L'essentiel du CGF

Comité Groupe France – Juin 2023

Sommaire

Restitution des échanges avec Christel HEYDEMANN – Directrice Générale d'Orange 1
Les stratégies mises en œuvre 2
Cession d'Orange Cinéma Séries (OCS) et d'Orange Studio (OS) 3

Restitution des échanges avec Christel HEYDEMANN – Directrice Générale d'Orange

Nouveau modèle d'entreprise : Confiance, Excellence et Performance.

- **Confiance** : c'est notre raison d'être. Orange est engagé dans l'inclusion numérique (enjeu RSE).
- **Excellence** : les compétences sont un enjeu central. C'est un enjeu de long terme (travailler sur le plan de formation et la diversité des métiers). D'où la création des filiales. Avoir des filiales est une force. La Directrice Générale reconnait qu'il y a un apriori de « salariés » de seconde zone en filiales pour certaines personnes en maison mère.
- **Performance** : économique et extra financière. Il faut savoir se « Benchmarker ». Dans l'entreprise, nous n'aimons pas nous comparer aux autres, à nos concurrents.

Les piliers de « lead the future »

Nous devons travailler à l'échelle du groupe en France. Il n'y a pas de filiale plus importante que d'autres. Le plan stratégique présenté en février 2025 est une communication vis-à-vis des investisseurs.

Le plan stratégique s'inscrit dans un horizon de temps au-delà de 2030. L'échéance de 2025 est purement financière. Nous avons besoin de nous **« benchmarker »** pour devenir un leader dans notre industrie.

Nous nous concentrons pour être le meilleur de notre cœur de métier. Le marché des télécoms n'est pas optimal en Europe, voire une aberration avec la logique de la toute concurrence.

Une partie des choses dans le plan stratégique doit être adressée en collaboration avec nos concurrents. Pour offrir plus, nous devrons aller vers le haut de marché et davantage monétiser nos actifs. Notre enjeu est de montrer à nos clients que nous pouvons leur offrir une offre personnalisée, et nous en sommes encore loin.

Nous devons remonter nos prix dans le contexte de l'inflation. Pour offrir plus, Orange doit offrir la stratégie du meilleur réseau, du meilleur service client : nous sommes meilleurs que nos concurrents mais en dessous de l'attente de nos clients.

- **1er pilier : pour renforcer notre excellence et notre qualité de service,** nous devons aller chercher de la croissance et offrir une qualité de service premium, y compris dans les nouvelles technologies.
  La France doit être le pays de l'excellence. Il y 5 DO mais il faudrait un centre d'expertise pour chacune des DOs.

- **2ème pilier : les infrastructures.**

  Orange est massivement propriétaire de ses infrastructures (les tours, la fibre).

  Nous devons anticiper la modernisation des ruptures technologiques et décommissionner les anciennes infrastructures (2G et 3G).

  Ligne rouge : Orange restera toujours propriétaire de ses tours où Orange est N°01, sans exclure la possibilité de faire rentrer des investisseurs.

- **3ème pilier : le marché entreprise.**

  Le marché entreprise est un marché stratégique dans lequel Orange doit redéfinir ses missions et se transformer. Vis-à-vis de ses clients, Orange donne l'impression d'être un acteur du passé.

  Nous devons nous assurer que nous sommes un promoteur des solutions du futur et les attentes nouvelles du client (logicielles, le cloud, la cybersécurité). Tout cela passe par une simplification de notre portefeuille d'offres et une impérative réorganisation.

  Nous devons améliorer aussi notre compétitivité : Orange est plus cher que ses concurrents et le service premium proposé est hors atteinte. Le contexte Orange Business est critique. Nos clients trouvent Orange trop compliqué. Ils veulent que nous réussissions mais ont un doute sur notre capacité à nous réorganiser et nous simplifier.

► Retrouvez également la déclaration préalable de la CFE_CGC Orange: https://www.cfecgc-orange.org/comite-groupe-france/

Orange Restricted

Les stratégies mises en œuvre

La nouvelle stratégie pour l'innovation

Dans l'innovation, la directrice générale veut que ça change : quelles sont les ambitions de l'innovation ?

Un nouveau patron Bruno ZERBIB est arrivé au 1er juin. Il aura mission de travailler sur :

- **Les Infrastructures,**
- **La Monétisation,**
- **Les Evolutions des plateformes.**

Technologie = innovation

Nous passons trop de temps dans des histoires de recharging internes qui ne servent à rien.

Enfin, il faut savoir choisir ses combats : savoir échouer, apprendre de ses échecs et aussi savoir renoncer.

La nouvelle stratégie pour les ressources humaines

- Recrutement : nous sommes dans un marché de guerre de talents. Il y a des activités où nous faisons trop nous-même alors qu'il faudrait faire appel à des sous-traitants.
- Le plan de départs volontaires (PDV) proposé sur OB est unique : il n'y en a pas d'autres prévus en France. La direction préfère investir sur les salariés qui restent que sur ceux qui partent, et les former aux nouveaux métiers.
- Le DRH Group Vincent LECERF souhaite transformer les RHs. Globalement, il y a beaucoup d'investissement qui ne sont pas assez fléchés face aux besoins des salariés. 1 000 personnes s'occupent de la formation dans le groupe. Il faut mieux orienter les parcours. **Orange consacre 5% de de la masse salariale pour 120 000 objets de formation, il faut simplifier. Et peut-être revoir la répartition des heures de formation entre les différentes entités du groupe.**
- Il n'y a pas de nouvel accord TPS à l'étude.
- Le contrat social dans lequel nous nous inscrivons doit nous préparer à l'avenir, avec une rupture de métiers et une évolution très rapide des technologies (Cybersécurité, Intelligence Artificielle, Softwarisation des réseaux).

La nouvelle stratégie financière :

- Constat : **c'est le 7ème exercice consécutif de croissance pour Orange** et cette croissance est portée essentiellement par le mobile grand public.
- **A horizon 2025, le groupe prévoit de verser un dividende de 0,75 € par action, ce qui constituera un cout global d'environ 2 milliards d'euros par an.**
- Quelle est l'ambition sur la croissance du chiffre d'affaires du groupe dans la plan lead the future ? Il y a une croissance prévue, notamment sur les services RETAIL, une ambition de tarifs (+ 1€ sur les abonnements) et une poursuite de la croissance des volumes et de la valeur (+ 1 Milliard €). Les plans de départs en TPS améliorent l'Ebitdaal et ils permettent la transformation de l'entreprise (organisation). Il y un axe de développement sur le cyber et une volonté d'améliorer notre profitabilité sur l'IT. Le ROCE (retour sur l'investissement) est un indicateur qui permet de mesurer la pertinence des CAPEX investis par rapport au coût de l'investissement.
- 3 activités sont en déclin structurel : la téléphonie fixe, le WholeSale (ventre en gros de cuivre) et la partie construction. Sur le cuivre, nous assistons à une baisse du chiffre d'affaire du WholeSale (- 250 M€) en volume. Cette perte sera en partie compensée par la hausse du tarif (l'offre 5G est plus chère que la 4G), en monétisant la fibre (une offre fibre coûte plus cher qu'une offre cuivre). Enfin, La baisse des coûts du personnel n'a pas d'impact direct sur la croissance du chiffre d'affaires.
- Pourquoi avoir demandé à TOTEM de contribuer au plan « Scale up » à hauteur de 53 M€ alors que l'activité a structurellement besoin d'investissements pour se développer ?
    - Le plan d'économies « Scale-Up » ne concerne que les OPEX et chaque entité est solidaire du plan d'économies que doit faire le groupe Orange. Il n'y a pas de corrélation entre le plan d'économies d'OPEX et les investissements CAPEX qui n'ont pas été touchés. Le plan d'économies vise en revanche les frais de personnel, et l'IT.
- Justement dans l'IT, pourquoi avoir baissé les budgets alors qu'il y a un besoin de développer des solutions (CRM, Data gouvernance) qui doivent nous permettre de mieux gérer le réseau avec nos clients ?
    - Les solutions IT préexistaient à la création de TOTEM et n'avaient pas besoin de budget supplémentaires.

Analyse de la CFE-CGC

Orange est à la conjonction de deux phénomènes :

1> Baisse de la rente des activités sur le cuivre.
2> Un besoin fort de financement des dividendes qui vont atteindre 2 milliards d'euros par an.

Ces deux phénomènes obligent à augmenter les marges de toutes les activités du groupe : fibre, 5G, IT, etc…Nous changeons de paradigme : toute nouvelle activité ne se financera plus par de la trésorerie mais par de l'emprunt.

Sur la sous-traitance : La CFE-CGC comprend le besoin de recours à la sous-traitance dans un marché de l'emploi tendu mais observe que ce recours est toujours de plus en plus massif et implique de confier une partie de son image à des tiers. De même, le coût de contrôle de la sous-traitance ne semble pas toujours être pris en compte et participe à dégrader les marges, particulièrement en filiale.

Orange Restricted

Cession d'Orange Cinéma Séries (OCS) et d'Orange Studio (OS)

Rappel de la stratégie par le DRH Groupe et Transformation

- La cession des activités d'Orange Cinéma Séries (OCS) et d'Orange Studio (la cession d'OS est actée et doit passer après l'avis de l'autorité de la concurrence pour être mise en œuvre au 1er janvier 2024).
- La motivation de cette vente est avant tout financière : Orange ne souhaite plus financer les pertes d'Orange Studio et d'OCS.
- Le groupe Canal+ est très engagé pour la reprise de ces activités. Pendant une durée de 21 mois maximum à compter de la cession, Canal+ prend l'engagement de ne procéder à aucun licenciement (sauf motif disciplinaire, rupture conventionnelle individuelle ou refus de transfert de contrat).
- La cession ne devrait avoir que de faibles impacts sur OPTV durant les 24 premiers mois.
- L'évolution des activités et de l'organisation d'OPTV à l'issu du contrat de transition donnera lieu à une consultation en 2024. Le groupe Orange travaillera à l'accompagnement et au positionnement des salariés OPTV au sein du groupe.
- Le kiosque salarié concernant OCS s'arrêtera à la cession. OCS sera intégré dans les offres de Canal+. Il n'y aura pas de modification des avantages salariés concernant les offres de Canal+ et des 30% pour les offres OCS.

Vos représentants CFE-CGC Orange

Élus Titulaires

- Eric BOILEAU OBS SA – Secrétaire
- Isabelle DUSSAUME OCD France
- Philippe CAILLAT SCE
- Philippe PETIT Globecast
- Christophe LANCRENON OBS SA
- Teddy TELCIDE Enovacom
- Christophe PIERRET Totem France
- René FALIEZ SCE
- Olivier GUYONNET OBS SA

Représentant syndical

- Vincent BRABANT Totem Group

Élus Suppléants

- Valérie VINCENT DO DSO
- Safa GRAGUEB-CHATTI DO GSE
- Laurent VAN CRAENENBROECK OFS
- Audrey ROMERO SCE
- Yannick SIHALATHAVONG OBS SA
- Cédric DEPOUTOT OFS
- Thierry ROGER DE GARDELLE TGI
- Julien CIVRAY OBS SA
- François Xavier BOUTIN DTSI

Site Web

www.cfecgc-orange.org

Orange Restricted