



# l'essentiel du CCUES

Ordre du jour  
18 et 19  
octobre  
2016

Déclaration préalable ...	1
Le Plan Schéma Directeur Immobilier .....	1
Crise XOIP SIP sur le marché Entreprises .....	2
Réinventer la relation client - focus prise en charge exemplaire...	2
Pilotage par l'expérience client et Part Variable Commerciale associée...	3
La stratégie de distribution .....	3

## Déclaration préalable

Le 27 Septembre dernier un accord indigne pour une entreprise se disant la première entreprise « numérique » de France a été signé. Pour mémoire, suite au droit d'opposition exercé dans un premier temps par la CFE-CGC, la CGT et Sud, la direction a été contrainte de ré-ouvrir un simulacre de négociations s'agissant de cet accord sur le numérique.

Finalement le texte n'a été que très peu modifié, de l'aveu même d'un syndicat signataire il a juste été partiellement réécrit, en ne corrigeant en rien les dispositions qui mettent le personnel en danger et en y ajoutant au contraire de nouvelles, de nature à faciliter les licenciements pour « insuffisance professionnelle ».

Aucune des demandes prioritaires qui ont motivé le droit d'opposition de la CFE-CGC Orange n'a été prise en compte. Pire, le nouveau texte aggrave même le risque d'être pris en défaut en assignant au final aux salariés la responsabilité de se former aux outils numériques pour maintenir leur « employabilité ».

La CFE-CGC Orange attend du progrès technologique qu'il s'accompagne d'un progrès social et c'est maintenant qu'il importe de le questionner pour qu'il soit partagé par tous, au profit de tous, sur le long terme, et non qu'il renvoie chaque salarié à ses responsabilités et à ses risques au seul profit d'une productivité supposée améliorée de court terme.

► [notre déclaration intégrale](#)

## Le Plan Schéma Directeur Immobilier

✓ information / point d'avancement

### Chiffres clés

5,58 Millions de m<sup>2</sup>, 107 000 occupants dont 1/3 en IDF, 30% des salariés travaillent dans des immeubles « techniques », 21 000 Implantations, 2 700 de plus de 200 m<sup>2</sup>, 3 600 Baux pris

**Périmètre Ile de France (excluant les boutiques et les sites techniques) :** 130 Immeubles tertiaires ou mixtes occupés, plus de 35 000 occupants, incluant environ 4 000 collaborateurs externes, 7 Divisions : OF DO, OF DTSI, OF DEF, OF Services nationaux, OBS, IMT & FS.

Actions en cours sur Trudaine / Navarin ; Paris Mac-Donald ; Villejuif ; Bagnolet ; Guyancourt / Montigny le Bretonneux...

**Périmètre Nord Est :** actions en cours sur Nancy ; Amiens ; Belfort ; Reims ; Troyes...

**Périmètre Sud Est :** actions en cours sur Lyon, 1ere phase de mise en œuvre du projet Lyon 2020 ; lancement du Schéma Directeur de Grenoble ; l'Isle d'Abeau ; Clermont Ferrand ; Valence ; Toulon ; Draguignan ; Nice ; Bastia ; Marseille ; Sophia Antipolis...

**Périmètre Sud-Ouest :** actions en cours sur Bordeaux, grand Projet Bordeaux JJ Bosc ; Site de Château d'Eau / Bordeaux Centre ; Pessac ; Grand Projet Toulouse et Grand projet Montpellier ; Balma...

**Périmètre Ouest :** actions en cours sur Tours ; Nantes ; Rennes ; Lannion ; Quimper ; Brest ; Saint-Brieuc ; Guingamp ; Angers ; Chartres...

### Analyse de la CFE-CGC

Ce dossier d'avancement des SDIT sur nos régions est un support intéressant mais manque de complétude.

Nous sont présentées les perspectives de regroupement des personnels sur certains sites, sans que le projet global (finalité générale et objectifs associés) et ses incidences sur les sites d'accueils identifiés (finalité particulière et objectifs locaux) ne soient exposés.

Nous regrettons en outre que la question de la transformation numérique, axe stratégique pour Orange et ses parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs...) ne soit pas mieux traitée, alors qu'elle induit de facto de nouvelles organisations et la mise en place de nouvelles méthodes de travail.

► [notre déclaration intégrale](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES octobre 2016 : [point d'avancement sur les Schémas Directeurs Immobiliers des Territoires](#)

# Crise XOIP SIP sur le marché Entreprises

✓ information bilan (confidentiel)

Les 60 000 clients Pro Pme et 20 000 clients Entreprises ont connu plusieurs incidents sur leurs services de téléphonie VoIP SIP (Session Initiation Protocol), entraînant des saturations et des coupures. Durant ces incidents, seule la téléphonie sur IP est impactée ; Un dispositif de crise a été mis en place permettant collectivement entre OBS, Orange France et IMT, équipes techniques et équipes commerciales de retrouver une situation normale.

## Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC, contrainte le 23 mai dernier de porter directement à la connaissance de notre P- DG, ainsi que le 4 juin au sein du CCUES, la situation de crise aiguë engendrée par les pannes de la plateforme SIP, tient à reconnaître la mobilisation de tous, Direction, équipes techniques et en Agences, pour stabiliser la situation.

Pour autant, sur d'autres plateformes Entreprise, des difficultés sont apparues récemment qui montrent la marge de progrès à réaliser pour sécuriser et fiabiliser nos architectures et nos processus, et préserver la confiance de nos clients. Vu des salariés, la situation préoccupe et beaucoup s'interrogent sur la capacité de l'Entreprise à anticiper et prendre les bonnes décisions.

La CFE-CGC souhaite que ce bilan donne l'impulsion pour la mise en œuvre d'un référentiel de « méthodes » et que l'« Expérience client et salarié incomparable » telle que présentée dans Essentiels2020 devienne, enfin, une réalité concrète.

► [voir notre déclaration intégrale](#)

Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES octobre 2016 : [bilan de la crise XOIP SIP](#)

# Réinventer la relation client - focus prise en charge exemplaire

✓ information

La « prise en charge exemplaire » est une des 6 priorités qui portent les ambitions Relation Client d'Essentiels2020

**Les 6 principes de la prise en charge exemplaire :**

- 1- **Autonomie front et Appui** : toutes les questions client quel que soit le point de contact (AD, UI, SC) et le motif sont traitées à 95% du premier coup.
- 2- **Prise en charge à froid** : dans une minorité de cas trop complexes pour le « front », la responsabilité de la relation est transférée à un acteur qui garantit le traitement jusqu'au bout
- 3- **Validation client** : toute demande client fait l'objet d'une validation par ce dernier qui est visible de tous les acteurs en interne
- 4- **Détection** : tous les parcours sont « monitorés » pour anticiper les problèmes clients et les traiter avant qu'ils n'arrivent ainsi que pour éviter leur réitération
- 5- **Digital** : toutes les demandes clients doivent pouvoir être traitées par le client lui-même sur les outils digitaux
- 6- **Qualité relationnelle** : le client est toujours bienvenu, toujours écouté, toujours pris en charge, toujours conseillé au mieux, reçoit toujours une solution adaptée.

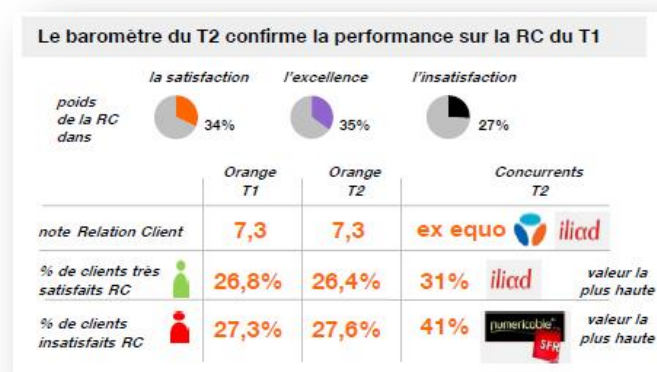
Les 6 principes ont été définis par des groupes de travail réunissant 150 contributeurs en DO et en directions nationales. Conclusions rendues fin mars et programme officiellement lancé le 19 avril

**Résultats-clés du premier semestre 2016 : des avancées à accélérer au S2 2016**

- progression du digital : 3,6M de Visiteurs Uniques en mai (+15% YoY) ; 43,5% de part de canal – actes non marchands. (+3 pts YoY)
- actes de gestion : -25% YoY en SC
- 100k appels évités par mois grâce à Dream Home ; >50% des tests de ligne faits en autonomie
- service client par téléphone : 71% en langage naturel sur le SVI
- Support à nos clients via Twitter, Facebook et Forum : 2,2 M (+55% YoY)

- recouvrement : économie de 3M€ vs Budget
- smartstore : les clients notent une expérience agréable, un lieu accueillant, une boutique innovante, une boutique très différente, une meilleure perception de l'attente.

**Le « baromètre stratégique », mesure de perception de l'expérience client Orange, confirme les priorités d'actions (compétence-résolution, autonomie, moments de vérité).**



## Résolution :

Les élus du CCUES constatent la mise en œuvre de réorganisations dans le domaine de la relation client, notamment dans les SCO et UAT, ainsi que dans les DOM au travers de tests suivis de généralisation. Les élus réunis en séance plénière demandent le passage en information consultation du dossier concernant cette réorganisation totale des activités de la relation client.

Vote des élus

- Pour à l'unanimité

Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES octobre 2016 : [point d'étape sur l'axe Réinventer la relation client : focus prise en charge exemplaire](#)

# Pilotage par l'expérience client et Part Variable Commerciale associée

✓ bilan du test sur le S1 2016

L'enjeu du projet était de mettre en cohérence les modèles de management et de pilotage avec l'expérience client, en faisant évoluer la posture du manager et la PVC.

## Bilan S1 2016 :

- Par rapport aux miroirs, des indicateurs d'expérience client (Net Promoter Score et Taux d'Expérience Positive) qui peinent à se démarquer ; une VALO\* qui reste dans la moyenne nationale ; un retour client qui montre que le changement est perceptible
- par rapport à la moyenne nationale : des équipes qui se détachent, mais des niveaux de performance différents qui mettent en évidence la complexité de la transformation

## Écoute client à chaud, sortie de boutique (MarketVision) :

Scenario PVC=50 VALO / 50 SAM\*\*, suffisamment impactant pour être perçu positivement par les clients après 5 mois de mise en place.

\*VALO : nombre de points affecté à la vente des offres et produits ; dépend de la valeur financière de chaque offre

\*\*SAM Satisfaction, Accompagnement et Multicanalité

### Les +

- 1 cohérence de décorrélérer business et satisfaction client
- 2 paliers progressifs de gains SAM
- 3 stabilisation des SAM choisis sur la période du test
- 4 introduction d'un objectif managérial pour aider à porter la transformation

### Les - : les effets de bord de la décorrélation :

- 1 la limitation de l'espérance de gains liée au SAM, les performers ne s'y retrouvent pas et se démotivent
- 2 la non prise en compte du temps de présence dans le calcul de la PVC crée un sentiment de non équité car ne neutralise pas les gains en cas de petit absentéisme

### Les points d'amélioration suite au test

1. Travailler plutôt sur des éléments de progression plutôt que sur des résultats mensuels,
2. Mettre en place des paliers (non atteint, partiellement atteint, atteint, dépassé) pour les objectifs managériaux,

## La stratégie de distribution

✓ information

Le comportement client évolue, avec une demande prépondérante de digital au détriment des boutiques de proximité. En conséquence, l'objectif d'évolution de la part de canal digital des actes marchands passe de 22% à 25% en 2016.

- croissance continue des actes portés par le WEB pour atteindre 17% en 2016, et de 19% en YoY

**La DN exclusive se compose fin S1 2016 de 745 points de ventes sous l'effet de la diminution des PDV Mobistore (-49 2015/16)**

**Le programme Smartstore**, à budget constant, 4 opérations smartstore de plus que prévu et un objectif de plus de 140 smartstore en 2018 (51 opérations prévues cette année en AD et 11 opérations prévues sur la GdT).

3. Embarquer les CT / Coach,

4. Améliorer les reportings sur le gain SAM,

5. Les Objectifs Managériaux réellement à la main du manager, et permettre au manager d'avoir plus de SAM à sa main,

7. pilotage moins chiffré des SAM,

8. Plus de collectif SAM et VALO (dans le cadre de la restructuration des SCO, prévoir du collectif plateau).

### Prochaines étapes

- Septembre / Octobre : choix et stabilisation du modèle de PVC
- Novembre : Bilan et présentation du modèle cible en CCUES

## Analyse de la CFE-CGC

Pour la CFE/CGC, la question n'est absolument pas de nous convaincre du bien-fondé à faire davantage concorder l'Expérience Client et le Commerce. Bien au contraire et la nouvelle architecture de la PVC, qui décorrèle la partie qualitative de la partie ventes, est cohérente avec le projet.

La question est de le faire sans que cela puisse être durablement préjudiciable aux acteurs, CC & managers jusqu'alors plus enclins au système binaire & corrélé. Les réponses apportées semblent être les bonnes, avec un temps d'adaptation forcément nécessaire.

La CFE-CGC, à l'instar de la Commission Orange France, alerte sur le niveau cible des objectifs qualitatifs, qui doivent être à la portée des salariés et réalisables en niveau de progression plutôt qu'en valeur absolue ; Elle pointe également les difficultés liées aux effectifs dans les boutiques et sur les plateaux, qui rendent difficile l'atteinte de certains objectifs qualitatifs, trop dépendants de l'attente client notamment.

► [voir notre déclaration intégrale](#)

### Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES septembre 2016 : [test pilotage par l'expérience client et PVC associée](#)

**La baisse du poids des coûts commerciaux** dans le chiffre d'affaires est effective grâce à la diminution des commissions externes

- les coûts commerciaux 2015 ont baissé de plus de 50M€, (diminution des commissions externes et croissance des nouveaux territoires).
- cette décroissance a permis le ré-investissement et le financement des capex sur le programme Smartstore.

**Les nouveaux territoires commerciaux** : 300M€ de CA additionnels en 2018

- **Quatre cibles de produits et services**, Accessoires et objets connectés, Contenus et Divertissement, Assurances et Mobile banking...



## Volet RH

27 opérations de fermetures entre le 1er juillet 2015 et le 1er juillet 2016, concernant 182 salariés (hors Mayotte).

- Plus de 70% des salariés (130) sont restés dans le périmètre des AD, 4/5 sur un poste identique (Rb, Conseillers commerciaux), ou bien ont intégré des postes d'animation transverses (fibre pro...),
- 9 salariés se sont orientés vers les autres unités de la Relation Client Grand Public (SCO pour l'essentiel, et UAT),
- le domaine technique (UI) a accueilli 11 salariés,
- 14 salariés ont choisi d'autres univers hors du domaine Grand Public (Pro, PME, Parnasse...),
- 18 salariés se sont engagés dans un dispositif de fin de carrière (TPS temps libéré/mécénat) ou ont fait valoir leurs droits à la retraite.

### Mobilité de salariés GDT vers Orange SA :

- 102 salariés période Juillet 2015 à Juillet 2016, mobilités principalement dans les AD (plus de 80% des salariés (84) ont effectué une mobilité dans les AD)
- 10 salariés se sont orientés vers les autres unités de la Relation Client Grand Public, SCO et UAT
- la Direction Entreprise France a accueilli 4 salariés
- 4 salariés ont évolué vers OWF.

## Analyse de la CFE-CGC

La CFE-CGC comprend parfaitement qu'une stratégie de distribution se doit d'être en permanence rediscutée, néanmoins, le rôle social et sociétal d'une entreprise comme Orange ne peut être balayé d'un simple revers d'optimisation des flux.

Par ailleurs, alors qu'Essentiels2020 prône « une révolution digitale où notre mission est d'être toujours là pour connecter chacun à son essentiel et lui faire vivre sa propre expérience incomparable » cela ne saurait se construire sans une présence physique durable et solide sur l'ensemble du territoire... ni sans une expérience incomparable pour les équipes commerciales...

S'agissant de ces dernières, les élus CFE-CGC demandent :

- que les dossiers CE d'ouverture / fermeture de boutiques comprennent systématiquement toutes les informations détaillant l'impact social comme économique nécessaires à une analyse sincère,
- une application plus extensive des mesures d'accompagnement à la mobilité et du développement des compétences (décision 14, GPEC 2014 et accord salarial 2016), pour que les métiers commerciaux retrouvent de l'attractivité,
- plus de souplesse pour la mobilité du personnel des AD, facilitant par contrecoup la mobilité vers les AD.

► Voir notre [déclaration intégrale](#)

### Documents présentés (voir Alfresco)

- CCUES octobre 2016 : [stratégie distribution](#)

Vos  
représentants  
CFE-CGC  
Orange  
au CCUES

### Élus

- Georges Beauvais (SCE)
- Maxence d'Eprenesnil (IMTW)
- Noël Fayeaux (DO Centre Est)
- Franck Legras (DO Ile de France)
- Frédérique Limido - Milesi (FS&F)
- Franca Lostys (Orange France Siège)
- Eric Picot (DO Normandie Centre)
- Christian Simon (DTSI)

### Représentant syndical

- Philippe Vidal

### Commissions CCUES

- ASC : Nadine Barthélémy & Franca Lostys
- DOM : Jérôme Goulard
- Economique : Noël Fayeaux
- Egalité pro : Véronique Garnier
- Emploi formation : Maxence d'Eprenesnil
- Entreprise : Catherine Juncarol
- Handicap : Eric Picot
- Logement : Sébastien Méry
- Marchés : Eric Picot (Président)
- Orange France : Régis Bourdeaux & Kathleen Beaudé
- R&D : David Couchon
- RSI : Jean Pierre Testi
- Vente, Marketing & Services : Franck Legras

Les documents présentés par la Direction et mis à votre disposition dans le cadre de ce compte-rendu sont **strictement confidentiels et placés sous votre responsabilité**. Les adhérents et représentants de la CFE-CGC Orange peuvent y accéder après identification dans Alfresco.

### SOS Alfresco

- J'ai perdu mon mot de passe : [webmaster@cfecgc-orange.org](mailto:webmaster@cfecgc-orange.org)
- J'ai besoin d'une formation : [yvesalexandre.julien@orange.com](mailto:yvesalexandre.julien@orange.com)
- Je souhaite ouvrir un site de partage : [helene.marcy@orange.com](mailto:helene.marcy@orange.com)



Un syndicat pour qui je compte et sur lequel je peux compter.



Retrouvez nous sur [www.cfecgc-orange.org/ccues/](http://www.cfecgc-orange.org/ccues/)

CFE-CGC Orange - 12, rue Saint Amand – 75015 Paris Cedex 15