



Stratégie Globecast : *chi va piano va sanno ... e lontano ?*

■ **Chi va piano... rapport d'étonnement**

- **Enfin** ... après moult demandes de la CFE-CGC, la Direction a ENFIN présenté la stratégie Globecast en CGF (Comité Groupe France), en décembre 2015.
- **Philippe Bernard, un PDG bien prudent** ... qui s'est limité à réitérer son rapport d'étonnement, présenté lors de son arrivée (et dont **seul** le middle management avait eu copie) :
 - Qualité de service et des actifs techniques à travers le monde,
 - Expertise et bonne réactivité des équipes,
 - Portefeuille de clients premiums
 - Pas ou peu de Media Management en France, à cause d'une concurrence locale farouche,
 - Emergence de technologies comme de nouveaux entrants disruptifs entraînant des réductions de voilures pour tous les acteurs, mais soutien de la maison mère en termes de cash et Potentiel de croissance dans les marchés émergents en dépit de la stagnation des marchés à maturité.
- **Et qui agit pas à pas** ... et prévoit de présenter la stratégie Globecast d'ici 3 mois ... il lui était difficile de faire beaucoup mieux, compte tenu de sa nomination récente.
- Permettez à vos représentants CFE-CGC d'**exiger des impulsions stratégiques claires et créatrices de valeur, en votant pour eux.**

■ **...va sanno ?... Ses intentions**

Selon notre nouveau PDG, tous les marchés B-to-B se construisent autour de 3 piliers (sur lesquels il entend d'ailleurs imprimer sa marque)

1 - Ventas

« Grâce » à la dernière réorganisation, de nombreux cadres de haut niveau ont quitté l'entreprise et se retrouvent donc potentiellement en position de concurrencer frontalement Globecast ... merci qui ??? Merci notre désormais retraité – mais non regretté - Olivier Barberot ...

- **Stratégie commerciale de Philippe Bernard :**
 - Global Account Managers et Parts variables incitatives. La CFE-CGC s'en félicite, puisqu'il s'agit d'une de ses revendications, mais s'interroge sur le « casting », au vivier bien mince depuis la réorganisation catastrophique de l'ancien PDG.

- « meilleure proactivité commerciale sur les nouveaux services et nouveaux territoires » ... Pourtant, les payplans actuels demeurent trop peu incitatifs au développement... A la demande de la CFE-CGC, Philippe Bernard s'est donc engagé à se pencher personnellement sur la finalisation des payplans de 2016, afin qu'ils intègrent « une ambition sur le développement du new business ». Le doute est permis à en juger par les premiers éléments du payplan 2016 remontés par certains d'entre vous...

La CFE-CGC continue de revendiquer plus de transparence dans la détermination du cadre et du montant des parts variables, et souhaite être associée aux réflexions en la matière **en amont** de leur mise en œuvre.

2 - Solutions

- **Philippe Bernard mise sur :**
 - l'innovation sur le cœur de métier, qui demeure la diffusion de signaux et le remplissage de capacités satellite
 - le développement du Media Management
 - la recherche de relais de croissance
- **Ses ambitions :**
 - devenir le Numéro 1 d dans la distribution internationale de contenu audiovisuel dans le monde,
 - en promettant d'accompagner nos clients grâce à des solutions innovantes et fiables

Point de vue de la CFE-CGC

- Innovation, ok ... mais **comment** (avec les Cercles de l'Innovation, largement en échec), **avec qui** (internalisée ou ré-externalisée chez Obifive) et **avec quoi** ???

3 - Opérations

- **Pour notre nouvelle Direction les enjeux sont :**
 - Virtualiser nos services
 - Réaliser de substantielles économies d'échelle
 - Rationnaliser nos infrastructures techniques. Pour Philippe Bernard, nous ne pouvons pas continuer à rajouter une baie à chaque nouveau client, notamment en matière de Media Management
 - Développer l'IP

- Réfléchir aux Content Delivery Networks, sans que plus de précisions ne soient fournies
- PAQ (Plan d'assurance Qualité)
- PQSC (Plan Qualité Service Client)

- **Avec ou sans réorganisation ?**

Notre nouveau PDG reconnaît qu'il y a eu deux réorganisations successives, ayant « comme fondamental de mettre en cohérence les régions »...

Réponse dans 3 mois, avec la présentation du schéma directeur concomitamment au plan stratégique.

■ ...e lontan ? Globecast aura-t-il les moyens de ses ambitions sans le soutien de l'actionnaire ?

- **Quelle stratégie défensive**, face aux offensives et prédatons de Patrick Drahi (Altice/ SFR Numéricable) ? ... « si Globecast a un vrai savoir-faire pour le groupe, il est dorénavant plus intéressant de se positionner sur les attentes des telcos autour de la vidéo dans le monde entier, plutôt que de nous limiter à porter la controffensive vers Altice, dont la stratégie constitue un « mouvement tectonique dépassant le cadre de Globecast. ».
- **Notre analyse CFE-CGC** : Les échecs cuisants des récentes tentatives de synergies avec le groupe, notamment sur l'Euro 2016, nous poussent à revendiquer une véritable démarche de lobbying au sein du groupe, pour augmenter les 10% de CA qu'il pèse, et substituer ainsi au recours à la recapitalisation la fourniture de prestations de services dans nos cœurs de métiers, comme cela fut le cas à plusieurs reprises par le passé (Annecy 2018, Vifs de Stéphane Richard, Cannes TV Festival, Orange Warsaw Festival 2014...).
- **Quelle couleur ? Globecast ou Orange ?** Plusieurs salariés s'interrogent sur la solidité de l'appartenance de Globecast au groupe Orange et s'il ne serait pas pertinent d'adresser le marché sous les couleurs de la maison mère.

Pour Béatrice de Lagrevol, la marque Globecast est un actif fort, qu'il convient de conserver.

Pour Philippe Bernard, dans la mesure où il est possible que nos actions nous amènent à démarcher des concurrents d'Orange, il est fondamental de conserver notre marque, même si cette marque ne nous protège pas d'une cession.

- **Virage financier**

Notre nouveau PDG tranche avec le précédent, Olivier Barberot :

- Philippe Bernard souhaite des marges de manœuvre économiques pour investir
- Olivier Barberot a laissé Nétia sombrer puis couler. Nétia pèse pour la moitié de la perte de Free Cash Flow du groupe Globecast et une part significative de ses 46 M€ de dettes. (On remarquera que la dette s'est creusée de 31 M€ depuis 2012, c'est-à-dire sous la présidence d'Olivier Barberot).

La dette importante, la baisse continue du chiffre d'affaires depuis deux ans, l'érosion de la marge commerciale obèrent les développements des activités à forte valeur ajoutée nécessitant des ressources humaines ... qui ne sont pas mobilisables autrement que dans le cadre contraint d'Orange ! Du coup, on se retrouve par exemple avec moins d'ingénieurs Technico-Commerciaux sur un périmètre d'activité plus large, en dépit de l'analyse de Philippe Bernard qui considère la mutualisation des ressources d'avant-vente entre toutes les régions comme une planche de salut, de notre point de vue totalement insuffisante !

- **Mais comment ?** Pour retrouver des marges de manœuvre, il ne reste donc plus qu'à vendre les bijoux de famille, comme Satlink, aussitôt consolidé par notre concurrent historique RRSat, sans que cela ne semble émouvoir notre nouvelle Direction ...

Nos combats CFE-CGC

- **Légaliser les D Bis, aujourd'hui illégaux chez Globecast** : il n'existe aucun accord d'entreprise instituant un groupe d'emplois cadre de niveau D Bis au sein de Globecast France, lequel accord aurait pourtant dû être conclu avant le 1er Janvier 2007 : mais que font vos représentants ?
- **Application réelle et sincère du nouvel accord intergénérationnel Groupe / TPS / GPEC** : embauche des seniors, accompagnement des fins de carrières, recrutement et accueil des jeunes. Votre représentant CFE-CGC Globecast a participé à la négociation.
- **Des Activités Sociales et Culturelles adaptées, justes et transparentes** : Combien pourriez-vous percevoir avec le « Tableau magique » de la CFE-CGC ?
- **Vigilance sur la stratégie Globecast, suite à l'arrivée de Philippe Bernard** : suivi de la présentation de l'ébauche de stratégie Globecast au Comité Groupe France

Employés, maîtrises et cadres, toutes vos infos sur www.cfecgc-orange.org

En savoir +

- les valeurs défendues par la CFE-CGC : bit.ly/livretCFE-CGC
- les actions menées ces trois dernières années par la CFE-CGC au sein du Groupe Orange : bit.ly/Journal2014.

Retrouver vos infos dédiées

<http://www.cfecgc-orange.org/Globecast/>

Version électronique avec liens actifs

www.cfecgc-orange.org/tracts-et-publications/

Vous abonner gratuitement à nos publications

bit.ly/abtCFE-CGC

Nous suivre



facebook.com/cfecgc.orange



twitter.com/CFECGCOrange

