



SOMMAIRE

Orientations TOTEM France	1
Orientations du domaine de la Relation Client Grand Public.....	2
Informations en matière de durabilité	2

ORIENTATIONS TOTEM FRANCE

En 2025, [TOTEM](#) France affiche un bilan solide, avec une croissance de l'activité d'hébergement, une progression du taux de colocation et une performance globale conforme aux objectifs budgétaires. La société confirme sa position de 2^{ème} TowerCo sur le marché français en nombre de sites, avec une présence nationale étendue et une activité soutenue auprès d'un portefeuille diversifié de clients opérateurs et B2B.

Le marché français des TowerCo reste dynamique, malgré un contexte hétérogène selon les clients, les zones géographiques et les contraintes économiques ou industrielles. TOTEM doit donc continuer à adapter son modèle aux besoins des opérateurs et aux spécificités territoriales, tout en poursuivant la construction de sites neufs et la valorisation du parc existant.

L'année 2025 est présentée comme une année de croissance pour l'hébergement, portée par les nouveaux sites Orange et l'accueil de nouveaux locataires tiers, avec une hausse notable du chiffre d'affaires externe. Le développement des activités B2B est également mis en avant, notamment sur des usages IoT (IoT : Internet of Things, internet des objets), radio, faisceaux hertziens et autres services de connectivité, ce qui confirme la volonté de diversification.

Sur le plan social et organisationnel, 2025 a été marquée par la mise en œuvre du projet [TOTEM Now](#), qui a conduit à une nouvelle organisation des fonctions supports en France. Ce projet s'est appuyé sur une démarche de co-construction, mais a aussi fait apparaître des tensions, des interrogations sur les rôles, la gouvernance et l'articulation entre les différentes entités du groupe.

Les analyses d'impact humain montrent une amélioration perçue de la gouvernance et du fonctionnement collectif après la mise en place de la nouvelle organisation, tout en pointant la nécessité d'ajustements complémentaires pour stabiliser les process et les interfaces.

Pour 2026, TOTEM France fixe plusieurs priorités : atteindre un taux de colocation de 1,5x, maîtriser la croissance des coûts immobiliers, accélérer la digitalisation, refonder la relation avec Orange, développer l'activité indoor et B2B, explorer de nouveaux relais de croissance, notamment autour de l'énergie, et renforcer les actions liées à la résilience et à la transition environnementale.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC salue certains résultats économiques de TOTEM mais estime que la rentabilité opérationnelle se dégrade, malgré la hausse du chiffre d'affaires et du taux de colocation. Elle alerte sur la hausse des CAPEX, la dépendance à Orange, la fragilité du modèle face à la baisse des hébergements tiers et l'incertitude sur la rentabilité des relais de croissance comme l'indoor ou l'IoT. Elle critique aussi la réorganisation TOTEM Now, jugée insuffisamment sécurisée sur le plan social, ainsi que le manque de visibilité sur la stratégie environnementale et l'articulation avec le plan Trust the Future

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

Orientations du domaine de la Relation Client Grand Public

La stratégie d'Orange pour 2026 : une continuité axée sur trois piliers fondamentaux

En 2025, le marché des télécommunications a été marqué par une forte pression concurrentielle, une baisse du pouvoir d'achat et une intensification des stratégies tarifaires, dans un contexte de marché mature et en recul. Malgré ces défis, Orange a su maintenir une dynamique positive, notamment grâce à la conquête de nouveaux clients, à la fidélisation, à la montée en valeur et à la diversification de ses activités.

Une vision claire pour 2026 : poursuivre dans la continuité du plan Trust the Future

Pour l'année 2026, la Direction d'Orange s'inscrit dans la continuité du plan stratégique [Trust the Future](#), qui repose sur trois piliers essentiels :

1. Proximité client

L'objectif est de renforcer la relation avec les clients en proposant des parcours simplifiés, plus personnalisés et omnicanaux. La transformation des canaux, notamment par l'optimisation du réseau de boutiques et l'intégration des outils digitaux et d'intelligence artificielle, vise à améliorer la qualité de service tout en maintenant une proximité territoriale forte. La satisfaction client doit continuer à être maintenue, avec une attention particulière portée aux parcours clients fragiles.

2. Croissance par l'innovation

Orange mise sur le développement de nouvelles poches de croissance, notamment dans la diversification de ses activités. La progression attendue concerne des secteurs tels que la TV, la maison protégée, Orange Money, Orange Cybersecure, ainsi que de nouveaux services comme la marketplace. La data et l'IA jouent un rôle clé pour personnaliser davantage les offres, optimiser la segmentation et maximiser la valeur client.

3. Excellence à grande échelle

L'amélioration continue de la performance opérationnelle et de la qualité de service est une priorité. La simplification des parcours, l'amélioration de la productivité, et l'usage accru des outils digitaux et de l'IA doivent permettre à Orange d'être plus

agile, tout en valorisant les compétences de ses équipes, notamment en boutique et en service client.

Une stratégie centrée sur la valeur et la transformation

Les priorités pour 2026 incluent la préservation de la valeur de la base clients, le développement de nouvelles sources de croissance, et l'optimisation des coûts. La conquête reste un objectif, mais avec une attention accrue à la maximisation de la valeur client, notamment par des offres segmentées pour les jeunes, les seniors et les familles.

Par ailleurs, la transformation du modèle de relation client se poursuit, avec une attention particulière à l'intégration des canaux digitaux et humains, tout en maintenant une politique volontariste en matière d'emploi, d'alternance et de développement des compétences

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC Orange souligne que les orientations 2026 s'inscrivent dans un contexte de marché très concurrentiel, marqué par la pression tarifaire, la baisse des volumes et une exigence accrue sur la relation client. Elle interroge la soutenabilité du modèle économique, la pertinence de la stratégie de diversification, ainsi que les conditions de sa mise en œuvre sur le terrain.

La CFE -CGC Orange a alerté également sur la transformation du travail, jugée plus complexe et plus intense malgré la baisse apparente des volumes. La CFE-CGC Orange souhaite des garanties sur la charge réelle, les effectifs, l'accompagnement des équipes, l'évolution des métiers en boutique, ainsi que sur la lisibilité de la rémunération variable.

Enfin, la CFE-CGC Orange appelle à davantage de transparence sur l'usage de l'intelligence artificielle, sur les indicateurs sociaux, sur la sécurité en boutique et sur les engagements RSE, afin que la transformation annoncée reste cohérente avec la réalité des conditions de travail et des moyens alloués.

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

INFORMATIONS EN MATIERE DE DURABILITE

Le document présente l'intégration des enjeux de durabilité dans la stratégie d'Orange, dans le cadre des normes ESRS et de la double matérialité. Il met en avant 29 impacts risques et opportunités (IRO) matériels, répartis entre les dimensions environnementale, sociale et de gouvernance, ainsi qu'un volume important de données publiées et de plans d'action associés.

Sur le plan environnemental, Orange confirme ses engagements de réduction des émissions, de décarbonation de

l'énergie et de maîtrise de l'empreinte liée à la chaîne de valeur. Les réalisations 2025 soulignent notamment des progrès sur les scopes 1, 2 et 3, le développement des énergies renouvelables, les actions d'efficacité énergétique et le déploiement de l'économie circulaire.

Il met également en avant les actions menées en matière sociale, avec un accent sur le développement des compétences, l'engagement des salariés, la santé et la sécurité au travail, ainsi que l'égalité professionnelle. Orange indique

avoir poursuivi ses efforts sur la formation, la mobilité, l'inclusion et la protection des données des collaborateurs.

Concernant les parties prenantes externes, la durabilité rappelle les engagements du Groupe en matière de protection numérique, d'accessibilité, de cybersécurité, d'inclusion numérique et de continuité de service. Le document souligne aussi les actions menées auprès des clients, des communautés et de la chaîne de valeur, notamment en matière d'achats responsables et de respect des droits humains. Orange affiche ainsi une ambition de long terme autour du net zéro carbone en 2040, de la confiance numérique, de l'inclusion et de la responsabilité sociale.

Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC Orange prend acte, du travail engagé sur l'obligation légale relative à la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), dont le rôle est de fixer les normes et obligations de reporting extra-financier de durabilité des entreprises et de la progression méthodologique observée depuis la première présentation.

Nous soulignons toutefois que l'exercice doit rester un outil de vérité, de traçabilité, de contrôle de ce qui y est décrit et non une simple mise en conformité formelle.

La sincérité du rapport passe par l'exhaustivité de la déclaration de l'Impact des Risques et Opportunités (IRO) identifiés sur l'entreprise et pas par un échantillon identique à celui présenté par les autres opérateurs.

La CFE-CGC Orange appelle à renforcer la fiabilité des données, la transparence des méthodes de collecte et la

possibilité d'auditer des indicateurs, notamment ceux liés au carbone, à l'énergie ainsi que ceux qui ont un impact sur la rémunération variable.

Nous avons insisté également sur une nécessaire gouvernance plus claire, avec une meilleure association des élus, des instances de contrôle et de la commission RSE.

La CFE-CGC Orange regrette l'absence d'indicateurs dédiés à l'intelligence artificielle, alors même que l'IA transforme déjà les métiers, les compétences, l'emploi, les risques cyber et les conditions de travail.

Nous avons également alerté sur les impacts sociaux, environnementaux et de gouvernance que cette transformation devrait faire apparaître dans le reporting.

La transparence vis-à-vis des investisseurs est essentielle et Orange ne doit pas faire comme les autres opérateurs mais être un moteur.

La CFE-CGC Orange demande que les données sociales soient mieux documentées, notamment sur les salariés en propre, la formation, le renforcement des compétences, la santé au travail et sur les travailleurs de la chaîne de valeur.

Nous avons fait également remarquer que la parité et l'inclusivité pourraient être renforcées dans les équipes en charge du pilotage CSRD.

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

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



CHOISISSEZ
CEUX
QUI
AGISSENT !

Retrouvez ce compte-rendu et les publications de votre établissement :
[url page web de l'établissement]

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

