

# Synthèse du Rapport Millicom 2014 sur la Responsabilité Sociale



MILlicom  
THE DIGITAL LIFESTYLE

## #8

Tigo classé N°8 parmi les marques les plus appréciées d'Afrique

## 6,2 millions

de nouveaux clients connectés à l'Internet en 2014, dont beaucoup pour la première fois

Equipes sur 'La Voix du client' mises en place dans 13 pays

Zéro-tolérance pour la corruption, les pots-de-vin, l'extorsion et la fraude

ligne d'assistance mise en place pour que les parties prenantes puissent signaler des comportements non-éthiques



- Investissement de 7,6 millions de dollars dans des projets sociaux sur tous les pays.
- Nous avons accueilli le premier séminaire en Amérique Latine sur la protection en ligne des mineurs organisé conjointement avec l'UNICEF.
- Plus de 2.000 candidatures reçues pour le Concours Tigo Digital Changemakers Award dans onze pays.
- Augmentation de 22% du nombre de femmes parmi les cadres dirigeants.
- La moitié de nos directeurs généraux en Afrique sont des femmes.
- Premiers comités de la diversité lancés (Tigo Costa Rica et Tigo Ghana) pour travailler sur l'équilibre entre les sexes.
- Notre personnel compte à présent 75 nationalités différentes.
- Tigo Bolivie compte maintenant 6 crèches et salles d'allaitement dans nos bureaux sur l'ensemble du pays.
- Réduction de 39% des émissions carbone par station de transmission de base, par rapport à 2008.
- Baisse de 10% de la consommation d'énergie par station de transmission de base comparé à 2013.
- Nous avons publié notre premier rapport sur la façon dont nous gérons les demandes des autorités gouvernementales et de la police.

### Qui sommes-nous ?

Millicom est une compagnie internationale de télécommunications et de médias dédiée aux marchés émergents d'Amérique latine et d'Afrique. Nous employons 23.297 personnes et servons plus de 56 millions de clients dans le mobile ; nous avons 5 millions d'unités qui génèrent des revenus sur le câble, et 5,6 millions de familles couvertes par notre réseau câblé.

Nous commercialisons des produits et services innovants dans le mobile, le câble, le satellite, les services financiers à bande large et mobile sous la marque Tigo dans 14 pays. En 2014, nous avons connu une forte croissance grâce à notre nouvelle stratégie numérique « digital lifestyle », l'innovation sur le mobile pour les services financiers et la fusion avec UNE en Colombie.

### Notre approche de la responsabilité sociale

Notre but est d'avoir un impact positif sur nos communautés en permettant l'accès aux services numériques et d'apporter notre contribution aux questions sociales et environnementales liées à notre activité.

En 2014, nous avons investi \$1.294 millions pour étendre et améliorer la couverture de nos services, en fournissant accès à la téléphonie mobile, à Internet et aux programmes de divertissement de grande qualité à des millions de nouveaux clients. Nos offres permettent également aux personnes à revenus faibles ou irréguliers de rester connectées.

La responsabilité sociale chez Millicom est supervisée par le Comité des relations gouvernementales et de la responsabilité sociale au sein du Conseil d'Administration de la société.

Notre stratégie sociale se concentre sur cinq domaines ayant l'impact et les opportunités les plus importants, et répondant aux préoccupations des populations dans les pays où nous opérons.

Ceux-ci sont : la diversité, la protection de l'enfance, le respect de la vie privée et de la liberté d'expression, la gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement et la réduction de notre empreinte environnementale.

Notre investissement social avec le concours Tigo Digital Changemakers Award nous permet d'identifier et de soutenir des solutions innovatrices utilisant la technologie numérique et mobile pour résoudre des défis sociaux.

Nous investissons également dans des programmes sociaux dans les pays où nous travaillons, par exemple, en proposant des formations pour les enseignants dans les écoles afin de tirer le maximum de bénéfices dans l'utilisation des nouvelles technologies en milieu scolaire.

### Attention particulière pour l'éthique et la gouvernance

Millicom s'est engagée à conduire ses activités de façon responsable et éthique. En 2014, nous nous sommes concentrés sur la mise en place de bases solides en matière de gouvernance, de code de conduite, et de processus pour les politiques d'entreprise afin de réaliser nos objectifs opérationnels.

Millicom a une politique de zéro-tolérance en matière de corruption, de pots-de-vin, d'extorsion et de fraude, et nos collaborateurs et intermédiaires ont l'obligation formelle de ne pas proposer et de refuser toute forme de libéralité ou commission en toutes circonstances.

Nous avons mis en place une ligne d'assistance indépendante et globale, la Millicom Ethics Line, à l'usage de nos collaborateurs et des autres parties prenantes afin de signaler tout comportement non-éthique. Toute question relative à l'éthique peut y être rapportée de façon anonyme :

<https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/en/gui/100713/index.html>

# Synthèse du Rapport Millicom 2014 sur la Responsabilité Sociale

## Nouveau Code de conduite des Fournisseurs

obligatoire pour tous nos fournisseurs

# 37 %

des nouveaux recrutements sur l'année 2014 concernaient des femmes

## Soutien aux réseaux d'assistance pour enfants

Dans certains de nos pays, nous mettons gratuitement à disposition et assurons la promotion des numéros verts pour permettre aux enfants d'appeler et de signaler des faits de maltraitance.

# 39 %

de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> par station de transmission de base, par rapport à 2008; conforme à la prévision de 50 % de réduction d'ici à 2020

En 2015, nous commencerons la mise en œuvre de l'ISO 27001 pour améliorer encore nos systèmes de sécurité.



## Expérience client

Notre priorité principale est de fournir à nos clients des produits et services sûrs et fiables, en améliorant la qualité et en rendant la technologie accessible à un prix abordable. Notre engagement élargi en 2014 a renforcé notre approche centrée sur le client et a permis d'améliorer notre performance en matière de fidélisation de la clientèle, notamment par la mise en place de comités sur 'La Voix du Client' et d'enquêtes sur l'expérience client

## Santé et sécurité

Les conditions de sécurité existantes sur certains de nos marchés, ainsi que les risques de sécurité pour les travaux d'entretien du réseau font de la sécurité une priorité critique pour notre entreprise. En 2014 nous avons lancé un nouvel outil de signalement des incidents et amélioré le contrôle interne. Nous poursuivons la mise en œuvre de notre système de gestion santé et sécurité dans tous nos pays.

En 2014, les premiers audits externes ont été réalisés en vue de la certification à la norme OHSAS 18001 en Bolivie et en Tanzanie.

## Nos priorités en matière de responsabilité sociale

En 2014, nous avons travaillé pour intégrer davantage de pratiques commerciales responsables dans les activités et la stratégie de la compagnie. Notre analyse du degré de pertinence en 2013 et notre engagement avec nos différents interlocuteurs nous ont permis d'identifier des priorités claires et les étapes importantes à franchir les cinq prochaines années.



## Chaîne d'approvisionnement responsable

Nous estimons que les fournisseurs éthiques possèdent une plus grande capacité à fournir des produits et des services de qualité, et que leur conduite contribue à renforcer notre propre réputation. En 2014, nous avons mis à jour notre Code de conduite des fournisseurs et ces derniers doivent s'y conformer, ceci étant une exigence pour tous nos contrats à partir de janvier 2015. Nous attendons également de nos fournisseurs qu'ils s'auto-évaluent et nous renseignent sur leur conformité à notre code.



## Diversité

Pour satisfaire les besoins d'une base de clients variée, il nous faut un personnel au profil diversifié, possédant une large gamme de qualifications. En 2014 nous avons défini un programme global de diversité, dont la priorité initiale concernait l'équilibre entre les sexes, en particulier dans le sens d'améliorer l'accès des femmes aux échelons de cadres dirigeants. Nous croyons également

qu'il est important de soutenir les talents locaux et, en 2014, 84% des cadres supérieurs, et 99% de tous les employés travaillant pour la société étaient d'origine locale.



## Protection de l'enfance

Créer un environnement en ligne sûr et positif pour les enfants est crucial pour les aider à tirer le meilleur profit des nouvelles technologies. C'est aussi une préoccupation de beaucoup de nos clients, en particulier des parents et des enseignants. Par notre association avec UNICEF, nous apportons notre soutien à l'industrie pour faire en sorte que les droits des enfants soient respectés et nous intégrons cet impératif dans nos pratiques d'exploitation.



## Réduction de notre empreinte environnementale

En tant que société globale, nous devons agir de façon responsable et préserver la durabilité à long terme de nos environnements d'exploitation. La réduction de nos impacts sur l'environnement permet également de réduire les coûts. L'élimination des matériaux provenant des produits électroniques est une question particulièrement difficile. Tigo El Salvador et en 2014 Tigo Tanzanie ont été les premières à mettre en œuvre notre programme de recyclage responsable des déchets électroniques.



## Confidentialité des données personnelles et liberté d'expression

La protection des données personnelles de nos clients est impérative afin de garder leur confiance. Les investisseurs et les O.N.G. sont particulièrement sensibles à la façon dont nous coopérons avec les services de police et répondons à leurs demandes sur les données des clients, ainsi qu'à la façon dont nous protégeons au maximum la confidentialité des données de notre clientèle. En 2014 nous avons présidé 'Telecom Industry Dialogue', un organisme de collaboration sur cette question et avons participé à plusieurs événements publics – manifestant ainsi notre approche proactive sur ce sujet.

## Priorités 2015

Nos priorités pour 2015 concernent la poursuite du renforcement de notre gouvernance et les procédures contre nos risques principaux, particulièrement pour les services financiers mobiles, et le lancement de notre nouvelle politique anti-corruption. Nous continuerons à relever le niveau de nos normes de santé et sécurité, en particulier sur les marchés qui connaissent des conditions de sécurité difficiles. Nous visons l'accréditation OHSAS 18001 pour certains pays. Nous avons fixé des objectifs spécifiques d'amélioration continue pour chacun des cinq domaines de responsabilité sociale pour notre entreprise décrits ci-dessus.