



Sommaire

Politique relation client dans les boutiques.....	1
Évolution en UAT du traitement de la réitération des contacts	2
Bilan RD 2017, politique 2018, CICE.....	2
Projet « Vestale »	3
Delivery.....	3
Orientations et chantiers prioritaires de la Direction Entreprise France.....	4

Politique relation client dans les boutiques

✓ Information

Déformation des flux et de l'activité conforme aux prévisions... et confirmée, à la fois sur les **volumes** (évolution des « Actes Co » Métropole 23,2 M en 2015, 22,3 M en 2016, 20,4 M en 2017 et 18,7 M en projection 2018) et sur la **typologie des actes** (-23% sur les actes de services entre 2015 et 2017).

- **Bilan maillage 2017** : plus de 100 opérations d'évolution du maillage en lien avec celle des zones d'activité (agrandissements, relocalisations, passage au concept ou création de Smart Store, et fermetures).
- **Boutiques (AD) ayant cessé leur activité commerciale au 31 décembre 2017**
Nord : 5 opérations, 30 salariés
Est : 5 opérations, 41 salariés
Centre Est : 2 opérations, 26 salariés
Sud Est : 3 opérations, 22 salariés
Sud : 7 opérations, 48 salariés
Sud-Ouest : 2 opérations, 23 salariés
Ouest : 8 opérations, 39 salariés
Normandie Centre : 6 opérations, 28 salariés
Ile de France : 16 opérations, 173 salariés
- **Poursuite de l'adaptation du concept des boutiques en 2018.** Accélération du concept avec 51% du parc de boutiques rénové (99 Smart Stores) à fin 2017 et un objectif de plus de **193 Smart Stores en 2018.**
- **Évolution du maillage 2018, dans la continuité de 2017**
 Nombre de mise au concept Smart Store plus important et nombre de fermetures prévisionnelles comparable à celui de 2017. En 2018, le volume d'opérations sous-jacentes à l'évolution du réseau, et les choix d'investissement, devraient générer près de **150 opérations** d'évolution de maillage :
 - ♦ le nombre des opérations liées à la mise au concept (MAC) devrait évoluer à la hausse compte-tenu de l'élargissement du concept Smart Store version « Touch » sur un large nombre de boutiques ;

♦ les opérations en lien avec l'évolution des zones d'activité (agrandissements, relocalisations, passage au concept ou création de Smart Store, transferts et fermetures...) resteraient sur une volumétrie inchangée. **En 2018, les opérations de fermeture sont actuellement estimées à près de 50 pour 2018.**

- **Prévision 2019** : hypothèse d'une **centaine** d'opérations par an, avec un nombre de fermetures et/ou transferts restant à définir localement en fonction de l'évolution des zones de chalandises et des opportunités locales.

Analyse de la CFE-CGC

Les fermetures se suivent et se ressemblent, principalement en Ile de France... La stratégie du tout digital se poursuit, comme les difficultés que rencontrent les salariés des AD.

Au long de ces points d'étapes, les baisses du nombre des boutiques continuent d'être annoncées, qui interrogent sur « l'excellence » de la relation client physique, rien moins qu'hétérogène selon l'implantation territoriale, comme sur l'expérience salarié qui en découle, toujours plus bousculée.

Si 70% de nos collègues ont pu retrouver une activité dans le périmètre d'une autre AD, c'est au prix d'un quotidien difficile. Les temps de transport s'allongent, la fatigue et le stress impactent la vie professionnelle et privée des salariés déplacés. Ces salariés ont-ils vraiment choisi ou ont-ils été obligés d'accepter ces postes à défaut d'autres propositions sur des postes dans d'autres périmètres ?

Moins de boutiques, c'est aussi moins de responsables boutiques. Que deviennent les managers qui se retrouvent sans postes ? Orange est-il en mesure de leur proposer un avenir professionnel acceptable ?

De plus en plus de souffrance des équipes, toutes les équipes disions-nous lors de notre intervention de septembre. C'est toujours le cas aujourd'hui. Dont malheureusement acte.

Documents présentés (voir Alfresco)

- [relation clients boutiques](#)

Évolution en UAT du traitement de la réitération des contacts

✓ consultation (voir notre CR de février 2018)

Lors du CCUES des 13 et 14 février 2018, a été présenté le résultat du pilote « AT Demain », et les modalités envisagées de déploiement du projet sur les 4 UAT pilotes : UAT Grand Sud-Ouest, Nord-Est, Ouest, et Sud-Est.

Le présent document complète l'information du CCUES sur l'évolution pour ces UAT du traitement de la réitération des contacts en assistance technique.

Le modèle AT Demain

- Nouvelles interactions inter entités SCO, UI, AG PRO solides dans le temps ; nouveaux outils et processus redéfinis et boucle d'amélioration vertueuse.
- Dispositif de formation et soutien éprouvé ; nouvelles postures de relation client ; dispositif d'accompagnement managérial et de communication renouvelé et performant.

→ Des clients et des salariés plus satisfaits

Les résultats du pilote confirment les conclusions déjà présentées et la volonté de déployer le modèle AT Demain dans les UAT pilotes.

Le rôle d'ambassadeur des conseillers du pilote

Les conseillers du pilote, acteurs de toute la phase de construction du modèle AT Demain, pourront s'impliquer dans les étapes futures, témoigner et accompagner le/les collègue(s) au cours des 1ers temps de leur montée en charge sur AT Demain.

L'accompagnement en matière de compétences

Managers, formation 5h + 4 jours

- **Donner le sens des évolutions** : mettre en adéquation les enjeux Essentiel 2020 avec le projet d'évolution des UAT et **capitaliser sur les bonnes pratiques du pilote** ;
- **Suivre la formation des conseillers clients**, socle de base de 4J.
- **Accompagner la montée en compétence** : kit de communication et d'accompagnement.

Conseillers du pilote

La mission d'ambassadeur proposée leur permettra de partager, montrer et transmettre leurs acquis.

La reconnaissance du développement des compétences

L'évolution de l'activité que rejoindront les conseillers d'UAT au titre du déploiement d'AT Demain « trouvera écho » en termes de valorisation à travers les nouvelles grilles de compétences décrite et mobilisée via l'accord sur la reconnaissance.

Avis des 8 CHSCT concernés : pour, 10 ; contre, 23 ; abstention, 17...

Analyse de la CFE-CGC

Encore une fois, loin d'être hostile, la CFE-CGC a encouragé tout effort consistant en la réinternalisation d'activités à valeur ajoutée, à l'image du projet ATD.

Pour autant, le report sine die de l'entrée de l'UAT IdF dans ATD est regrettable, voire décrédibilisant ! Cette absence crée en effet :

- un déséquilibre de l'édifice UAT tout entier,
- une relative distorsion de traitement des clients,
- une iniquité tant au regard des salariés s'agissant d'ARCQ et des parcours salariés notamment, qu'au regard de la charge de travail.

Si les conditions du pilote avaient semblé relativement satisfaisantes, il n'en va malheureusement pas de même quant à celles de son déploiement ni de l'accompagnement des salariés concernés... Un projet qui dès lors, peut s'avérer hasardeux voire dangereux, à terme !

► voir aussi essentiels [AT Demain](#)

Vote des élus

- Contre à l'unanimité

Documents présentés (voir Alfresco)

- [projet AT Demain](#)

Bilan RD 2017, politique 2018, CICE...

✓ information / consultation

Le document présente les ressources et faits marquants de la **chaîne de l'innovation**, les faits marquants de la **Recherche, l'anticipation**, (Produits & Services, Anticipation Technologique) et la **conception et déploiement** sur les "régions" France, Europe, OMEA, OBS et IMT-Delivery.

Bilan R&D 2017

Le Groupe Orange a maintenu, ses efforts en matière de Recherche et d'Innovation en y consacrant 700M€ (705 en 2016), dont 14% pour les réseaux, 13% sur la recherche et 73% dans le domaine des Plateformes & Services, IT.

Ratio dépenses 2017 / CA = 1,7 %.

En 2018, l'évolution des effectifs de la Recherche et de l'Innovation s'inscrivant toujours dans le cadre de l'orientation de la Politique Emploi du Groupe de remplacement partiel des départs, **les effectifs baisseront globalement de l'ordre de 2,5 à 3%**.

Le Crédit d'Impôt Compétitivité Emploi

Le montant du CICE au titre de l'année 2017 pour Orange SA est de **94 M€**, comme pour le CCUES. Le montant total du CICE pour le groupe Orange est d'environ **102 M€**.

Les investissements

Le CICE a contribué à soutenir la stratégie d'investissement d'Orange dans les réseaux très haut débit avec le financement de l'accélération du déploiement la Fibre et le financement de la stratégie de déploiement des réseaux mobile.

L'emploi

Les impacts pour l'utilisation du CICE en 2017 sont dans la continuité des années précédentes, notamment sur l'emploi en termes de recrutements externes.

L'innovation

En 2017, le CICE a permis au Groupe Orange de maintenir ses efforts en matière de Recherche et d'Innovation à un niveau élevé : **700m€**.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC tient à saluer la qualité du travail d'analyse et les conclusions apportées des deux commissions R&D du CCUES Orange et du Comité d'Établissement IMTW malgré un agenda contraint.

La CFE-CGC regrette que sur les dernières années le budget consacré à la Recherche & Innovation, qui va au-delà d'un budget de Recherche & Développement stricto sensu, n'ait pu être maintenu à 1,9% du Chiffre d'Affaires, comme l'engagement en avait été pris au moment de Nova+. Ce budget

diminue chaque année en valeur absolue, et reste en dessous de 1,7% du CA.

Il est regrettable, enfin, que la dimension sociale n'ait pas été mieux traitée alors que de nombreux acteurs de la recherche et de l'innovation sont en souffrance.

► Voir aussi [essentiels R&D](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- [R&D](#), [CICE](#)

Projet « Vestale »

✓ information / consultation (**documents confidentiels NDA !**)

Dans le cadre du levier d'Essentiels2020, « nous diversifier en capitalisant sur nos actifs », Orange va enrichir son offre dans le domaine de la « [maison intelligente](#) »... confort et domotique, pilotage des objets connectés, télésurveillance et téléassistance...

Lancement d'une offre commerciale de télésurveillance, en partenariat.

« Un axe fort de la diversification en France pour différencier et enrichir les offres d'accès, fidéliser et acquérir de nouveaux clients et générer des revenus complémentaires ».

- Mode de commercialisation : web, boutiques, service client, application ;
- Besoin en formation vendeurs : idem offre classique ;
- Pas besoin d'espace de confidentialité pour la vente et temps de vente estimé : 20 min.

Analyse de la CFE-CGC

La vestale est une prêtresse choisie pour entretenir le feu sacré au temple de Vesta, déesse du foyer du peuple romain, et, par extension, de la maison et de la famille. Ce projet traitant de télésurveillance, on aurait aussi pu l'appeler Lares, du nom de tous les dieux qui étaient choisis pour patrons et protecteurs d'un lieu public ou particulier. Ou encore Beset, dans la mythologie égyptienne, et Agni dans la mythologie hindoue...

C'est pour l'instant le seul éclairage que nous sommes autorisés à vous apporter sur ce dossier classé hautement confidentiel et dont la présentation a néanmoins soulevé de nombreuses questions...

► voir aussi [essentiels Vestale questions réponses \(NDA\)](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- Projets [Vestale1](#) et [2 \(confidentiels\)](#)

Delivery

✓ point à date

2 ans de préparation et, à partir du T1 2016 jusqu'au T4 2017, 2 ans de transformation en 3 étapes : régionalisation de l'activité, évolution de l'interface Vente / Delivery, évolution de l'interface Delivery / Intervention...et tout au long de la période, la crise SIP, une activité commerciale supérieure au prévisionnel, et l'impact des obligations juridiques et réglementaires liés à Compliance.

Les enjeux du RUN Delivery

1. Consolidation de la transformation (avec l'évolution de la gouvernance et de l'animation de l'activité), **stabilisation** de l'activité, **amélioration continue** appuyée par les chantiers du Crash Program.

- Le **Crash Program** : mobiliser l'ensemble des acteurs, booster les chantiers en cours en dégageant les moyens, lancer de nouveaux chantiers.
- Des **plans d'action à 3 niveaux** : gérer la période de crise, corriger les dysfonctionnements, garantir la pérennité.

→ Sur tout le parcours client, de la vente à l'intervention, identifier les chantiers à lancer ou les actions complémentaires.

- **Objectifs** du Crash Program, gérer les 3 principales douleurs salariés et clients : donner une meilleure information client, raccourcir les délais de déploiement, améliorer la qualité des productions clients.

2. Simplification du poste de travail – NEW DELI.

Développement en mode Agile, co-construction avec les métiers opérationnels, et transverse métier / SI.

Ambitions :

- Disposer d'un poste de travail simplifié, ergonomique, favorisant l'autonomie et les actes à forte valeur.
- Favoriser l'homogénéité des postes de travail entre les différents métiers Delivery.

3. Renforcement des ressources, maintien des compétences.

Depuis le lancement de Delivery, transformation des métiers de plus de 1 100 collaborateurs ;

« La sous-traitance reste un levier de souplesse sur le périmètre DEF pour accompagner la transformation ».

- Dispositif de reconnaissance, avec la mise en œuvre des différentes mesures et le respect des engagements pour les salariés de « 20% de promotions et 30% de mesure emploi compétences sur 2016-2017 ».

En 2016, 454 salariés (42%) ont bénéficié d'au moins une mesure de l'accord salarial et en 2017, 439 salariés (39%) :

Au total, sur les deux années, 893 salariés ont été accompagnés, soit 80% ; 581 (52%) en mesures emploi compétences, et 312 (28%) en promotions.

Analyse de la CFE-CGC

Le crash program DELIVERY arrive bien tard, alors que les problèmes présents depuis le début, à tous les niveaux, ont été

signalés par des alertes des salariés, soutiens, managers locaux... sans prise en compte de la Direction !!

- Délais de traitement de plus en plus long, dus à compliance, certes, mais aussi surtout à des dysfonctionnements internes entre les services.
- Appel massif à la sous-traitance, dont les personnels ne sont pas au même niveau que ceux d'Orange.
- Formations de « gestion de situations difficiles » positives, mais qui ne changeront rien au quotidien des personnels, toujours perturbé par les délais dus au process, à la sous-traitance, à la mauvaise gestion du SI.

Il est essentiel de prévoir enfin une météo de saisie afin de donner au client à l'instant T une vision réelle du déploiement, de lever les barrages de la saisie en créant une cellule nationale autonome sur tous les produits et avec des salariés Orange, de réduire le nombre d'applications, de revenir à des métiers spécialisés par domaine, service...

On ne peut que déplorer le manque d'anticipation de la Direction Entreprise France, tant sur le plan de l'organisation du travail que sur les recrutements externes en CDI...

► Voir aussi nos [articles sur le sujet](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- [Delivery](#)

Orientations et chantiers prioritaires de la Direction Entreprise France

✓ information

Chiffres clés 2017

CA Entreprises : 2,5 Mds €, **Pro PME** : 2,1 Mds €, **Clients**... 44 000 Entreprises, 400 000 PME, 1,4 M Professionnels, **100 partenaires distributeurs**...

L'écosystème évolue...

Nouveaux usages poussés par le numérique et des ruptures technologiques : arrêt du RTC ; Fibre/5G ; IoT ; Over-The-Top ; Full digital ; Virtual box & Cloud ; Intelligence Artificielle ; Big Data...

... **La stratégie s'adapte**

OneDEF2018 et les enjeux BtoB :

- travailler les différenciants Pros ;
- capter les nouveaux indépendants, entrepreneurs sur le segment Pro-PME ;
- agrandir le marché grâce aux relais de croissance Sécurité, Cloud, Smartcities, e-education, Mobile workspace sur le segment Entreprises.

Au global, soigner le core Business, améliorer la couverture commerciale, développer la valeur, retrouver la satisfaction clients.

Orientations sur le marché Entreprises

- Confiance et satisfaction client : une transformation de l'ensemble des activités pour aller vers l'excellence client.
- Digital : promouvoir et développer une relation client digitale, disposer de solutions digitales identiques pour les équipes et homogènes sur les différentes interfaces.
- Approche de bout en bout : présent dès l'amont de la conception des offres auprès des Unités d'Affaire et filiales.

Orientations sur le marché Pro-PME :

- Simplifier, automatiser et digitaliser les offres et les parcours.
- Protéger/amplifier la perception clients d'une offre qualité / technologie / expérience ».
- Réussir la transition de l'offre vers un modèle multi-services.

Analyses de la CFE-CGC

Où est le temps d'Orange opérateur leader ? Le dossier d'orientation et chantiers prioritaires de la Direction Entreprise France, tel qu'il est présenté, ne laisse voir qu'une position en réaction, voire de suiveur. Certes si notre écosystème évolue, nous devons nous adapter. Mais sous couvert de mutualisation, digitalisation, intelligence collective, posture managériale, agilité, différenciants commerciaux... c'est bien d'une réorganisation qu'il s'agit qui vise à « s'adapter » en réduisant la voilure.

Nos belles ambitions se résument à :

- Augmenter la satisfaction client, bien mise à mal en ce moment,
- Simplifier nos offres, un vieux serpent de mer depuis plusieurs années,
- Être le partenaire de confiance de la transformation digitale de nos clients Entreprise... Cela ne se décrète pas ! De fait, comment gagner cette confiance quand nous ne sommes plus en capacité d'assurer notre métier de base (crise SIP, COME, Delivery...).

Voilà donc un dossier où « les différenciants commerciaux » tant vantés par la Direction ne sont que le prétexte à faire plus avec moins de moyens, lesdits moyens étant les grands absents de cette présentation... et pour cause !

► Voir aussi [essentiels DEF](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- [Orientations DEF](#)

Vos représentants
CFE-CGC Orange

Élus

- | | |
|---------------------|-------|
| ▪ Didier COQUILLE | DTSI |
| ▪ David COUCHON | IMT |
| ▪ Franck LEGRAS | DOIDF |
| ▪ Frédérique LIMIDO | FS&F |
| ▪ Franca LOSTYS | OFS |
| ▪ Philippe MAZAS | DOSUD |
| ▪ Anne MESTRE | DOSE |
| ▪ Eric PICOT | DONOC |
| ▪ Jérôme WARTEL | DOSO |

Représentant syndical

- Xavier Podevin

Commissions

- **Emploi et formation** : Jérôme COULLARÉ,
- **Égalité professionnelle** : Véronique GARNIER
- **Logement** : Sébastien MERY
- **Marché** : Frédérique LIMIDO
- **Réseau et SI** : Didier COQUILLÉ
- **Recherche et développement** : Jean Michel CAMIN
- **Marketing ventes et services** : Joseph MARTINI
- **ASC** : Annie MARTIN ; Michel CARLIER
- **Handicap et diversité** : Magali FERNANDES
- **DOM** : Christian ROSEMOND
- **ORANGE France** : Kathleen BEAUDE ; Arnaud CHAUMEIL
- **Entreprise** : Christophe MOINIER