



Sommaire

Information sur le rapport PEC et présentation du cabinet APEX sur la situation sociale du Groupe Orange et de ses filiales en France.....	1
Présentation par le cabinet APEX de l'expertise annuelle sur les filiales du groupe en France.....	2

Information sur le rapport PEC et présentation du cabinet APEX sur la situation sociale du Groupe Orange et de ses filiales en France.

La baisse des effectifs continue à un rythme soutenu

Dans son rapport PEC, la direction nous a présenté les prévisions suivantes à l'horizon 2023 :

- Des effectifs groupe prévus à 62 000 salariés, en décroissance de 15% par rapport à 2019
- Une moyenne d'âge en augmentation : 48,1 ans (vs. 46,3 ans en 2020)
- Pas de nouveauté sur les métiers en plus forte croissance : Cybersécurité, Cloud, IA/Data et transformation numérique

La diminution des effectifs s'explique bien sûr par les départs en retraite, mais ils s'expliquent aussi par la baisse des recrutements en période Covid.

La déformation des emplois vers les filiales se confirme, tout comme l'augmentation de la sous-traitance ; aucune augmentation significative par contre sur la féminisation des effectifs.

Il a aussi été rappelé l'objectif de rééquilibrage entre les fonctions supports et les fonctions opérationnelles.

Autre ambition présentée : l'évolution de la pyramide des âges, notamment l'enjeu de garder les jeunes embauchés.

La part des moins de 30 ans avait diminué de 10 points entre 2016 et 2019 en raison de la baisse du poids des jeunes issus de l'insertion (28% en 2019 contre 41% en 2016). Cependant, l'année 2020 s'inscrit en rupture avec une diminution des recrutements plus marquée au fur et à mesure des tranches d'âge plus élevées, à l'exception des plus de 55 ans.

Ainsi, la structure des recrutements par âge se modifie sensiblement en 2020. Les moins de 30 ans représentent 56% des recrutements en 2020 contre 54% en 2019 regagnant 2 points.

44% des recrutements concernent le domaine « Innovation et Technologie », notamment sur l'intervention, le déploiement du réseau et 37% le domaine « Clients » notamment le conseil client et le consulting.



Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC déplore encore une fois la politique de sous-traitance intensive portée par le groupe.

La politique continue de centralisation des cadres vers la première couronne Parisienne ne nous semble pas en cohérence avec la dynamique actuelle due au Covid qui montre une véritable aspiration des salariés à aller s'installer en province : cette posture est délétère, quel est l'intérêt de la garder ?

La CFE-CGC s'indigne aussi du traitement de l'innovation dont les effectifs sont toujours en baisse et la stratégie toujours aussi floue.

Présentation par le cabinet APEX de l'expertise annuelle sur les filiales du groupe en France

Vous trouverez ci-dessous le résumé des conclusions de l'expert du comité sur les différentes activités analysées.

OBS : attention à la rentabilité

Dans sa présentation aux marchés, OBS tablait sur un redressement de la rentabilité à l'horizon 2022 et une accélération de cette croissance en 2023.

Dans ce contexte, la question de la rentabilité est principalement adressée au travers du changement de modèle organisationnel, OBS devant passer progressivement selon la direction vers un mode de gestion propre aux ESN et rompant avec le modèle Telco. Les leviers mis en avant sont pour partie des axes d'ores et déjà identifiés :

- Le développement de l'offshoring est considéré comme insuffisant au niveau d'OBS, de l'ordre de deux fois moins que ses concurrents
- La robotisation est elle aussi appelée à se développer
- Les KPI seront également plus axés sur le suivi des taux d'occupation et des taux de facturation
- Enfin, une revue du portefeuille est possible, visant à identifier les poches de sous rentabilité
- Le plan Scale Up aux bornes d'OBS vise essentiellement les dépenses immobilières mais aussi les réflexions sur les canaux de commercialisation

Il apparaît que les tendances du T3 2021 sont en décalage avec la trajectoire présentée aux marchés en juillet 2021, rendant de facto la pression sur la rentabilité potentiellement plus marquée.

On rappelle le groupe a entrepris d'importantes croissances externes essentiellement sur les relais de croissance identifiés (Data, Cloud, Cybersécurité) pour se positionner sur la totalité des étapes du voyage de la donnée. Si ces acquisitions ont permis à OBS de changer d'échelle, passant d'un acteur de niche à un acteur crédible, elles n'ont pas été transformatives et à l'exception du Legacy OBS qui reste un acteur de petite taille sans atteindre de taille critique. L'intégration des acquisitions a par ailleurs été plus longue et plus difficile que prévu et rendant ces acquisitions moins contributrices, ce qui questionne également sur l'allocation du capital du groupe.

Orange Bank : la route est encore longue

La capacité du groupe à rentabiliser les investissements engagés et à faire de cette activité un réel pilier de diversification reste posée. Certes, l'intérêt de ces activités dépasse cependant leur seule contribution financière cash (réduction de la perte de clientèle, ou meilleure valorisation d'Orange Bank par exemple) :

- Le virage vers le premium commence à donner des résultats. Si les coûts d'acquisition sont en baisse régulière, la question de la fidélisation demeure
- Le revenu moyen par client reste bas et la marche à franchir pour dégager des niveaux de résultats suffisants, très élevée pour Orange comme pour le secteur. L'ouverture à la clientèle des professionnels devrait permettre une hausse de l'ARPO. On ignore si elle sera suffisante.
- Le projet OneBank, qui doit se déployer en 2022 et 2023 vise à une massification des opérations au travers de la définition d'une offre et de processus de gestion intégrée et uniformisée pour la France et l'Espagne. Une fois cette plateforme opérationnelle, celle-ci devrait permettre de faciliter le déploiement de l'offre d'Orange Bank sur les autres implantations d'Orange, en Europe notamment.

Général de Téléphone et agences de distribution : une stratégie qui ne convainc pas

Sur la base de l'information sur les orientations du domaine de la Relation Client Grand Public Orange se fixe comme priorités pour l'activité grand public :

- Accélérer la croissance de l'EBITDAaL de 190 M€ vs 2020 portée par une amélioration de l'operating revenue et la transformation des canaux
- Franchir un nouveau palier NPS avec un objectif NPS de 23 (soit 5 vs fin 2020 autant porté par la relation client que la qualité réseau)
- Accompagner la modification des comportements clients, le traitement digital des actes simples étant priorisé et en concentrant les canaux humains vers les actes à forte valeur ajoutée
- Améliorer l'efficacité (baisse des coûts de la relation client 18 M€ en boutique et 30 M€ en service client)

Comme précisé dans ce document, ces orientations sont tout à fait cohérentes avec le projet Engage 2025 et ne dérogent pas l'épure classique que se fixe le groupe, avec une focale sur la performance.

Déclinées au niveau des boutiques, cela sous-entend une adaptation du service client et du réseau de distribution : proposer une prestation qui satisfait mieux le client, tout en générant des économies.

« Néanmoins en 2021 nos boutiques resteront toujours un actif clé pour incarner notre stratégie présentée en 2019 améliorer le NPS de la Relation Client, soutenir la performance commerciale et le développement des ventes multi services »

Ainsi, les orientations demeurent :

- Un réseau réduit le parc Orange AD était de 361 boutiques à fin 2020 avec 4 transferts partenaires et 5 fermetures par rapport à 2019
- Taux de « smartorisation » de 87% avec la relocalisation et extension de 8 smartstores en 2020
- Création « d'univers » au sein de la boutique pour faciliter la compréhension des clients
- Proposition de tester des offres comme « Maison Protégée, Maison Connectée » à travers des animations virtuelles en boutique

Alors que ses concurrents privilégient une approche de mutualisation et de variabilisation des coûts tout en étendant les points de contact, Orange priorise une stricte approche de diminution des coûts directs !

A date, il n'a pas été fait mention de partenariats en matière de distribution.

Analyse de la CFE-CGC

Sous couvert de plaire au marché, on assiste à une débauche de projets de réorganisation et de filialisation à marche forcée au sein d'une stratégie à la fois ambiguë et confuse.

Citons :

- La prochaine mise en place d'une nouvelle gouvernance en 2022,
- L'accélération de « One OBS » avec la potentielle intégration de SCE dans OBS SA,
- L'intégration de B&D au sein d'OBS,
- La réorganisation de sa distribution,
- La filialisation de sa cyber sécurité,
- Le détournement d'une partie de ses actifs avec Totem et Orange Concessions,

Alors que nous nous attelons à notre cœur de métier sur :

- Le déploiement de la 5G,
- La poursuite du basculement vers le tout fibre optique.

Quelle est la logique, si ce n'est peut-être à terme de poser l'étiquette Orange sur des produits dont nous aurons perdu la maîtrise technologique et le savoir-faire qui fait tant notre fierté ?

En attendant, on centralise.

On centralise les décisions, quelquefois absurdes, parce que c'est devenu la mode. On retire les prérogatives du terrain pour décider dans un bureau, derrière un écran d'ordinateur. Et les exemples sont légion ! Voyez autour de vous : les grandes régions, les entreprises, tout le monde s'y met. On norme, on pilote et on reporte dans une déconnection complète des réalités du terrain.

De surcroît, bureaucratie et éloignement du terrain jusqu'au point de rupture, semblent présider seuls à toutes ces transformations.

Si nous partageons effectivement le constat du mur auquel fait face OBS, par exemple, et de la nécessité subséquente de changement rapide, ce changement ne doit pourtant pas se faire sans les salariés et avec des réflexions coupées de l'opérationnel ; car le changement, faut-il le rappeler, ça s'accompagne !

Si Orange est bel et bien confronté aux multiples transformations technologiques, juridiques et économiques qui frappent à la fois notre secteur et toutes les entreprises, il est plus que temps de s'arrêter un instant pour définir un CAP au-delà de la simple ingénierie financière.

Vos représentants
CFE-CGC Orange

Élus

- Thibault Linte OBS SA – Secrétaire
- Céline Anmella Orange Bank
- Isabelle Dussaume OCD
- Philippe Petit Globecast
- Karine Parlier OBS SA
- Yannick Sihalathavong Business & Decision
- Narimane Behar OBS SA
- Pierre Louis Scié Enovacom
- Julien Civray OBS SA
- Vanina Fournel DO GSE
- Dahir Alhachimi OBS SA

- Florence Le Lepvrier DO NC
- François Xavier Boutin DTSI
- Camille Dorchy Orange Bank
- Bertrand Geiller DEF
- Sandra Alves Orange Bank
- Ariel Delouya DEF
- Lucien Henry Horvath OCD

Représentant syndical

- Eric Gateau DO Nord



Retrouvez ce compte-rendu et
les publications de votre établissement :
<https://www.cfecgc-orange.org/obs-sa/>

cadres ou pas, vous pouvez compter sur nous !



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

