

## Analyses de La commission Economie et évolution de marché sur le rapport d'activité du T2 2015 Orange France Siège.

La commission Economie et évolution de marché déplore que le dossier concernant l'activité du deuxième trimestre lui ait été remis si tardivement lors du mois de septembre. Elle déplore aussi que la direction ne vérifie pas les documents qu'elle a envoyés.

Lors de la présentation du rapport d'activité du T1, la commission avait attiré l'attention des membres du CE sur l'absence de KPI mesurant la réussite du plan stratégique Essentiels2020 et de KPI mesurant strictement l'activité du siège d'Orange France. Nous regrettons de ne pas avoir encore été convoqués par la direction pour travailler sur l'élaboration d'un document optimisé et sur ces KPI. De plus, le rapport du T2 ne comprend pas les mêmes éléments que le rapport du T1.

Plutôt que d'avoir le détail de toutes les offres commerciales de nos concurrents, nous souhaiterions plutôt avoir une analyse sur leur stratégie de fond et comment Orange y répond. De plus, la vision marché est répartie dans des sous-catégories qui nous semblent arbitraire. Pour nous, il n'y a pas de différences entre la stratégie commerciale et la relation client : c'est un tout. Mais Orange regarde ça sous 2 angles différents parce que c'est son organisation. Il ne nous semble pas que ce soit la vision des clients.

La commission avait demandé un glossaire des acronymes. Il n'a pas été fourni sauf pour la partie entreprise.

Sur la partie résultat, nous constatons qu'Orange France a su profiter des difficultés conjoncturelles de certains de nos concurrents. Nous notons quand même que, malgré les discours sur la défense de l'Arpu grâce à la 4G, malgré les discours de Stéphane Richard sur l'état du marché, l'ARPU des mobiles Orange baisse. Malgré la Fibre, nous voyons que Bouygues profite mieux que nous des ventes nettes. Nous constatons que notre ARPU baisse.

Il nous semblait que la stratégie d'Orange était de ne pas laisser la valeur baisser : ce n'est pas ce que les chiffres montrent.

La page 41 n'est pas accessible sans explication. Il nous est impossible d'interpréter si les résultats présentés sont positifs ou négatifs.

Nous souhaitons avoir le suivi des parcs globaux, en particulier, les parcs sosh et open.

Nous regrettons la faiblesse et la baisse des contacts proactifs. Comment garder les clients si nous ne les contactons jamais ??

L'entreprise a mis au cœur de la stratégie des Essentiels2020 l'expérience client incomparable. L'analyse des CNPS montre qu'Orange France pratique l'expérience incomparable en négatif : le pourcentage de clients insatisfaits reste très élevé et donc inquiétant, sauf pour la fibre.

Le comité d'établissement souhaite avoir la vision des plans d'amélioration.  
Nous regrettons l'absence de chiffres sur les offres Home-live, sur les contenus et en rapport avec les nouveaux territoires de business.  
Le Comité d'établissement demande à être éclairé sur la stratégie TV et contenu.  
La commission souhaite comprendre pourquoi contrairement à la concurrence, alors que techniquement OCS le fait, il n'est pas possible de regarder de la VOD sans connexion. Il n'y a pas que le streaming dans la vie.

Le Rapport Trim. d'Activité T2 2015 d'OFS ne comprends **aucune** donnée économique sur DNU ... Ce qui pourtant n'était pas le cas du Rapport Trim. d'Activité T1 2015 d'OFS ! En effet, la page 41 de ce rapport T1, présenté au CE de juin détaille l'évolution du CA de DNU. Mais ce n'est plus le cas au T2, envolé du Rapport Trim. d'Activité d'OFS. L'activité a changée ?  
Il est donc impossible de faire la comparaison du Bilan DNU avec le Rapport Trim. d'Activité.

Est-ce que les données DNU seront de retour pour le Rapport Trim. d'Activité T3 2015 ? Grand suspens !! On dirait une série TV Mr BOMBRUN ... une référence aux scénaristes de Canal+ ?

Nous souhaitons aussi qu'Orange France détaille sa stratégie sur le Big Data. Nous n'en voyons pas les effets dans la gestion de nos clients ou de nos prospects.

Nous demandons à avoir, dans le rapport, les éléments économiques concernant la communication qui est une activité portée presque exclusivement par Orange France Siège. De même, nous demandons à avoir une vision de la sous-traitance, en particulier pour les plateaux de la relation client, qui est pilotée aussi Orange France.

Nous attendons avec impatience la mise en place du groupe de travail pour l'amélioration de ce rapport.

Nous rappelons que le CE est une instance économique. Même si Orange France Siège est un établissement, nous demandons plus de transparence sur les aspects économiques des différentes directions.

Laurence DALBOUSSIÈRE  
Présidente de la commission Economie et évolution de marché