



l'essentiel du CCUES

Ordre du jour
18 janvier
2016

Notre déclaration préalable : stop au Orange bashing	1
Relation client du marché Grand Public.....	2
Point fonctionnement du CCUES.....	4

la CFE-CGC vous présente ses meilleurs voeux



Notre déclaration préalable : stop au Orange bashing

Puisque nous sommes à l'heure des vœux, la CGE-CGC fait celui que cesse le bashing ambiant contre notre entreprise illustré par un certain inventeur de l'Internet qui insulte directement nos collègues fonctionnaires au seul prétexte qu'ils le seraient, et par l'Arcep qui veut imposer de nouvelles contraintes à Orange sur la Fibre.

S'agissant de ce dernier, ses erreurs d'analyse, ses prises de position outrancières et son idéologie de la concurrence remettent singulièrement en cause l'objectivité du « régulateur ».

Les mesures envisagées pourraient conduire à une délocalisation des investissements d'Orange, au détriment de la croissance et des emplois en France, et tout concourt à penser qu'il ne s'agit pas d'améliorer la couverture fibre du territoire, mais de « punir » Orange, dont le défaut majeur est, une fois encore, d'être issu d'un ancien monopole... qui n'existe plus depuis 20 ans.

Certes, les concurrents d'Orange se plaignent régulièrement (pour justifier leurs retards d'investissements ?) que le leader du marché leur bloque la route. C'est de bonne guerre. Mais est-ce professionnel pour le régulateur du marché de se rallier sans nuance à ces critiques alors qu'en réalité, il sait qu'Orange respecte scrupuleusement la réglementation française ?

Depuis 2011, le régulateur français a imposé un modèle de concurrence par les infrastructures, qui a été accepté par tous les acteurs... Est-ce au beau milieu de la course qu'on peut changer les règles, uniquement parce qu'un compétiteur a pris la tête du peloton ?

Faut-il rappeler au régulateur, qui en publie pourtant les chiffres chaque trimestre, que la concurrence forcenée sur le marché français par l'introduction d'un 4ème opérateur mobile a conduit non seulement à la destruction des marges, mais aussi du chiffre d'affaires global sur le marché des télécommunications françaises ? Alors que dans le même temps, les volumes de trafic et la qualité des services offerts n'ont cessé d'augmenter. Parce que pour le moment, les acteurs ont joué le jeu, et ont poursuivi leurs investissements.

Les investissements d'Orange créent de la croissance et de l'emploi : 1 milliard d'euros investi dans la fibre, c'est plus de 0,1% de croissance supplémentaire pour notre pays, et l'opportunité de créer les emplois dont nous avons tant besoin... alors que la concurrence en a tellement détruit (55 000 pour la seule introduction du 4ème opérateur mobile). Le gouvernement devrait s'en souvenir, et le rappeler à l'Arcep, avec laquelle il partage l'obligation de développer conjointement les investissements et l'emploi dans les télécommunications françaises.

Pénaliser le 1er de la classe n'est certainement pas dans l'intérêt de la France.

► [voir notre communiqué de presse](#)

Relation client du marché Grand Public

✓ Information à date (document confidentiel)

Contexte, enjeux et ambitions

Réinventer la relation client : un des leviers d'actions du plan Essentiels 2020

Objectif pour 2018

- faire progresser la satisfaction globale des clients (diminuer par deux le nombre d'insatisfaits),
- entre fin 2014 et 2018, réduire de près de 40% le nombre d'interactions en services clients et en boutiques propriétaires en éliminant les contacts liés à la non-qualité et en faisant croître la part du digital
- Renforcer notre leadership sur le marché, et ainsi augmenter notre chiffre d'affaire, tout en réduisant nos coûts.

→ Pour y parvenir, favoriser une forte collaboration entre les Directions Orange, leurs unités opérationnelles et les Directions Nationales afin d'identifier et éliminer les freins qui sollicitent trop d'énergie des clients et des personnels.

Les priorités clients :

Les clients attendent que la relation avec leur opérateur se passe avec efficacité, au moindre effort pour eux, ce qui signifie prioritairement « je peux le faire par moi-même, en toute autonomie, de manière simple et intuitive ». S'ils ne peuvent ou ne souhaitent pas le faire par eux même, ils attendent d'Orange joignabilité, disponibilité et efficacité dans la résolution immédiate de leur souci et un suivi facile.

3 moments particulièrement critiques pour les clients : lorsque leur service ne fonctionne pas, ou moins bien qu'à l'accoutumée, lorsqu'ils changent d'offre, d'équipement, ou de réseau, et lorsqu'ils font face à une mauvaise surprise, non anticipée.

Ces priorités clients ont été concrétisées dans les priorités d'actions Orange, structurées en Programmes :

- «tout faire avec son Smartphone ». En 2018, le mobile sera le premier point de contact entre Orange et ses clients.
- «toujours connecté » : les interruptions de service devant être vécues « le moins mal et le moins souvent possible » : anticiper davantage, mieux diagnostiquer, apporter des solutions rapides, en donnant toujours de la visibilité et des explications compréhensibles.

- «offres simples et intuitives » : offres repensées avec des clés d'entrée intuitives, centrées sur les usages des clients ; parcours achat amélioré en éliminant toutes les causes d'imprévus vus de nos clients en s'assurant du traitement de bout en bout de la demande d'achat ; mise en œuvre de l'accompagnement nécessaire aux clients pour la prise en main de tout nouvel équipement.
- «prise en charge de façon exemplaire quelle que soit la demande » : schéma de prise en charge des clients repensé, pour assurer une homogénéité sur tous les points de contact Orange (internes ou externes), et permettre une prise en charge des demandes clients complète et du premier coup.

En réponse à ces priorités clients, mise en œuvre des leviers d'efficacité opérationnelle pour :

- améliorer la satisfaction, donc réduire le taux de résiliation,
- proposer en digital / autonomie les parcours souhaités par les clients,
- traiter en une seule fois chaque demande client,
- réduire les interactions liées à la non-qualité.

L'accélération de la Relation Client digitale : « tout faire sur son Smartphone »

Axes de développement et hypothèses 2017 : prolonger l'effort d'accélération des actions en faveur de la digitalisation, avec quatre axes essentiels de développement, en particulier sur le Smartphone à travers Orange et Moi :

- développement de nouveaux parcours et de nouvelles fonctionnalités,
- amélioration de l'ergonomie et de l'accessibilité aux espaces digitaux,
- développement de la notoriété des services digitaux, auprès de nos clients et auprès des salariés,
- mise en place de leviers d'incitation au développement des usages du digital.

Éradication de la non qualité :

- simplification des offres ;
- solutions techniques ;
- Améliorations du Système d'Information des positions de travail des Conseillers Clients en Service Client et en boutique.

La prise en charge exemplaire dans les canaux humains

Vue des clients, la « prise en charge exemplaire » doit permettre d'offrir :

- un contact chaleureux, personnalisé et efficace,
- une réponse ou une solution complète quelle que soit sa demande,
- un accompagnement pour lui permettre de développer son autonomie dans le futur grâce au digital.

Le programme « Prise en charge exemplaire », conduit avec toutes les unités de Relation Client (UAT, SCO et AD), inclut également les Unités d'Intervention et le digital. Les partenaires externes sont aussi parties prenantes au Programme.

- Autonomie du front et appui à chaud (intervention en temps réel d'un conseiller du back office) en services clients et en boutiques
- Prise en charge à froid en services clients et en boutiques, pour les cas les plus complexes.
- Le digital en services clients et en boutiques : accès aux conseillers en boutique depuis leur position de travail à l'espace client utilisé par les clients
- La parole du client en services clients et en boutiques
- Accompagnement des salariés et développement des compétences

Premium : une relation client différenciée pour les clients à forte valeur

L'objectif du programme Premium vise à fidéliser par l'expérience client et par des offres spécifiques un segment de clients grand public à haute valeur pour Orange et ayant un niveau d'exigence élevé :

- Un accueil prioritaire et différencié en services clients et en boutiques
- Un service 24h garanti renforcé : prêt d'un mobile en cas de perte, vol de mobile même si le client est à l'étranger ; en cas de panne internet, une intervention d'un technicien à domicile gratuite en cas de besoin pour échanger et installer la box défectueuse
- Un rendez-vous conseil par an pour s'assurer que les clients Premium profitent des services les plus adaptés à leurs besoins et des technologies les plus performantes.
- Une newsletter mensuelle pour retrouver l'essentiel des nouveautés, des « trucs et astuces » pour optimiser l'utilisation des services Orange.
- Les clients Premium profiteront par ailleurs des dernières offres et des équipements les plus performants, dont le lancement en avant-première des derniers iPhone, Samsung, ou Livebox.

Les moyens humains

La baisse des effectifs internes, à un rythme inférieur à celui des interactions client permet le recentrage des conseillers sur la prise en charge et sur le conseil.

« Les transformations engagées pour éradiquer les irritants clients doivent favoriser un climat apaisé d'échanges et l'installation d'une relation de confiance entre les clients et les conseillers. Parallèlement, le développement de la Relation Client digitale en particulier sur les actes simples implique que les Conseillers Clients Orange, de moins en moins sollicités pour des actes à faible valeur ajoutée, pourront ainsi se recentrer sur la prise en charge et au conseil lors des instants essentiels pour les clients ».

Analyse de la CFE-CGC

Ce dossier en simple information est la réponse apportée par la direction à la résolution votée à l'unanimité lors de la séance du CCUES du 19 Octobre dernier :

« Constatant la mise en œuvre de réorganisations dans les services client en métropole et dans les DOM, les élus demandent le passage en Information-Consultation d'un dossier concernant ces réorganisations incluant test, pilote et généralisation, dans un délai le plus court possible. »

S'agissant du délai, force est de constater que la Direction a su correctement répondre, mais pour le reste, on en est loin !

Tout d'abord, si nos attentes portaient sur les mises en œuvre de réorganisations dans les services clients, il faut atteindre la page 12 (sur les 34 du document) pour que le sujet commence à être abordé et que l'on nous annonce fort laconiquement une présentation en CCUES au cours du 1er semestre 2017 des projets d'évolution en UAT, au 118 712 !

Les organisations syndicales avaient donc vu juste lorsqu'elles craignaient des mouvements d'ampleur au sein de nos services clients mais il faudra attendre encore un peu pour en savoir plus.

Ensuite, si les pages 21 et 22 énumèrent bien toute une liste d'actions mises en œuvre sur 2016, autonomie du front, SDC (Suivi Diagnostic Client), ECL (En Cours de Livraison), GT mixtes (Groupes de Traitement mixtes), ... point de retour d'expérience et point de bilan des pilotes expérimentés !

Enfin, et après un retour sur les AD d'une dizaine de pages, il faut attendre la page 30 pour revenir au sujet du Service Client et y lire une baisse attendue d'interactions de près de 20% (versus moins de 4% en 2016) à mettre en regard d'une baisse attendue des effectifs CDI de moins de 12%... sans qu'aucun plan d'action ne soit esquissé.

En bref, on comprend que la Direction a fait sienne la définition du philosophe Jean Baudrillard selon lequel « l'information peut tout nous dire, à toutes les réponses, mais ce sont des réponses à des questions qui ne sont pas posées ! »

La CFE-CGC regrette le peu de cas fait par la Direction de la demande des élus du CCUES sur ce sujet ô combien anxiogène pour nos collègues et renouvelle son souhait d'une information-consultation telle que déjà exprimé le 19 Octobre dernier.

► [notre intervention intégrale](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES janvier 2017 : [relation client grand public](#)

Point fonctionnement du CCUES

✓ Résolutions soumises au vote

Rétrocessions Fonctionnement

Pour permettre au CCUES d'assurer l'exécution du budget de fonctionnement Activités Économiques et Politiques 2017, [...] le CCUES demande aux Comités d'Établissement le versement à titre provisionnel d'une partie de leur subvention de fonctionnement selon des pourcentages de rétrocession différenciés en fonction du montant de la subvention totale perçue des entreprises de l'UES. [...]

Budget de fonctionnement prévisionnel 2017

Les élus du CCUES, adoptent le budget de fonctionnement prévisionnel 2017 tel que présenté par le Bureau et mandatent celui-ci pour engager les dépenses prévues dans ce cadre.

Budget prévisionnel ASC 2017

Conformément à l'Accord de gestion signé par les Organisations Syndicales le 2 juillet 2012, les élus du CCUES adoptent le budget prévisionnel ASC 2017 et mandatent le Bureau du CCUES pour engager les dépenses prévues dans ce cadre.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC ne remet aucunement en cause le principe de versement d'une part du budget fonctionnement du CE au budget AEP du CCUES qui est de droit.

Néanmoins, nous considérons que la résolution mise aux votes en séance n'est pas respectueuse des prérogatives des CE et que les taux de reversement demandés aux CE, tel celui de SCE par exemple ne sont pas conformes aux jugements du tribunal de Bobigny du 18 février 2016 et de la cour d'appel du 17 novembre 2016 (CCUES/CE SCE) qui fixaient ce taux à 7,5% pour l'année 2017, et non à 11%. De plus, les élus CFE-CGC attendent toujours une présentation rigoureuse et détaillée des dépenses et versements du CCUES pour juger de leur bonne et juste destination. Nous rappelons que le bilan fourni par le CCUES est d'une remarquable indigence au regard des sommes dépensées...

Dans ces conditions, les élus CFE-CGC ne peuvent pas voter pour une résolution qui ne respecte pas l'avis des juges des tribunaux de la république, ni les deux autres résolutions qui en découlent.

► [voir nos écrits sur notre site](#)

Vote des élus

Pour : CFDT, CFTC (sauf pour les rétrocessions où elle s'est abstenue), CGT, FO, SUD

Contre : CFE-CGC

Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES janvier 2017 : [résolutions](#)

Vos
représentants
CFE-CGC
Orange
au CCUES

Élus

- Georges Beauvais (SCE)
- Maxence d'Eprenesnil (IMTW)
- Noël Fayeaux (DO Centre Est)
- Franck Legras (DO Ile de France)
- Frédérique Limido - Milesi (FS&F)
- Franca Lostys (Orange France Siège)
- Eric Picot (DO Normandie Centre)
- Christian Simon (DTSI)

Représentant syndical

- Philippe Vidal

Commissions CCUES

- ASC : Nadine Barthélémy & Franca Lostys
- DOM : Jérôme Goulard
- Economique : Noël Fayeaux
- Égalité pro : Véronique Garnier
- Emploi formation : Maxence d'Eprenesnil
- Entreprise : Franck Legras
- Handicap : Eric Picot
- Logement : Sébastien Méry
- Marchés : Eric Picot (Président)
- Orange France : Amaud Chaumeil & Kathleen Beaudé
- R&D : David Couchon
- RSI : Jean Pierre Testi
- Vente, Marketing & Services : Catherine Juncarol

Les documents présentés par la Direction et mis à votre disposition dans le cadre de ce compte-rendu sont **strictement confidentiels et placés sous votre responsabilité**. Les adhérents et représentants de la CFE-CGC Orange peuvent y accéder après identification dans Alfresco.

SOS Alfresco

- J'ai perdu mon mot de passe : webmaster@cfecgc-orange.org
- J'ai besoin d'une formation : yvesalexandre.julien@orange.com
- Je souhaite ouvrir un site de partage : helene.marcy@orange.com



Un syndicat pour qui je compte et sur lequel je peux compter.



Retrouvez nous sur www.cfecgc-orange.org/ccues/

CFE-CGC Orange - 12, rue Saint Amand – 75015 Paris Cedex 15