

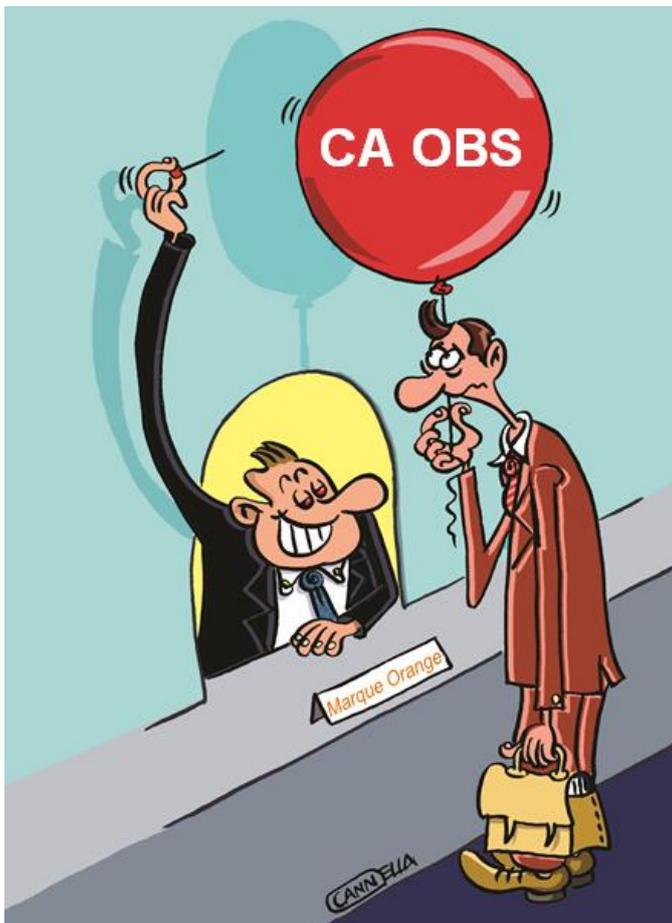
# Histoires d'OBS : épisode 1

## Orange Business Services plombée par le coût de la marque

La CFE-CGC a écrit à la Direction de la Communication et de la Marque ORANGE, afin d'interpeller sur le poids des charges imputées et facturées aux différentes entités d'Orange Business Services (OBS) au titre de la licence de marque. Ces charges représentent 1,6 % du chiffre d'affaires d'OBS, une somme énorme au regard de nos analyses sur les apports de la marque pour cette entité.

### ■ Le retour de la dîme ou la gabelle ?

La licence de marque censée faire « bénéficier » les entités du Groupe de la communication réalisée sur la marque ORANGE s'avère inadaptée aux besoins d'Orange Business Services. Une « taxe » qui plombe le CA... et vos bulletins de paie !



### ■ 1,6% du CA d'Orange Business Services

C'est ce que nous coûtent actuellement les charges facturées à OBS au titre de la licence de marque. Nos activités de services s'exercent dans un environnement

fortement concurrentiel, où nos concurrents, tels Atos ou Cap Gemini, n'ont pas à subir ce type de prélèvement. La marge réalisée sur les activités de services aux entreprises est en outre beaucoup plus faible que sur les activités d'opérateur grand public.

### ■ Une marque Grand Public avant tout...

Il est vrai que la marque Orange, reconnue et appréciée, est un formidable vecteur d'image. Mais le retour sur investissement n'est pas le même pour les entités s'adressant au grand public et celles œuvrant sur le marché des entreprises :

- Le « rajeunissement » ou "revamping" du carré Orange, fort onéreux, a été sans intérêt pour les activités d'Orange Business Services, pour lesquelles un seul « univers » proposé dans le kit de communication, celui développant le thème « travail », peut être utilisé. Pourtant, tous les sites web OBS ont dû être mis aux nouvelles couleurs de la charte, ce qui a inutilement pesé sur les budgets d'Orange Business Services.
- Orange Business Services a été contraint de dupliquer, dans leur totalité, les structures de communication liées à la marque, des goodies aux réseaux sociaux, sans aucune réflexion conjointe sur le bien-fondé de cette communication dans le contexte du marché des entreprises. Normal, les services centralisés de la marque ne connaissent tout simplement pas ce marché !

### ■ ...financée par OBS là où la marque est absente du marché Grand Public

Orange Business Services, présent dans le monde entier, est tenu de financer une marque qui communique exclusivement dans les pays où Orange est opérateur grand public, soit les 28 pays mentionnés sur le site web

institutionnel ou les documents de présentation officiels. On peut donc s'interroger sur le fait qu'Orange Business Services assure par son activité commerciale - et ses budgets propres - la présence de la marque Orange dans de nombreux pays où Orange est absent sur le segment grand public... sans être rétribué pour cela !

■ Une perte sèche pour OBS, et une manne ponctionnée sur le dos des salariés... qui s'entendent répéter en boucle que nos charges sont trop élevées

Dans certaines filiales d'Orange Business Services, sur la base d'un salaire horaire identique à celui de la maison mère, le nombre de RTT est inférieur de 10 jours par an, pour gagner 1,5% de marge, immédiatement ponctionné

par la licence de marque. En clair, on demande à nos salariés de travailler plus, non pour améliorer notre efficacité commerciale mais pour rendre l'intégralité des gains ainsi effectués à la marque Orange.

Malgré cela, les salaires que nous proposons sont, en moyenne, très inférieurs à ceux offerts par la concurrence, qui débauche donc nos meilleurs éléments, au détriment de notre efficacité globale tandis que nos salariés ont le sentiment que leur travail n'est pas reconnu à sa juste valeur.

**La CFE CGC demande l'arrêt de ces coûts injustifiés.**

Retrouvez le fac similaire de [notre courrier](#) sur notre site.

Découvrez très prochainement l'épisode n° 2 de « Histoires d'OBS » : Les défis de la complexité organisée

## La CFE-CGC revendique

- ➔ **L'arrêt de la « dîme ORANGE » et la fin de prélèvements** qui n'ont aucune légitimité pour Orange Business Services et ses Filiales
- ➔ Une étude sur **les coûts non productifs** imposés par le Groupe et **leur impact sur le C.A.** de Orange Business Services et ses Filiales
- ➔ Une **redistribution** des gains vers **les salariés qui génèrent de la valeur ajoutée**

**Vous voulez en savoir plus ? Vous voulez nous aider ?**

**N'hésitez pas à nous contacter.**

Vous voulez défendre vos collègues ?  
Vous rêvez d'infléchir la politique de l'entreprise ?  
Vous voulez améliorer la vie des salariés de OBS ?

**Employés, maîtrises et cadres, devenez acteur du changement !**

**Soyez candidat pour être Délégué du Personnel :**

**Toutes les informations sur le site [SCE / CFE-CGC](http://bit.ly/2pEkqkq) : <http://bit.ly/2pEkqkq>**

**Employés, maîtrises et cadres, toutes vos infos sur [www.cfecgc-orange.org](http://www.cfecgc-orange.org)**

### **Vos correspondants CFE-CGC**

Arnaud RESILLOT – 06 30 52 22 96  
Thierry CHATELIER – 06 70 20 76 89  
Isabelle DURANT – 06 37 00 50 82  
Patrice SEURIN – 06 86 48 06 96  
Mostafa CHIRANE - 06 63 41 91 22

**Tous vos contacts CFE-CGC  
dans l'annuaire du syndicat**  
[bit.ly/annuaireCFECCG](http://bit.ly/annuaireCFECCG)

### **Version électronique avec liens actifs**

[www.cfecgc-orange.org/tracts-et-publications/](http://www.cfecgc-orange.org/tracts-et-publications/)

### **Vous abonner gratuitement à nos publications**

[bit.ly/abtCFE-CGC](http://bit.ly/abtCFE-CGC)

### **Nous suivre**

 [facebook.com/cfecgc.orange](https://facebook.com/cfecgc.orange)

 [twitter.com/CFECCGOrange](https://twitter.com/CFECCGOrange)

