



Sommaire

CdC d'expertises : comptes et politique sociale 2019 ; stratégie de l'entreprise.....	1
Orientations de la Direction Entreprise France (DEF).....	2
Orientations du domaine de la Relation Client Grand Public.....	3
Bilan annuel emploi 2019 (y-c données alternance et temps partiel).....	4
Covid19 : suivi des mesures pour accompagner le déconfinement.....	5
Vos représentants.....	5

CdC d'expertises : comptes et politique sociale 2019 ; stratégie de l'entreprise

- ✓ Désignation du **Commissaire Aux Comptes** ; approbations des cahiers des charges de l'**expertise des comptes et de la politique sociale 2019**, et de l'**expertise sur la stratégie de l'entreprise**.

Position de la CFE-CGC Orange

Concernant la désignation du commissaire aux comptes : pourquoi changer aujourd'hui le Commissaire aux Comptes actuel alors que son mandat court encore... Quelles sont les raisons pour ne pas le reconduire dans ses fonctions ?

La CFE-CGC Orange regrette que le mode d'instruction de ce point n'ait pas été l'occasion pour le CSEC de faire un pas significatif vers davantage de clarté et de déontologie dans ses modes opératoires. [...]

Une position commune unanime de l'Instance visant à s'appliquer à elle-même la même exigence de règles éthiques et de conformité, les mêmes règles de sélection et de gestion des fournisseurs que celles que le groupe Orange applique serait un progrès de nature à dissiper la suspicion légitime à l'égard de la gouvernance du CSE Central.

La commission des marchés, par exemple, pourrait avantageusement être mise à contribution pour définir les critères de sélection des fournisseurs ainsi qu'une charte de déontologie ou toute proposition de nature à rendre chaque dépense du CSE Central d'Orange exempte de tout soupçon quant au bien-fondé de son exécution.

Rappelons qu'à ce jour il n'y a pas de règlement intérieur en vigueur, que les élus de l'Instance sont responsables devant la justice et que les mandats de délégation dont se prévaut l'actuel bureau ne sont pas d'une grande rigueur... Ce qui le fragilise, ce qui fragilise l'instance dans son entier et par là-même amoindrit sa force et sa crédibilité comme acteur majeur du dialogue social dans l'entreprise.

La CFE-CGC Orange demande que le vote de ce point soit suspendu et que la commission des marchés soit mandatée pour définir notamment des critères de sélection des fournisseurs, les procédures de passation de marchés et plus généralement toute proposition relative à une politique fournisseurs/achats de nature à rendre l'instance CSE central irréprochable sur ses dépenses.

Approbation du cahier des charges de l'expertise des comptes et de la politique sociale 2019 ; approbation du cahier des charges de l'expertise sur la stratégie de l'entreprise.

La façon dont sont aujourd'hui instruites les expertises en lien avec les informations / consultations récurrentes obligatoires du CSEC, relèvent à la fois d'une faute sur la forme et d'une erreur sur le fond.

Une **faute sur la forme** tant sur le choix des experts que par l'absence de toute démarche éthique et de conformité minimales... [...]

Une **erreur sur le fond**. Le fonctionnement « comme avant » n'a plus lieu d'être : le nouveau cadre légal (lois Travail, ordonnances et décrets relatifs au dialogue social) et l'accord du 13 mai 2019 sur le dialogue social) a institué un rapport de force au profit du CSEC. Mais ses élus n'ont pas défini de stratégie relative à l'instruction des Activités Economiques et Professionnelles, en concertation avec les CSEE, pour rééquilibrer le rapport de force, compenser l'asymétrie d'information et développer la capacité des partenaires sociaux à faire à la Direction des contre-propositions sur les projets qu'elle présente. [...]

La CFE-GCC Orange demande donc que soient mis en place un *règlement intérieur*, une *charte de déontologie*, partagée avec les CSEE qui allouent les fonds, une *politique de protection des données* des différentes parties prenantes. Elle demande que plus globalement soit redéfinie une gouvernance de l'instance dans son ensemble (bureau, délégations, commissions, personnels...) autour des principes d'un CSEC employeur responsable, transparent et irréprochable dans son fonctionnement, créateur de valeur ajoutée pour les CSEE concernant les Activités Economiques et Professionnelles, et, dépositaire du dialogue social central, redevable vis-à-vis des CSEE par cette mission qu'ils lui ont confiée...

Alors que l'on demande une transformation permanente aux acteurs de l'entreprise, nous, organisations syndicales, IRP et Direction, avons collectivement la responsabilité de construire dans le Groupe un « partenariat social » (et sans doute aussi un nouveau « contrat social ») à la bonne échelle et en phase avec les enjeux de transformation sociale et économique des décennies à venir. [...] Un dialogue social mieux-disant pour aider à bâtir un Groupe plus armé face à des acteurs qui ont capté l'essentiel de la valeur ajoutée produite dans l'industrie numérique des 20 dernières années, valeur qui aurait pu / dû être dévolue à la filière télécoms où, dans le même temps, se détruisaient des dizaines de milliers d'emplois.

La CFE-CGC Orange propose la résolution suivante : les élus du CSEC réunis en séance le 23 juin 2020 annulent les résolutions n°17 et 18 du 29 avril 2020 et mandatent la commission des marchés pour définir notamment des critères de sélection des fournisseurs, les procédures de passation de marchés et plus généralement toute proposition relative à une politique fournisseurs / achats, cabinets de conseil et d'expertises inclus.

Résolution rejetée

► [Voir notre déclaration intégrale](#)

Orientations de la Direction Entreprise France (DEF).

Direction Entreprises France : plus de 9 100 salariés et un écosystème de partenaires qui accompagnent 43 000 entreprises, 400 000 PME et 2,1 millions de professionnels.

Résultats 2019

ProPME, CA 2,1 milliards d'euros :

- parc fibre à fin 2019 : plus de 240k clients en augmentation de près de 70k sur l'année ;
- forte dynamique sur le multiligne avec un R/R positif de 106% : succès de Connect Pro (Open) Fibre pour un parc à fin 2019 de plus de 3 200 clients effectivement installés.
- forte accélération sur le développement des relais de croissance (notamment sites web clé en main et assurances), mais également accompagnement de la transformation digitale des clients grâce aux applications métiers « agendize » pour les prises de RDV et « Open bee » pour l'archivage de documents.

Marché Entreprises, CA 2,56 milliards d'euros :

- Haut de Marché Marchand : 951 millions€ (37,12%)
- Milieu de Marché Marchand : 826,5 millions€ (32,25%)
- Secteur Public Éducation Santé : 692 millions€ (27,00%)
- Autre : 93 millions€ (3,63%)

Feuille de route DEF 2020 Engage 2025 :

Ambition #1 : « Réinventer notre leadership sur les réseaux THD (Fibre, 4G, 5G) »

ProPME :

- migrer le parc ADSL en fibre pour proposer le meilleur du débit aux clients et conquérir de nouveaux clients
- développer de nouveaux usages avec la 5G : 20 villes couvertes par la 5G en 2020
- commercialiser une offre fixe 4G/5G sur les zones non encore fibrées ou en relais sur les installations Fibre en échec.

Marché Entreprises, transformer le cœur de métier :

- davantage de bande passante grâce à l'accélération de la fibre (FTTO, FTTE, et FTTH) en France,
- nouvelles solutions de téléphonie basées sur l'IP et le cloud, et la virtualisation des réseaux grâce au SD-WAN.
- 5G pour offrir aux collaborateurs et clients des expériences de communication enrichies.

Ambition #2 : « Accélérer la conquête de tous nos territoires de croissance » ; le modèle multiservices.

ProPME :

- projet MAPs vise à aller chercher 20 points de couverture supplémentaires sur le parc.
- renforcement du pilotage de la multicanalité afin d'optimiser la complémentarité des canaux.
- transformation du modèle de vente vers plus de proactif et un traitement client du premier coup.

Marché Entreprises : marché B2B en France estimé, selon l'ARCEP, à 10 Md€, dont le Groupe Orange détiendrait environ 65% (DGC+DEF), position qui lui vaut d'être régulée.

- accélérer le développement des services IT pour les clients et porter à l'échelle la cybersécurité.
- proposition de valeur basée sur le voyage de la donnée, de sa collecte, en passant par son transport (réseau Fibre et 5G), son stockage (offres de Cloud) et son analyse avec les experts de la data (60% de la data mondiale générée en 2025 sera sur le B2B).
- meilleurs segmentation et adressage clients pour capter la valeur du marché...

Ambition #3 : « Franchir un nouveau palier d'excellence pour tous nos clients » :

ProPME : travail sur les inducteurs majeurs de NPS, l'Installation, l'Assistance et la Réclamation

Clients Entreprises :

- Programme d'Accueil Clients OBS – PACO ;
- Amélioration de la Livraison Entreprise – AmELiE
- Automatisation et Supervision de la production Entreprises - ASPROe

Ambition #4

 : « Bâtir l'opérateur de demain »

- communiquer le plus clairement possible auprès des salariés sur l'évolution des activités et les compétences attendues,
- permettre à chaque salarié d'être en situation d'apprentissage, et lui donner les moyens d'apprendre en continu, et en situation de travail,
- Suivre et anticiper l'évolution de l'activité et ses besoins en ressources,
- Comprendre les effets des transformations sur les métiers et les compétences :
 - accompagner le développement des compétences,
 - adapter la part de sous-traitance des activités,
 - continuer de développer l'expérience salarié,
 - poursuivre l'engagement sociétal...

Question de la CFE-CGC Orange

Delivery : comment ont été prises en compte les conclusions de l'expertise Delivery dans ces orientations ? Aujourd'hui la météo des délais continue de se dégrader. Les évolutions souhaitées devraient générer un accroissement du business et donc des productions. Ces dernières ne vont elle pas amplifier la crise Delivery et surmultiplier l'insatisfaction de tous (clients et collaborateurs Orange SA, sous-traitants...) ?

Le postulat de cette évolution est basé sur les « **métriques Entreprises** » : beaucoup de client HDM, et MDM ne répondent pas ou plus à ces critères. Cela présume-t-il d'un vrai mercato, qu'est-il prévu comme changements ? La **proximité** étant notre plus grande force, est-il possible d'affirmer que ces évolutions vont nous permettre de revenir à des métriques en adéquation avec les enjeux (taille de territoires, prise en compte des contraintes de terrain dans le respect de la vie personnelle de chaque collaborateur) et s'attacher à réduire les déplacements inutiles, diminuer le risque routier et tenir compte des amplitudes horaires. Le management va-t-il réinvestir les territoires et passer d'un contrôle de chiffres à un accompagnement terrain générateur de business de de satisfaction ?

La crise COVID a-t-elle été prise en compte dans ces évolutions ? (Gestion de la sous-traitance, montée en force du Digital etc.).

Le Digital est aussi abordé, il convient de s'assurer que ce ne sera pas une contrainte supplémentaire mais, une véritable évolution pour plus d'efficacité, de gain de temps et de satisfaction pour tous. Quels sont les éléments factuels sur les retours d'expérience ? Les premiers retours terrains n'étant pas encourageants, nous ne souhaitons pas revivre l'expérience COME mais avoir rapidement un outil efficace et pleinement opérationnel... non pas en cours de construction à la mode « agile », générateur de stress, et d'insatisfaction générale.

Enfin, la montée en compétence semble revenir au goût du jour : va-t-on refaire des formations fondées sur le savoir-faire, plutôt que sur le savoir-être ? Et se concentrer sur « comment faire vite et bien du premier coup » plutôt que d'accompagner chacun dans la gestion des conflits et des situations à risques ?

Orientations du domaine de la Relation Client Grand Public.

Impacts de la crise non intégré dans le document.

Priorités 2020 pour « franchir un nouveau palier d'excellence », + 5 pts de NPS grâce à 4 piliers majeurs :

1. Supprimer la non-qualité : traiter 60% des causes d'insatisfaction en 2020 (vs 43% en 2019) ; attente diminuée en boutique (projet « sans attendre ») et en Service Client (rendez-vous téléphonique et SVI Call back).

2. Poursuivre l'évolution des parcours et délivrer de nouvelles preuves d'omnicanalité : poursuite de l'amélioration de l'expérience client dans les parcours marchands et non marchands pour fluidifier les passages entre les deux univers au sein du digital, améliorer l'omnicanalité et ainsi les passages vers les canaux humains.

3. Aller chercher l'excellence sur le réseau, la relation client et l'offre

- **Réseau :** accélérer sur le déploiement du Très Haut Débit 4G et Fibre dans les zones rurales.
- **Relation Client :** concentration sur les moments de vérité à fort volume et à fort potentiel d'amélioration du NPS par rapport à aujourd'hui : installation mobile ou broadband (yc le déménagement), panne et réclamation. Constitution d'une filière d'experts par moments de vérité, traitant le client de bout en bout, avec plus de pro-activité, conseil et posture personnalisée.
- **Offre :** repositionnement automatique sur les dernières offres permettent à nos clients de bénéficier sans aucune action de leur part des offres les plus attractives.

4. Etre tous acteurs de la recommandation des clients grâce à un pilotage et une animation renforcés.

- L'indicateur utilisé à partir du mois de juillet, le « **delta sat** » (delta satisfaction client) pour les Services Clients et les boutiques, rend compte de la satisfaction globale des clients promoteurs (5 étoiles) / détracteurs (1 à 3 étoiles). Tant que les valeurs de départ et les objectifs « delta sat » ne sont pas encore déterminés, le TEP reste l'indicateur utilisé pour la progression de la satisfaction client.
- Evolution d'indicateur complétée par un outil de catégorisation des verbatim issus des sondages.
- **Module de formation certifiant :** conseillers formés à prise en charge client, avec pour objectif de déployer le programme ACCA (Accueillir, Comprendre les besoins client, Construire l'offre client et Accompagner) à 100% des managers de Conseillers et des Conseillers en 2020.

Adaptation des Services Clients : priorités 2020

Maintien des efforts engagés en 2019 :

- baisse de la réitération et des transferts,
- amélioration de la productivité en assistance commerciale et en assistance technique,
- priorité sur les placements Fibre, Open et multi-services (diversification),
- focus Fibre sur la contribution au TOP 5 Fibre et particulièrement stopper les annulations...

Projets structurants :

- prise en charge et traitement de la réponse client : modèle AT Demain avec une prise en charge bout en bout du client jusqu'à la résolution du cas client ;
- réseaux d'expertises constitués des PECC (Pôles expertise clients commerciaux) et des PECT (pôles expertise clients techniques) présents dans les équipes AT demain ;

- communautés d'experts par parcours et/ou moments de vérité ;
- activités de front (CAV : centre d'appels virtuel) et activités de back (CTV : centre de traitement virtuel) en réseau ;
- Portail SC (Service Client) ;
- rénovation des plateformes téléphoniques : projet « All IP », modernisation du SVI Selfcare et rénovation de Mon SVI, rénovation du Clic to Call, mise en relation, (projets RDV, projet « SVI Call Back », SMS conversationnel...), amélioration des outils de travail des salariés (CRM GP, New Basic...)

Adaptation des Réseaux de Distribution en 2020

A fin 2019 le parc de boutiques Orange s'établit à 370 boutiques dont 343 métropole et 27 dans les DOM, en baisse de -30 et de -25 sur le réseau des AD. Les fermetures de points de vente ont concerné près de 185 personnes : 2/3 restées en AD, prioritairement sur le même poste, 1/3 rejoignant prioritairement soit les UI, soit le Service Client (SCO et UAT) soit le marché Pro/PME ou Entreprise (AE, CSE).

Orange a réalisé 97 autres opérations : 79 refontes Touch, 4 mises au concept et 14 relocalisations ou extensions.

Priorités 2020 :

- maintenir une présence territoriale forte ;
- accélérer dans la mise en œuvre de la stratégie d'excellence de la relation client :
 - en généralisant les leviers du projet Sans Attendre dans 100% des boutiques,
 - en développant l'accompagnement client dans les moments de vérité,
 - en ancrant l'engagement d'Orange pour l'inclusion numérique (RSE).
- réussir la diversification vers un opérateur multiservices :
 - en déployant la e-réservation/click&collect, devenu un standard du marché,
 - en continuant le développement des compétences des conseillers.
- améliorer les outils SI, les parcours et les positions de travail ;
- disposer des bons métiers et compétences, en visant l'excellence dans l'expérience salariés ;
- optimiser le pilotage de la performance...

Position de la CFE-CGC Orange

La CFE-CGC Orange constate une forte divergence entre les ambitions de l'entreprise quand elle évoque « la **symétrie des attentions** envers les salariés d'Orange pour qu'ils soient tous acteurs de la recommandation des clients », concernant l'organisation au sein des agences...

- dans un premier temps, l'Entreprise a retiré les points SAV des boutiques, et profité de l'ARCQ pour supprimer les emplois des conseillers techniques, obligés de se retrouver eux même un emploi.
- Les salariés en boutique sont dès lors régulièrement confrontés à des RDV non honorés, clients non prévenus et les Conseillers Commerciaux n'ont pas les moyens de répondre aux réclamations.
- Le métier de Conseiller Commercial d'ailleurs évolue fortement, il demande de multiples et nouvelles compétences, et sa reconnaissance n'est plus en phase ni surtout plus motivante : il lui faut travailler plus pour gagner moins.

... et sur le terrain où toutes les boutiques ne sont pas logées à la même enseigne puisque les produits et services qui permettent d'augmenter significativement le chiffre d'affaire (Orange Bank, maison connectée, boutique au label pro, la fibre...) ne sont pas tous commercialisés.

En conclusion, si nous nous référons au rapport SECAFI sur le travail en boutique, la CFE-CGC regrette que ces orientations ne soient pas vraiment représentatives de cette « symétrie des attentions » dont se targue l'entreprise !

Asymétrie des attentions, dès lors également, vis à vis des salariés des UAT et autres SCO qui devront faire une nouvelle fois preuve d'agilité, de flexibilité, de forte implication personnelle en cette période de crise sanitaire et d'accélération de la digitalisation au détriment du personnel humain (cf. bilan annuel emploi ci-dessous).

► Voir aussi [Essentiel Orientation relation Grand Public](#)

Bilan annuel emploi 2019 (y-c données alternance et temps partiel)

Évolution des ETPCDI en 2019 à la baisse de -2 416 soit -3,6% avec 65 403 ETPCDI fin 2019 (vs 67 819 fin 2018) :

- à l'exception de WIN (+59) et d'Orange content, toutes les Divisions sont en baisse, la plus forte diminution qui représente 89,5% de la baisse totale de l'UES étant pour Orange France (- 2 162 soit -4,2%).
- structures d'activités presque toutes en diminution :
 - notamment intervention : de 16 280 ETPCDI fin 2018 à 15 600 fin 2019 soit -681 (-4,2%),
 - relation client Grand Public : de 7 529 ETP fin 2018 à 7 049 fin 2019 soit -480 (-6,4%).
- poids des structures d'activités :
 - Orange France passe de 75,4% fin 2018 à 74,9% fin 2019 soit -0,5 points (dont -0,3 points sur la relation client)
 - au profit de SCE (+0,1 point 9,3% fin 2019)
 - et de WIN (3,4% fin 2019 vs 3,1 fin 2018)

Evolution des ETPCDI résulte de :

- 1 414 recrutements externes
 - dédiés majoritairement à Orange France (84% soit 1 191).
 - Un recrutement sur deux à Orange France est dédié à l'intervention (610),
 - et un sur cinq à la Distribution Grand Public (246),
 - 64 à OBS, 41 à TGI, 30 à WIN et 66 aux Fonctions Corporate
- 4 065 départs :
 - 80% liés à l'impact démographique soit 3 245 avec 1 551 retraites (38%) et 1 694 impact TPS (42%)
 - et 20% soit 820 sont des autres départs (démissions, licenciements, décès, solde entrées / sorties provisoires,...)
- l'impact démographique touche principalement :
 - l'intervention (1 194 soit 36,8% du total UES),
 - et la relation client GP (466 soit 14,4%),
 - ainsi que la vente et services Entreprises (328 soit 10%).
- Les autres départs : 73,6% (603) pour OF, 6% pour OBS (52), 7% TGI (60), 3% WIN (28) et 9% fonctions Corporate (73).
- Un solde de mobilités de + 235 : 5 701 mobilités entrantes pour 5 466 sortantes avec un solde négatif principalement pour la distribution Grand Public (-295) et un solde positif pour WIN (+157) et Fonctions Corporate (+122).

Evolution des ETPCDI à la baisse sur tous les Bassins Emploi territoriaux :

- baisse plus modérée pour les BET d'outre-mer : Caraïbes, -3 (-0,2%) et Réunion -9 (-1%),
- baisse comprise entre -2,5% pour l'Ouest et 3,3% pour l'Île de France avec le Sud Est (-3,1%) et -3,2% pour le Sud et le Sud-Ouest,
- diminution plus marquée pour les BET du Centre Est (-4%) et ceux du Grand Nord Est (-5,4%),
- poids du bassin Ouest passe de 12,5% fin 2018 à 12,7% fin 2019 au détriment de ceux de Centre Est 9,3% fin 2019 (vs 9,4% fin 2018) et Est 6,1% fin 2019 (vs 6,2% fin 2018).

Evolution des métiers et Compétences de l'UES en 2019 en ETPCDI

Une différenciation par métiers et compétences conforme à la stratégie et aux prévisions

- En hausse, les métiers nécessitant des expertises clés :
 - Data (+52 soit +8,3%),
 - sécurité (analyse et audit sécurité (+16 soit + 12,5%),
 - Business analyse IT (+ 11 soit +5%)
- En diminution :
 - métiers de la vente et relation client : -719 pour l'UES soit -7% vs 2018
 - métiers de la famille déploiement et exploitation : -710 soit -3,8% dont plus de la moitié sur le métier Groupe intervention
 - métier du management continue la diminution initiée en 2018 avec une diminution de - 302 soit -4%)
 - métiers du domaine fonctions support sont en diminution de -386 (-4,7% vs 2018)

Force au travail

- Force au travail globale (hors construction réseau FTTH) : 90 914 ETP
- ETP interne 67 084 (-4,0% v/s 12 2018 PF)
- Intérim 658 ETP (-5,8% v/s 12 2018 PF)
- Sous-traitance (hors construction réseau FTTH) 23 871 ETP (+0,9% v/s 12 2018 PF)
- L'alternance : 4 053 alternants (-5,1% v/s 12 2018) ;
 - 3 113 apprentis ; 940 contrats de prof.
 - 5,4% taux d'insertion professionnelle
 - 2 119 conventions de stage signées
 - 516 jeunes issus de l'insertion recrutés en CDI dont 36,8% de femmes...

Temps de travail

- 15 940 salariés en temps partiel (-16,2% v/s 12 2018) :
 - dont 11 415 présents dans les dispositifs seniors (-20,3% v/s 12 2018) ;
 - Part du temps libéré parmi les 9 298 salariés en TPS 93,3%.

Position de la CFE-CGC Orange

Concernant la sous-traitance : l'ancien cœur de métier de France-Télécom est largement sous-traité aujourd'hui... Quel est le vrai coût de la sous-traitance, et au-delà du coût, il manque l'indicateur de la « tension », qui définit le ratio entre la force au travail en ETP et la charge du travail (hommes année). Cette information a priori pour en déduire les besoins en sous-traitance !

Au sujet de l'alternance : les 4 053 alternants représentent 2 000 hommes / années environ. Sachant qu'il y a 2 119 conventions de stages (un stage variant de quelques jours à 6 mois), quel est le poids des stagiaires en ETP ? Quant aux recrutements en CDI, quelle est la répartition entre les alternants et les stagiaires ?

La CFE-CGC Orange propose :

Orange se limite au strict respect des 5% de taux d'insertion imposés par la Loi. En tant qu'Entreprise socialement responsable, nous souhaitons qu'Orange aille au-delà et :

- ouvre des postes pour les alternants, pour lesquels nous demandons la création d'une commission de suivi ;
- pratique une GPEC pour les alternants : arrêtons de former des jeunes qui vont alimenter la concurrence et la sous-traitance ;
- embauche à bac plus 2 et propose un parcours vers le diplôme d'ingénieur ;
- que les jeunes à la formation desquels nous participons soient à minima embauchés en filiales.

Enfin, concernant un [sondage](#) étudiant/le Figaro, comment se fait-il qu' Orange soit très bien classé chez les alternants et beaucoup moins bien dans le classement des entreprises préférées des étudiants des grandes écoles ? La raison en est-elle que la politique de volontariste de rétribution des alternants est séduisante, autant celle des jeunes recrutés l'est peu !

Covid19 : suivi des mesures pour accompagner le déconfinement...

Questions de la CFE-CGC Orange et réponses à consulter sur [l'essentiel notes de séances](#)

Vos représentants

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** ; Adrien **GRACIANNETTE AE OC** ;
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**

Vos représentants dans les commissions

Economique	David COUCHON TGI Président ; Hélène MARCY TGI
Emploi, formation, égalité pro.	Véronique GARNIER TGI ; Noël FAYEAUX DO GSE ; Brahim HAMADI WIN
Handicap	Abdelkrim DAOUADJI DO GSO
Marchés	Sylvie NET WIN
Entreprises	Christophe MOINIER DO GSO ; Daniel DEMONCHY SCE
Orange France	Raphael MATHON DEF/DRCE ; Adrien GRACIANETTE DO GSO
Innovation	Ghislaine DE SALINS TGI
Information, aide au logement	Sylvia PETRIZ DEF/DRCE
ASC	Annie MARTIN FS&F
CPRPPST	René SOUILLAT OFS ; Bernard GUIBERT DTSI ; Jean-Louis CASTELLI DOGSE ; Laurence DULON FS&F
CSSCTC	Laurent DELAVIGNE DO GO ; Pierre GOJAT SCE

Les dossiers présentés lors de cette séance sont disponibles sur [Alfresco](#), **CSEC 2020 – 23/24** et **29 juin 2020**
Ils y sont à la disposition des seuls adhérents et militants. **À ne pas diffuser.**