

Agir là où ça compte

RAPPORT RSE 2025/2026

“La transformation numérique doit aller de pair avec **l’action climatique, la souveraineté numérique et la responsabilité sociale.**”

Thomas Reynaud
Directeur général du Groupe Iliad



Dans un contexte d’incertitude géopolitique, d’intensification des défis climatiques et d’accélération des usages numériques, le Groupe iliad a maintenu une direction claire dans l’ensemble de ses activités en France, en Italie, en Pologne, en Suède et en Irlande. Tout au long de l’année, nous sommes restés guidés par une conviction forte au service de nos 62 millions d’abonnés : la transformation numérique doit aller de pair avec l’action climatique, la souveraineté numérique et la responsabilité sociale.

En 2025, nous avons poursuivi la mise en œuvre de notre plan stratégique ESG, articulé autour de trois priorités : la préservation de l’environnement, le soutien aux personnes qui construisent l’économie numérique et la promotion d’un environnement numérique sûr et digne de confiance.

L’action climatique est restée au cœur de nos priorités. Notre trajectoire, alignée sur l’initiative Science Based Targets (SBTi), s’est appuyée sur des efforts continus en matière d’efficacité énergétique, d’électrification et d’approvisionnement en énergie bas carbone. Ces initiatives ont contribué à une réduction de 13 % de nos émissions totales de gaz à effet de serre (sur une base « market-based ») par rapport à 2024. En France, Free a signé deux nouveaux contrats d’achat d’électricité renouvelable, portant à 9 % la part de sa consommation directe d’électricité couverte par ce type d’accords, en complément des atouts du mix énergétique français bas carbone, notamment l’énergie nucléaire. Les véhicules électriques représentent désormais 20 % de la flotte d’iliad Italia, tandis que les initiatives d’économie circulaire en Pologne ont permis la réutilisation de 12 200 équipements réseau.

Le soutien aux personnes qui construisent l’économie numérique ou interagissent avec elle est demeuré tout aussi essentiel. En 2025, les femmes représentaient 39 % des postes de direction du Groupe, contre 35 % en 2024. En France, la médaille d’or EcoVadis obtenue par Free Pro témoigne de la maturité de notre approche en matière de conduite responsable des affaires. Nous avons également renforcé l’intégration des enjeux ESG dans nos relations avec les fournisseurs grâce à notre participation à la Joint Alliance for Corporate Social Responsibility (JAC) et encouragé un usage responsable du numérique à travers la Fondation Free ainsi que d’autres initiatives proposant gratuitement des outils et des ressources.

Nous avons également poursuivi nos efforts en faveur d’un environnement numérique sûr, fiable et souverain. Dans l’ensemble de nos implantations, nous avons renforcé la cybersécurité, la protection des données et la transparence à l’égard des utilisateurs. Alors que l’intelligence artificielle transforme le paysage technologique européen, Scaleway a investi dans des infrastructures GPU de nouvelle génération ainsi que dans des outils permettant de mesurer l’impact environnemental des charges de travail liées à l’IA. Le Groupe a également soutenu Kyutai et des initiatives favorisant le développement d’un écosystème européen d’IA ouvert et souverain. Parallèlement, Scaleway et Opcore ont continué à promouvoir un environnement européen du cloud et de l’IA régi par les normes et réglementations européennes, indépendant des législations extraterritoriales.

La concrétisation de ces ambitions repose sur un effort collectif, de la constance et un engagement de long terme. Je tiens à remercier l’ensemble de nos équipes pour leur engagement, leur expertise et leur énergie. Ensemble, nous continuerons à construire un avenir numérique plus durable, plus responsable et plus souverain.



“Agir là où ça compte.”

Nicolas Thomas
Directeur général de Free

Depuis plus de 25 ans, chez Free, nous avançons avec une idée simple : **rendre le numérique accessible au plus grand nombre**, loin de toute idée de privilège.

C’est ce qui guide nos investissements, nos innovations et nos engagements. Et parce que nous voulons construire dans la durée, nous considérons que **les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux ne sont pas à côté de notre développement**. Ils en font partie.

Investir dans nos réseaux, réduire notre empreinte environnementale, agir pour l’égalité des chances ou accompagner nos territoires répond à une même ambition : **construire une entreprise solide, utile et responsable.**

Grâce à la mobilisation de nos équipes, **plus de 40 millions de logements sont désormais éligibles à la Fibre Free**. Nous continuons ainsi à développer des infrastructures performantes, tout en veillant à proposer des services accessibles à des prix justes.

Nous poursuivons aussi **la transformation de nos activités**, avec notamment la signature de deux contrats d’achat d’électricité renouvelable et l’électrification progressive de notre flotte automobile.

Et parce que Free, ce sont d’abord des femmes et des hommes, nous faisons de **la diversité et de l’égalité professionnelle des priorités**. Plus de 80 nationalités sont représentées dans nos équipes et notre accord en faveur de l’égalité entre les femmes et les hommes, signé en 2026, marque une nouvelle étape. Avec un Index Egapro de 92/100, nous avançons, notamment sur la féminisation des métiers techniques, la parentalité et l’accompagnement des situations de vie.

Enfin, notre responsabilité se joue aussi **lorsque nos abonnés ont le plus besoin de nous**. Lors des événements survenus au Moyen-Orient à la fin de l’année 2025, nous avons mis en place des dispositifs exceptionnels pour leur permettre de rester connectés à leurs proches.

Ce rapport témoigne des progrès réalisés en 2025-2026 et du chemin que nous continuons à parcourir : celui d’une croissance responsable, fidèle à l’esprit pionnier qui nous anime depuis nos débuts. Ainsi, notre plus grande réussite n’est pas seulement de connecter des millions de personnes. Elle consiste aussi à **construire jour après jour un numérique plus accessible, plus responsable et utile à tous**. Pour ça, il faut agir là où ça compte.

Sommaire

6 Démocratiser le numérique

8 Rechercher l’impact

10 Pour la planète
- Réduire notre impact 12
- Réduire la consommation de nos réseaux 14
- Miser sur les énergies renouvelables 16
- Faire avancer la mobilité bas carbone 18
- Repenser chaque kilomètre 20
- Prolonger la vie de nos équipements 22
- Concevoir autrement 24
- Collecter, reconditionner, réutiliser 26

28 Pour les collaboratrices et les collaborateurs
- Faire grandir les talents 30
- Apprendre, évoluer, changer 32
- Donner sa chance à chacun 34
- Faire tomber les barrières 34
- Faire de la diversité notre force 36
- Prendre soin de celles et ceux qui font Free 38

40 Pour la société
- Mettre le numérique au service de tous 42
- Défendre le juste prix 44
- Relier les gens 46
- Penser responsable 48
- Sécuriser les usages 49
- Connecter les possibles 50



Démocratiser le numérique
Hier comme aujourd'hui

Depuis sa création en 1999, Free défend l'idée que le numérique doit être accessible à tous. C'est autour de cette conviction que nous avons construit notre modèle, fondé sur trois principes :

1 DES OFFRES SIMPLES ET ACCESSIBLES

Nous voulons rendre les technologies accessibles au plus grand nombre, avec des offres lisibles et des prix justes. C'est le point de départ de Free et ça le reste.

2 NOS PROPRES RÉSEAUX, PARTOUT EN FRANCE

Nous investissons dans nos infrastructures pour que chacun puisse accéder à nos services, où qu'il vive en France. Et partout aux mêmes prix.

3 UNE ORGANISATION OUVERTE ET DIVERSE

Free, ce sont aussi des équipes aux parcours et aux profils divers. Nous privilégions l'autonomie et la responsabilité, moteurs d'innovation.

Ces trois principes nous guident chaque jour depuis nos débuts. De l'invention de la première box triple-play, la Freebox, au déploiement massif de la fibre ou du réseau 5G/5G+, en passant par le lancement de forfaits mobiles abordables et sans engagement, **notre ambition reste toujours la même :** rendre les nouvelles technologies accessibles au plus grand nombre.

Parce que l'accès au numérique n'est pas une fin en soi : c'est ce qu'il permet à chacun de faire ce qui compte.

CHIFFRES CLÉS à fin 2025

10 110
collaborateurs

7,6 M
d'abonnés Fixe

15,7 M
d'abonnés Mobile

99,9 %
de la population couverte en 4G et 95,1 % en 5G

> 32 000
communes couvertes par nos offres Fibre

267
boutiques

Nos valeurs

Nous mettons l'innovation au cœur de toutes nos activités et organisations, au service de trois valeurs fondamentales : Liberté, simplicité, générosité.

Liberté

Convaincus que les consommateurs doivent être libres, Free a bouleversé le marché des télécoms dès son lancement avec des offres sans engagement.

La liberté, c'est aussi la défense du consommateur. Nous avons toujours fait en sorte qu'il puisse avoir le choix.

La liberté, c'est enfin la qualité des connexions pour couvrir tous les usages. Grâce à la fibre, à la 4G et à la 5G, nous dessinons un monde où chacun peut être relié au monde, partout, tout le temps et sans entrave.

Simplicité

Même si les produits Free et Free pro sont à la pointe de l'innovation technologique, nous veillons à ce que leur utilisation par tous ne soit jamais un problème.

Nos offres commerciales sont ultra simples et lisibles, à l'image de notre forfait 2 €, qui permet de passer deux heures d'appels, ou la gestion autonome de flotte mobile pour les entreprises.

Cette simplicité reflète notre fonctionnement interne : nous n'aimons pas les structures hiérarchiques lourdes, qui complexifient les prises de décision. Place à la flexibilité, l'agilité et l'autonomie !

Générosité

Depuis le début, Free donne toujours plus à ses abonnés, sans jamais leur en demander plus : plus de services, plus de data, plus de performances, au prix le plus juste.

La générosité, c'est aussi le refus des options cachées et des promesses creuses. Ce que nous annonçons, nous le délivrons, pour que chacun profite pleinement de nos offres.

Être généreux, enfin, c'est investir durablement dans les infrastructures, pour faire bénéficier le plus grand nombre des meilleures technologies.



Rechercher l'impact
Pour de vrai

Sous l'impulsion du Groupe iliad, Free avance avec la conviction que **le numérique doit être utile au plus grand nombre, sans laisser de côté la société ni l'environnement**. C'est ce qui nous pousse à innover, à proposer des offres accessibles et à investir dans la qualité de nos réseaux et de nos services. Mais notre responsabilité ne s'arrête pas là. Nous voulons aussi réduire notre empreinte environnementale, rendre le numérique plus inclusif, offrir à nos collaborateurs un cadre de travail où ils peuvent s'épanouir et faire grandir une entreprise qui agit de manière transparente et responsable.

Parce que notre façon de faire compte autant que ce que nous faisons, nous avons concentré notre stratégie de durabilité autour de trois piliers :

1 RÉDUIRE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL
Accélérer notre transition vers des activités moins carbonées et développer des produits plus responsables, notamment grâce à l'éco-conception.

2 PRENDRE SOIN DE CELLES ET CEUX QUI FONT FREE
Promouvoir un environnement de travail sûr, équitable et inclusif, et porter ces mêmes exigences auprès de nos fournisseurs et partenaires.

3 FAIRE LES CHOSES DE MANIÈRE RESPONSABLE
Être transparents dans nos pratiques, renforcer notre gouvernance et agir avec éthique et responsabilité.

Pour savoir où agir en priorité, le Groupe iliad a réalisé une analyse de double matérialité dans le cadre de sa *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD). Derrière ce titre un peu technique il y a un objectif concret : comprendre ce que nos activités changent pour la société et l'environnement, mais aussi ce que les grands enjeux de durabilité changent pour notre activité.

Plus de 70 entretiens avec nos parties prenantes et une analyse de l'ensemble de notre chaîne de valeur nous ont permis d'identifier les sujets sur lesquels nous pouvons avoir le plus d'impact. Et ceux qui peuvent le plus influencer notre avenir. On n'a pas l'illusion de pouvoir tout faire. Alors on cherche à faire mieux, là où cela compte le plus.

NOS PRIORITÉS

- Le changement climatique,
- Les consommateurs et utilisateurs finaux,
- L'économie circulaire,
- Les effectifs de l'entreprise et les travailleurs de la chaîne de valeur,
- La consommation d'eau dans les data centers,
- La conduite des affaires
- Les communautés affectées

19 ambassadeurs RSE relayent, incarnent et font vivre les engagements de Free au sein de leur entité

Nos résultats 2025

	KPI	Objectif	2025	2024
ENVIRONNEMENT				
Changement climatique	Réduction Scope 1 + 2	-60 % en 2030	-25 %	+11 %
	Réduction Scope 3	-46 % en 2030	+6 %	+31 %
Economie circulaire	Reconditionnement des Freebox retournées	90 %	69 %	60 %
	% téléphones collectés pour reconditionnement	20 % en 2030	14 %	11 %
SOCIAL				
Diversité et inclusion	Index Egapro	/	92/100	94/100
	% de femmes dans le top management	40 % en 2029	25 %	25 %
	% de collaborateurs RQTH	6 %	4 %	3 %
Développement des compétences	Nombre d'heures de formation par collaborateur	24	28	35
Santé/Sécurité	Taux de fréquence des accidents du travail	/	14,19	10,77
	Nombre de décès liés à des accidents du travail	0	0	0
GOUVERNANCE				
Ethique et conformité	Nombre de signalements alerte éthique *dont recevables*	/	101 28	64 15

Pour la planète



Notre bilan carbone en 2025

	2022	2023		2024		2025	
SCOPE 1 (tCO_2)	**18 642**	**19 460**	4 %	**18 923**	**- 3 %**	**16 025**	**- 15 %**
Véhicules (tCo_2)	15 072	14 865	**- 1 %**	14 413	**- 3 %**	12 657	**- 12 %**
- Véhicules Diesel	12 975	12 429	**- 4 %**	10 723	**- 14 %**	8 188	**- 24 %**
- Véhicules à essence	2 096	2 436	16 %	3 690	51 %	4 469	21 %
- Véhicules électriques(#)	220	218	**- 1 %**	294	35 %	851	189 %
- Gaz réfrigérant	3 324	4 384	32 %	4 167	**- 5 %**	3 258	**- 22 %**
- Gaz naturel	88	51	**- 42 %**	70	37 %	75	7 %
- Fuel domestique	159	161	1 %	273	70 %	35	**- 87 %**
Consommation électrique - GWh	924	962	4 %	1 083	13 %	936	**- 14 %**
- Sites mobile RAN	561	597	7 %	668	12 %	709	6 %
- Réseau FTTH / ADSL / HFC	180	163	**- 9 %**	175	7 %	153	**- 12 %**
- Cœur de réseau (POP)	40	46	16 %	51	10 %	50	**- 2 %**
- Datacenter	126	138	10 %	172	25 %	6	**- 96 %***
- Immeubles	12	13	5 %	12	**- 5 %**	11	**- 4 %**
- Véhicules électriques	0	0	208 %	0	7 %	1	-
- Chauffage/refroidissement	5	4	**- 15 %**	4	**- 1 %**	5	16 %
SCOPE 2 Market based (tCo_2)	**16 268**	**15 928**	**- 2 %**	**19 720**	24 %	**10 007**	**- 49 %**
Facteur d'émission *(Market, $kgCO_2/kWh$)*	0.042	0.042	0 %	0.041	**- 3 %**	0.000	**- 100 %**
SCOPE 2 Location based (tCo_2)	**37 518**	**35 653**	**- 5 %**	**47 072**	32 %	**38 297**	**- 19 %**
Facteur d'émission *(Location, $kgCO_2/kWh$)*	0.042	0.042	0 %	0.041	**- 3 %**	0.000	**- 100 %**
SCOPE 3 (tCO_2)	**411 011**	**568 306**	**- 5 %**	**539 085**	**- 5 %**	**436 251**	**- 19 %**
Consommation électrique des Freebox et Playbox	69 436	61 599	**- 11 %**	66 895	9 %	86 891	30 %
Smartphones	32 046	35 448	11 %	45 935	30 %	51 407	12 %
Freebox & Playbox	112 760	190 604	40 %	186 788	**- 2 %**	84 722	**- 55 %**
Antennes & équipements radio	91 777	98 638	7 %	89 881	**- 9 %**	86 704	**- 4 %**
Émissions amont électricité	17 768	27 828	57 %	27 942	0 %	27 750	**- 1 %**
Services généraux	32 872	38 997	19 %	46 704	20 %	38 596	**- 17 %**
Roaming	6 680	7 858	18 %	9 745	24 %	21 881	125 %
Autres matériels (incl. Fibre)	28 743	85 743	199 %	36 989	**- 57 %**	14 015	**- 62 %**
Employés	11 340	8 579	**- 24 %**	9 005	5 %	9 558	6 %
Services cloud	7 590	12 933	70 %	19 201	48 %	14 725	**- 23 %**

** Déconsolidation d'Opcore*

Réduire notre impact Avec une trajectoire fondée sur la science

Le numérique a besoin des ressources et d'énergie. Limiter son impact environnemental, c'est donc une responsabilité que nous prenons au sérieux. Depuis plus de 15 ans, **nous agissons pour réduire l'empreinte de nos activités**, de nos réseaux fixe et mobile à la fabrication et à la logistique de nos Freebox.

En 2021, la stratégie climatique du Groupe iliad est venue nous donner une feuille de route. Fruit de deux ans de travail mobilisant près de 80 collaborateurs, elle a une ambition claire : réduire nos émissions, sur toute notre chaîne de valeur. Pour cela, nous avons trois priorités :

1 CONSOMMER MOINS ET MIEUX

Améliorer l'efficacité énergétique de nos équipements et de nos infrastructures, et augmenter la part d'électricité issue de sources renouvelables (Scopes 1 et 2).

2 RÉDUIRE NOS ÉMISSIONS AU-DELÀ DE NOS PROPRES ACTIVITÉS

Travailler avec nos fournisseurs et nos partenaires pour réduire leurs émissions et privilégier des modes de transport plus efficaces (Scope 3).

3 COMPENSER LES ÉMISSIONS QUE NOUS NE POUVONS PAS ENCORE ÉVITER

Pour les émissions résiduelles, nous nous inscrivons dans une trajectoire de long terme vers le zéro émission nette.

Afin que ces objectifs soient à la hauteur de l'enjeu climatique, **nous avons fondé notre trajectoire sur la science**. En février 2024, la *Science Based Targets initiative* (SBTi) a ainsi validé les objectifs climatiques à court terme et de zéro émission nette du Groupe iliad, sur la base de notre année de référence 2022.

A travers eux, nous nous sommes engagés à réduire :

- de 60 % nos émissions directes (Scopes 1 et 2) d'ici 2030 et 90 % d'ici 2050 ;
- de 46 % nos émissions indirectes (Scope 3) d'ici 2030 et 90 % d'ici 2050.

Pour y arriver, nous travaillons sur toute une série de **mesures de décarbonation** : moins d'énergie consommée, davantage d'électricité renouvelable, des produits conçus autrement et une flotte progressivement électrifiée…

Faire grandir le numérique, sans faire grandir son empreinte : c'est la trajectoire exigeante que nous nous sommes fixée et qui nous motive jour après jour.

Réduire la consommation de nos réseaux
Un enjeu majeur

Nos réseaux doivent accompagner l'explosion des usages numériques. Malgré ça, nous voulons qu'ils consomment le moins possible. **Améliorer leur efficacité énergétique** est donc l'un des leviers majeurs de notre trajectoire de décarbonation.

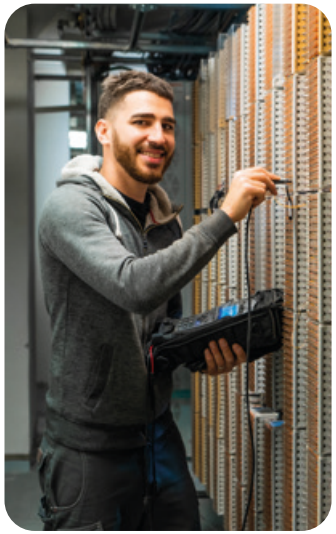
LA FIBRE, PLUS PERFORMANTE ET PLUS SOBRE

Aujourd'hui, la fibre est à la fois la technologie d'accès à Internet la plus performante et la plus sobre énergétiquement. Une connexion en fibre optique consomme **quatre fois moins d'énergie** qu'une connexion ADSL.

C'est pourquoi nous encourageons systématiquement nos abonnés éligibles à passer à la Fibre Free, sans surcoût. **En 2025, 87,6 % de nos abonnés fixes étaient déjà équipés de cette connexion.**
La fermeture progressive du réseau ADSL est aussi l'occasion d'encourager cette bascule.
Nous débranchons aussi les équipements devenus inutiles et travaillons à la miniaturisation des *Digital Subscriber Line Access Multiplexer* (DSLAM), qui relient les abonnés au réseau cuivre.

↑

87,6 %
de nos abonnés sont connectés à la Fibre Free en 2025 (82 % en 2024)



UN RÉSEAU MOBILE QUI CONSOMME MOINS

Les usages mobiles continuent de progresser. Notre enjeu est donc de **développer nos réseaux 4G et 5G/5G+ sans faire progresser leur consommation** au même rythme.

Pour cela, nous déployons **des équipements radio de dernière génération**, plus efficaces énergétiquement que les modèles antérieurs.

Nous allons aussi chercher les économies là où elles sont possibles. Depuis septembre 2021, certaines fréquences 2 600 MHz sont **mises en veille la nuit**. Ce dispositif s'étend même aux fréquences 2 100 MHz en 3G/4G et 3,5 GHz en 5G depuis fin 2022.

Enfin, nous continuons à **optimiser nos équipements**. En réduisant notamment le nombre d'émetteurs actifs simultanément (réduction MIMO), nous pouvons mettre en veille certains amplificateurs et consommer moins d'énergie.

Le meilleur réseau, pour nous, il se mesure à la fois en termes de performance et de sobriété.



Miser sur les énergies renouvelables
Pour des approvisionnements plus verts

Réduire nos émissions, c'est aussi **changer la façon dont nous nous approvisionnons en électricité**.

Dans le cadre de la stratégie du Groupe iliad, nous développons progressivement **notre approvisionnement direct en électricité renouvelable** grâce à des contrats d'achat d'électricité de long terme, les *Power Purchase Agreements* (PPA). Ils nous permettent de sécuriser une partie de nos approvisionnements et de mieux anticiper nos coûts énergétiques. Ils contribuent aussi à développer de nouvelles capacités de production renouvelable en France.

Pour le reste, nous nous appuyons sur des **garanties d'origine**. Elles couvrent l'énergie conventionnelle que nous achetons sur le marché. De quoi renforcer notre conformité réglementaire.

Nous alimenter davantage en électricité renouvelable, mieux sécuriser nos approvisionnements et savoir précisément d'où vient l'énergie que nous achetons : c'est aussi comme cela que nous préparons nos réseaux pour demain.

15%
de notre consommation électrique directe
sera produite dans le cadre des PPA à partir de 2027

NOS SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ÉLECTRIQUE



1 Parc solaire de Labrit, dans les Landes (40)
Contrat avec ENGIE | Production annuelle : 20 GWh

2 Parc solaire de Sainte-Gemme, en Charente-Maritime (17)
Contrat avec ENGIE | Production annuelle : 34,5 GWh

3 Éoliennes du parc des Limodores, en Haute-Marne (52)
Contrat avec h2air | Production annuelle : 19 GWh

4 Parc solaire situé près de Bordeaux (33)
Contrat avec arkolia | Production annuelle : 22,8 GWh

NOS PROJETS DE REFORESTATION

En plus de nos actions de réduction des émissions, nous soutenons plusieurs projets bas carbone en France.
La plantation et la protection d'arbres nous permettent de séquestrer du CO_2 et de soutenir la biodiversité, tout en favorisant des territoires plus verts et durables.

Parmi ces projets :

- **Le bois de l'Abbaye, à Grand-Pressigny (37)** dans le Centre-Val de Loire
  - 21,8 hectares
  - 5 850 tCO_2eq sur 30 ans
- **Le bois de la Croix-Verte, à Corcué-sur-Logne (44)**, dans les Pays de la Loire
  - 5 hectares
  - 1 141 tCO_2eq sur 30 ans
- **Le Bois de Saint-Clair, à Donnay (14)**, en Normandie
  - 4 hectares
  - 592 tCO_2eq sur 30 ans.
- **Les vergers de Châteauneuf, à Châteauneuf-du-Rhône (26)**, en Auvergne-Rhône-Alpes
  - 9,3 hectares
  - 396 tCO_2eq sur 20 ans

9%
de notre consommation d'énergie
couverte par des PPA en 2025 (3% en 2024)



Faire avancer la mobilité bas carbone

Une réduction de l'impact de nos déplacements



↑ **20%**
de véhicules électriques
dans notre flotte
(7% en 2024)



Les déplacements professionnels représentent une part importante de nos émissions directes. **Réduire l'impact de nos véhicules** est donc un levier essentiel de notre trajectoire climatique.

Le Groupe iliad s'est fixé un objectif clair : diminuer les émissions de sa flotte automobile dans l'ensemble de ses géographies.

En France, Free a un rôle particulièrement important à jouer : notre flotte représente à elle seule **plus de 60% des émissions directes du Groupe**.

Pour agir, nous avons d'abord fait le choix de **ne pas augmenter le nombre de véhicules**. Malgré la croissance de nos activités en Europe, la taille de notre flotte est restée stable en 2024 et en 2025.

Nous poursuivons en parallèle **son électrification à un rythme soutenu**.

Cette transition nécessite que nous installions des **bornes de recharge** sur nos principaux sites. Nous proposons aussi à nos collaborateurs des solutions de recharge à domicile, avec des bornes ou des prises renforcées.

Moins de véhicules, plus de moteurs électriques et les infrastructures pour les recharger : la transition est déjà bien engagée.

Repenser chaque kilomètre
Moins de transport et mieux

Le transport de nos équipements est indispensable à notre activité. Mais tous les modes de transport n'ont pas le même impact. **Nous privilégions donc, autant que possible, les solutions les moins émettrices**.

Les composants électroniques et les cartes de nos Freebox arrivent d'Asie en France par **voie maritime**. Un choix qui demande plus de temps et peut coûter plus cher que d'autres solutions, mais qui nous permet de réduire l'impact de leur transport. Nous avons aussi développé notre expertise pour optimiser au maximum les chargements depuis l'Asie.

Une fois que nos équipements arrivent au port du Havre, **nous privilégions autant que possible le transport par voie fluviale ou ferroviaire** jusqu'à nos entrepôts. Une barge peut transporter autant de marchandises que 120 camions ; un train autant que 50. Et quand la route reste incontournable, nous optimisons chaque trajet : camions et palettes sont chargés au maximum de leur capacité.

Nous agissons aussi en amont, en travaillant avec **des fournisseurs d'emballages situés au plus près de nos entrepôts et de nos sites de production**. Moins de kilomètres parcourus, c'est aussi moins d'émissions.

Enfin, pour livrer les Freebox à nos abonnés, nous privilégions des transporteurs qui utilisent majoritairement des véhicules à faibles émissions et **encourageons les solutions de livraison plus sobres**, comme les points relais.

Du bateau au dernier kilomètre, nous cherchons à faire parcourir à nos équipements le moins de kilomètres possible, par les modes les plus sobres.



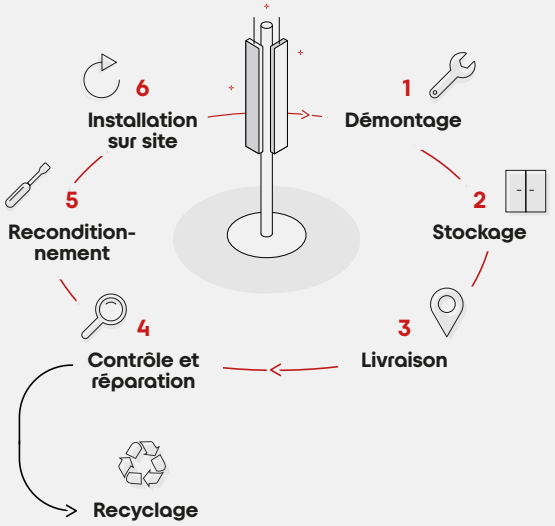


95%
des flux de transport
de Freebox depuis l'Asie par bateau

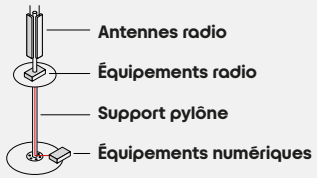
Prolonger la vie de nos équipements

Vers une diminution de la consommation des ressources

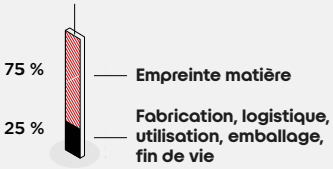
LE PROGRAMME VBF



Composition d'un site mobile



Poids carbone d'une antenne





Moderniser nos réseaux implique de **remplacer certains de nos équipements**. Mais «remplacer» ne veut pas forcément dire «jeter».

Depuis 2023, notre programme **Vérification Bon Fonctionnement (VBF)** nous permet de donner une seconde vie aux antennes retirées lors de la modernisation de notre réseau. Autrefois envoyées au recyclage et remplacées par du matériel neuf, elles sont désormais envoyées chez notre partenaire Amphenol Antenna Solutions lorsque leur état est encore bon pour être testées, mises à niveau et réparées si nécessaire.

Une fois vérifiées, **ces antennes peuvent être redéployées sur de nouveaux sites**, principalement sur des sites de moindre capacité, ou utilisées pour remplacer à l'identique des équipements en maintenance.

Résultat : moins de nouveaux équipements à produire, moins de ressources consommées et moins de déchets.

Concevoir autrement
Des Freebox à la durée de vie prolongée

La meilleure façon de réduire l'impact d'un équipement ? Le faire durer plus longtemps. Cette conviction guide la conception de nos Freebox depuis plusieurs générations.

Développées par nos équipes, nos Freebox sont suivies de leur conception à leur fabrication, en passant par leur logistique et leur utilisation. À chaque étape de leur vie, nous cherchons à **réduire leur impact environnemental et à éviter qu'elles ne deviennent obsolètes trop vite**.

Nous privilégions **des matériaux et des technologies durables**, aussi bien pour le matériel que pour les logiciels.

Nous concevons nos Freebox de manière modulaire pour **faire évoluer certains composants** sans remplacer toute la box. Une carte Wi-Fi peut ainsi être remplacée pour bénéficier des derniers standards.
De quoi faciliter la réparation et le reconditionnement.

Enfin, nous réalisons une **analyse du cycle de vie** de nos Freebox pour identifier les principaux impacts environnementaux et améliorer l'éco-conception des générations suivantes.

Bref, une Freebox qui évolue, se répare et dure plus longtemps, c'est autant de ressources économisées et d'équipements qui n'ont pas besoin d'être remplacés.

69%
de nos Freebox reconditionnées
en 2025
(60 % en 2024)









Collecter, reconditionner, réutiliser
Des mobiles qui ont plusieurs vies

L'économie circulaire permet de réduire les déchets électroniques tout en préservant les ressources. Dans cette logique, nous encourageons nos abonnés à prolonger la vie de leurs équipements, en privilégiant le réemploi et le recyclage.

Dans le cadre de son action au sein de la GSMA, association internationale représentant plus de 1000 opérateurs et constructeurs de téléphonie mobile, le Groupe iliad a pris un engagement en mai 2023 : **collecter 20 % des mobiles achetés par nos abonnés d'ici 2030 pour les reconditionner**.

Des boites de collecte pour les mobiles et les accessoires usagés sont disponibles depuis fin 2025 dans nos 267 boutiques en France. Les conseillers Free suivent une formation dédiée pour inciter les abonnées et prospects à déposer leurs téléphones usagés afin de les recycler.

Les téléphones sont collectés via notre partenaire Ecosystem et données à l'association Les Ateliers du Bocage, membres du réseau Emmaüs et partenaire de la Fondation Free.

Ceux qui peuvent encore être réparés sont reconditionnés et redistribués gratuitement. Les autres sont recyclés.

14 %
des téléphones mobiles achetés par nos abonnés collectés pour être reconditionnés en 2025 (11 % en 2024)

Une démarche qui permet aussi de favoriser l'emploi inclusif : les Ateliers du Bocage emploient notamment des personnes éloignées de l'emploi ou en situation de handicap.

Grâce au réemploi des téléphones, des particuliers ou des associations peuvent également accéder plus facilement aux nouvelles technologies.

Le reconditionné trouve aussi sa place dans nos offres. Des téléphones de ce type sont proposés avec Free Flex, notre solution de location avec option d'achat qui sépare le prix du mobile de celui de l'abonnement. A la fin du contrat les mobiles restitués sont systématiquement reconditionnés ou recyclés.

Collecter, réparer, réemployer, recycler : chaque téléphone peut avoir plusieurs vies.









Pour nos collaborateurs et collaboratrices

Nos collaborateurs et collaboratrices en bref

RÉPARTITION PAR GENRE



76 %
Hommes

24 %
Femmes

RÉPARTITION PAR STATUT

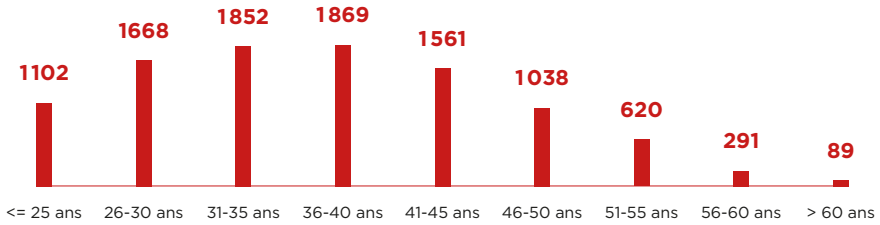


75 %
Non cadres

25 %
Cadres

RÉPARTITION PAR ÂGE

10 110
Total général



CROISSANCE DES EFFECTIFS



Faire grandir les talents Le potentiel de chacun, la force du collectif

Notre réussite repose avant tout sur les femmes et les hommes qui font vivre Free au quotidien. Depuis toujours, nous faisons le choix d'un environnement fondé sur l'autonomie, la responsabilité et la diversité des parcours.

Attirer les talents, leur permettre de progresser, garantir les mêmes chances à chacun et favoriser leur bien-être au travail : ces engagements sont au cœur de **notre capacité à innover et à avancer ensemble**.

Nos pratiques s'appuient sur des principes reconnus au niveau international, notamment le Pacte mondial des Nations unies et les conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT). **Ils se traduisent concrètement dans nos politiques et nos actions** en matière de santé et de sécurité, de développement des compétences, d'égalité, de diversité et d'inclusion, mais aussi d'éthique et de comportement responsable.

Donner à chacun les moyens de progresser, c'est aussi donner à notre entreprise les moyens d'aller plus loin.



Apprendre, évoluer, changer
Chacun son parcours

Chez Free, il n'existe pas une voie unique pour réussir. Chacun doit pouvoir apprendre, évoluer et saisir de nouvelles opportunités. Pour cela, nous misons dès le recrutement et tout au long du parcours sur le potentiel, la formation, la mobilité interne et l'accompagnement des évolutions professionnelles.

Miser sur le potentiel de chacun, on le fait dès le recrutement en repérant des profils plutôt que des diplômes pour intégrer nos équipes. C'est vrai aussi bien dans la production que pour nos réseaux, en boutique que pour l'assistance abonné. Et pour les fonctions centrales, on laisse tout ce potentiel s'exprimer avec le plus d'autonomie et de responsabilités possibles, afin que chacun puisse construire son poste à son image.

La formation commence dès l'intégration et se poursuit tout au long du parcours. Nos collaborateurs disposent d'une offre complète pour développer leurs compétences techniques, managériales et comportementales.

La mobilité interne est encouragée. Nos collaborateurs peuvent candidater à des postes en France comme dans les autres pays où le Groupe iliad est présent. Les reconversions et les parcours atypiques ont toute leur place chez Free, avec un accompagnement personnalisé et des formations adaptées.

En 2025, une démarche structurée de **gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)** a également été mise en place pour les équipes de notre service client en France.

Son objectif : anticiper les évolutions des métiers, faire évoluer les compétences et préserver l'employabilité de chacun.

L'Université Free F233 joue un rôle central dans cet accompagnement. Elle conçoit des formations sur mesure, met à disposition des outils digitaux, accompagne les démarches de validation des acquis de l'expérience (VAE) et conseille les équipes dans leur développement. Grâce à elle, en 2025, nous avons dispensé 28 heures de formation par salarié en moyenne. Un chiffre qui dépasse l'objectif de 24 heures initialement fixé.

Apprendre, changer de métier, évoluer : chez Free, les parcours ne sont jamais tout tracés.

CHANGER DE MÉTIER, C'EST POSSIBLE AVEC

PRO-PULSE
BOOSTE TA CARRIÈRE

Lancée en mars 2026, la nouvelle plateforme carrière Pro-Pulse facilite la mobilité interne de nos collaborateurs. Plus qu'un site carrière, elle offre une expérience complète pour :

- **Explorer tous les métiers de Free, des réseaux télécoms aux boutiques, en passant par l'assistance abonné ou les fonctions tech ;**
- **Construire sa trajectoire professionnelle en faisant le point sur ses envies et son parcours, s'inspirer d'expériences vécues par des collègues ;**
- **Préparer une mobilité en bénéficiant de conseils sur son CV, la présentation de son parcours professionnel, la préparation d'un entretien ;**
- **Postuler à l'une des offres mobilité interne.**



↑

98%
de nos collaborateurs
sont en CDI
en 2025
(96% en 2024)

Donner sa chance à chacun
À l'embauche comme au quotidien

Pour Free, la diversité nourrit la créativité, stimule l'innovation et enrichit notre environnement de travail. Elle fait partie de notre histoire : nos équipes rassemblent aujourd'hui **80 nationalités**, ainsi que des parcours et des expériences très variés.

Cette conviction se retrouve dans notre façon de recruter. Chaque candidat doit pouvoir être **évalué sur ses compétences et son potentiel, sans discrimination**. Nos chargés de recrutement sont formés et disposent d'un kit dédié pour les accompagner dans leurs décisions. La méthode STAR permet de structurer les entretiens autour de situations concrètes et de se concentrer sur les compétences et les qualifications des candidats.

Nous testons aussi **de nouvelles façons de recruter**, notamment avec des entretiens vidéo et sans CV dans certains points de vente en région parisienne. Et notre partenariat avec la Fondation Mozaïk nous permet d'élargir l'accès à l'emploi à des candidats issus de milieux défavorisés.



Faire tomber les barrières
Pour que chacun trouve sa place

Nous avons à cœur de permettre à chacun de travailler dans les meilleures conditions. C'est pourquoi nous menons une politique d'inclusion du handicap adaptée à la diversité de nos métiers.

Des aménagements de poste peuvent être mis en place selon les besoins, y compris à domicile pour faciliter le télétravail. Des actions de sensibilisation et de formation permettent aussi de **mieux comprendre les enjeux liés au handicap**. Chaque année, nous organisons des événements à l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, avec l'appui de nos référents handicap.

L'inclusion ne s'arrête pas au recrutement : chez Free, on cherche à la faire vivre chaque jour.

DUODAY DANS NOS BOUTIQUES

DuoDay

Une dizaine de nos boutiques ont participé au DuoDay en 2025. Pendant une journée, des personnes en situation de handicap à la recherche d'un emploi ont pu découvrir un métier et notre environnement de travail aux côtés de salariés volontaires. Une façon très concrète et chaleureuse de créer des rencontres et de faire tomber les barrières.

↑

4%

de nos collaborateurs sont en situation de handicap (3% en 2024)

Faire de la diversité notre force
À tous les niveaux de l'entreprise

Nous sommes convaincus que la diversité des profils et des parcours enrichit le collectif et contribue à notre performance. En 2025, le Groupe iliad a obtenu un index d'égalité femmes-hommes de 92/100 pour l'ensemble de ses activités en France. Un engagement que nous poursuivons à tous les niveaux de l'entreprise.

Chez Free, en 2025, les femmes représentaient 24 % des effectifs. Leur proportion atteint 46 % dans nos activités de relation abonnés et de vente au détail au 31 décembre 2025.

Nous leur garantissons qu'elles doivent pouvoir évoluer dans les mêmes conditions que les hommes. Les compétences, les responsabilités et les performances sont évaluées sur des bases équitables.

La signature d'un accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes vient renforcer cette démarche et inscrire nos actions dans la durée.

La diversité se jauge à travers les chiffres mais se construit surtout dans les pratiques.



ACCORD ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Accord égalité Femmes-Hommes

En mars 2026, nous avons signé un nouvel accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et la qualité de vie et des conditions de travail (QVCT). Il renforce les dispositifs existants et apporte de nouvelles mesures concrètes.

1 Mieux accompagner la parentalité

Pour mieux concilier vie professionnelle et vie personnelle :

- Maintien de 100 % du salaire pendant les deux premières semaines du congé supplémentaire de naissance, pour les collaborateurs ayant au moins six mois d'ancienneté ;
- Maintien de 100 % du salaire pendant le congé paternité, dans les mêmes conditions ;
- Possibilité d'aménager ses horaires le jour de la rentrée scolaire pour les parents d'enfants de moins de 12 ans, ou de moins de 18 ans en situation de handicap ;
- Proposition systématique d'un accompagnement à la reprise d'activité après un congé lié à la parentalité d'au moins trois mois.

2 Faire progresser la mixité dans les métiers techniques

Nous voulons donner envie à davantage de jeunes femmes de rejoindre nos métiers techniques.
Pour les leur faire découvrir, nos collaboratrices et collaborateurs peuvent désormais consacrer du temps de travail à des actions de mentorat auprès d'étudiantes.

3 Renforcer un environnement de travail inclusif

De nouveaux dispositifs permettent de mieux accompagner les personnes confrontées à des violences conjugales, engagées dans une transition de genre ou faisant face à certains problèmes médicaux, notamment l'endométriose.

ILIAD PRIDE : FAIRE DE L'INCLUSION UNE RÉALITÉ

iliad Pride

Créé par des collaborateurs LGBTQIA+ et ouvert à toutes et tous, iliad Pride agit pour faire du Groupe iliad un environnement sûr et inclusif.

Le réseau informe, sensibilise et accompagne nos collaborateurs sur les enjeux liés à la diversité.

En 2025, l'association a organisé **sa première conférence interne**, animée par un auteur spécialisé sur les questions LGBTQIA+, et participé à plusieurs événements entre groupes d'employés et inter-entreprises.

Ses actions ont aussi permis de **faire émerger des évolutions très concrètes**, comme la création d'une fonctionnalité permettant de renseigner son prénom dans les outils internes, pour mieux prendre en compte chacun dans son environnement de travail.

ILIAD'ELLES : FAIRE AVANCER LA MIXITÉ

iliad'elles

Ouvert à toutes et tous, iliad'elles est le réseau interne du Groupe iliad dédié à l'égalité entre les femmes et les hommes. C'est un espace pour échanger, s'entraider et surtout agir.

Ses actions s'articulent autour de trois priorités :

- **Faire progresser la représentation des femmes** dans les métiers où elles restent minoritaires.
- **Lutter contre le sexisme et les stéréotypes** de genre au travail.
- **Accompagner l'évolution professionnelle** des femmes.

En 2025, le réseau a notamment contribué au déploiement de la Fresque de l'équité, avec l'Université Free, des formations «Prise de parole en public» et «OSER».

Prendre soin de celles et ceux qui font Free
Un environnement de travail sain et stimulant

La santé, la sécurité et le bien-être de nos équipes sont essentiels pour construire un environnement de travail durable et de qualité. Nous avons donc formalisé une politique autour de trois axes.

1 SÉCURISER LE TRAVAIL AU QUOTIDIEN

Nous cherchons à prévenir les risques avant qu'ils ne surviennent. Cela passe par des équipements adaptés, des protocoles clairs et des dispositifs conformes aux meilleurs standards.

2 PRENDRE SOIN DE CHACUN

Couverture santé, accompagnement, modes de travail flexibles : nous agissons pour permettre à chacun de trouver un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, tout en améliorant continuellement nos environnements de travail.

3 DÉVELOPPER UNE CULTURE DE LA PRÉVENTION

La sécurité est l'affaire de tous. Nous formons régulièrement nos équipes aux bons réflexes, encourageons leur participation et évaluons nos pratiques pour continuer à progresser.

Une série de dispositifs sont donc proposés à nos collaboratrices et collaborateurs. Parmi eux, un service d'assistance sociale pour accompagner les difficultés de la vie quotidienne; et une ligne d'écoute psychologique gratuite, confidentielle et disponible 7 jours sur 7. Parce que prendre soin de nos équipes, c'est aussi leur donner les moyens de bien faire leur travail.



JUIN 2026 - FREE REÇOIT LE TROPHÉE DE L'ENGAGEMENT RH DE MYRHLINE, DANS LA CATÉGORIE « QVCT – RSE – IMPACT SOCIAL »

Ce prix récompense le programme conçu par nos équipes RH et qualité de vie au travail (QVT) pour accompagner les équipes en boutique confrontées à des situations de violence externe. Son objectif : prévenir, apprendre à réagir et mieux accompagner chaque collaborateur exposé à ces situations.



90%
de nos collaborateurs estiment que leurs conditions de sécurité sont bonnes (baromètre 2025)



Pour la société

Mettre le numérique au service de tous
Un objectif qui nous guide

Cela passe par **des offres généreuses à des prix justes, des investissements continus dans nos réseaux pour réduire la fracture numérique entre les territoires et des actions en faveur de l'inclusion**, notamment à travers les actions de la Fondation Free.

C'est aussi un numérique dans lequel chacun peut **avoir confiance**. Nous portons une attention particulière à l'éthique, à la protection des données et à la cybersécurité, pour protéger nos abonnés, nos collaborateurs et nos partenaires.

"Chez Free, mettre le numérique au service de tous, c'est se demander à chaque fois : **est-ce qu'on va réellement simplifier la vie des gens ?**

A l'heure où le numérique est partout, notre responsabilité, c'est d'être attentifs à ce qu'il ne laisse personne de côté et de faire en sorte que la technologie reste un outil, pas une barrière. Alors on garde bien les pieds sur terre, on écoute les usages et les besoins réels, et on ne perd jamais de vue les personnes auxquelles on s'adresse. Cette exigence guide nos choix au quotidien parce que notre priorité, ce sont nos abonnés."



Jean Rouvier,
Directeur Risque, Conformité et ESG du Groupe iliad



fondation free

"*Si le numérique a beaucoup changé en 20 ans, notre engagement, lui, reste intact.*

Chez Free, nous avons la conviction que **le numérique peut changer des vies.**

Sa fondation d'entreprise, la Fondation Free, fait en sorte que cela devienne une réalité pour un grand nombre de personnes, en particulier les jeunes."

Ombeline Bartin,
Présidente de la Fondation Free



Défendre le juste prix
Le numérique n'est pas un luxe

Pour rendre le numérique accessible au plus grand nombre, nous proposons des offres généreuses à des prix justes.

Sur le Fixe, nous avons commencé à changer la donne dès 2002 : avec la première Freebox et son offre *triple-play* - Internet, télévision et téléphonie fixe – nous avons mis ces services à disposition des Français à un prix bien inférieur à ceux pratiqués à l'époque. Aujourd'hui encore, nous continuons à enrichir nos offres, avec notamment la Freebox Ultra qui propose un large choix de contenus inclus.

Côté mobile, nous avons bousculé le marché en 2012 avec le lancement de nos forfaits mobiles à 2 € et 19,99 €. Ils n'ont pas augmenté depuis plus de dix ans et nous nous sommes engagés à maintenir leurs tarifs jusqu'en 2027. Les offres, elles, continuent d'être enrichies sans multiplier les options payantes. Les appels et SMS illimités, l'augmentation de data et l'accès à nos meilleurs réseaux sont proposés sans surcoût, avec des services comme Free mVPN ou Free TV. Et avec le forfait Free Max lancé en mars 2026, l'Internet est illimité en France métropolitaine et dans plus de 140 destinations.

Depuis toujours, nos offres sont simples, lisibles et généreuses. C'est notre façon de défendre le pouvoir d'achat des Français.





Plus de
10 ans
que nos forfaits mobiles à 2 € et 19,99 € n'ont pas augmenté

Relier les gens
Une couverture qui s'étend toujours plus





99,9%
de la population française
couverte en 4G
en 2025

L'accès au numérique ne doit pas dépendre de l'endroit où l'on vit. C'est pourquoi nous investissons depuis près de vingt ans dans nos propres réseaux fixes et mobiles, partout en France.

Depuis 2006, nous avons investi plus de **10 milliards d'euros dans le déploiement de la Fibre Free**, qui propose des débits ultra-rapides, une connexion fiable et une qualité de service adaptée aux usages numériques les plus intensifs. Fin 2025, nous avons dépassé les 40 millions de logements éligibles à la Fibre Free, soit plus de 90 % de la population française.

Sur le mobile, notre logique est la même depuis 2012. Nous avons fait le choix de construire **notre propre infrastructure réseau sur l'ensemble du territoire**. Près d'un site mobile sur deux a été déployé hors des zones très denses ces dernières années. Grâce à cela, en 2025, notre réseau couvre 99,9 % de la population en 4G et 95,1 % en 5G. Nous disposons même du premier réseau 5G de France en nombre de sites*.

Ainsi, notre ambition reste la même en ville comme dans les territoires ruraux.

** Source : Observatoire du déploiement 5G France métropolitaine de l'ARCEP du 30 mars 2026 sur la base de données au 31 décembre 2025.*

Penser responsable
Une exigence éthique partagée

Dans nos relations avec nos équipes, nos partenaires comme avec nos abonnés, nous voulons agir avec intégrité, transparence et responsabilité.

EN INTERNE

Pour cela, tous nos collaborateurs prennent connaissance de **notre code éthique et de notre code de conduite anticorruption**. Notre direction éthique des affaires veille à leur application, dans le respect de la loi Sapin 2 et des standards internationaux.

Chacun doit aussi pouvoir signaler une situation qui pose question. A cette fin, notre **dispositif d'alerte éthique** permet de le faire simplement. Il facilite les échanges entre les personnes qui signalent une situation et celles qui la traitent, grâce notamment à un chat anonyme. Ses données sont hébergées de manière sécurisée sur des serveurs situés en Europe. La hausse des signalements en 2025 (101 contre 64 en 2024) traduit la vigilance de nos équipes et leur confiance dans ce dispositif.

AVEC NOS PARTENAIRES

Notre responsabilité s'étend à nos fournisseurs et partenaires. Nous leur demandons de partager nos exigences en matière d'éthique, de droits humains et d'environnement, formalisées dans **notre Charte des relations partenaires**.

Nous veillons également à diversifier nos fournisseurs et à sécuriser les équipements critiques pour **renforcer la résilience de notre chaîne d'approvisionnement**.

Enfin, nous **évaluons régulièrement les pratiques de durabilité** de nos principaux fournisseurs pour mieux maîtriser nos impacts et faire progresser l'ensemble de notre écosystème. Nous avons d'ailleurs dépassé en 2024 et en 2025 notre objectif d'évaluation par EcoVadis de 50 % de nos dépenses auprès de nos fournisseurs.

Chez Free, la responsabilité ne se proclame pas : elle se traduit chaque jour par des règles claires, des pratiques exigeantes et des actions concrètes.

64%
des dépenses auprès de nos fournisseurs évaluées par EcoVadis en 2025

Sécuriser les usages
Un numérique de confiance

La confiance dans le numérique passe d'abord par la protection des données et la sécurité des services.

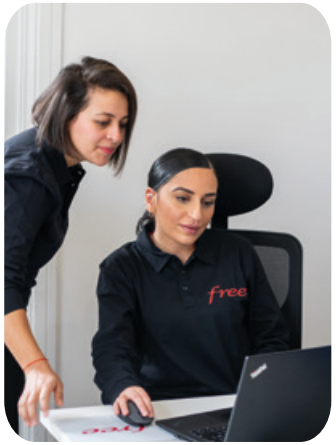
Chez Free, nous en faisons une priorité au quotidien, avec **des systèmes supervisés en permanence et des mesures de protection que nous améliorons continuellement**.

La **protection de la vie privée** fait partie de cette exigence. Nos correspondants RGPD accompagnent les équipes et chaque nouveau collaborateur est sensibilisé à la cybersécurité dès son arrivée. Notre politique de confidentialité explique clairement quelles données sont collectées, pourquoi et comment elles sont protégées.

Nous portons également une **attention particulière aux plus jeunes**. Le contrôle parental est gratuit sur toutes nos offres Fixe et Mobile pour aider les familles à protéger les enfants des contenus inappropriés et à mieux gérer leur temps d'écran.

En résumé, pour que chacun puisse profiter du numérique en toute confiance, on protège, on prévient et on accompagne.





Connecter les possibles
20 ans d'engagement

Depuis 20 ans, la Fondation Free soutient des initiatives qui utilisent le numérique pour créer des opportunités et renforcer l'égalité des chances. Aujourd'hui, sa mission s'étend aux grandes transformations technologiques, notamment à l'intelligence artificielle, pour permettre à chacun de comprendre et de s'approprier ces nouveaux usages.

Ses missions ?

FAIRE DU NUMÉRIQUE UN LEVIER D'ÉGALITÉ

La Fondation Free accompagne des associations qui utilisent le numérique pour favoriser l'inclusion sociale et professionnelle des jeunes : formation, orientation, découverte des métiers du numérique et soutien à leurs projets.

SOUTENIR LE LOGICIEL LIBRE

Fidèle à l'ADN pionnier de Free, notre Fondation défend un Internet ouvert et collaboratif. Elle soutient donc des projets open source à travers des ressources techniques, de l'hébergement et des hackathons solidaires.

FAIRE VIVRE L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Mentorat, mécénat de compétences, arrondi sur salaire ou soutien aux associations : les collaborateurs du Groupe iliad en général et de Free en particulier peuvent soutenir la Fondation Free de nombreuses façons.

METTRE L'IA AU SERVICE DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

En 2025, la Fondation Free et l'École 42 ont lancé les Piscines Discovery IA. Déjà plus de 1 000 heures de formations ont été dispensées aux jeunes engagés dans le monde associatif et aux salariés et bénévoles d'associations. L'objectif : leur donner les clés pour utiliser l'IA dans leurs missions et renforcer leur impact.

460
projets soutenus
en 20 ans

fondation 20 ans free



POUR EN SAVOIR PLUS :
WWW.FONDATION-FREE.FR

Crédits : Direction de la communication Free - Groupe Iliad - Tous droits réservés 2026
Direction artistique et maquette : Julie Beau.

