



Sommaire

Stratégie de l'Entreprise (ICOS) et programme de transformation du Groupe	1
Politique sociale de l'Entreprise	3
Retour de l'expertise Delivery par le cabinet Technologia	4
Intervention de Stéphane Richard	5

Stratégie de l'Entreprise (ICOS) et programme de transformation du Groupe

✓ *information et recueil d'avis*

Retour de l'expertise ICOS (Information Consultation sur les Orientations Stratégiques de l'entreprise) par le cabinet Sécafi.

Trois grands segments de marché :

- Marché B to C France : faire basculer les clients vers une offre premium en intégrant les nouveaux services.
- Marché B to C hors de France : déployer localement la panoplie des offres pour générer de la croissance.
- Marchés B to B : investissements ciblés dans le wholesale et positionnement sur des niches accessibles pour les clients entreprises ».

Une concurrence féroce : les OTT arrivent sur des segments de marchés (contenu, assistant personnel, échanges financiers, protection du domicile), et si la régulation protège le Groupe, les actionnaires n'ont pas l'intention de nous soulager, (l'État nous oblige à investir et à verser des dividendes, les autres actionnaires veulent un retour sur investissements).

Une ligne directrice structurante : changement de culture.

La pression en interne : la réduction des effectifs continue, la GPEC le démontre.

Ces « invariants » ont des conséquences structurantes pour le Groupe :

Nécessité de maintenir un niveau élevé de CAPEX :

- Impact mécanique sur le niveau des OPEX.
- Risque permanent de rupture marché par un OTT ou un fournisseur d'équipements.
- Fort enjeu de simplification interne.

Entre 2015 et 2019, si les programmes ont assez bien fonctionné, pour la période 2020 – 2025, le Groupe doit faire des efforts importants, particulièrement en matière de performance marketing, et de gouvernance.

Performance marketing : « Orange, partenaire de confiance »

- Utilisation raisonnable du data marketing pour individualiser des offres.
- Ruissèlement des problématiques de sécurité au-delà des télécoms (maison, santé...).

Performance transformation : « new deal Orange »...

Crainte d'une insuffisance de moyens pour le pilotage de la dimension humaine de la transformation, qui ne peut plus s'imposer par l'autorité.

Toutes les études, y compris celles citées par le Groupe, insistent sur la proximité managériale, les relations interpersonnelles à l'échelle locale, les coopérations entre services, l'encouragement de la curiosité et de l'initiative.

- Sécafi propose d'aborder ces éléments par la négociation d'un **nouveau contrat social d'entreprise**, qui constituerait une dimension utile pour le nouveau plan stratégique, notamment :
 - La promesse professionnelle de parcours stimulants et différenciés pour le recrutement des nouvelles compétences comme le maintien de la motivation des salariés en place.
 - La constitution d'un capital d'expériences via la mise en place de communautés d'expériences et de projet.
 - La bascule progressive de la fonction RH, vers une assistance aux besoins opérationnels des salariés et du management et une attention de tout instant à la QVT.
 - La révision de la politique salariale qui ne peut pas éviter, en période de transformation dense et prolongée, de définir les termes de la récompense.

Information sur le programme de transformation du Groupe Orange

✓ *suite de l'information débutée lors du CCUES du 16 janvier 2019 (documents confidentiels)*

L'objet de cette seconde information est de faire un point d'étape sur l'évolution des travaux entrepris sur les dix thématiques clés du fonctionnement d'Orange. Pour rappel :

- Un mode de fonctionnement du Comex adapté à l'entreprise agile.
- Des pratiques décisionnelles Groupe plus efficaces.
- Un modèle de responsabilité central-local clarifié pour le Groupe.
- Des fonctions supports et siège plus simples et agiles.
- Une culture adaptée à l'entreprise agile, partagée par tous.
- Des environnements de travail facilitants et collaboratifs à tous niveaux.
- Des priorités stratégiques d'innovation & diversification partagées et pilotées.

- Une innovation Groupe plus orientée pays / régions / BUs et focalisée sur les priorités Groupe (« Vanille »).
- Des profils et compétences plus diversifiés, des modèles de reconnaissance adaptés.
- Un engagement sociétal du Groupe reconnu et porté par tous.

Analyse de la CFE-CGC

Concernant la stratégie de l'Entreprise :

Le travail prospectif effectué sur la base de quelques entretiens qualitatifs et sur les grandes lignes des orientations stratégiques, un peu singulier car réalisé dans une période intermédiaire entre deux planifications stratégiques est néanmoins éclairant sur des scénarios possibles. L'outil de mesure de l'effort de changement est particulièrement utile à l'analyse.

Cependant, à ce stade de la procédure d'Information / consultation des Orientations stratégiques, la CFE-CGC Orange a toujours plus d'interrogations que de convictions sur la stratégie à venir et attend avec impatience une présentation détaillée du plan stratégique Vision 2025 pour mieux appréhender les objectifs à cinq ans que se fixe le Groupe, et surtout les moyens humains et financiers investis sur chacun des axes stratégiques identifiés, Réseaux du Futur ; Expérience Client ; CroissanceB2C ; CroissanceB2B ; Transformation ; Engagement RSE...

S'agissant des réseaux, l'une des interrogations majeures reste le financement des investissements envisagés sur de nombreux fronts en même temps : **trouver l'équation financière** qui permettra de maintenir un niveau suffisant d'investissements dans les infrastructures, les licences et de réaliser des opérations de croissance externe indispensables est sans doute l'un des enjeux clés du prochain plan stratégique. Cela doit réinterroger le niveau de dividende distribué en cash ces dernières années.

Sur la 5G par exemple : compte tenu des lancements commerciaux déjà à l'œuvre dans certains pays d'Europe, en Asie, d'une vraie fausse 5G des opérateurs aux États Unis, des prises de parole de Stéphane Richard sur le sujet, il va falloir faire preuve de pédagogie auprès de toutes les parties prenantes pour expliquer si et comment la 5G créera de la Valeur.

Sur le B2C, si le positionnement sur la convergence et le Premium porte ses fruits, l'impact positif sur les résultats économiques du Groupe des axes de diversification B2C mis en œuvre reste toujours à démontrer. Avec des degrés de maturité variables :

- la stratégie Contenus adaptée à chaque géographie joue un rôle certain dans la conquête commerciale et la fidélisation. Mais la question reste de comprendre s'il s'agit d'un coût commercial pour acquérir des clients THD ou s'il y a des ambitions de rentabilité directe sur ces activités Contenus.
- au-delà de l'indéniable réussite africaine, les Services Financiers Mobile devront démontrer qu'ils peuvent être des relais de croissance de chiffre d'affaires et de marge sur les marchés européens au-delà de servir la fidélisation des offres Telco ;

- les offres des autres services déjà opérés ou en passe de l'être d'un Orange Opérateur Multiservice (domotique, télésurveillance, téléassistance...) nécessitent un passage à l'échelle pour devenir significatifs dans les comptes.

Sur le B2B avec la Cybersécurité, Orange fait un pari industriel et espère peser dans la structuration du marché – au moins en Europe – est-ce possible par croissance organique ou faut-il d'autres opérations de croissance externe ?

- La politique de fusion-acquisition initiée en 2016 sur les activités B2B et notamment l'ambition forte d'être un acteur majeur sur la Cybersécurité avec les acquisitions récentes doivent avoir – nous l'espérons – un impact sur le retour à une croissance durable d'OBS et sur le développement d'Orange Cyberdéfense. Malgré ces acquisitions, Orange Cyberdéfense aura-t-il durablement la taille critique ou des alliances avec d'autres groupes pour créer un poids lourd français ou européen pour peser sur un marché mondial sont-elles envisageables ?

La CFE-CGC aurait donc vivement souhaité que la Direction nous raconte la prochaine histoire possible, ou au moins souhaitée, pour le Groupe Orange. En nous présentant les moyens humains et financiers nécessaires à la construction de ce futur. Et en nous rassurant sur les atouts qui sont ceux du Groupe,... en pointant honnêtement les risques et en nous expliquant de manière précise les conditions de réalisation des ambitions évoquées.

Nous aurions souhaité que l'on nous donne les clés de compréhension du rôle attendu d'une éventuelle filiale Orange TowerCo, du rôle d'Orange MEA, du rôle du capital humain aux bornes du Groupe, du rôle attendu de l'actionariat et notamment de l'actionariat salarié ... entre autre.

Enfin, si la CFE-CGC Orange se réjouit de certains choix stratégiques d'investissements pertinents sur notre cœur de métier, ainsi que des diversifications géographiques payantes qui permettent d'asseoir la position d'Orange opérateur multi local, notamment en zone MEA, **elle regrette que les modèles d'opération privilégiés se construisent avec moins d'emplois**. D'autant que les nouvelles activités qui devraient être des relais de croissance des revenus et de la création de valeur peinent à produire des effets impactant significativement le chiffre d'affaires et la marge.

Vote des élus

- Pour : 0
- Contre : CFDT, CFTC, CGT, FO, STC, SUD, UGT
- Abstention : CFE-CGC

Concernant le programme de transformation du Groupe :

La CFE-CGC Orange prend acte des explications complémentaires fournies sur le Programme de Transformation du Groupe Orange, initié en 2018.

Si l'objectif de simplifier nos modes de fonctionnement est louable, et la CFE-CGC l'encourage, il n'est absolument pas intégré dans les différentes nouvelles organisations qui se mettent en place au sein d'Orange France notamment, nouvelles organisations qui, entre autre, concentrent les centres de décisions et rajoutent des strates hiérarchiques. La première chose à faire pour simplifier nos modes de fonctionnement serait déjà de les clarifier et plus particulièrement de préciser et expliquer les rôles de chacun.

Des questions demeurent :

Quels sont les principaux facteurs qui impactent la capacité du Groupe à se transformer vers la cible ?

Comment s'articule le programme de transformation et le plan stratégique Vision 2025 qui va bientôt être présenté ? Chaque projet du Programme y trouve-t-il une expression planifiée ?

Dans le projet « Une culture adaptée à l'entreprise agile, partagée par tous », sur la définition de la « raison d'être » d'Orange, la méthode de gouvernance de ce point a évolué vers une « co-construction » avec les personnels et d'autres parties prenantes : sur chaque projet du Programme, un modèle de gouvernance impliquant davantage les parties prenantes est-il aussi prévu ? Et quels rôles joueront les Instances Représentatives du Personnel ou les partenaires sociaux sur chacun de ces 10 chantiers ?

Quant aux compétences et à l'employabilité des personnels, l'évolution des métiers et des modes de travail collectif..., la CFE-CGC Orange entend jouer son rôle actif de partie prenante dans la définition et la mise en œuvre de la transformation interne du Groupe, notamment sur les sujets de mobilité et de fluidité des parcours professionnels comme des éventuels redéploiements de la force au travail des fonctions support vers les fonctions opérationnelles.

En conclusion :

Qu'il soit dans la seule continuité d'Essentiels 2020 ou qu'il ouvre des perspectives nouvelles, le prochain plan stratégique Vision 2025 devra être très largement expliqué aux parties prenantes pour convaincre, enthousiasmer et engager les personnels dans les transformations à venir ; avec sans doute la nécessité d'un nouveau contrat social ou d'un accord-cadre sur l'emploi et l'accompagnement de la transformation aux bornes du Groupe.

Politique sociale de l'Entreprise

Présentation du volet social de l'expertise des comptes par le cabinet Syndex

En synthèse :

La transformation du réseau se traduit par une forte réduction des boutiques et s'accompagne d'une baisse soutenue des effectifs.

- La baisse des actes commerciaux en boutiques AD s'accompagne d'une progression sur le canal digital, en ligne avec les objectifs Explore 2020.
- Le ralentissement de la baisse des volumes d'appels ne se traduit pas par un ralentissement corrélé de la baisse des ETP internes relation client et s'accompagne d'un quasi maintien du nombre de sous-traitants en 2018.
- La diminution de la force au travail de l'UES reste portée intégralement par la baisse de la force au travail interne.
- Hors intégration Equant France, la baisse des effectifs actifs s'accélère en 2018.
- Le domaine Client reste, avec le Réseau, un des deux domaines métiers qui concentre la plus forte baisse d'effectifs.

Externalisation : hormis la construction réseau FTTH, la relation client et l'intervention demeurent les deux activités les plus externalisées.

Alternants : respect des engagements pris mais un nombre d'alternants au périmètre du CCUES qui se réduit.

Maillage territorial : l'ensemble des bassins sont en baisse. La décroissance de certains territoires s'accélère en 2018 : Centre Est, Sud et Sud-Ouest.

GPEC : la vision GPEC est orientée compétences, mais l'approche métier/compétence reste à affiner et mériterait d'être développée.

- **Le nouveau référentiel Métiers** s'articule autour de 4 domaines, 17 familles, 130 métiers France, 70 métiers Groupe.
- **Priorité au travailler ensemble :** pour cela il faut que les conditions de travail soient réunies.

Les perspectives GPEC 2019 /2021 ne reposent sur aucun accord. La sous-traitance ne peut pas être exclue de la GPEC.

Agilité : Orange en a une approche assez large. Elle inclut des méthodes de travail relevant des grands principes de l'agilité « avec un grand A » (en référence au Manifeste Agile et aux méthodes les plus reconnues comme Scrum), une dimension organisationnelle pour coordonner et synchroniser le travail d'équipes projet, et une dimension individuelle portant sur les compétences comportementales.

Point de vigilance agilité :

- En cas de non intégration, le risque de marginalisation voire d'exclusion est possible.
- L'agilité peut être un moyen pour réduire la ligne hiérarchique et / ou supprimer des fonctions d'encadrement.
- La charge de travail est censée être acceptable.
- Les projets ne trouvent jamais de fin.

La méthode agile peut avoir un impact sur la reconnaissance et entrainer parfois de la déception au moment de l'évaluation (cf. notre tract sur [ARCQ](#)).

Informations et recueil d'avis

- **Orientations formation et Perspectives PEC** (suite de l'information/consultation débutée lors de la séance du [CCUES du 23 septembre 2019](#)) ;
- **Bilan évolution de l'emploi, des qualifications et des compétences 2018**, incluant les données alternance et temps partiel (présenté au [CCUES du 23 mai 2019](#)) ;
- **Bilan formation UES 2019** (présenté au [CCUES du 18 juin 2019](#)) ;
- **Taxe d'apprentissage 2019** (présentée au [CCUES du 10 juillet 2019](#)) ;
- **Bilan social 2018** (transmis aux élus en juillet 2019) ;
- **Bilan 2018 des heures supplémentaires** (transmis aux élus en juillet 2019) ;
- **Bilan logement 2019** (présenté au [CCUES du 28 août 2019](#)) ;

- **Politique Diversité** : rapports 2018 sur le handicap et sur la situation comparée d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (présentés au CCUES du 25 septembre 2019, [égalité pro](#) ; [handicap](#)) ;

- **Plan de formation 2020** : le plan s'établit à 2 364 169 heures de formation et en nombre d'heures par salarié à 32,2 heures (idem bilan 2018) ; le taux d'accès s'établit à 85% et les dépenses de formation à environ 230 M€.

► [essentiel plan de formation 2020](#)

Votes des élus sur les éléments de la politique sociale

- Contre à l'unanimité

Retour de l'expertise Delivery par le cabinet Technologia

✓ *information sur l'expertise votée lors de la séance du CCUES du 12 février 2019*

En synthèse :

Depuis 2015 les volumes gérés par les RAC 2 et 3 sont en hausse, (les volumes des RAC 2 ont augmenté d'1 tiers entre 2016 et 2018 avec une sous-traitance de 20% environ) ; les volumes des RAC 1 sont en baisse (35% entre 2015 et 2018, avec plus de la moitié traités par des partenaires).

Les projections d'effectifs tablent sur une réduction de 44% des effectifs type RAC 1 en lien avec la phase de déclin des lignes analogiques. Cette diminution, bien qu'amorcée en 2019 devrait surtout se matérialiser sur la période 2019/2023.

L'objectif de simplification des offres n'est pas atteint et des opérations manuelles sont encore requises (taille du catalogue, offres complexes...)

Les procédures ne permettent pas d'atteindre l'agilité attendue : organisation trop en silo, difficulté aux interfaces, process restant à définir avec les filiales.

5 axes de travail prioritaires concernant principalement la Gouvernance et l'Accompagnement

1. Clarifier le rôle de la gouvernance transverse B2B et lui attribuer les moyens pour couvrir le « mille-feuilles de production » et traiter les problèmes de bout en bout sur l'ensemble du parcours client.
2. La notion de parcours client ainsi que les impacts opérationnels doivent être pris en compte dès la phase de conception des offres. DEF doit être impliquée en amont avec OBS.
3. Développer et reconnaître le rôle clé des soutiens.
4. Déployer, avec l'appui de l'encadrement de proximité, les enjeux internes d'attractivité, d'employabilité, de sens, d'accompagnement et de pilotage.
5. Donner de la visibilité sur la GPEC et le dimensionnement des ressources, dont des ressources de management de proximité, au regard des objectifs stratégiques et business de conserver les activités complexes ou à valeur.

Analyse de la CFE-CGC

Pour la CFE-CGC Orange, Delivery illustre parfaitement la difficulté de l'Entreprise à mener à bien un projet de transformation et de simplification de ses modes de fonctionnement.

Et si l'objectif de Delivery était bien d'améliorer les délais de livraison (un seul interlocuteur en face du client de la prise en compte de sa commande à la mise en facturation) et de simplifier la chaîne de mise en production des solutions B2B, l'Entreprise misait trop sur l'opportunité de la baisse naturelle des effectifs pour la réorganiser.

Mener un tel chantier qui impacte les Unités Commerciales (DEF), les unités de productions (UI), le Système d'Information... montre à quel point le fonctionnement en mode silo nous est préjudiciable.

Si l'on ajoute à cela, des processus à géométrie variable, un Système d'Information complexe, une sous-traitance non maîtrisée, on obtient à l'arrivée le contraire du résultat escompté. D'ailleurs, concernant la sous-traitance, il est à noter que les surcoûts occasionnés n'ont pas permis de maintenir ni de ramener la qualité du service délivré aux clients avant le projet.

Au bilan de cette opération, les commandes se perdent, quand elles ne sont pas annulées, nos clients sont insatisfaits, et les salariés perdent le sens du travail réalisé.

La CFE-CGC déplore que la Direction de l'entreprise ait trop longtemps fait la sourde oreille aux différentes alertes remontées. Delivery à l'image de COME est malheureusement une nouvelle fois l'archétype du projet mené en « top/down » sans prise en compte des réelles contraintes et remontées du terrain.

Enfin, il reste que les éléments fournis par l'entreprise au cabinet Technologia n'ont pas permis d'établir un bilan du coût humain et financier de ce projet...Un autre regret !

Fin du CCUES ordinaire

Intervention de Stéphane Richard

✓ début d'information sur le plan stratégique 2020/2025

Stéphane Richard est venu partager quelques convictions sur la « raison d'être de l'Entreprise » (cf. Loi Pacte) et le plan 2025, dont il sera parlé plus précisément début décembre.

La « raison d'être » de l'Entreprise : la loi PACTE dispose que l'entreprise doit désormais être gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité. Elle peut même se doter d'une « raison d'être » dans ses statuts.

« Une opportunité pour Orange, avec une volonté de co-contruction » :

- avec les personnels (via une application à télécharger),
- des entreprises externes, des élus locaux, des investisseurs,
- des équipes de jeunes talents d'horizon différents,
- les partenaires sociaux,
- des cercles d'expertises, ONG, fournisseurs... qui travaillent plus étroitement avec Orange.

Le nouveau plan : 4 convictions pour 2025

1. Les Infrastructures et les réseaux

« Notre meilleure assurance vie, notre colonne vertébrale »...
Et une stratégie en 2 volets :

- **Fixe :**
 - les **zones denses, AMI et RIP**, en France, mais aussi en Espagne, et dans d'autres pays tels que la Pologne et l'Afrique ;
 - la **fibres optique** ;
 - le maintien de la qualité sur le **cuivre** avec l'équation financière compliquée de revenus qui plongent et de niveaux de qualité très surveillés par le régulateur.
- **Réseaux mobiles :**
 - des **investissements** massifs pour rester parmi les meilleurs (Orange est classée pour la 9^{ème} année consécutive meilleure réseau mobile en France) ;
 - l'accélération mondiale de la **mutualisation** des réseaux, avec la question du **partage de réseau** en France : Orange se pose la question du recours ou non à l'utilisation du modèle DT (créer un « véhicule » ressemblant les tours mobiles en gardant le contrôle) ;
 - le grand succès de la **5G**, mais pour laquelle on demande à Orange le maximum d'investissement et un prix de vente minimum.

2. Nouveaux territoires et métiers

- **Marché entreprise et cyber sécurité.**
 - Avec plus de 2 000 salariés qui travaillent dans la **cybersécurité** dans l'entreprise, Orange est reconnue comme un acteur majeur du secteur. Notre PDG se déclare « optimiste et enthousiaste » sur l'avenir du domaine Entreprises et de ses opportunités de croissance.
 - **Afrique** : un « continent de croissance » où la digitalisation a le plus grand impact. Il faut consolider et

développer notre place sur ce continent (CA et profitabilité en croissance). Orange Money y « bancarise » deux fois plus de personnes que les banques traditionnelles.

- **Grand public** : s'il n'est pas opportun de lancer une nouvelle activité GP, il convient de persévérer et accélérer dans les territoires qu'Orange a choisis, i.e. consolider les contenus, la maison intelligente, les services financiers mobile/banque.
- Se pose enfin la question de la distribution physique, de centres d'appels qui déclinent, des flux qui baissent. Il faut permettre aux personnels d'aller vers de nouveaux métiers, d'ici 2025.

3. Les nouvelles technologies - IA et données

Les nouvelles technologies ont une action sur les modes de fonctionnement du Groupe et de ses personnels. Orange se doit de les accueillir, avec l'idée non de les subir mais d'anticiper l'IA et la DATA et de définir comment les intégrer. C'est-à-dire réfléchir dès maintenant à l'impact sur les fonctionnements, les métiers, les organisations.

Enfin, pour accueillir ces nouvelles technologies, il faut à l'Entreprise les compétences en interne (avec embauches et « re-skilling »)... « Un bon sujet de dialogue social ».

4. L'ambition sociétale et environnementale

Orange doit donner une réponse forte aux enjeux de RSE, réponse affirmée dans le plan 2025, et avec les moyens associés.

Le volet RSE existe déjà dans le Groupe, bien-sûr, mais doit être conforté. La conviction est simple : l'urgence climatique, l'égalité devant le numérique, l'inclusion (13 millions de Français ne savent pas ouvrir un mail...) sont des phénomènes de fond qui doivent trouver une réponse chez Orange

Ainsi, concernant la contribution d'Orange au combat contre le réchauffement climatique, l'objectif global est d'atteindre la neutralité Carbone avant 2050. Les opérateurs les plus avancés se fixent 2030 comme horizon. L'industrie des Télécoms peut être l'une des plus avancées dans le monde dans ce domaine.

Intervention de la CFE-CGC

Le contenu de l'intervention de Stéphane Richard n'ayant pas été dévoilé jusqu'au jour du CCUES extraordinaire, la CFE-CGC Orange a souhaité tirer certaines conclusions d'Essentiels2020 et profiter de son intervention pour rappeler au plus haut niveau de l'Entreprise certaines de ses revendications.

Au terme du plan stratégique Essentiels2020, la CFE-CGC établit un bilan mitigé ; certes Orange a plutôt bien résisté dans un contexte toujours compliqué. Mais cette performance est due avant tout aux choix d'investissements dans le réseau (notre cœur de métier) plutôt qu'à l'exemplarité de notre expérience client ou encore à nos choix de diversification : par exemple la promesse du milliard d'euros réalisés dans la

diversification n'a pas été tenue, le cloud GP a été un échec, Homelive de même, Orange Cash abandonné, quid de maison protégée qui vient d'être lancée et dont le processus de vente présente près de 80% de rétractation...

Un bilan donc de croissance « molle », mais de croissance quand même ;

Si l'on analyse ce bilan sous un angle plus qualitatif, (rappelons que l'objectif, très fédérateur, de ce plan était de faire vivre au client une expérience incomparable), depuis 2016 malheureusement, nous n'avons pas progressé au classement de la satisfaction client (source Baromètre stratégique) ; nous étions alors 3e derrière Free et Bouygues, nous le sommes toujours, même si l'écart s'est resserré ; peut-être les trop nombreuses réorganisations d'Orange France auront-elles empêché l'atteinte de l'objectif.

Bref, l'ambition de faire vivre au client une expérience incomparable avec Orange et même de l'enchantement n'est pas au rendez-vous (on a d'ailleurs au passage, assez vite abandonné le vocabulaire d'enchantement dans les équipes après 2015), même si nous reconnaissons des progrès indéniables mais plus portés par notre stratégie réseau et la promesse de la Fibre, que par l'excellence de nos services associés et de notre relation client en particulier. Rien d'étonnant à cela d'ailleurs quand dans le même temps on se lance dans une politique de sous-traitance guidée par la réduction des coûts.

Concernant le futur plan stratégique 2025, la CFE-CGC Orange espère qu'il sera marqué par une ambition forte de croissance et par l'arrêt de la baisse continue, depuis 20 ans, des effectifs de la maison mère ;

Le fonctionnement opérationnel de l'entreprise

A Orange France, à TGI, les réorganisations se multiplient : Ancrage, DGP, VANILLE, méthode AGILE, Résonance, SKY56, etc., avec des impacts non négligeables sur le fonctionnement opérationnel. Les personnels sont confrontés à des changements d'organigramme, de méthodes de travail, d'environnement de travail, déménagements... tous azimuts.

Le rythme de ces changements s'accélère (tous les 2 ans maintenant), sans tenir compte des capacités non infinies des personnels à les absorber, provoquant un sentiment d'instabilité et de perte de sens. La CFE-CGC Orange insiste pour que ces changements soient mieux coordonnés, pour être absorbés plus facilement.

Surtout, ils doivent être suffisamment espacés dans le temps pour qu'on puisse analyser leurs résultats, en tirer les conclusions et éviter cette impression de fuite en avant qu'une succession erratique de réorganisations a provoquée.

La situation sociale :

Nous entrons dans l'ère post procès de la « crise sociale France-télécom » avec le risque de penser que toute cette période douloureuse de notre entreprise est maintenant soldée et de voir ressurgir des méthodes de management inappropriées.

Nous appelons à la plus grande vigilance. Les résultats de l'enquête triennale SECAFI de 2019 sont un signal d'alerte qui doit être pris en compte ; la CFE-CGC constate une résurgence de comportements managériaux condamnables et souhaiterait à ce titre obtenir les chiffres relatifs à l'évolution des signalements HVT (Harcèlement et Violence au Travail) et aux enquêtes réalisées par le pôle enquêtes internes, ces deux indicateurs semblant être en augmentation.

Par ailleurs, nous constatons que si de gros efforts ont été réalisés pour mieux traiter les personnels d'Orange, il n'en va pas de même du personnel sous-traitant/intérimaire qui est encore trop souvent managé avec violence ; encore récemment un jeune en intérimaire (dont le contrat a été renouvelé plusieurs fois sans réelle perspective d'embauche) nous disait, « par moment, j'ai l'impression de n'être rien pour Orange ». Nous demandons que la plus grande vigilance soit apportée à cette catégorie de personnel qui travaille pour Orange et que des critères « sociaux » soient bien intégrés par nos acheteurs qui sélectionnent les sous-traitants.

Enfin la situation des fonctionnaires, dans cette période où ils vont être de plus en plus minoritaires, préoccupe la CFE-CGC Orange et nous aimerions avoir un retour sur différents points les concernant :

- [Tout d'abord sur leur formation](#) ; nous constatons beaucoup plus de refus de CPF pour les fonctionnaires que pour les salariés de droit privé, ce qui constitue une discrimination ;
- [ensuite concernant leur rémunération](#). Quand l'Entreprise va-t-elle enfin se décider à transposer l'évolution des grilles indiciaires déjà en place dans la fonction publique, notamment à la Poste ?
- Concernant les fonctionnaires ayant refusé la reclassification début 90 et restés sur leur grade, ils ont été pénalisés dans leur évolution de carrière, quant à ceux ayant accepté la [reclassification et étant passés en statut de fonction \(F, G\)](#), ils partiront à la retraite avec leur indice de 4.2. Ceci est ressenti comme une profonde injustice et la CFE-CGC demande qu'il y soit remédié.

Pour finir la CFE-CGC a invité notre PDG à venir échanger en 2020 avec les élus du CGF, qui regroupe essentiellement des élus de filiales (Orange Bank, GDT, B&D, Orange Marine, Globecast, OCS, etc.), élus de filiales françaises donc qui ont bon nombre de sujets de préoccupation sur lesquels échanger, dont la place des dites filiales dans l'avenir du Groupe.

Tous les dossiers présentés lors de cette séance sont disponibles sur Alfresco, CCUES 2019 – [octobre 2019](#)

Il y sont à la disposition des seuls adhérents et militants. **À ne pas diffuser.**

Vos représentants
CFE-CGC Orange

Élus : Didier COQUILLE, DTSI ; David COUCHON, IMTW ; Franck LEGRAS, DOIDF ; Frédérique LIMIDO, FS&F ; Franca LOSTYS, OFS ; Eric PICOT, DONOC ; Marie RUSSO, SCE ; Jérôme WARTEL, DOSO
Représentants Syndicaux : Philippe DROUET DOSE et Christophe RABIER OFS