

## 3 QUESTIONS À... CHRISTINE HERMANN, FEMME ENGAGÉE CHEZ ORANGE.

### 3 QUESTIONS FOR... CHRISTINE HERMANN, COMMITTED WOMAN AT ORANGE.

*« Chacun dans son métier peut se poser la question de son impact sur la planète ou sur la société, et agir. »*

*"Everyone, no matter what their profession, can ask themselves what their impact is on the planet or on society, and can act."*

Propos recueillis par Julia Boulet (promotion 2008)

**Julia Boulet. Comment es-tu intégrée dans la démarche d'engagement de ton entreprise ?**

**Christine Hermann.** Je contribue au passage d'une politique de responsabilité (RSE) déjà robuste vers un modèle d'entreprise aligné autour d'une Raison d'Être inscrite aux statuts. C'est un métier passionnant ! Nous avons là une vraie opportunité d'accélérer la contribution de l'entreprise pour répondre aux défis de notre société. La complexité est d'accompagner ce changement à grande échelle dans toutes nos géographies, dans tous nos métiers.

**J. B. À titre personnel, quel est ton rapport au développement durable ?**

**C. H.** En tant que Franco-Norvégienne, je pourrais revendiquer une certaine antériorité culturelle de cette « éthique du Nord ». Dans ma vie personnelle, je réinterroge mes modes de consommation, mais mon engagement est avant tout en lien avec mon métier de communicante pour en faire évoluer les pratiques : éco-conception, impact des messages, communication engagée...

**J. B. Quels conseils pourrais-tu donner à un EMien qui souhaite agir en faveur du développement durable ?**

**C. H.** Chacun dans son métier peut se poser la question de son impact sur la planète ou sur la société, et agir. Il faut développer une nouvelle qualité d'écoute pour identifier les signaux faibles auprès des collaborateurs, des



**CHRISTINE HERMANN**  
Promotion 1987

Directrice Raison d'Être et Communication  
Responsable Orange

clients, des non-clients, oser le dialogue avec les engagés qui prônent d'autres modèles de consommation, se laisser challenger par des alliés-critiques... Si on reste dans sa zone de confort, le risque est trop grand de ne pas voir le changement venir. Pour cela, le service RSE d'une entreprise a souvent un temps d'avance.

**Julia Boulet. What part do you play in your company's commitment campaign?**

**Christine Hermann.** I contribute to the transition between an already solid corporate social responsibility policy to a business model aligned with an overarching purpose entered in the articles of association. It is a fascinating job! What we have here is a real

opportunity to accelerate the contributions made by the company towards meeting the challenges of our society. The complex part is supporting this change at a large scale in all the regions and industries where we are present.

**J.B. What is your relationship with sustainable development at a personal level?**

**C.H.** As a Franco-Norwegian, I could claim a certain cultural seniority in terms of these "Northern ethics". In my private life, I do re-examine my own consumer habits, but my commitment is first and foremost to change people's behaviour in my capacity as a communicator: green design, the impact of messages, committed communication, etc.

**J.B. What advice could you give to an EMN student looking to act in favour of sustainable development?**

**C.H.** Everyone, no matter what their profession, can ask themselves what their impact is on the planet or on society, and can act. We have to develop a new level of listening in order to identify weak signals coming from colleagues, clients, non-clients and elsewhere. We need to take the plunge and engage with those committed people who are championing alternative models of consumption, and allow ourselves to be challenged by constructive criticism from our allies. If we stay within our comfort zone, there is too great a risk that we will never see change. In this regard, the CSR department of your company is often ahead of the game. ■