



Sommaire

Stratégie de l'entreprise ; questions du CSEC au CA sur cette stratégie.....	1
Projet d'évolution de la Carte Multiservices (CMS).....	3
Evolution du modèle ventes ProPME.....	3
Evolution du modèle de Service Clients Grand Public.....	4

En préambule :

Les élus CFE-CGC Orange ont présenté leurs meilleurs Vœux pour cette nouvelle année, avec l'espoir qu'elle passera en mode déconfiné et qu'Orange redevenue une entreprise Humaine et pas seulement Digitale.

Les élus ont souhaité alerter la Direction sur trois points :

- Un point local mais d'importance sur le mécontentement des clients de la vallée de la Roya et du délai de rétablissement, les équipes sous-traitantes semblant être en difficulté pour rétablir le réseau dans les meilleurs délais,
- Côté SCE, un problème de calendrier entre les entretiens pour « My job » et la PVM du mois de mars,
- Et une demande d'information consultation au niveau du CSEC et des CSEE de l'outil My job, qui va modifier des actes majeurs de la vie professionnelle de nombreux personnels.

► Déclaration à retrouver dans les notes de séance sur [Alfresco](#)

Stratégie de l'entreprise ; questions du CSEC au CA sur cette stratégie.

✓ consultation triennale (Bloc 1, volets 1 et 2)

Il s'agit de valider le plan Engage2025 ([CR juillet 2020](#)) et la stratégie de l'entreprise, ainsi que d'obtenir des réponses aux questions posées par le CSEC au Conseil d'Administration d'Orange concernant :

Volet économique :

- ♦ des marges de manœuvre financières pour quoi faire
- ♦ Détournement des activités et conséquences pour le Groupe
 - Orange Concessions
 - Projet TowerCo
 - Cotation d'Orange CyberDéfense et d'OMEA
- ♦ Objectifs financiers
- ♦ Stratégie de croissance
 - OMEA comme moteur de croissance
 - Développer la Recherche & Développement technologique pour redevenir une entreprise réellement innovante
 - Saisir les opportunités du "monde d'après"
 - Réviser la stratégie de distribution en France

Volet social

- ♦ Orange SA et la filialisation
- ♦ La fracture territoriale
- ♦ Les nouveaux défis en termes de compétences et de formation

Stratégie immobilière du Groupe

Position de la CFE-CGC Orange

La consultation récurrente obligatoire sur les Orientations Stratégiques de l'entreprise coïncide cette année avec trois changements et événements majeurs :

- ♦ La mise en œuvre d'un nouveau plan stratégique Engage2025 qui fait suite aux plans Conquêtes2015 et Essentiels2020 ;
- ♦ L'application de l'Accord du 13 mai 2019 sur le dialogue social qui rend triennale l'information-consultation sur les Orientations Stratégiques de l'entreprise au sein de la nouvelle instance centrale de l'UES ;
- ♦ Enfin, une crise sanitaire sans précédent qui impacte durablement l'économie, les conditions de travail, la marche des affaires de l'entreprise et très sûrement l'exécution du plan Engage2025.

Trois éléments structurels illustrent la situation des opérateurs télécoms et particulièrement celle d'Orange :

- ♦ L'essentiel de la valeur produite dans l'industrie du numérique échappe aux opérateurs télécoms depuis 20 ans.
- ♦ Le secteur télécom est à la croisée des chemins, chaque acteur doit inventer et construire sa diversification en trouvant des relais de croissance ou accepter la *commoditisation* de son cœur business de connectivité en focalisant son action sur la recherche de gains de productivité.
- ♦ Le groupe Orange ne trouve pas de relais de croissance significatifs, investit lourdement dans le futur de la connectivité et optimise sa gestion financière.

Les choix conduits par la Direction du Groupe Orange qui ont visé dans un premier horizon stratégique à étendre et défendre l'activité principale (notamment en investissant sur les réseaux), conduisent en France :

- ♦ à plusieurs projets d'ouvertures de capital (desserrer la pression financière, améliorer l'exploitation de ses actifs) ;
- ♦ à l'attrition du nombre de personnels de l'UES au profit de la création de filiales et de la sous-traitance ;
- ♦ à la baisse d'activité dans la maison mère et à des transformations profondes des conditions de travail et de la répartition de l'emploi sur les territoires ;

Par ailleurs, les conséquences de la crise sanitaire ont révélé, au-delà d'une résilience certaine de l'entreprise, l'importance vitale de l'opérateur historique Orange et de ses réseaux dans le soutien à l'économie, la souveraineté numérique du pays et sa responsabilité dans l'aménagement du territoire. La culture et l'histoire du Groupe Orange en France lui imposent un devoir d'exemplarité.

Gestion prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences pour « construire ensemble l'entreprise de demain » !

C'est pourquoi, pour construire l'avenir du Groupe Orange, les apprentissages des périodes difficiles des derniers mois obligent la Direction à remettre à plat, avec les partenaires sociaux, l'organisation et les conditions de travail des prochaines années, à travers notamment une meilleure localisation et une décentralisation des emplois d'Orange au profit des bassins d'emploi régionaux. Le développement d'une connectivité Haut-Débit sur le territoire, l'adoption des nouvelles façons de travailler par la Société, sont aussi l'occasion de repenser dans la Groupe, le schéma directeur immobilier et les conditions d'exécution du travail possiblement durablement hybride (distanciel/présentiel)...

Les métiers nécessaires au Groupe demain, le développement des compétences et plus globalement le volet sur l'emploi aux bornes du groupe (et notamment aux bornes du Groupe en France) font défaut dans les Orientations Stratégiques d'Engage2025 et ne révèlent pas une ambition en matière de compétences, de nature à servir les prochains horizons stratégiques.

Les enjeux et objectifs des projets de création de filiales sur le cœur de métier (FiberCo, TowerCo) ne sont pas clairement compris par toutes les parties prenantes (personnels, actionnaires, analystes...) et conduisent à un démantèlement par appartements de l'opérateur intégré dont l'avenir ne devient pas plus lisible pour autant et fait peser de nouvelles hypothèses sur l'emploi, sans expliquer comment ce modèle réinventé d'opérateur « désintégré » crée de la valeur pour Orange à court, moyen et long terme !

L'avenir d'Orange Middle East Africa (qui pourrait servir une consolidation sur le continent) se construit avec toujours plus d'indépendance, alors qu'il sert un second horizon stratégique : construire des activités émergentes pour le Groupe ; mais finira, sans doute, sans autre lien avec Orange maison mère qu'un lien capitalistique (sous la forme de participations) et sans synergies industrielles !

De la même manière, l'éventuelle introduction en Bourse des activités d'Orange Cyberdéfense, l'une des rares activités de croissance forte du Groupe, interroge dans son calendrier et son rôle dans l'accélération des territoires porteurs de croissance, alors qu'il s'agit d'une diversification en plein développement !

Le Groupe Orange crée-t-il les options viables d'un troisième horizon stratégique ?

Les services financiers mobiles, s'ils démontrent un premier succès avec la ligne de produit Orange Money (en MEA

essentiellement), et une stratégie d'Orange Bank plus maîtrisée, devront montrer sur le long terme leur capacité à générer du chiffre d'affaires et de la marge significatifs dans les comptes du Groupe.

A contrario, quatre sujets du plan Engage2025 interpellent quant à leurs capacités à créer des options viables d'un troisième horizon stratégique :

- ♦ la stratégie d'Orange Business Services (hors Cyberdéfense) interroge sur sa capacité à se différencier de la concurrence, à soutenir son développement sur l'IT, sur un marché dont les acteurs sont mondiaux et verticalisés, sans modifier son organisation ;
- ♦ la place et le rôle de l'Intelligence Artificielle qui semblent limités dans l'ambition du plan à servir l'optimisation de processus et services internes ; sans ambitions de revenus ;
- ♦ la recherche & développement et l'innovation, dont la baisse inexorable des moyens, du degré d'ambition et de sa conduite aux bornes du Groupe ne cesse d'être dénoncée dans cette instance, ne semblent plus de nature à empêcher une totale dépendance technologique d'acteurs non européens ;

Les réflexions sur le sujet, avec les pouvoirs publics et les acteurs européens du secteur autour d'initiatives et de coordination d'actions communes, impactant la mise en commun de moyens, l'emploi des filières, la souveraineté technologique sont trop absentes du plan Engage2025 ;

- ♦ les compétences pour construire, faire fonctionner et assurer la pérennité de l'entreprise sont à la fois un enjeu et un défi quant à la manière de doter le Groupe des compétences technologiques nécessaires ; Engage2025 sur ces points ne définit ni les ambitions détaillées ni les cibles, ni les moyens détaillés mis en œuvre (notamment d'accompagnement, de motivation à l'engagement, des personnels) pour servir l'ambition de construire ensemble l'entreprise de demain.

Devant la transformation de la Société et la prééminence grandissante d'enjeux environnementaux et sociétaux dans les préoccupations des citoyens, la position que construit Orange sur la problématique de Responsabilité Sociétale d'Entreprise, si elle est sincère et inscrit des actions au-delà d'une posture de communication pourrait être un solide levier de création de valeur à long terme.

Pour finir, nous avons le sentiment d'un plan Engage2025 dont les ambitions semblent dictées par une approche court-termiste trop influencée par le cours de Bourse, et qui enferme les décisions stratégiques dans le seul enjeu financier de rendement pour les actionnaires au détriment d'une ambition industrielle à long terme fondée sur une vision de ce que pourrait devenir le groupe Orange.

L'histoire du Groupe démontre le rôle primordial des personnels qui le font, et de l'innovation technologique dont il a pu être à l'origine...

Les orientations stratégiques du plan Engage2025, telles qu'elles ont été présentées à date, ne semblent plus vouloir leur faire jouer un tel rôle pour construire l'avenir du Groupe.

Vote des élus

- Contre : CFE-CGC, CFTD, CGT, FO, STC, SUD
- Abstention : CFTC

Projet d'évolution de la Carte Multiservices (CMS).

Il s'agit de déployer sur le mobile, la dématérialisation des usages «sans contact», portés actuellement par la carte professionnelle.

- Le contrôle d'accès,
- La libération d'impression,
- Les casiers connectés,
- L'autopartage,
- ...

La dématérialisation des badges devrait être effective au mois de juin.

Le projet de dématérialisation du badge restauration sera présenté à la Commission Nationale de la Restauration

Position de la CFE-CGC Orange

La CFE-CGC dénonce depuis des années le coût exorbitant et la lenteur des process de production des cartes CMS, leur faible fiabilité. Elle se réjouit donc plutôt de cette avancée dans le monde digital qui s'appuie sur notre ADN d'opérateur de réseau.

Néanmoins, elle souhaite attirer l'attention sur le grand nombre de chausse trappes d'un tel projet. Dans le digital, l'enfer est souvent dans les détails du parcours client. Dans la mesure où le couple SIM+ téléphone devient l'outil de contrôle d'accès et de service indispensable, il est nécessaire de prévoir dès à présent tous les process opérationnels du parcours client. Que se passe-t-il en cas de perte, vol, bris... changement de téléphone, d'abonnement, de carte SIM ?

Si en cas de panne de CMS, le salarié se retrouve en général privé de tout ou partie de ses services pendant une durée d'au moins 3 semaines, que peut-on espérer avec ce projet avec tant de questions qui restent en attente :

- ♦ Qu'en est-il du parc des téléphones compatibles parmi les salariés et estimation du nombre de téléphones à changer, parc à jour des terminaux déployés, sur quelle base, avec quel degré de précision, combien d'échanges de terminaux...
- ♦ Et n'est-il pas prématuré de renouveler le parc de mobile en cas de non compatibilité alors que Stéphane Richard et Fabienne Dulac ont annoncé leurs intentions d'équiper le personnel en TOUS en 5G dans un futur plus ou moins proche...?
- ♦ Quel coût total de ce projet entre le renouvellement des terminaux des cartes pro, des lecteurs de badges, de la mise à jour des imprimantes et quel impact pour le budget de la restauration collective. Quel retour sur investissement, avec quelles hypothèses sur le renouvellement du parc ?
- ♦ Quel bénéfice pour les salariés ? Quels nouveaux services ? Qu'en sera-t-il fait pour les salariés qui refusent d'avoir un mobile
- ♦ Quelle gestion des e-SIM ? Notamment pour les montres connectées qui ont un facteur de forme bien plus adaptées pour les usages proposées ?

Enfin concernant les données personnelles, qu'en est-il de celles générées par ces services ? Sont-elles ontologiquement différentes de celles générées par la CMS ? Y-a-t-il de nouvelles possibilités de croisement de données ? Quels traitements la direction entend-elle réaliser ? Le registre des traitements RGPD sera-t-il mis à jour et enfin publié comme la loi oblige ? Un manager N1 aura-t-il accès à l'ensemble des données ? Combien de temps seront-elles stockées ?

L'avis motivé du DPO Groupe devra être joint aux documents préparatoires du projet.

Evolution du modèle ventes ProPME...

Présentation du projet évoqué lors de la présentation des [orientations 2020 de DEF](#) les 23/24 juin 2020.

Transformation du modèle de vente ProPME vers plus de proactif : la force de vente interne évoluerait en un pôle de conseillers clients dédié exclusivement au traitement de cibles de clients définies par les équipes marketing et les directions d'agences ProPME : centralisation de l'activité, pilotage national et renforcé des cibles prioritaires pour augmenter l'efficacité des campagnes.

Evolution de la relation client au sein du service commercial ProPME pour apporter avec plus de réactivité, des réponses aux demandes associées à des offres à forte valeur : nouveau métier créé, conseiller client spécialisé qui prendrait le relais sur les demandes clients complexes dépassant le périmètre d'action du conseiller 3901 notamment.

Impacts du projet :

- ♦ concentrer les lieux d'exercice des activités décrites dans le projet sur 2 Agences A2P par métier,
- ♦ positionner ces activités au plus proche de celles présentes en région pour faciliter au maximum la montée en compétence,
- ♦ création de l'activité de Conseiller Client Spécialisé,

- ♦ maintien avec évolution de la force de vente proactive interne appelée « Sédentaires » vers un pôle de Conseillers Clients Proactifs sur les Agences A2P cibles,
- ♦ arrêt des activités des métiers de Flux Porteurs et de Sédentaires sur les autres Agences A2P...

Cette transformation devrait permettre également :

- ♦ de donner une vision plus claire de l'organisation ProPME,
- ♦ d'assurer l'évolution de l'activité dans le temps en fonction des typologies de bassin d'emploi dans les régions,
- ♦ d'enrichir les connaissances et compétences des salariés par un plan de formation adapté,
- ♦ d'établir une coopération interservices...

Position de la CFE-CGC Orange

- ♦ Projet d'adressage commercial des AE,
- ♦ projet de transformation/fusion des SCO/UAT,
- ♦ et maintenant projet de l'évolution du modèle des ventes ProPME dans une situation complexe et anxiogène pour tous nos collègues...

... l'entreprise enclenche à marche forcée beaucoup de projets de transformation qui concentrent nos emplois dans les grandes métropoles au détriment des régions.

Ainsi, Orange s'affranchit maintenant du fait qu'une activité soit non adhérente à un territoire et justifie la fermeture de certains sites par la « difficulté à y maintenir ou trouver des compétences ».

Quant à la crise sanitaire, Orange ne semble la prendre en compte dans ses projets de transformations que par quelques expressions comme « période sanitaire », ou « contexte sanitaire », faisant comme si le monde d'après serait le même, et comme si tout allait repartir comme avant : utopie, ou inconscience ?

Quoi qu'il en soit, si cette évolution du modèle des ventes ProPME « promet » (mais comment) de garder une empreinte forte d'Orange sur un marché de plus en plus concurrentiel, où

de nouveaux acteurs font leur apparition, le projet reste très théorique avec des impacts terrains et des conséquences sur les salariés pas ou mal mesurés.

La CFE-CGC Orange demande donc le passage de ce projet devant les CSE des DO, toutes concernées à des degrés divers par cette évolution.

Les élus du CSEC ont voté à l'unanimité le mandatement des Commissions Entreprise et SSCTC afin qu'elles les éclairent sur l'évolution du modèle de ventes Pro/PME vers les métiers de Conseiller Client Proactif et Conseiller Client Spécialisé, plus particulièrement sur les aspects économiques, organisationnels, humains et les risques psychosociaux.

Evolution du modèle de Service Clients Grand Public

✓ Suite de l'information/consultation du CSEC lors de la [séance du 14 octobre 2020](#)

L'expertise fait ressortir que « les conséquences cumulées des projets influenceront plus ou moins fortement sur :

1. La charge de travail des équipes, des managers, des directions,
2. L'intérêt des postes et la reconnaissance du travail,
3. Les compétences sollicitées,
4. La coordination entre les équipes, avec les prestataires
5. Les perspectives professionnelles,
6. La localisation des opportunités professionnelles Orange Service Clients...

Or ces impacts ne pourront être appréciés, pour toutes les populations, qu'avec la déclinaison opérationnelle des projets. Ces thématiques doivent être renvoyées aux consultations locales qui devront y répondre ».

Position de la CFE-CGC Orange

Ce projet vise à réduire les effectifs avec un rythme annuel de -11,3% en 4 ans et les coûts de l'ordre de 94 M. Un rythme plus important que la baisse du volume d'activité ce qui entraîne de facto un recours accru à la sous-traitance.

De nombreuses zones d'ombres restent présentes comme par exemple l'impact sur l'emploi (départs non remplacés, recrutements prévus, changement de domaine d'activités, perspectives d'évolution, pas de précision sur le nombre de poste de spécialistes qui seront créés).

Les conseillers clients sont inquiets quant à la mise en place de ce nouveau modèle d'organisation car il va générer des changements profonds qui impacteront la PVC des salariés. L'entreprise a-t-elle pour objectif de supprimer la PVC et la PVM ?

La mise en place de ce projet en pleine crise sanitaire où les managers de proximité sont largement sollicités (certains effectuant plus de 50h/semaine) par leurs collaborateurs, amènera l'encadrement à être encore plus demandé compte tenu de la refonte totale de l'organisation, des mouvements de personnels, des inquiétudes légitimes.

Quelles mesures seront mises en place pour les accompagner et pour créer un collectif quand les salariés d'une même équipe sont dispersés sur l'ensemble du territoire ? La CFE-CGC Orange demande la plus grande vigilance dans l'accompagnement des managers et des conseillers qui vont devoir s'adapter à ce fonctionnement à distance.

Enfin, concernant la réduction des effectifs au sein des CODIR la CFE-CGC Orange insiste sur le fait que les membres du CODIR doivent, au même titre que les conseillers clients, bénéficier d'un parcours sécurisé dans le cadre de leur recrutement dans leurs nouvelles fonctions. Cette vigilance doit être encore accrue pour les salariés en fin de carrière, 34% ayant plus de 55 ans et craignant de se voir offrir un poste au rabais !

Les élus du CSEC (sauf SUD) ont approuvé une résolution valant **avis négatif sur le sujet**, intégrant des demandes circonstanciées auxquelles la Direction devra répondre dans chaque CSEE concerné.

Infos Covid19, déclarations intégrales... Consultez les [notes de séance](#)

Vos élus :

Sylvain **BESSE** SCE/OGSB ; David **COUCHON** TGI/OLS ; Michel **DANA** SCE/OGSB ;
Laurent **DELAVIGNE** AENC ; Philippe **DROUET** SCO SE ;
Fabien **ESNAULT** DTSI/DERS ; Jérôme **WARTEL** AE SO ;
Jean-Louis **JOUVANCEAU** UI AFFAIRES ; Hubert **LEMARQUAND** DOC/DISAS ;
Frédérique **LIMIDO**, FS&F ; Franca **LOSTYS**, OFS ;
Sylvie **NET** WIN/OINIS ; Bouchra **OUELHADJ** DGP/DD

Votre représentant syndical :

Maxence **D'EPRÉMESNIL** TGI/OLR

Les dossiers présentés

lors de ce CSEC

sont disponibles sur Alfresco,

CSEC n°26 et n°27 – janvier 2021

Ils y sont à la disposition des seuls adhérents et militants.

À ne pas diffuser.