette évolution représente pour Proximus un magnifique projet – inventer aujourd'hui les modes de communication de demain – et une responsabilité majeure: accompagner le plus grand nombre dans l'accès à un outil devenu essentiel à la communication entre les individus mais aussi à la diffusion de contenus, de nouveaux modes d'échange, de services de proximité.

Ce projet et cette responsabilité, nous entendons les assumer pleinement, dans leurs composantes économique, sociale et environnementale. Parce que notre mission est inscrite dans le long terme: offrir à nos clients les moyens de communication mobile les plus innovants, performants et fiables, tout en veillant à la qualité de vie de nos collaborateurs et de leurs familles, et en nous intégrant au mieux dans notre environnement naturel et social.

En développant notre stratégie de responsabilité sociétale en 2005, nous avons voulu, plus que jamais, traduire cet engagement, cette mission, au cœur de nos activités quotidiennes dans ses différents aspects: développer un réseau et un portefeuille de produits et services de qualité supérieure, mettre la responsabilité au cœur de notre démarche commerciale au bénéfice de tous, et assurer au quotidien le respect de notre environnement.

Ce troisième rapport de responsabilité sociétale présente nos actions durant l'année 2005, et dévoile les lignes de force de notre action en 2006.

Philippe Vander Putten  
*Président du Conseil  
d'administration*

Michel Georgis  
*Administrateur  
délégué*

# Company profile



## Company profile

Proximus est le plus important opérateur de télécommunications mobiles en Belgique, desservant chaque jour quelque 4,25 millions de clients, représentant une part de marché de clients actifs de 48,4% au 31 décembre 2005.

Nous offrons une large gamme de produits et services de télécommunications mobiles à nos clients résidentiels et professionnels. Cette offre comprend les services traditionnels de voix, data (SMS, MMS), une large gamme de solutions mobiles pour entreprises et des accords de roaming avec plus de 260 réseaux étrangers dans plus de 170 pays.

En 2005, Proximus a été le premier opérateur mobile belge à introduire les services de 3<sup>ème</sup> génération pour ses clients résidentiels.

### — Mission and Values

Notre mission consiste à rapprocher les gens et enrichir leur vie quotidienne en leur offrant les moyens de communication mobile les plus innovants, performants et fiables, tout en veillant à la qualité de vie de nos collaborateurs et de leurs familles, et en nous intégrant au mieux dans notre environnement naturel et social.

Pour remplir cette mission chaque jour, nous nous appuyons sur des valeurs fortes:

- Trust
- Respect
- Entrepreneurship
- Always delighting the customer
- Together



# 75/25

Belgacom Mobile, mieux connu sous son nom commercial Proximus, est détenu à 75% par le Groupe Belgacom et à 25% par Vodafone Group, l'un des leaders mondiaux en télécommunications mobiles.





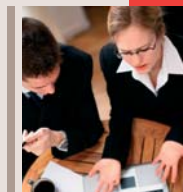


## — Corporate Governance

En matière de Corporate Governance, nous nous sommes engagés, au sein du Groupe Belgacom, à agir en accord avec les lois, le cadre réglementaire et les éléments de bonne pratique, et plus spécifiquement avec le Code belge de bonne pratique de la Corporate Governance.

Les éléments clés de la Corporate Governance chez Proximus sont :

- un conseil d'administration qui définit la politique générale de Proximus et sa stratégie, et supervise le management opérationnel;
- un comité d'audit comprenant notamment l'administrateur délégué et le directeur Finance, qui se réunit au moins deux fois par an;
- un administrateur délégué qui assume la responsabilité première du management opérationnel.





# Our approach

**Mobile communications  
bring social and economic benefits**

## 2005, une année stratégique

Membre actif de Business & Society depuis 2003, nous avons basé notre démarche citoyenne sur des actions concrètes même si celles-ci n'étaient pas toujours consciemment guidées par une approche "socialement responsable" globale. En 2005, nous avons voulu aller plus loin, et véritablement renforcer une approche stratégique de nos activités RSE.

Pour nous permettre de faire un état des lieux objectif et, dès lors, de définir des priorités pour nos actions futures, nous nous sommes notamment appuyés sur le travail fourni par Business & Society:

- d'une part, ce réseau d'entreprises et associations d'entreprises qui veulent intégrer la responsabilité sociétale dans leur gestion et leurs activités a publié, pour la première fois en 2005, un baromètre de la RSE en Belgique, après une enquête menée auprès de 128 entreprises belges employant au minimum 250 collaborateurs;

- d'autre part, B&S a développé un outil d'évaluation plus complet réservé à ses membres. Cet outil passe en revue les actions RSE d'une entreprise organisées autour de 9 thématiques:

- Gestion de l'entreprise,
- Communication,
- Fournisseurs et achats,
- Produits et consommateurs,
- Gestion sociale interne (hors égalité des chances),
- Egalité des chances,
- Gestion sociale externe,
- Environnement,
- Mobilité.

Pour 5 des 9 thématiques envisagées, nous nous situons au dessus de la moyenne.







Votre avis sur ce rapport RSE nous intéresse.

Pour toute information et contact :

Luc De Groote  
Director Corporate Affairs

Jean-Luc Van Kerckhoven  
CSR Manager – Proximus  
[responsibility@proximus.net](mailto:responsibility@proximus.net)

Proximus  
Rue du Progrès, 55  
1210 Bruxelles

Notre réflexion et les résultats de l'évaluation de nos pratiques par Business & Society nous ont amené à définir les axes stratégiques suivants pour 2006 et les années à venir :

- développement d'une stratégie de dialogue avec nos parties prenantes (Stakeholder engagement) et de communication envers les consommateurs et le grand public en général;
- développement d'une stratégie de diversité;
- développement d'indicateurs pour le reporting;
- développement d'un programme de formation RSE.

### — Echange de bonnes pratiques

#### **Vodafone Group**

Nous participons deux fois par an aux conférences RSE organisées par Vodafone Group. Ces conférences ont pour objectif l'échange de vues, d'expériences et de bonnes pratiques, et la coordination des actions au niveau du groupe. Elles rassemblent les représentants des départements en charge de la RSE dans chacune des filiales de Vodafone Group à travers le monde.

Plus d'infos sur la RSE chez Vodafone Group :

[www.vodafone.com/responsibility](http://www.vodafone.com/responsibility)

#### **Business & Society**

Depuis 2003, nous sommes membre actif de Business & Society. Ce réseau regroupe plus de 40 entreprises et associations d'entreprises qui veulent intégrer la responsabilité sociétale dans leur gestion et leurs activités.

Plus d'infos sur Business & Society:

[www.businessandsociety.be](http://www.businessandsociety.be)

### — Dialogue avec les parties prenantes (Stakeholder engagement)

En vue de répondre à la question "quelles sont les attentes de nos parties prenantes?" et en vue de mieux répondre aux besoins et aux attentes de la société, nous développerons en 2006 une approche stratégique et systématique de nos parties prenantes. Ce rapport 2005 sera dès lors soumis à leur analyse.



A high-angle photograph of three people lying on their stomachs on a grey stone ledge. They are facing away from the camera towards a body of water. The person on the left is shirtless with a tattoo on their back, wearing blue jeans. The person in the middle is wearing a white tank top, a red cap, and dark pants. The person on the right is wearing a red and white striped shirt and blue jeans. There are some items on the ledge, including a can and some clothes. The water is a deep blue-green color.

# We care for people

L'être humain  
au cœur de  
notre métier

Lui offrir les moyens de communication mobile les plus innovants, performants et fiables est notre mission quotidienne.

Pour réussir ce pari envers nos quelque 4,25 millions de clients, nous nous appuyons sur plus de 2.400 collaborateurs.

## We care for people



37  
nationalités  
participent  
au dynamisme  
de Proximus

### Notre capital humain, nos collaborateurs

Depuis nos débuts en 1994, notre stratégie de ressources humaines s'est articulée autour de trois axes: management du capital humain, équilibre entre vie professionnelle et vie de famille et package de rémunération offert. Objectif: créer un environnement de travail motivant favorisant le développement personnel de nos collaborateurs, en investissant de manière substantielle dans les formations et en apportant une attention particulière à la maîtrise de la fonction.

En 2005, nous avons lancé le programme "Competency Management" qui décrit chaque fonction en termes de compétences nécessaires et mesurables. Nos pratiques en matière de gestion des ressources et en training sont en cours d'analyse afin d'être alignées avec le modèle de "Competency Management" et d'offrir la flexibilité nécessaire à nos collaborateurs.

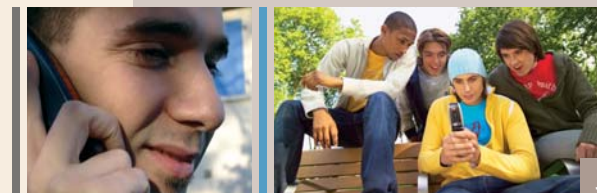
- Dès 2006, ce programme sera progressivement étendu à l'ensemble de l'organisation. Notre département RH continuera de fournir un cadre adapté à nos collaborateurs, en ligne avec les conditions changeantes du marché, grâce au développement de nombreux programmes tels Employee Self-reliance, Career coaching, ou Culture & Change Management.

### — Diversité et égalité des chances

Nous croyons que la diversité de nos équipes constitue une base solide pour un développement durable et nous permettra d'atteindre nos objectifs. Trente-sept nationalités différentes ont déjà participé au dynamisme de Proximus au cours de l'année dernière.

Notre action en matière de diversité et d'égalité des chances s'inscrit dans le cadre de la Charte Diversité signée par le Groupe Belgacom en 2005. Cette Charte a pour objectifs principaux:

- de faire prendre conscience et de former nos managers impliqués dans le recrutement, la formation et l'accompagnement de carrière aux défis de la non-discrimination et de la diversité;
- de respecter et de promouvoir l'application du principe de non-discrimination dans toutes ses formes et à toutes les étapes de la gestion des ressources humaines;
- de tenter de recruter des hommes et des femmes, à tous niveaux, dont le parcours reflète la diversité de la société belge;
- d'encourager le dialogue au sein de l'entreprise à propos du développement et de l'implémentation de la politique de diversité.





En 2006, afin de développer une politique de diversité efficace, une enquête auprès d'un échantillon représentatif de collaborateurs sera menée. Cette enquête aura pour objectif de mesurer leur perception de la situation actuelle, de comprendre leurs attentes et d'estimer les bénéfices de la diversité. Les résultats de cette enquête serviront de base au développement d'initiatives futures en matière de diversité.

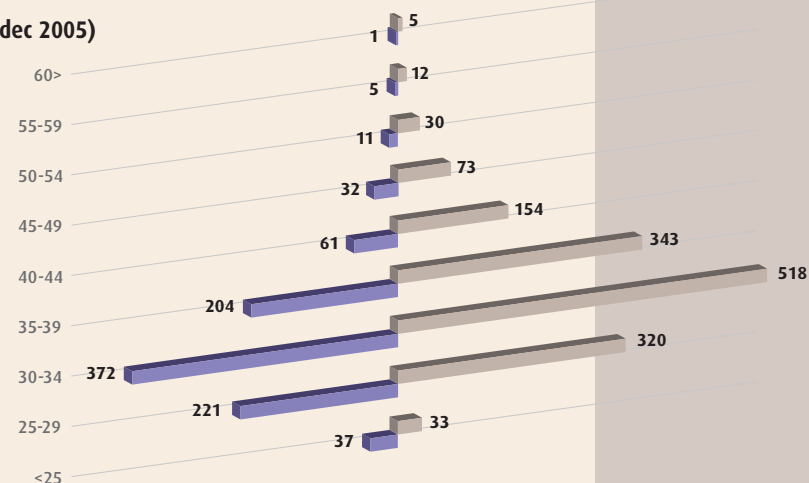
## — Balance entre vie professionnelle et vie familiale

Nos collaborateurs ont accès à de nombreuses initiatives facilitant un bon équilibre entre vie professionnelle et vie familiale. Outre les facilités légales en matière de congé parental et d'interruption de carrière (à temps partiel ou à temps plein), Proximus a créé une formule de travail à temps partiel à durée indéterminée. En 2005, toutes formules confondues, 13% des collaborateurs de Proximus ont choisi de ne pas travailler à temps plein.

Depuis 2000, nous avons mis en place un service de garde à domicile, totalement gratuit, pour les enfants malades

Population par âge (dec 2005)

Femmes  
Hommes

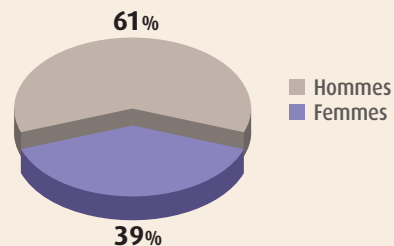


de nos collaborateurs. Pour chacun de ses enfants de moins de 10 ans, chaque collaborateur peut faire appel à ce programme à concurrence de 10 jours par an pour une famille bi-parentale et 15 jours par an pour une famille monoparentale. Un service particulièrement utile pour nos collaborateurs, âgés en moyenne de 34 ans et qui ont donné naissance à quelque 224 enfants au cours de l'année 2005.

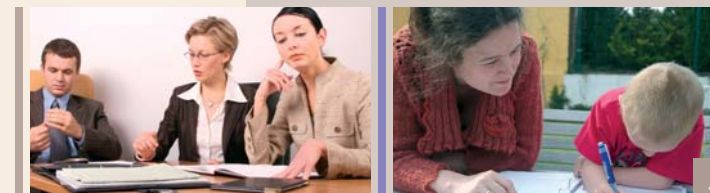
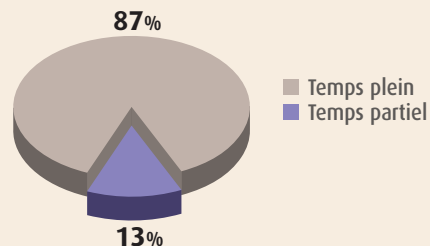
Afin de favoriser la bonne santé mentale et physique de nos collaborateurs, nous intervenons dans les cotisations et autres abonnements auprès de clubs de sports.

23 femmes  
membres du  
Senior Management

Equilibre hommes/femmes chez Proximus



Rapport employés à temps partiel/plein temps





## Nos fournisseurs

Nous appliquons le Code of Ethical Purchasing développé par Vodafone Group en accord avec ses fournisseurs et des organisations non-gouvernementales internationales. En se conformant à ce Code, les fournisseurs de Vodafone Group, et donc de Proximus, s'engagent à respecter des standards sociaux et environnementaux dans les domaines suivants :

- travail des enfants,
- travail forcé,
- santé et sécurité,
- liberté d'association,
- discrimination,
- pratiques disciplinaires,
- horaires de travail,
- salaires,
- conduite individuelle,
- environnement.

En 2005, notre département Achats a mené diverses actions de sensibilisation et de contrôle en rapport avec le Code of Ethical Purchasing :

**1/** Tous nos collaborateurs du département Achats ont reçu une formation à la responsabilité sociétale. Cette formation avait pour objectif de les sensibiliser à la RSE, à son importance pour Proximus, au Code éthique et aux objectifs poursuivis par ce Code;

**2/** Outre les contrôles exercés par Vodafone Group auprès des fournisseurs globaux, cinq de nos fournisseurs perçus comme étant "à risques" ont fait l'objet d'un audit afin de vérifier leur conformité au Code éthique;

**3/** Nos 100 plus importants fournisseurs ont reçu une lettre leur expliquant que nous attendions d'eux qu'ils adhèrent au Code éthique de Vodafone Group, tant en interne que dans leur propre chaîne de fournisseurs. Nous avons également publié ce Code sur le site web spécialement dédié à nos fournisseurs;

**4/** En ce qui concerne la Directive européenne ROHS (Restrictions on Hazardous Substances), tous nos fournisseurs d'infrastructures ont été priés de confirmer leur conformité ou de proposer un plan de mise en conformité à cette Directive. Aucune irrégularité n'a été signalée.

● En 2006, nous assurerons le suivi de l'application du Code éthique auprès de nos fournisseurs audités. Par ailleurs, la conformité au Code éthique et aux Directives européennes ROHS et DEEE (Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques) deviendront des clauses standards dans nos contrats de fournisseurs.



## Nos clients

Nous nous sommes donné pour mission de faciliter la vie de nos clients résidentiels et professionnels en leur offrant des produits et services de télécommunications mobiles innovants et de qualité optimale. Pour ce faire, nous sommes constamment à l'écoute de nos clients et de leurs besoins. Cela s'est traduit, depuis nos débuts en 1994, par le développement successif de formules tarifaires adaptées aux différents profils de nos clients. Les évolutions les plus récentes en matière de coûts d'interconnexion couplées à la portabilité des numéros de téléphones ont malheureusement rendu le coût des appels moins lisible pour les détenteurs de téléphone portable.

Pour nous, le marketing responsable consiste à communiquer clairement et honnêtement envers nos clients, leur permettant de poser leurs choix en connaissance de cause. Et la transparence des prix est un élément important. C'est pourquoi nous mettons tout en œuvre pour que le marketing de nos produits, y inclus la publicité, le direct-marketing et le matériel points de vente soit légal, décent, honnête et sensible aux vues des différentes tendances de notre société.

### — Des prix simples et transparents

En août 2005, nous avons profondément modifié notre offre tarifaire pour nos abonnés, en lançant **"Smile"**, des nouveaux forfaits simples et transparents destinés à nos clients résidentiels. Dès son lancement, **"Smile"** a séduit de nombreux clients, nouveaux et existants, et s'est traduit par une augmentation du taux de fidélité de nos clients. Un peu plus tôt dans l'année, en juin, nous avons également lancé des plans tarifaires transparents adaptés aux

entreprises, **PME Package**, qui répondent au même besoin de transparence et de facilité d'utilisation pour les entreprises et leurs collaborateurs.

Les enquêtes régulièrement réalisées auprès de nos clients et au sein du Vodafone Group montrent le même souci de transparence envers les prix des appels mobiles émis à l'étranger. En 2001 déjà, nous avons considérablement simplifié les tarifs pour les appels effectués en Europe, faisant passer le nombre de tarifs différents d'environ 300 à 4 pour l'Europe de l'Ouest.

Dans le même temps, nous proposons déjà à nos clients professionnels qui voyagent beaucoup, le service Eurocall, qui leur permet de bénéficier de tarifs avantageux et de connaître à l'avance le coût de leurs communications internationales, en utilisant l'un des réseaux partenaires du Vodafone Group.

● En 2006, nous comptons également lancer de nouvelles formules tarifaires d'une simplicité et d'une clarté accrues pour nos clients prépayés.

### — Contenu et usage responsables

Lancées en 2003 sous le nom de code de bonne conduite à l'attention des fournisseurs de services d'informations et de divertissement, les directives GOF imposent à ces fournisseurs de services des règles en matière de communication claire vers le client final et de procédure d'inscription et de désinscription. Répondant à l'évolution du marché, ces directives sont régulièrement mises à jour et communiquées aux fournisseurs de services.



Un appel  
entrant toutes les **7** secondes  
auprès de notre  
service clientèle

En octobre 2005, nous avons mis en place un système de blocage d'accès aux services à contenu adulte accessibles via notre portail **Vodafone live!**. Avant d'éventuellement accéder à ces services, nos clients reçoivent un avertissement clair quant à la nature du service proposé et à la marche à suivre pour faire bloquer l'accès à ces services.

Pour bloquer l'accès aux services à contenu adulte, nos clients peuvent soit demander l'aide de notre service clientèle gratuitement, soit envoyer un simple SMS contenant le texte "**Block7**" au numéro court 2020. Pour réactiver l'accès à ces services, nos clients doivent prendre contact avec notre service clientèle: pour les abonnés, il leur faudra communiquer le numéro de compte client; pour les clients prépayés, il leur faudra communiquer le numéro de la carte SIM. Une pièce d'identité de la personne qui souhaite réactiver le service est demandée, à partir de la seconde réactivation.

En 2005, Vodafone Group a réalisé un audit des mesures mises en place pour protéger les mineurs de l'accès à des contenus non appropriés. Aucun manquement aux recommandations n'a été constaté.

- En 2006, nous élargirons les possibilités de bloquer l'accès à des sites à contenu inapproprié aux sites non hébergés sur le portail Vodafone live!.

### — A l'écoute de nos clients chaque jour

Vingt-quatre heures sur 24, 7 jours sur 7, nos collaborateurs du service clientèle sont au service de nos clients. En 2005,

notre service clientèle a enregistré quelques 4 520 000 appels entrants, soit, en moyenne, un appel entrant toutes les 7 secondes.

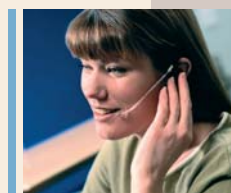
### — Communications malveillantes

Même si le phénomène est encore relativement limité, les "appels malveillants" ont le potentiel pour devenir un problème significatif pour les détenteurs de téléphones portables. C'est pourquoi nous avons, en 2005, mis en place des procédures permettant une meilleure prise en charge de nos clients qui sont confrontés à ces pratiques. Cette prise en charge se traduit par une meilleure information quant aux possibilités de recours.

- En 2006, de nouvelles initiatives relatives au traitement des "appels malveillants" feront l'objet d'une étude de faisabilité, afin de venir en aide et de protéger au mieux nos clients.

### — Informations concernant la reconduction des contrats

Pointée comme sujette à amélioration par le médiateur des télécommunications, l'information délivrée aux consommateurs dans le cadre du renouvellement des contrats d'abonnement a connu quelques améliorations en 2005. Ainsi, tout client qui se voit proposer une promotion dans le cadre d'un renouvellement d'abonnement reçoit une information plus précise sur la nature de la promotion et son lien direct avec le renouvellement du contrat sous différentes formes: par téléphone d'abord, par courrier ensuite, et sur sa facture enfin.



Contenu responsable:  
envoyer  
**BLOCK7** au 2020

A close-up photograph of a person's hands holding several mugs filled with a brown liquid, likely tea. The mugs are of various colors and designs: one is white with a blue floral pattern, another is white with a red floral pattern, a third is solid orange, a fourth is light blue with a black silhouette of a person, and a fifth is blue with a white cow illustration. The person is wearing a white t-shirt and blue jeans.

**We care for the community**

### **La volonté d'inclure**

En un peu plus de 10 ans, la téléphonie mobile a profondément modifié notre manière de communiquer, nous rendant accessibles partout et tout le temps. Notre volonté, c'est que les bienfaits de la téléphonie mobile profitent au plus grand nombre, d'une part en redistribuant une partie de la richesse générée, et d'autre part en proposant des solutions adaptées pour les moins chanceux d'entre nous.



## We care for the community



### Tarif social

Ainsi, nous avons, dès septembre, été le premier opérateur mobile belge à proposer le tarif social tel que défini dans la nouvelle loi télécom, adoptée par le Parlement fédéral belge en juin 2005. Ce tarif social permet aux bénéficiaires d'économiser € 12 par mois sur leur facture de téléphonie mobile. Ce tarif social s'adresse aux personnes âgées de 65 ans et plus, aux sourds et malentendants et aux handicapés qui répondent à certaines conditions fixées par la loi.

Dès novembre, nous avons étendu le tarif social à l'ensemble de nos clients qui perçoivent un revenu d'intégration du CPAS. Ceux-ci reçoivent tous les mois € 3,10 de crédit d'appel gratuit sur leur carte Pay&Go. Dans les deux cas, les bénéficiaires de ce tarif social peuvent utiliser leur crédit d'appel librement pour tous nos services.

### PC for schools

Dans le cadre d'une gestion responsable de notre parc informatique, nous avons décidé de faire don des ordinateurs et du matériel informatique encore utilisables à des écoles primaires et à des classes d'accueil. Les PC proposés sont toujours des ensembles complets (PC avec écran, clavier et souris, et PC portables). Depuis le

lancement de ce programme, 3382 ordinateurs complets ont été offerts, dont 900 en 2005. Les écoles intéressées sont inscrites sur des listes en attendant les nouveaux stocks du département informatique. Ainsi, dès que du matériel est à nouveau disponible, les premières écoles de la liste sont averties et peuvent se procurer le matériel auprès de l'entreprise chargée par Proximus de vider et de nettoyer les PC avant distribution.

### Child Focus



Depuis 2003, nous apportons un soutien financier et opérationnel à Child Focus dans sa mission de prévention et de lutte contre la disparition, le rapt et l'exploitation sexuelle d'enfants, en Belgique et à l'étranger. Pour ce faire, nous avons développé un site WAP où Child Focus peut mettre en ligne et actualiser les photos et les données d'enfants portés disparus.

Ces photos et données sont ensuite consultables par nos clients via un GSM WAP. Il leur suffit d'aller dans la rubrique "Infos Pratiques" du portail Vodafone live!. La section "Disparitions en cours" affiche les photos d'enfants disparus pour lesquels une campagne d'affichage est réalisée. Pour chaque enfant, une fiche complète reprend les nom, prénom, taille, âge, cheveux, yeux, date et lieu de la

En 2005,

900

ordinateurs

en parfait état

offerts à des classes d'accueil  
et des écoles primaires

grâce au programme  
"PC for schools"



disparition (selon les informations disponibles). Toute personne peut entrer en contact avec Child Focus via le numéro d'urgence 110 (gratuit et accessible 7 jours sur 7, 24 heures sur 24).

Ce site reprend également des informations plus générales sur Child Focus, les actions auxquelles l'association participe, ainsi qu'un appel aux bénévoles. Plus d'infos sur <http://live.proximus.be>, rubrique Infos Pratiques.

### Fondation Cédric

Depuis 1997, nous octroyons un tarif spécial aux personnes souffrant d'un handicap moteur via la Fondation Cédric. Celle-ci a établi des critères d'obtention pour ce tarif, en collaboration avec 7 institutions médicales dans tout le pays. La partie administrative des dossiers est gérée par les bénévoles qui assurent la permanence à la Fondation Cédric.

### Sms à tarif préférentiel pour les personnes sourdes et malentendantes

Le SMS a changé la vie des personnes sourdes ou malentendantes, car il leur permet de bénéficier des avantages de la téléphonie mobile comme tout un chacun. Joignables à tout moment, ces personnes peuvent aussi contacter qui elles souhaitent, quand elles le souhaitent, par un simple message écrit.

Depuis septembre 2000, nous proposons un tarif préférentiel aux personnes sourdes et malentendantes atteintes d'une déficience auditive sévère ou profonde au sens reconnu par le Bureau International d'Audiophonologie (BIAP), et aux personnes ayant subi une laryngectomie. Les conditions d'accès à ce tarif spécifique peuvent être

obtenues auprès des fédérations partenaires (APEDAF- Association des Parents d'Enfants Déficieux Auditifs Francophones, FEVLADO – Federatie van Vlaamse Dovenorganisaties vzw, FFSB – Fédération Francophone des Sourds de Belgique et TELECONTACT).

### Responsible Young Drivers

En 2005, nous avons conclu un accord de partenariat avec Responsible Young Drivers (RYD). Ce partenariat, outre le support technique que nous pourrions offrir en termes de téléphonie mobile essentielle à la mission de l'association, visera principalement l'implication de membres de notre personnel dans les actions de sensibilisation des Responsible Young Drivers.



### Collecte annuelle de jouets

En 2005, comme chaque année, nos collaborateurs ont été invités à participer à une récolte de jouets organisée au sein de l'entreprise, à l'occasion de la Saint-Nicolas. Habituellement destinés aux associations s'occupant d'enfants et actives dans la commune de Saint-Josse-ten-Noode (une des communes les plus défavorisées de la Région de Bruxelles-Capitale, qui accueille le siège social de Proximus), les quelque 2000 jouets récoltés ont également été distribués en dehors des limites de la commune. Le Centre Public d'Aide Sociale (CPAS) de Schaerbeek a ainsi bénéficié des nombreux jouets collectés.

● En 2006, ces différents programmes seront poursuivis.

# 2000

jouets distribués  
aux associations et CPAS  
de Saint-Josse et  
Schaerbeek



# Proximus Foundation

## Chaque année plus présente

Créée fin 2002, la Proximus Foundation, fondation d'utilité publique, sélectionne chaque année les projets sociaux que nous soutiendrons financièrement, à concurrence d'un budget global de € 500.000.

### — Sa mission

La Proximus Foundation a pour mission de sélectionner des initiatives dont la portée bénéficie aux personnes vivant sur le territoire belge et potentiellement plus fragiles en raison d'un handicap, d'une exclusion sociale ou de leur jeune âge. Au travers d'un appel à projets annuel, les 3 jurys de la fondation font un choix parmi les propositions émanant d'associations sans but lucratif (asbl) et d'organisations non gouvernementales (ONG) actives dans le domaine de l'aide aux personnes handicapées, aux enfants et mineurs d'âge et de la lutte contre la pauvreté et l'exclusion.

### — Son fonctionnement

Pour assurer une sélection objective et sensibiliser un large public, la Proximus Foundation compte sur trois jurys:

- un jury de personnalités belges issues du monde sportif, culturel et économique opère une présélection et désigne une série de projets gagnants (montant global de € 350 000 max.);

- nos employés sont appelés à sélectionner l'initiative qui bénéficiera de leur coup de coeur (€ 50 000 max.);

- nos clients votent par SMS (gratuit) en faveur d'un projet parmi les 10 qui leurs sont proposés. Les 4 projets ayant obtenu le plus de voix se partagent la somme de € 100 000 maximum allouée aux "Prix des Clients".

En 2005 en particulier, quelques 38 associations ont bénéficié de notre soutien financier. La liste complète des projets soutenus en 2005 ainsi que leur descriptif se trouvent à la rubrique "projets 2005" du site [www.proximusfoundation.be](http://www.proximusfoundation.be).



109  
projets soutenus  
depuis 2003

Nous avons choisi de présenter deux projets lauréats en 2005. Le premier pour l'importance de son impact et le second pour son caractère exemplatif de l'implication de notre personnel.

### — Aide aux plus démunis

#### **Fédération belge des banques alimentaires, 162 congélateurs répartis dans l'ensemble des provinces**

Les banques alimentaires luttent à la fois contre la faim et le gaspillage et distribuent gratuitement, chaque année, environ 8,6 tonnes de nourriture à 104.000 personnes démunies en Belgique, par l'intermédiaire de 661 associations caritatives. Tant l'industrie alimentaire que la grande distribution et les particuliers contribuent à ce défi. S'il est généralement demandé aux clients des grandes surfaces de participer par un don de produits non périssables, les apports nutritionnels des plus démunis doivent également provenir de produits tels que fruits et légumes. A défaut de produits frais, les vivres surgelés constituent une bonne alternative mais nécessitent un stockage adéquat. Face à cette situation et alors que de plus en plus de propositions de dons de produits surgelés affluaient, les banques alimentaires ont introduit, dans le cadre de l'appel à projets 2005, un projet visant à acheter 162 congélateurs à répartir sur le territoire belge.

### — Promotion du volontariat

Dans le cadre de la Proximus Foundation, nous encourageons nos collaborateurs à s'engager concrètement dans des projets sociaux, en leur offrant la possibilité de présenter un projet en partenariat avec une ASBL. Si ce

projet est sélectionné par l'un des jurys, le(s) collaborateur(s) bénéficieront de 13 à 16 jours de crédit-temps pour aider à la réalisation concrète du projet sur le terrain, en surplus du soutien financier accordé. En 2005, 3 de nos collaborateurs ont vu leur projet sélectionné par la Proximus Foundation et ont ainsi pu réaliser leur projet sur le terrain. En voici un parmi ceux-ci:

#### **Asbl Gratte – Bruxelles Création d'un nouveau site internet favorisant la rencontre entre jeunes valides et jeunes handicapés mentaux**

L'asbl Gratte a pour objectif de favoriser la rencontre entre jeunes valides et jeunes handicapés mentaux par le biais de loisirs et de voyages, dans des groupes différant à chaque fois et comprenant 1/3 de personnes atteintes de handicap(s) et 2/3 de jeunes valides, tous étant âgés de 18 à 35 ans. En 2003 et 2004, 287 jeunes sont partis en séjour, 222 en week-ends et 2 462 jeunes ont participé aux rencontres organisées par l'asbl. Le projet introduit par un collaborateur et sélectionné par la Fondation consistait à créer un nouveau site web où la navigation a pu être pensée en fonction des handicaps des visiteurs pour leur permettre une plus grande facilité d'utilisation. Ce projet a permis de toucher et de séduire d'autres jeunes. Une trentaine de jeunes handicapés qui se trouvaient sur une liste d'attente ont pu intégrer les séjours proposés par l'asbl.

13 à 16  
jours de crédit temps  
pour les collaborateurs  
dont le projet  
proposé en collaboration  
avec une asbl  
est retenu





En 3 années d'activité, la Proximus Foundation a ainsi sélectionné 109 projets d'associations sans but lucratif belges, pour un total cumulé de €1.500.000.

- Depuis sa création, la Proximus Foundation a limité l'appel à projets aux seules associations reconnues par le Ministère des Finances, qui offrent donc la déductibilité fiscale à leurs donateurs en leur nom propre. Ce contrôle effectué par le Ministère des Finances constitue en quelque sorte une garantie de fiabilité des associations, dès lors que la Proximus Foundation ne dispose pas des compétences et des outils nécessaires pour contrôler elle-même les objectifs sociétaux réels et la viabilité économique des associations.

Consciente que de nombreuses petites associations ne disposent pas de la reconnaissance du Ministère mais font chaque jour sur le terrain un travail formidable, la Proximus Foundation ouvrira l'accès à l'appel à projets aux associations bénéficiant d'un compte de projet auprès de la Fondation Roi Baudouin dès octobre 2006 pour l'appel à projets 2007.

Enfin, pour offrir au plus grand nombre cette possibilité de participation, la Proximus Foundation envisage également d'informatiser la procédure de soumission des projets. Objectif: réduction du temps dédié au dépouillement des dossiers envoyés.

Mais nous n'entendons pas limiter notre engagement sur le terrain social à la Proximus Foundation. Notre volonté, c'est également de prendre le relais de la fondation en facilitant l'engagement de nos collaborateurs dans la vie

associative. Ainsi, un premier team building à caractère social a été organisé en 2005.

- En 2006, nous souhaitons étendre cette possibilité de construire l'esprit d'équipe de nos collaborateurs en leur permettant de contribuer ensemble à un projet à caractère social. Par ailleurs, d'autres initiatives en vue de favoriser l'engagement citoyen de nos collaborateurs seront étudiées.

## Des SMS pour la science

Fin 2004, nous avons participé à une grande collecte de SMS menée par deux centres de recherche de l'Université Catholique de Louvain (UCL): le Centre de traitement automatique du langage - CENTAL - et le Centre d'étude des lexiques romans - CELEXROM. L'objectif était de constituer une base de textes destinés à des études sur ce que l'on nomme communément "le langage SMS". Plus de 75 000 SMS ont été rassemblés grâce à la participation de quelque 3 600 personnes en Belgique francophone.

En mars 2005, les chercheurs de l'UCL ont dévoilé les premiers résultats de cette enquête, sur base du dépouillement de quelque 5 000 messages SMS: selon ceux-ci, le langage SMS n'a pas vraiment créé de nouveaux procédés dans la langue (sauf cas exceptionnels), mais ce qui frappe sans doute est un effet de "concentration", parfois spectaculaire, de procédés déjà bien connus, à côté d'usages fréquents de la langue standard. Les chercheurs estiment cependant que le langage SMS risque d'influencer assez vite les usages et les protocoles de la



communication écrite, phénomène constaté depuis plusieurs années dans le courrier électronique. Quant à l'influence possible sur le devenir de la langue en général, et singulièrement de son orthographe, elle est plus difficile à mesurer. Les recherches se poursuivent.

### Actions ponctuelles

Les contacts réguliers entre la Proximus Foundation et les associations actives dans le secteur de l'aide aux personnes handicapées, aux jeunes en difficulté et aux plus démunis, nous ont permis de répondre à un ensemble de besoins ponctuels de façon tant réactive que proactive.

#### — Des cadeaux Proxi-Club pour les plus démunis

Nos clients les plus fidèles, membres du ProxiClub, peuvent échanger les points accumulés grâce à leur consommation en téléphonie mobile contre des cadeaux divers. Le surplus des cadeaux (serviettes de bain, toasters, machines à café, cuit-vapeur, valises, ...) a fait l'objet d'un don auprès de 12 associations actives dans l'aide aux personnes démunies, réparties sur l'ensemble du territoire. Ces cadeaux non réclamés ont ainsi directement bénéficié à des enfants, adolescents ou femmes en situation précaire.

#### — Sept photocopieuses pour les Petits Riens

Dans le cadre de notre programme de réduction du nombre d'imprimantes et de photocopieuses, nous avons fait don de 7 photocopieuses en parfait état de fonctionnement à l'asbl Les Petits Riens, pour ses bureaux et différents centres en Région de Bruxelles-Capitale.

#### — Distribution de places de cinéma

Au travers de notre sponsoring de manifestations culturelles, nous disposons régulièrement d'entrées à des concerts, de places de cinéma, dont nous faisons bénéficier nos clients. En 2005, 400 places de cinéma ont été distribuées à des associations présélectionnées en fonction de l'âge de leur public, des difficultés financières des personnes aidées.

#### Soutien à la production audiovisuelle belge

En 2005, bénéficiant du mécanisme "Tax Shelter" mis au point par le gouvernement fédéral, nous avons investi dans la production audiovisuelle en Belgique. Ces trois films sortiront en salle dans le courant de l'année 2006:

- "Crusade in Jeans", une aventure épique basée sur le roman "Kruistocht in Spijkerbroek" de Théa Beckman;
- "Windkracht 10", le long métrage dérivé de la série TV éponyme diffusée par la VRT dans le courant des années 90;
- "Si le vent soulève les sables", le dernier opus de la réalisatrice belge Marion Hänsel.

● Ce programme de soutien à la production audiovisuelle en Belgique sera poursuivi en 2006.

€ 500 000  
investis dans le soutien  
à la création audiovisuelle  
et à l'emploi dans le secteur  
cinématographique belge





# We care for health & environment

## Une gestion inscrite dans le long terme

Offrir des produits et services de télécommunications mobiles de qualité optimale nécessite aussi d'investir constamment dans les nouvelles technologies. Offrir ces nouvelles technologies au plus grand nombre est une de nos missions essentielles. Pour ce faire nous tentons, chaque fois que c'est possible, d'aller au-delà de nos obligations pour déployer des solutions innovantes afin d'intégrer au mieux notre activité dans notre environnement naturel.



## We care for health and environment

Les composantes essentielles d'un réseau de téléphonie mobile sont les stations de base, les antennes, qui transmettent et reçoivent les appels. Chaque station de base offre une couverture radio dans un rayon pouvant aller de 5 kilomètres en rase campagne à moins de 100 mètres dans le centre des villes ou à l'intérieur des bâtiments. Le nombre d'appels simultanés que ces stations de base peuvent traiter est limité, ce qui signifie que les zones où le trafic téléphonique est très dense requièrent une plus grande densité de stations de base.

Dans le déploiement de notre réseau, nous devons tenir compte d'impératifs techniques et commerciaux. A chaque fois cependant, nous tentons de prendre en compte au mieux les intérêts des communautés tant en ce qui concerne le lieu choisi que le design du projet à développer.

### — Norme Santé: informer pour faire comprendre le fonctionnement d'un réseau

Dans la plupart des cas, le déploiement de stations de base ne provoque pas de controverse. Toutefois, quand des questions à propos du déploiement de nos technologies se posent, elles sont généralement liées à l'impact sur la santé et à l'impact visuel.

Depuis de nombreuses années, nous mettons sur pied ou collaborons à différentes initiatives visant à mieux informer le grand public. En matière d'infos santé, nous collaborons ainsi au site [www.infogsm.be](http://www.infogsm.be), lancé par le gouvernement fédéral en 2001. Ce site publie toutes les informations utiles pour comprendre le fonctionnement des ondes électromagnétiques en général, et d'un réseau de téléphonie mobile en particulier.

Depuis 2003, nous réalisons en moyenne près de 400 enquêtes par an auprès des propriétaires de terrains qui accueillent nos stations de base. Ces enquêtes de satisfaction couvrent différents thèmes, tels que l'intégration visuelle et esthétique de nos installations de base et le respect des obligations contractuelles par exemple. Ces enquêtes nous permettent d'identifier année après année des points d'attention et d'action éventuels.

Enfin, nous répondons régulièrement aux souhaits de collectivités locales en participant à des séances d'information. En 2005, vingt-quatre séances "santé" ont ainsi été données à des collectivités locales et au monde politique. De même, nous avons continué d'informer nos collaborateurs sur la problématique santé, en organisant 22 séances d'information

## Norme santé

| Frequency        | ICNIRP/<br>Reduction factor 50 |             | Precaution principle/<br>Reduction factor 200 |             |
|------------------|--------------------------------|-------------|-----------------------------------------------|-------------|
|                  | S en/in W m <sup>2</sup>       | E en/in V:M | S en/in W m <sup>2</sup>                      | E en/in V:M |
| 10 MHz à 400 MHz | 2                              | 27,5        | 0,5                                           | 13,7        |
| 400 MHz à 2 GHz  | f/200                          | 1,37 √f     | f/800                                         | 0,686 √f    |
| 2 GHz à 10 GHz   | 10                             | 61,4        | 2,5                                           | 30,7        |



internes. Tous nos collaborateurs ont en outre accès, sur l'intranet de l'entreprise, à une information claire et précise quant à la santé.

Depuis la publication de l'arrêté royal fixant la norme "Santé" en décembre 2001, toutes les stations de base doivent faire l'objet d'un rapport santé à envoyer à l'Institut Belge pour les Postes et les Télécoms (IBPT), certifiant que la station de base répond bien à la norme "Santé" belge. Pour les stations de base installées avant la publication de cette norme, une période transitoire a été instaurée afin de doter toutes les stations de base d'un dossier "Santé". Cette période transitoire se termine le 31 décembre 2006.

En janvier 2005, seuls 683 sites, installés avant la publication de la norme "Santé", ne disposaient pas encore d'un tel rapport "santé". Nous avons alors lancé un vaste programme de mise en conformité. Au 31 décembre 2005, 72% des 683 sites identifiés avaient fait l'objet d'un rapport "Santé".

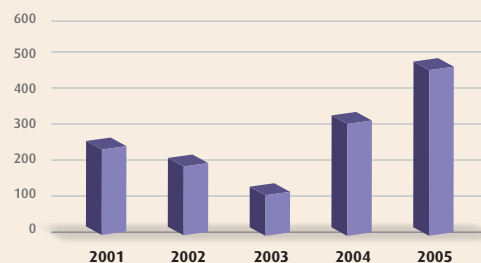
● Ce programme de mise en conformité "Santé" sera finalisé en 2006.

Selon les termes de la licence UMTS accordée par le gouvernement belge en 2001, nous avons l'obligation de couvrir 30% de la population au 1er janvier 2006, 40% au 1er janvier 2007, 50% un an plus tard, et 85% pour le 15 mars 2009. Soucieux d'offrir les derniers développements de la téléphonie mobile, nous avons décidé d'aller plus loin que les obligations légales de couverture UMTS.

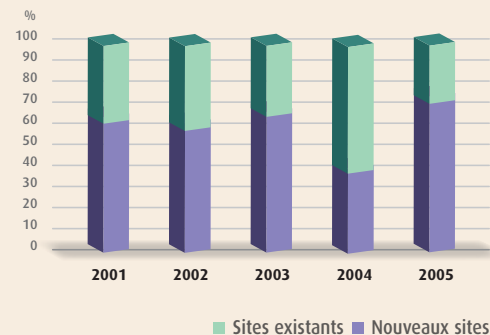
Fin 2005, notre réseau UMTS couvrait 61% de la population, soit plus de 200 villes et communes en Belgique. En 2005, l'ensemble des antennes UMTS installées l'ont été sur des sites existants.

Le 31 décembre 2005, le réseau Proximus comptait 3 206 sites abritant les antennes de téléphonie mobile, un chiffre en augmentation de 4% en un an.

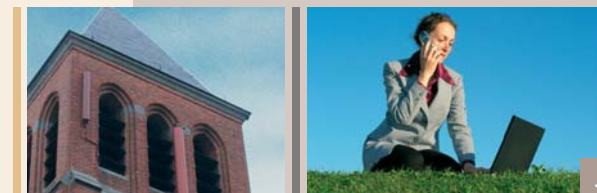
Nombre de demandes de permis de bâtir



Proportion de demandes de permis concernant de nouveaux sites vs sites existants



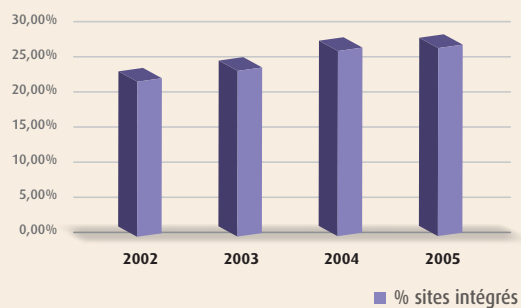
Réseau UMTS  
déployé en avance sur le  
calendrier officiel : 61%  
de la population belge  
couverte



## — Réduire l'impact environnemental, un souci quotidien

Nous veillons toujours à une intégration optimale de nos stations de base dans le paysage. Outre l'obligation légale de partager les sites entre opérateurs chaque fois que cela est techniquement possible, nous avons poursuivi nos efforts en vue d'intégrer nos stations de base. Cela se traduit par une très légère augmentation du nombre de sites intégrés d'une part, et par la recherche de nouvelles techniques qui feront l'objet de déploiement dans les années à venir.

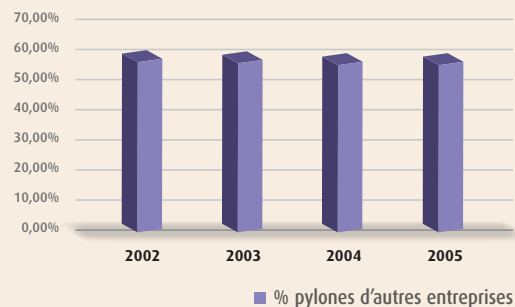
### % de sites intégrés par rapport au nombre total de sites utilisant des infrastructures existantes



### Evolution en matière de partage de sites

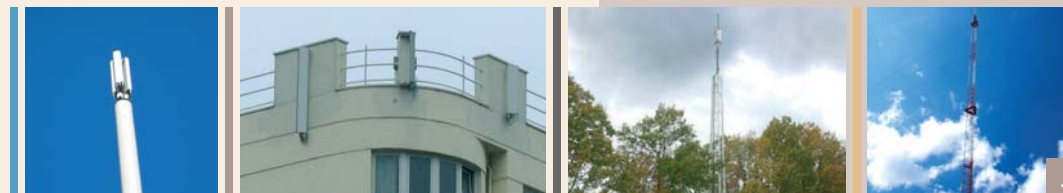


### Proportion de sites sur pylônes utilisant les installations d'autres opérateurs



En 2006, nous déploierons 78 "lightpoles", doublant ainsi leur nombre en une seule année. Ces lightpoles présentent bien souvent l'avantage de combiner des installations d'éclairage public avec des stations de base pour la téléphonie mobile.

78 lightpoles  
combinant éclairage public  
et antenne GSM seront  
installés en 2006



## — Une utilisation plus efficace de l'énergie

Malgré l'expansion du réseau et l'installation de nouveaux équipements sur les stations de base existantes pour offrir les services 3G, nous avons réussi à limiter la hausse de consommation d'énergie. Chaque station de base est équipée d'un système de refroidissement. En 2005, nous avons lancé une étude visant à mesurer l'impact d'une modification de ces systèmes de refroidissement.

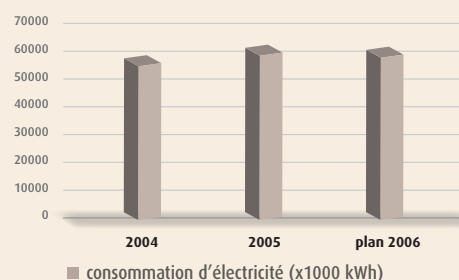
- 720 sites seront équipés de systèmes de refroidissement réutilisant l'air ambiant plutôt que des compresseurs dans le courant de l'année 2006. Ces nouveaux systèmes devraient avoir un impact favorable sur la consommation d'énergie de l'ordre de 700 000 kWh.

Dans les bureaux, nous avons mis en place un plan d'économie d'énergie qui a permis de réduire notre consommation d'électricité de près de 10%, et notre consommation de gaz de près de 24%. Ces résultats ont pu être obtenus grâce à un ensemble de mesures combinées, telles le remplacement de compresseurs dans les unités de conditionnement d'air, la modification des heures de chauffage et de refroidissement, et le découplage des systèmes de conditionnement d'air et d'éclairage par exemple.

- Les programmes d'économie d'énergie seront poursuivis, avec pour objectif une nouvelle réduction de notre consommation d'énergie dans nos bureaux, de l'ordre de 2%.

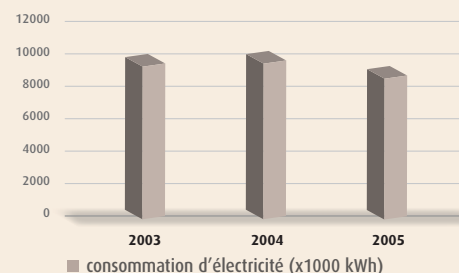
### Consommation d'énergie réseau

#### Consommation d'électricité

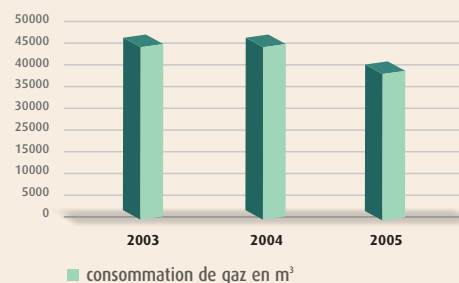


### Consommation d'énergie bureaux

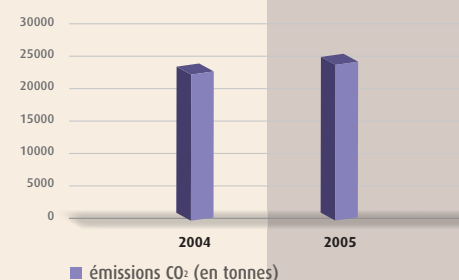
#### Consommation d'électricité



#### Consommation de gaz

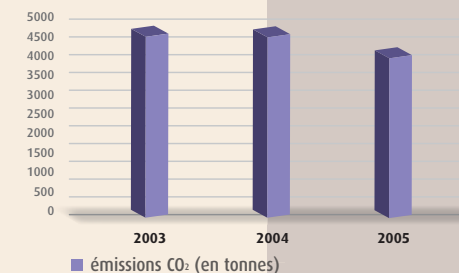


### Emissions de CO<sub>2</sub>

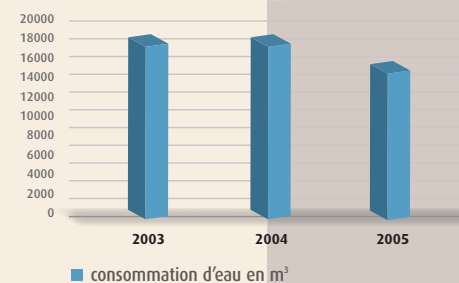


Le taux d'émission de CO<sub>2</sub> a été calculé sur base du critère de conversion théorique suivant :  
1 kWh elec = 0,41 kg CO<sub>2</sub>  
1 m³ gaz = 1,8 kg CO<sub>2</sub>

### Emissions de CO<sub>2</sub>



### Consommation d'eau

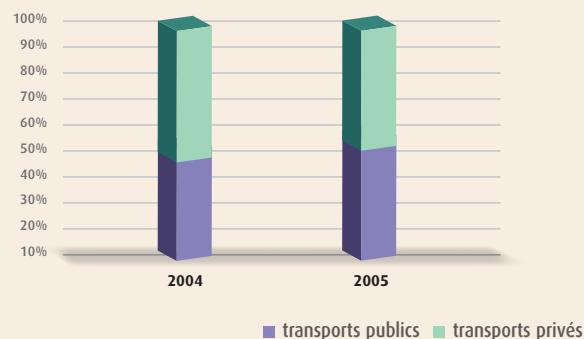


Réduction de **20%**  
de la consommation d'eau  
dans nos bureaux

## — Mobilité

Au cœur de notre métier, la mobilité fut aussi au cœur de notre démarche au moment de choisir le nouveau siège social, au centre de Bruxelles et facilement accessible par différents moyens de transports en commun (métro, train). Même si la voiture de société est devenue un élément non négligeable dans le package salarial en Belgique, nous veillons à mettre en place des mesures favorisant l'utilisation des transports en commun, et intervenons dans les frais d'abonnement de transport du personnel. A noter que cette intervention est évidemment réservée au personnel ne bénéficiant pas d'un package salarial comprenant une voiture de société.

### Répartition transports publics vs transports privés parmi les employés Proximus



## — Recyclage et gestion des déchets encadrés

### Téléphones portables

Un consommateur change de téléphone portable, en moyenne, tous les 18 à 24 mois. Ce taux de renouvellement des téléphones portables et des batteries pose évidemment la question de recyclage et de la réutilisation de ces appareils et de leurs composantes.

En matière de recyclage et de traitement de ces déchets, la Belgique n'a pas attendu l'adoption de la Directive européenne relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), publiée en 2003, qui prévoyait la mise en place d'un système de reprise des DEEE pour le mois d'août 2005 dans les Etats membres de l'Union Européenne.

Depuis le 1er juillet 2001, la législation belge prévoit en effet une obligation de reprise pour les fabricants et importateurs d'appareils électriques et électroniques. Ceux-ci, avec le soutien des autorités régionales, ont créé l'ASBL Recupel ([www.recupel.be](http://www.recupel.be)), dont la mission est d'organiser la collecte, le tri et le traitement écologique des appareils électriques et électroniques en fin de vie (DEEE ou Déchets d'Équipements Électriques et Electroniques).

Recupel veille à ce que les appareils, une fois arrivés en fin de vie, soient collectés et effectivement recyclés. Recupel collabore avec des entreprises de recyclage sélectionnées pour leur expérience, leur efficacité et leurs coûts mesurés dans le traitement écologique des appareils usagés.

La collecte repose sur une étroite collaboration avec les commerçants d'une part, et avec les communes et les intercommunales, d'autre part. Des récipients adaptés à la collecte des DEEE (déchets d'équipements électriques

Les transports publics attirent

13%

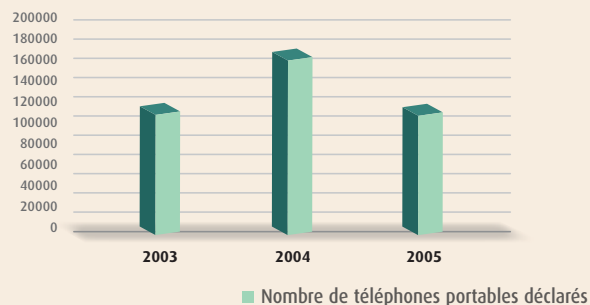
de collaborateurs de plus qu'en 2004



et électroniques) sont également mis à la disposition du public dans les parcs à conteneurs. En parallèle, Recupel informe et sensibilise les consommateurs et aide au contrôle des résultats par les autorités régionales.

Chaque mois, nous déclarons le nombre de téléphones portables livrés à nos clients pour tous nos fournisseurs qui ne disposent pas d'une adresse légale en Belgique et ne sont dès lors pas membres de Recupel. Tous les constructeurs de téléphones portables qui disposent d'une adresse légale dans notre pays effectuent cette déclaration eux-mêmes. Nos déclarations font l'objet d'un audit externe qui en certifie la validité.

#### Contribution Recupel

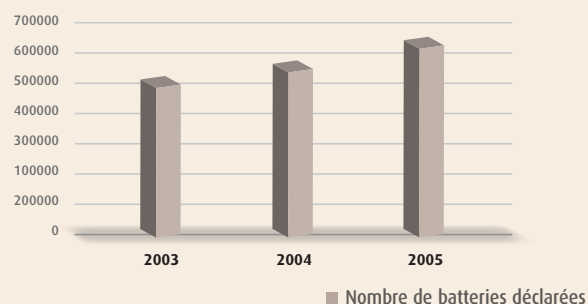


#### Batteries

Active depuis le 1er janvier 1996, l'ASBL BEBAT ([www.bebat.be](http://www.bebat.be)) a, elle, pour objectif de collecter tous les types de piles et accumulateurs usagés, en vue de leur revalorisation. Elle opère sous le contrôle de l'Etat fédéral et des 3 Régions. L'adhésion au système BEBAT nous permet de remplir nos obligations envers les différentes législations régionales, BEBAT ayant négocié et signé des conventions environnementales avec les autorités régionales dans ce but.

Chaque mois, nous déclarons le nombre de batteries mises sur le marché pour nos fournisseurs qui ne sont pas membres de BEBAT. Nos fournisseurs qui sont membres de BEBAT déclarent eux-mêmes ce nombre. Nos déclarations font l'objet d'un audit externe qui en certifie la validité.

#### Contribution BEBAT



Vu la diversité de notre réseau de distribution (pas de points de vente en propriété, mais des accords avec des agents exclusifs, non-exclusifs, indépendants ou intégrés dans des chaînes de distribution) et vu l'interdiction de subventionner l'achat de téléphones portables en Belgique, les tests en vue de mettre en place des programmes allant plus loin que les systèmes Recupel et Bebat se sont avérés non concluants et ont donc été abandonnés à notre niveau. Par contre, certains de nos agents ont mis en place des programmes spécifiques.





## — Emballages

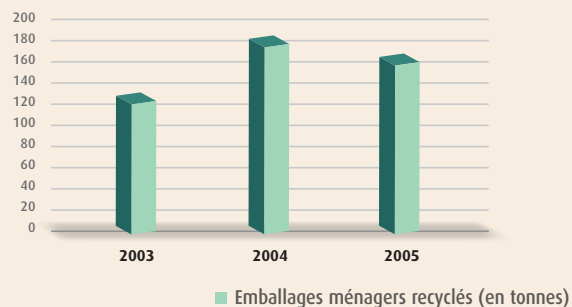
En Belgique, la prévention et la gestion des déchets d'emballages sont, elles, encadrées, depuis 1996, par un accord de coopération entre les Régions (Bruxelles-Capitale, Flandre et Wallonie) compétentes en la matière. Cet accord de coopération traduit en droit belge la directive européenne 94/62/CE relative aux emballages et aux déchets d'emballages et vise à éviter et/ou à diminuer les effets sur l'environnement des déchets d'emballages.

### Dans ce cadre, le secteur privé a créé deux organismes distincts:

**FOST Plus** ([www.fostplus.be](http://www.fostplus.be)) prend en charge l'exécution de l'obligation de reprise des responsables d'emballages ménagers adhérents. Cet organisme assume cette tâche en proposant des solutions durables et efficaces, économiquement justifiables et respectueuses de l'environnement. Il se charge également des obligations d'information et de prévention telles que prévues par l'Accord de Coopération Interrégional. FOST Plus prend toutes les mesures nécessaires en vue de promouvoir, de coordonner et de financer les collectes sélectives, le tri et le recyclage, en vue d'atteindre les taux de recyclage et de valorisation prescrits par l'Accord de Coopération Interrégional.

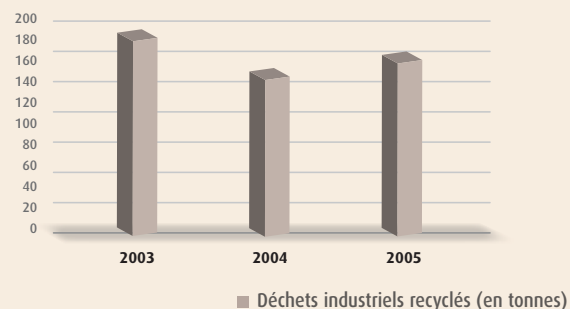
**VAL-I-PAC** ([www.valipac.be](http://www.valipac.be)) prend en charge l'obligation de reprise et d'information pour le matériel utilisé pour l'organisation du transport de nos marchandises vers nos clients. Cet ASBL rassemble pour nous, comme pour tous ses membres, toutes les preuves de recyclage et de valorisation de nos déchets industriels (carton brun, palette jetable, plastique de protection...).

### Contribution Fostplus



Les efforts de promotion en vue de favoriser l'utilisation des moyens de recharge électroniques (Bancontact/Internet) pour les cartes Pay&Go au détriment des cartes de recharge à gratter ont eu un impact positif sur le tonnage d'emballages ménagers consommés et donc déclarés à FOST Plus.

### Contribution Val-I-Pac



L'augmentation du tonnage déclaré à Val-I-Pac s'explique quant à lui par l'augmentation du chiffre de ventes des téléphones portables enregistrée en 2005. Par rapport à 2004, les ventes de téléphones portables ont ainsi progressé de 13,6% au cours de l'année 2005.



## Facts & figures

|                                                        | 2003      | 2004      | 2005      |
|--------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Résultats financiers</b>                            |           |           |           |
| Chiffre d'affaires (Mio EUR)                           | 2 181     | 2 239     | 2 181     |
| Bénéfice opérationnel avant amortissements (Mio EUR)   | 1 113     | 1 135     | 1 041     |
| Bénéfice opérationnel (EBIT - Mio EUR)                 | 918       | 913       | 826       |
| Nombre total de clients actifs*                        | 4 201 000 | 4 198 000 | 4 253 000 |
| Impôt sur le revenu (Mio EUR)                          | 318       | 316       | 285       |
| Taxe sur la valeur ajoutée (Mio EUR)                   | 270       | 256       | 254       |
| <b>Personnel</b>                                       |           |           |           |
| Nombre total d'employés                                | 2 330     | 2 408     | 2 432     |
| Taux de rotation des employés                          | 6.28%     | 6.42%     | 8.88%     |
| Nombre total d'accidents du travail                    | 36        | 34        | 26        |
| Nombre de femmes dans le senior management             | 18        | 20        | 23        |
| Nombre de nationalités                                 | 33        | 26        | 37        |
| <b>Investissement social</b>                           |           |           |           |
| Proximus Foundation (kEUR)                             | 500       | 500       | 500       |
| Soutien à la production cinématographique belge (kEUR) | -         | -         | 500       |
| Pc for schools (Nombre de PC distribués)               | 81        | 492       | 900       |

|                                                              | 2003           | 2004    | 2005    |
|--------------------------------------------------------------|----------------|---------|---------|
| <b>Environnement</b>                                         |                |         |         |
| Nombre de stations de base                                   | 3 132          | 3 320   | 3 432   |
| Consommation d'eau bureaux (m³)                              | 18 427         | 15 815  | 16 294  |
| Consommation d'électricité réseau (MWh)                      | non disponible | 58 095  | 61 900  |
| Consommation d'électricité bureaux (MWh)                     | 9 842          | 10 029  | 9 085   |
| Consommation de gaz bureaux (m³)                             | 431 431        | 382 303 | 292 422 |
| Emissions CO <sub>2</sub> réseau (tonnes)**                  | non disponible | 23 818  | 25 379  |
| Emissions CO <sub>2</sub> bureaux (tonnes)**                 | 4 812          | 4 795   | 4 251   |
| Total émissions CO <sub>2</sub> (réseau et bureaux) (tonnes) | non disponible | 28 613  | 29 630  |
| Contribution BEBAT (nombre de batteries)                     | 520 000        | 575 000 | 657 000 |
| Contribution RECUPEL (nombre de handsets)                    | 118 808        | 172 236 | 117 950 |
| Contribution FOSTPlus (tonnes)                               | 128            | 184     | 166     |
| Contribution VALIPAC (tonnes)                                | 133            | 107     | 118     |

\* Un client actif est un client qui a donné ou reçu un appel ou un message SMS durant les trois derniers mois.

\*\* Le taux d'émission de CO<sub>2</sub> a été calculé sur base du critère de conversion théorique suivant :

1 kWh elec = 0,41 kg CO<sub>2</sub> / 1 m³ gaz = 1,8 kg CO<sub>2</sub>



nous rapproche tous

