



SOMMAIRE

Prime de Partage de la Valeur.....	1
Orientations d'Orange France.....	2
Orientations du domaine Boucles Locales et Interventions (BLI)	3
Orientations de la Direction Entreprises France.....	4
Projet de cession de Globecast Holding.....	5

PRIME DE PARTAGE DE LA VALEUR

Orange prévoit le versement d'une prime de partage de la valeur (PPV), en lien avec la réussite du plan « Lead the Future 2023-2025 ».

Cette prime concernera les salariés liés par un contrat de travail (CDI, CDD et alternants), les fonctionnaires en activité et les intérimaires à la date de signature de la décision unilatérale. Les stagiaires ne sont pas concernés par ce dispositif.

Deux montants de référence sont définis en fonction du niveau de rémunération, apprécié au regard du Salaire Global de Base (SGB) sur la période de référence (12 mois précédant la date du versement prévue le 31 mai ou le 1^{er} juin) :

- 1 400 € bruts pour les salariés dont le SGB est inférieur ou égal à 40 000 €
- 1 200 € bruts pour les salariés dont le SGB dépasse ce seuil

Le montant à percevoir sera modulé selon trois critères :

- Le niveau de rémunération,
- La durée d'activité contractuelle,
- La durée de présence effective sur les 12 mois précédant le versement, soit du 1^{er} juin 2025 au 31 mai 2026.

La prime sera calculée proportionnellement au taux d'activité des salariés (50% pour un TPS par exemple).

Certaines absences seront assimilées à des périodes de présence effective, notamment celles liées à une maladie professionnelle, à un accident du travail ou de service, à la parentalité, ainsi que certaines autorisations spéciales d'absence rémunérées.

La prime sera versée en une seule fois. Par défaut, elle sera perçue sur la paie de juillet. Les salariés auront la possibilité de choisir un placement sur le Plan d'Épargne Groupe (PEG) ou

sur le PERCoI (sous réserve de la signature d'un avenant en cours de négociation). Ces versements volontaires échappent alors à l'impôt sur le revenu.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC Orange a alerté Orange dès la communication maladroite de cette prime puis à l'annonce des résultats du groupe de l'iniquité de traitement et de l'effondrement des rémunérations des salariés (baisse de l'intéressement et de la participation). Elle se félicite d'avoir porté la voix des salariés déçus et d'avoir été entendu.

La CFE-CGC Orange ne peut que déplorer les faibles avancées proposées par Orange sur le montant de cette prime.

La CFE-CGC Orange dénonce une nouvelle fois une politique de rémunération déséquilibrée. Alors que l'intéressement et la participation reculent très nettement pour les personnels, les dispositifs de rémunération des dirigeants sont en forte progression et en net décalage avec les résultats du groupe (actions gratuites pour les cadres dirigeants, politique d'attribution des LTIP pour les Leaders). Les résolutions qui seront prochainement mises au vote de l'Assemblée Générale du groupe portant sur la rémunération de nos dirigeants sont le reflet d'un mépris du travail des salariés d'orange et de leur besoin de pouvoir d'achat.

Dans ce contexte, la prime de Partage de Valeur (PPV) ne peut pas masquer les pertes subies par les salariés. Elle ne remplace ni un accord d'intéressement ambitieux, ni une véritable négociation sur le partage de la valeur.

La CFE-CGC Orange souligne le caractère inéquitable de cette prime modulée selon la rémunération, pénalisent certains salariés.

Pour la CFE-CGC Orange, une prime reconnaissant l'engagement collectif doit reposer sur des critères clairs, une communication transparente et un véritable dialogue social ; et garantir une perception positive par les salariés.

ORIENTATIONS D'ORANGE FRANCE

Orange France présente l'année 2025 comme une année de bonne résistance dans un marché en baisse, avec un leadership confirmé sur les réseaux, l'expérience client et l'innovation.

L'année 2026 est décrite comme un tournant, avec le lancement du nouveau plan stratégique et la mise en place de la nouvelle organisation issue de **Regain** à partir du 1er mars 2026.

Bilan 2025 :

Sur le plan financier, le chiffre d'affaires global est en baisse de 2,1%, mais le chiffre d'affaires des services telecom grand public (Core Service Retail) progresse légèrement et l'EBITDAaL s'améliore de 0,9% grâce à une maîtrise des coûts indirects.

EBITDA : indicateur de performance opérationnelle qui mesure le résultat avant intérêts, impôts, amortissements et provisions.

EBITDAaL = EBITDA - charges de loyers

Les marchés grand public, Pro-PME et Entreprises restent porteurs malgré une forte pression concurrentielle, avec de bonnes performances de conquête, notamment sur la fibre, les services numériques et la cybersécurité

Le déploiement fibre se poursuit fortement, avec l'accélération des raccordables à la demande et le décommissionnement du cuivre via le programme [Canopée](#).

Le mobile reste un axe majeur avec le plan **Boost mobile**, centré sur le renforcement du premium en zones denses et rurales. Côté SI, Orange poursuit deux priorités : améliorer la qualité de service et accélérer **Move 2 Cloud**, pour moderniser les infrastructures, sortir des solutions obsolètes et consolider les datacenters cibles.

Transformation stratégique

Le plan **Trust the Future** repose sur trois **pilliers** :

- proximité client,
- croissance par l'innovation et
- excellence à grande échelle.

Il s'articule autour de **cinq segments de conquête** :

- jeunes,

La CFE-CGC Orange souligne l'importance d'un véritable dialogue social pour assurer transparence, confiance et équité dans la mise en œuvre de telles mesures.

Retrouvez l'intégralité de l'intervention : [ici](#)

- familles,
- seniors,
- territoires et
- entreprises.

Pour le mettre en œuvre, Orange France s'appuie sur **six programmes prioritaires**:

- [Canopée](#),
- [Excellence client GP](#),
- **Excellence client B to B**,
- **Efficacité**,
- [Carbone](#) et
- **Nouveaux business**.

Sur le Grand Public, l'objectif est une croissance du Core Service Retail de 37 M€, avec une stratégie fondée sur la maîtrise du churn, la conquête de cibles sous-pénétrées, la montée en valeur et le développement des services additionnels.

Sur les Pro-PME, Orange vise plus de 120 000 nouveaux SIRET et une hausse du chiffre d'affaires services portée par la cybersécurité, la communication et les services numériques.

Sur le marché Entreprises, l'ambition est de conserver le leadership territorial tout en accélérant la croissance des services numériques, notamment cloud, data et IA générative. Orange insiste sur l'évolution des compétences, la mobilité interne et l'accompagnement des salariés face aux mutations des métiers. L'IA est présentée comme un levier important de transformation, à condition d'être déployée dans un cadre responsable, avec des usages.

La mise en place de la nouvelle organisation Regain s'inscrit dans une logique progressive, avec une phase de stabilisation puis de consolidation, afin de sécuriser la continuité des activités et d'adapter les modes de fonctionnement.

La sécurité et la cybersécurité apparaissent comme des priorités majeures pour 2026, avec un renforcement des dispositifs de protection des boutiques, des réseaux, des sites et des données. Le programme **Carbone** vise à poursuivre la réduction des émissions, à développer les énergies renouvelables et à accélérer l'économie circulaire. Enfin, sur l'immobilier et les services généraux, Orange continue de rationaliser ses surfaces, de libérer des mètres carrés et de mutualiser davantage ses fonctions support.

Orange France veut consolider ses acquis de 2025, réussir la bascule organisationnelle de 2026 et accélérer sa transformation commerciale, industrielle et technologique. L'enjeu est de maintenir la performance tout en préparant la

fermeture du cuivre, la montée du cloud, l'usage de l'IA et la croissance des nouveaux relais de valeur.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC Orange a rappelé que les orientations présentées suscitent de vives inquiétudes quant à la soutenabilité du modèle social et organisationnel.

Si la Direction met en avant un modèle performant, celui-ci repose sur un effort structurel croissant demandé aux personnels. Dans ce contexte, la CFE-CGC Orange a interpellé la Direction sur les limites humaines d'un tel système, sa durabilité et le coût social réel des transformations engagées.

La nouvelle organisation **Regain** a également fait l'objet d'interrogations : quels changements concrets pour les personnels, pour les clients, pour la charge de travail et pour les conditions d'exercice ? À ce stade, les élus attendent des réponses précises, des bénéfices mesurables et de véritables garanties quant à l'impact social.

ORIENTATIONS DU DOMAINE BOUCLES LOCALES ET INTERVENTIONS (BLI)

Orange confirme sa volonté de maintenir son leadership sur les réseaux tout en renforçant l'efficacité opérationnelle du domaine boucle locale intervention (BLI), dans un contexte de transformation marqué par l'extinction progressive du cuivre et la montée en puissance de la fibre. L'année 2026 est présentée comme une année charnière, à la fois pour la mise en œuvre du projet **Regain**, l'évolution des métiers et la modernisation des systèmes d'information.

En 2025, les résultats sont globalement positifs : amélioration de la satisfaction client, progression du net promoter score (NPS, mesure de la satisfaction client) sur le segment Entreprise, maintien de la première place ARCEP et accélération de la bascule du cuivre vers la fibre. Le programme **Efficiency** a généré 103 M€ d'économies et permis une réduction de 12% des émissions carbone. L'année a également été marquée par des avancées en matière de résilience climatique, de renforcement des contrôles fournisseurs et de réinternalisation via le programme Max Intervention.

D'après la Direction, le **projet Regain** introduit une nouvelle organisation visant à simplifier la gouvernance, renforcer le pilotage national et rapprocher les décisions du terrain grâce à l'intégration de directions régionales. Cette transformation s'inscrit dans le plan stratégique « Trust the Future », centré sur la proximité client, l'innovation et la performance opérationnelle.

Sur le plan industriel, les priorités portent sur l'accélération du décommissionnement du cuivre, la poursuite du déploiement et de la maintenance du réseau fibre, ainsi que la modernisation du génie civil, notamment via l'évolution des systèmes d'information.

En matière d'expérience client, 2025 a vu des progrès significatifs (délais, réduction des SAV, développement du FTTH). Pour 2026, l'objectif est d'atteindre 80% de

Par ailleurs, la CFE-CGC a dénoncé l'absence de bilan du projet **Libellule** (réorganisation du réseau des boutiques), alors même qu'il transforme en profondeur le modèle commercial, les métiers et les parcours professionnels. Sur le terrain, les risques psychosociaux s'accroissent, les repositionnements sont parfois difficiles à vivre et les dispositifs d'accompagnement demeurent insuffisants.

Enfin, les élus ont souligné une contradiction majeure : alors que les performances et les gains sont largement mis en avant, le partage de la valeur avec les salariés reste insuffisant. Pour la CFE-CGC, il n'est pas soutenable de solliciter toujours davantage les équipes sans une reconnaissance à la hauteur de leur engagement.

Retrouvez l'intégralité de l'intervention : [ici](#)

raccordements réalisés dès la première intervention et de simplifier les parcours clients, tout en poursuivant les migrations vers la fibre. Sur le marché Entreprise, l'enjeu reste l'amélioration de la qualité de service et le développement des offres à valeur.



Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC Orange a alerté sur une transformation du domaine boucle locale présentée comme inéluctable, et qui se traduit surtout par moins d'effectifs, davantage de contraintes, une polyvalence renforcée et une pression accrue sur les personnels.

Pour la CFE-CGC Orange, derrière les notions de performance, proximité, innovation et simplification, le risque est celui d'une dégradation du sens du travail, d'une perte d'autonomie et d'une déshumanisation progressive de l'activité.

La multiplication des projets, des outils, de la digitalisation, de l'IA, de la supervision et de la sous-traitance soulève la question

d'un pilotage davantage financier qu'industriel, au détriment des collectifs de travail et de la qualité du service rendu.

Sur les parcours professionnels, la montée en compétences affichée doit être interrogée.

Pour la CFE-CGC Orange, les conditions de travail et la sécurité sont un point majeur d'alerte.

Les risques électriques, amiante, radon, météo, cybersécurité et risques psycho sociaux (RPS) nécessitent des moyens réels,

ORIENTATIONS DE LA DIRECTION ENTREPRISES FRANCE

L'année 2025 est jugée globalement solide sur le plan commercial, mais reste marquée par une baisse du chiffre d'affaires. Cette baisse est liée à la pression tarifaire sur les offres cœur (connectivité, voix, mobile) et à un ralentissement conjoncturel sur le cloud. Sur le marché Pro-PME, Orange dépasse ses objectifs avec 103 000 nouveaux SIRET recrutés et une progression de l'ARPU de 2%. La proactivité devient un levier structurant, représentant désormais 30% des ventes. Sur le marché Entreprises, les prises de commandes atteignent 2,15 Md€ (+4,7%), mais le chiffre d'affaires recule de 5,4%, confirmant la tension sur les prix et la maturité du marché.

Les relais de croissance, notamment en cybersécurité, sont en forte progression et représentent désormais 41% des commandes, illustrant le basculement progressif vers les services numériques.

Pour 2026, Orange vise une stratégie de croissance plus ciblée et plus qualitative. Sur le segment Pro-PME, l'objectif est d'atteindre 120 000 nouveaux SIRET, en s'appuyant davantage sur la data, une segmentation plus fine et un pilotage multicanal renforcé. L'enjeu est de recruter des clients à plus forte valeur et de tirer parti des transitions technologiques (fibre, extinction du cuivre, facturation électronique).

Sur le marché Entreprises, l'ambition est de devenir un partenaire numérique de confiance, avec un modèle de vente simplifié et plus lisible. Les priorités portent sur la migration vers la fibre, la modernisation des usages mobiles et la transformation de la voix vers des solutions de collaboration unifiée, dans un environnement concurrentiel et mature.

Orange entend également accélérer fortement sur les services numériques (cybersécurité, cloud, data, IA), avec un objectif de croissance de 12% en 2026.

Le Tiger Plan structure les priorités commerciales autour de cinq axes (WAN, Mobile, Collaboration/Contact Center, Cloud/Data/IA, Cybersécurité) avec un objectif de simplification des processus, de renforcement de l'autonomie des équipes et d'intégration accrue de l'IA (notamment via Safary et MAIA).

La digitalisation des parcours, l'usage de la data et la simplification des outils sont présentés comme des leviers clés d'efficacité opérationnelle et de différenciation.

En matière d'expérience, l'entreprise met l'accent sur une meilleure information client en cas d'incident et sur l'amélioration des parcours (vente, production, SAV, facturation).

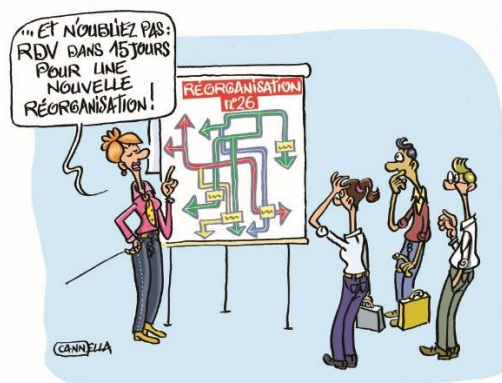
une prévention concrète et un dialogue loyal, alors que les personnels ont surtout le sentiment de subir des décisions déjà prises.

Retrouvez l'intégralité de l'intervention : [ici](#)

Côté salariés, les enjeux portent sur le renforcement des métiers commerciaux, la mobilité interne, la reconversion et l'accompagnement des compétences, notamment via les dispositifs gestion de l'emploi et des parcours professionnels (GEPP) et Orange Perspectives. La formation et l'accompagnement managérial sont identifiés comme des facteurs clés de réussite.

Enfin, les engagements RSE restent structurants, avec des objectifs en matière de réduction de l'empreinte carbone, d'économie circulaire et d'accessibilité numérique (terminaux reconditionnés, reprise des équipements, certification ISO 14001).

La trajectoire 2026 repose sur trois leviers principaux : un meilleur ciblage des clients, un renforcement des outils et des pratiques commerciales avec une capacité accrue à transformer les transitions technologiques en opportunités de création de valeur, dans une logique de croissance plus sélective et différenciante.



Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC estime que les orientations présentées restent trop tièdes au regard des enjeux.

Nous constatons malgré tout une forte ambition affichée sur les outils, les parcours, l'IA, la couverture client et la rémunération, mais la CFE-CGC Orange juge qu'il est désormais urgent de transformer ces intentions en résultats concrets.

Le premier sujet d'alerte concerne l'adressage commercial. Nous considérons que les « bons » clients ne sont pas suffisamment ciblés sur les bons marchés, avec les bons outils et les bonnes offres, et que la rigidité du « Mercato » freine la fluidité commerciale et détruit du business.

Le deuxième point porte sur la production, le service après-vente (SAV) et la facturation. Même si des plans prioritaires existent, les avancées restent trop peu visibles pour les salariés comme pour les clients, ce qui nourrit un sentiment de décalage entre les annonces et la réalité opérationnelle.

La CFE-CGC Orange a insisté sur la nécessité d'accélérer sur les offres packagées et les relais de croissance. Dans un marché très évolutif, marqué par l'innovation, l'IA, le cloud et de nouvelles attentes clients, Orange doit gagner en agilité, en innovation et en réactivité pour préserver son leadership et sa crédibilité d'opérateur premium.

PROJET DE CESSION DE GLOBECAST HOLDING

Le projet concerne la cession de 100% de Globecast à une nouvelle holding créée pour l'opération, prévue pour fin 2026. Globecast, filiale d'Orange spécialisée dans la distribution vidéo, voit ses résultats financiers se dégrader depuis 2022, notamment son chiffre d'affaires baisser et son EBITDA plonger en négatif. La stratégie G27 vise à développer de nouvelles activités (Media Integration, OTT, cloud) pour redresser la croissance d'ici 2027.

Le marché évolue rapidement avec une migration vers l'IP, le cloud, et une concurrence accrue des GAFAM. La faible synergie avec Orange limite l'intérêt stratégique pour le groupe, justifiant la recherche d'un nouvel actionnaire, Verdoso, dont le groupe espère qu'il sera capable d'accompagner la transformation et la croissance de Globecast.

Le processus est structuré en plusieurs étapes, avec une négociation exclusive en cours, et une finalisation prévue pour fin 2026. La cession implique la création d'une holding d'acquisition en France, avec une association du management à hauteur de 20%. La procédure réglementaire et anti-trust est en préparation.

Impacts RH et sociaux

- **Contrats de travail** : maintenus avec ancienneté, *sans transfert automatique*.
- **Représentation** : disparition de l'UES Globecast, qui correspond à la fin automatique des mandats des représentants du personnel.
- **Emploi** : engagement du repreneur de ne pas avoir recours à des licenciements collectifs pendant 18 mois, avec possibilité de mobilité interne dans le groupe Orange pendant 12 mois.
- **Fonctionnaires** : ils seront réintégrés dans Orange, avec un accompagnement personnalisé dont on ne connaît pas les détails.

Le projet n'a pas d'impact sur la stratégie RSE. Un plan de communication et d'accompagnement du changement est

Enfin, la CFE-CGC Orange a alerté la Direction sur les limites du SI, des processus de migration et du système de reconnaissance de la performance. Il est inacceptable d'attendre encore pour un SI et un espace client à la hauteur. Une évolution du système de rémunération et de reconnaissance est aussi indispensable afin de redonner du sens, de soutenir l'attractivité et d'accompagner le changement.

Retrouvez l'intégralité de l'intervention : [ici](#)

prévu pour rassurer salariés, managers, clients et partenaires tout au long du processus.

La contribution financière de Globecast à Orange est marginale, et la sortie n'affectera pas significativement le chiffre d'affaires ou l'EBITDA du groupe.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC considère que la cession de [Globecast](#) traduit avant tout un manque de vision stratégique d'Orange Business sur les activités médias.

Alors que ce secteur est stratégique et en forte transformation, l'entreprise semble abandonner un actif qui aurait pu être intégré et valorisé comme levier commercial pour le cloud, la cybersécurité et les services à valeur ajoutée, à l'instar de ce que fait Tata Communications avec de tels services.

La CFE-CGC Orange a souligné que Globecast, malgré un historique de sous-valorisation et de difficultés managériales, a su développer des produits reconnus et conserver des références solides.

La vente est donc perçue comme l'aboutissement d'un désengagement progressif, au lieu d'un vrai projet de transformation industrielle et de modernisation.

La CFE-CGC Orange exprime aussi de vives réserves sur le choix des candidats à la reprise comme sur les modalités et le processus de ce choix. Un contentieux porté par le CSE de Globecast est d'ailleurs en cours à ce propos. La CFE-CGC Orange estime que certains prétendants ne sont pas compatibles avec les valeurs d'Orange et soutient qu'Eurovision Media Services aurait offert un projet industriel plus cohérent, avec davantage de perspectives de co-construction et de développement.

Sur le plan social, la CFE-CGC demande des garanties claires pour les salariés.

Elle réclame l'ouverture d'une négociation tripartite entre syndicats, Orange et repreneur pour reclasser tous les

personnels qui le nécessitent avant la conclusion de la cession (closing), pas seulement les fonctionnaires, et obtenir une solution personnalisée pour chacun.

La CFE-CGC Orange anticipe également des impacts forts sur l'organisation du travail, les compétences, la charge de travail et les risques psychosociaux.

Elle demande des réponses précises sur les formations, les mobilités, les reclassements, la continuité des missions, la situation du site de Sainte-Assise et le devenir du dialogue social après la disparition de l'UES Globecast.

Enfin, la CFE-CGC insiste sur la nécessité de préserver la pérennité de l'emploi, de fixer un cadre clair à la restructuration et d'obtenir une visibilité sur le calendrier de revente.

Elle rappelle que le volet social fait partie intégrante de la RSE et qu'une cession ne peut être acceptable que si elle garantit un avenir réel aux personnels et une gouvernance enfin compétente pour la suite.

La CFE-CGC dénonce une cession de Globecast qui ressemble davantage à un désengagement stratégique d'Orange qu'à un vrai projet industriel.

Nous demandons des garanties fermes pour l'emploi, les reclassements, les compétences, la continuité d'activité et le maintien d'un dialogue social réel.

Chaque membre du personnel doit avoir une solution claire et un avenir. 200 salariés, 200 solutions !

Retrouvez l'intégralité de l'intervention : [ici](#)

VOS REPRESENTANTS CFE-CGC ORANGE :	Élus CSE Central :			
	Gaëtan Absalon	DO Antilles Guyane	(Tel : 596696854626)	
	Sylvain Besse	SCE	(Tel : 0608819546)	
	Michel Dana	SCE	(Tel : 0682653067)	
	Fabien Esnault	DTSI	(Tel : 0607080400)	
	Valerie Giraud	INNOVATION	(Tel : 0608359941)	
	Laurence Le Bott	DO Grand Ouest	(Tel : 0678780503)	
	Anne Lefrans	Orange France Siège	(Tel : 0607950009)	
	Leila Belayachi	DO Grand-Nord Est	(Tel : 0784223987)	
	Abdelkrim Daouadji	DO Grand Sud Ouest	(Tel : 0674426441)	
	Laurent Delavigne	DO Grand Ouest	(Tel : 0687609337)	
	Pierre-Emmanuel Deschaumes	DTSI	(Tel : 0645632236)	
	Philippe Drouet	DO Grand Sud Est	(Tel : 0677175078)	
Laurence Dulon	Fonctions Corporate	(Tel : 0686174225)		
Raphael Erudel	DO Reunion Mayotte	(Tel : 262692298366)		
Mireille Garcia	Orange Wholesale	(Tel : 0608750794)		
Laurent Martin	DO Ile de France	(Tel : 0673893932)		



**CHOISISSEZ
CEUX
QUI
AGISSENT !**

www.cfecgc-orange.org
 abonnements gratuits : bit.ly/abtCFE-CGC
 tous vos contacts : bit.ly/annuaireCFE-CGC

