



L'essentiel du CCUES

Partager ce que nous avons compris

Fusion Orange Lease / Francetel, Stratégie d'Orange France, Dailymotion...

réunion des 5 et 6 mai 2015

En préambule de la séance, la CFE-CGC a souhaité s'exprimer sur la récente publication des résultats trimestriels.

« Suite à la publication des résultats trimestriels, si la CFE-CGC considère comme extrêmement positifs les résultats dans la zone Afrique et Moyen Orient, elle continue de s'inquiéter de la non création de richesse au niveau global.

Avec un EBITDA à 2,9 Mds€, qui baisse de près de 1,9% malgré tous les efforts de rationalisation de coûts entrepris (108 M€ au premier trimestre), baisse expliquée essentiellement par le recul net du niveau de chiffre d'affaire sur la France de 1,6% sur le T1 (identique au recul du T4 2014) dont 4,2% sur les services mobiles... l'accroissement du nombre de clients ainsi que le succès commercial de nos offres n'arrivent plus à juguler la baisse de notre chiffre d'affaire. Notre communication financière allant jusqu'à commenter nos résultats par un laconique « ralentissement de la baisse du chiffre d'affaires ».

La CFE-CGC considère qu'il est plus que temps de faire de la croissance durable du chiffre d'affaire une vraie priorité plutôt que de voir notre groupe piloté par la tenue d'objectifs de ratios financiers plaisants aux actionnaires et conduisant CCUES après CCUES, comme d'ailleurs encore lors de cette séance s'agissant de Dailymotion, à examiner les cessions d'actifs que notre politique outrancière de distribution de dividendes nous impose. »

■ Informations consultations sur le projet de fusion entre Orange Lease et Francetel

Orange Lease est une S.A rattachée à la Direction Finances et Stratégie du Groupe au sein de la Direction du Financement et de la Trésorerie du Groupe (DFT). Filiale à 100% du groupe, Orange Lease travaille au sein des environnements Services de Communication Entreprises (SCE) et Direction Entreprise France (DEF) et intervient en support des ventes des entités distribuant des équipements et services associés, en proposant aux clients Entreprises de lisser dans le temps leurs paiements via des solutions de location financière.

Localisée Tour d'Asnières sur un seul plateau, l'équipe (marketing et support des ventes, services de back office, comptabilité et contrôle de gestion, informatique, ressources humaines) est composée de 53 CDI, 4 CDD, 7 contrats d'alternance, 3 CDI détachés de ORANGE SA/ DF/DFT, 1 intérimaire et deux collaborateurs de sociétés de services.

FRANCETEL, Société Anonyme de Financement Agréée rattachée à la Direction Finances et Stratégie du Groupe au sein de la Direction du Financement et de la Trésorerie du Groupe (DFT), met à disposition des entités juridiques du Groupe son statut de société réglementée auprès des autorités bancaires nationales, depuis plus de 20 ans.

Filiale à 100% du Groupe, située à Alleray et composée de 9 CDI, 1 contrats d'alternance, 1 CDI détaché de ORANGE SA/ DF/DFT, un collaborateur de société de services informatiques, elle proposait des prêts sociaux à destination des salariés du groupe, des solutions de « crédit affecté » à destination des clients Grand Public du Groupe, la location financière de solution de géo localisation à destination des entreprises pour le compte de la Division des Ventes Indirectes du Groupe et des prestations de gestion de l'étalement du solde du paiement du prix d'acquisition d'un terminal mobile sur la boutique SOSH.FR.

Le constat :

Depuis deux ans, les projets identifiés au sein du groupe requérant un agrément bancaire ou s'appuyant sur l'utilisation d'un SI de gestion de prêts, ont été confiés à des partenariats externes. De même, les volumes réels constatés sur les offres de gestion d'étalement du coût d'acquisition d'un terminal mobile sur la boutique on line SOSH.FR sont très en retrait par rapport aux ambitions initiales ne générant par un revenu suffisant pour compenser la baisse des autres activités historiques de Francetel.

Il est donc décidé de procéder à une « fusion simplifiée, Orange Lease absorbant Francetel.

Les objectifs de la fusion

- Doter ORANGE LEASE à l'occasion des développements nécessaires à la prise en compte de l'offre SOSH.FR dans son outil de gestion informatique d'un outil de production plus ouvert permettant de répondre plus rapidement à d'autres opportunités commerciales au sein du groupe,
- assurer jusqu'à leur terme contractuel en format de gestion extinctive les activités de location financière aux entreprises et prêts sociaux aux salariés, activités difficilement cessibles à des tiers,
- assurer une continuité dans le service rendu à ORANGE dans le cadre de la gestion de l'offre d'étalement pour SOSH.FR, et accueillir le cas échéant la duplication ORANGE.FR dans un environnement maîtrisé et sécurisé,
- Enfin, réduire les coûts de fonctionnement en éliminant notamment les coûts liés à la gestion d'un agrément réglementaire.

Il n'y aurait pas d'impact pour les salariés de Francetel qui deviendraient salariés d'ORANGE LEASE au plus tard au 01/02/2016 tout en gardant leur statut collectif et usages tant

que l'accord de substitution qui serait conclu n'est pas mis en œuvre. Ils resteront dans les locaux de NEW ALLERAY au-delà de la date de fusion. Le sujet principal à traiter dans l'accord de substitution concernerait les régimes Prévoyance Décès et Frais de Santé...

Nos commentaires :

L'absorption de Francetel par Orange Lease permet à cette dernière d'échapper à un naufrage certain.

Avec des activités qui s'arrêtent, d'autres qui déclinent et un agrément bancaire qui pèse sur la trésorerie, il y avait matière à s'inquiéter sur le devenir de cette filiale ; le projet de fusion fait donc sens, tant en terme d'activité que de perspectives pour les salariés de Francetel.

VOTE :

7 POUR CFTD et CFTC

8 abstentions CFE-CGC et FO

CGT et SUD ne votent pas

■ Information conventionnelle annuelle sur la stratégie d'Orange France

Les bases solides qui résultent de « conquêtes 2015 » permettent désormais à l'entreprise de s'engager avec confiance dans une nouvelle étape pour Orange France, avec le plan Essentiels2020.

Pour bâtir ce plan, la Direction d'Orange France est partie d'une vision positive de demain, celle d'un monde connecté synonyme de progrès pour chacun et pour l'humanité [...] Dans ce monde connecté, la mission d'Orange est d'être présent auprès de chacun de ses clients pour les rapprocher de ce qui leur est essentiel : leurs amis, leur famille, leurs divertissements, leur banque, leurs objets connectés, ce qui fait leur vie quotidienne. L'ambition est de remplir cette mission de manière incomparable, en proposant aux clients une expérience incomparable.

En l'occurrence, Orange déclare :

Orange s'appuiera sur ses 4 axes stratégiques [...] en y apportant un nouveau regard :

- Sur les réseaux : passer de la construction de réseaux, à la construction du réseau du client, en prenant en compte sa perception du réseau Orange. **C'est l'objet de l'axe stratégique « réseau du client ».**
- Sur la relation client : passer de l'interaction nécessaire à une relation client dans la durée, adaptée au besoin de chaque client en fonction de ses besoins et de ses habitudes ; passer donc du mode transactionnel au mode relationnel. **C'est l'objet de l'axe stratégique « l'expérience par le client de sa relation client ».**
- Concernant les nouveaux services, l'ambition est de prendre de l'essor sur les objets connectés et les services financiers. **C'est l'objet de l'axe stratégique « commercialisation de nouveaux services ».**
- Concernant les hommes et les femmes d'Orange, de la même façon que pour les clients, il s'agit de répondre aux Essentiels des salariés d'Orange. les technologies évoluant, il appartient à l'entreprise de préparer l'avenir pour chaque salarié individuellement,

mais aussi dans les fonctionnements collectifs. **C'est l'objet de l'axe stratégique « agilité collective ».**

[...] Pour que cette stratégie fonctionne, elle doit rapidement être perceptible des clients. Orange a décidé de s'engager dès le mois d'avril auprès des clients avec 6 engagements forts et différenciants « Orange s'engage ». Ces engagements sont assis sur des preuves concrètes et enrichis au fur et à mesure de la progression dans les 4 axes stratégiques.

Les priorités autour des 4 axes stratégiques sont incarnées par 34 projets prioritaires, directement suivis au niveau du Codir Orange France. Chaque Directeur de projet est soutenu par un sponsor, membre du Codir Orange France.

- Le programme « 100% THD fixe et mobile » permettra de couvrir avec différentes technologies, un maximum de foyers en Très Haut Débit avec la nouvelle approche consistant à investir plus précisément là où cela compte pour les clients. (D'ici l'été, couverture des autoroutes A1, A9 et A10, et lancement conjoint de l'airbox auto 4G qui permettra d'avoir du WiFi en voiture pour que la connectivité perdure tout au long des trajets. D'ici fin d'année, un TGV et plusieurs stades seront couverts en préparation de l'Euro 2016. A domicile, les initiatives Homelan, VoWifi, FemtoCell et U900 devront améliorer la connectivité des clients à leur domicile).
 - Pour un réseau « sûr et ouvert », internalisation du stockage des données afin qu'à mi-2016 toutes les données cloud et mail des clients soient internalisées.
 - Les attentes des clients en termes de relation client ont été réévaluées, confirmant qu'après le prix et le réseau, la relation client était le 3ème facteur de choix d'un opérateur : dès 2015, les offres GP et Pro seront repensées sur la base de nouvelles clés d'entrée plus intuitives, centrées sur le client et ses usages. De nouvelles propositions de services seront testées sur nos clients High Value et de nouveaux parcours Dépannage et Prise en main seront proposés.
- En 2018, le SmartPhone sera le premier point de contact de la relation client avec Orange : l'application Orange et moi sera proposée en 2015 aussi aux clients Internet et Open (5 millions de clients éligibles Smartphones pour la gestion du compte Internet à fin 2015).
- Dès 2015 seront proposées de nouvelles expériences dans tous les points de contact : en boutique, à distance et en intervention. Le nouveau concept de boutiques SmartStore sera mis en œuvre avec 6 SmartStores ouverts en 2015, 2 à Paris et 4 en province. À distance, un numéro unique de service client sera proposé avec un nouvel accueil pour faciliter l'accessibilité aux conseillers et être plus efficace vis-à-vis du client.
- Sur les nouveaux services, il s'agit pour Orange d'affirmer à ses clients son leadership sur de nouveaux territoires : les divertissements et le contenu, les accessoires et objets connectés, les assurances et les services financiers. Objectif : devenir leader de la distribution de ces produits sur la base client afin de doubler en 4 ans le CA sur ces nouveaux territoires. S'agissant des objets connectés, l'objectif d'Orange est de passer de 75 M€ de chiffre d'affaires en 2014 à 285 M€ à horizon 2018 (en

incluant les accessoires). Concernant les services financiers, Orange prévoit de lancer Orange Money début S2 2015 en France. Pour susciter l'adhésion une offre ethnique sera proposée pour les Maliens, les Sénégalais et les Ivoiriens pour un transfert d'argent de la France vers ces pays dans lesquels Orange Money est déjà bien installé.

Pour donner les moyens à chacun de s'approprier l'expérience client partagée par tous sur S2 2015, sera mis à disposition de l'ensemble des équipes un kit d'animation *Relation client Incomparable* et seront étudiés en 2015 de nouveaux modes de pilotage opérationnel (des tests seront menés sur le S2 2015).

Les travaux sur le big data au service d'une meilleure expérience client seront poursuivis, avec notamment des initiatives autour de l'analyse Prédictive.

En s'appuyant sur une croissance de la base mobile de plus de 2,7% et de la base Broadband de 1,4%, **cette stratégie permettrait de prévoir un ralentissement de la décroissance de du Chiffre d'affaires en 2015 (-2,6%), et une croissance du taux d'Ebitda supérieure à celle de l'an dernier.**

Note d'intention sur les éléments RH

En 2015 près de **3 600** départs en retraites et **3 500** nouvelles entrées dans le dispositif TPS sont prévus.

En externe environ **1 400** collaborateurs seront recrutés, principalement sur les métiers de production directe en particulier dans le cadre du plan Très Haut Débit, des techniciens clients et réseau, des chargés d'affaire, des ingénieurs pour l'exploitation des réseaux mais aussi des vendeurs du monde Entreprises et Grand public. D'autre part, 4 350 alternants seront présents à Orange France fin 2015.

Globalement la force au travail interne devrait diminuer de **-5,8%** en cohérence avec l'évolution de l'activité. L'évolution de la force au travail interne se fera dans le respect des engagements sociétaux en particulier l'égalité hommes/femmes et le recrutement de travailleurs handicapés.

Poursuite de l'adaptation des organisations et modes de fonctionnement en analysant les impacts humains des transformations pour construire les meilleurs équilibres entre les exigences des marchés et la qualité sociale.

La prise en compte de la parole des salariés sera encouragée à travers la conduite de projets qui incitent les collaborateurs à proposer des modalités concrètes d'exercice de leur activité, qui permettent de mettre en test et d'évaluer avant de généraliser, ce afin de tirer le meilleur parti de leurs retours directs sur l'expérience clients et sur la façon dont on peut l'améliorer collectivement. Pour cela, les coopérations entre équipes sont encouragées pour développer la capacité à traiter le client de bout en bout.

La baisse des effectifs amène à réguler l'activité de façon à ne pas accroître la charge de chacun : digitalisation des activités, simplification des offres et process, discussion en proximité pour trouver les modes de fonctionnements les plus efficaces.

Le développement du travail et du management à distance est aussi un levier fort de qualité sociale.

En accompagnement de la stratégie Orange France, les écoles métier ont actualisé les contenus et les modalités de formation pour tenir compte des évolutions des métiers et compétences et mieux prendre en compte les besoins individuels avec des contenus modulaires.

Nos commentaires sur les principaux items de cette stratégie 2015 :

Au niveau réseau : au-delà des termes forts comme expérience incomparable, passer de la construction de réseau au réseau du client, ou bien encore marketing du réseau, globalement, nous comprenons que l'on va demander au client ce qu'il pense de notre offre, s'il en est satisfait et dans quelle proportion. Rien de très novateur, donc.

Il est également question de stabilité de la ligne comme avantage concurrentiel pérenne, et nous sommes parfaitement en phase sur le propos. Cela étant comment faire alors que les effectifs des UI fondent plus vite encore que les glaciers des Alpes ou la banquise, d'autant que ces derniers temps nombre d'UI sont restées des mois en plan radial. Les recrutements plutôt marqués THD et / ou la poly compétence, seront-ils suffisants pour atteindre cet objectif véritablement essentiel. Même interrogation d'ailleurs s'agissant de l'objectif 100%THD fixe et mobile ; comment l'atteindre sans un recours accru à la sous-traitance ?

Au niveau clients : on parle de Nouveaux territoires : la terminologie un peu exotique laisse penser à une extension d'Orange sur des territoires vierges de notre marque : il s'agit en fait des contenus, domaine dans lequel nous sommes pourtant présents depuis des années, et des divertissements dans lesquels nous avons une filiale de jeux dénommée GOA au niveau de la LOB contenus...

S'agissant des accessoires et objets connectés, serons-nous de simples marchands de produits pensés et réalisés par d'autres comme Apple ? Qu'allons-nous apporter de plus par rapport à d'autres revendeurs ? Ferons-nous la course aux 17 anciens phones house devenues boutiques LICK ? Que proposeront de plus ou de différent nos smart store par rapport aux boutiques actuelles ? Réponses attendues...

Quant à Orange money, s'agira-t-il d'une offre bancaire limitée sur la base de critères « ethniques », comme indiqué dans le document, ou bien plus complète, avec gestion de compte courant, possibilité de prêt, de souscription d'assurance, etc.. Dans ce second cas, ne nous éloignons-nous pas de notre cœur de métier, argument pourtant souvent utilisé par l'entreprise depuis des années pour fermer ou sous-traiter des services.

Au niveau des recrutements, 1 400 sont annoncés pour 3 600 retraites et 3 500 TPS en 2015, une baisse présentée à moins 5,8% en FAT interne, contre 4,3% en 2014, soit peu ou prou en fonction de l'échelonnement des départs à minima une baisse d'effectifs d'environ 5 000 salariés pour 2015 « en cohérence avec l'évolution de l'activité ». Celle-ci n'est pourtant pas étale, (par exemple entre UI et centres d'appel) et difficilement mesurable, de plus, s'agissant des centres d'appel puisque nous ignorons tout de la part dévolue à la sous-traitance (laquelle est au demeurant stable en ETP, ce qui sous-entendrait que son recours s'accroît).

Quant au maintien des engagements sociétaux, notamment la mixité, la parité H/F est de fait en baisse mécaniquement puisque les recrutements se font principalement dans les métiers techniques à composante majoritairement masculine.

Enfin, la CFE-CGC prend bien évidemment acte de la volonté de l'entreprise de ne pas se séparer de personnes en difficulté professionnelle. Pour autant des cas de *placardisation* refléussant de ci de là, voire l'exercice d'activités qui ne sont pas en rapport avec le niveau ou les compétences de la personne, et à l'opposé exact du contrat social réaffirmé dans le document...

La CFE-CGC sera donc particulièrement vigilante à ce que personne ne soit laissé au bord de la route et que la mise en œuvre de cette stratégie ne s'accompagne pas d'une dégradation insupportable des conditions de travail.

■ Information consultation sur le projet de cession d'une majorité du capital de la filiale Dailymotion a un tiers

Dans le communiqué de presse suivant, tout est dit :

Orange et Vivendi entrent en négociations exclusives pour l'acquisition de 80% de Dailymotion par Vivendi

Orange et Vivendi annoncent aujourd'hui leur entrée en négociations exclusives portant sur l'acquisition par Vivendi de 80% du capital de Dailymotion pour un montant de 217 millions d'euros. Dans le cadre de cette opération, qui correspond à une valeur d'entreprise de 265 millions d'euros pour Dailymotion, Orange conserverait 20% du capital de Dailymotion.

Orange et Vivendi entrent dans une période de négociations exclusives afin de finaliser les termes définitifs de cette opération. Celle-ci fait l'objet d'une information-consultation des instances représentatives du personnel.

Pour Orange, qui a accompagné avec succès le développement de Dailymotion depuis 2011, cette opération viendrait répondre à l'objectif d'Orange d'adosser Dailymotion à un partenaire stratégique dans les contenus capable de lui donner les moyens d'accélérer sa croissance pour en faire l'une des plus grandes plateformes mondiales. En outre, le prix reçu par Orange au titre de cette transaction lui permettrait de financer un renforcement de ses actions vis-à-vis de l'écosystème numérique.

Pour Vivendi, l'acquisition de 80% du capital de Dailymotion constituerait une nouvelle étape majeure dans la construction d'un Groupe industriel mondial, champion français des médias et des contenus. Elle lui permettrait de valoriser de manière significative ses contenus en détenant le contrôle d'une plateforme mondiale de distribution. Les nombreuses opportunités de collaboration entre Universal Music Group, Groupe Canal+ et Dailymotion pourraient être rapidement mises en œuvre pour accélérer et renforcer la présence de Vivendi partout dans le monde. [...]

Dailymotion est devenue la deuxième plateforme d'agrégation et de diffusion de contenus vidéo au monde, avec 2,5 milliards de vidéos vues par mois. La société a réalisé un chiffre d'affaires de 64 millions d'euros en 2014, en progression de plus de 30% par an depuis 2012. Elle emploie 222 personnes dans le monde basées notamment en France et aux Etats-Unis.

Ce que nous en pensons :

Nous voici donc à l'épilogue de l'aventure Orange - Dailymotion... Aventure démarrée par des fiançailles (forcées ?) en 2011 avec la prise de participation de 49% du capital par Orange, concrétisée ensuite par un mariage (toujours forcé ?) en 2013 et la montée à 100% du capital.

Depuis, nombreuses ont été les tentatives de séparations... au point que ce qui devait être une belle aventure Orange -

Dailymotion se transformait parfois en véritable psychodrame politico-médiatique national.

Si la valorisation annoncée aujourd'hui dans la presse pour cette cession de Dailymotion à près de 265 M€ est à mettre au regard des 127 M€ de celle de 2013 lors de l'acquisition à 100%, force est de constater que les documents qui nous ont été transmis ne permettent pas de se faire une idée de la création (ou pas) de valeur globale de cette opération, d'autant qu'alors que les synergies d'offres entre Orange et Dailymotion sont restés au stade d'ambitions stratégiques, dans le même temps, le free cash-flow est resté négatif tout au long de l'histoire, et la croissance des investissements de plateformes vidéo n'a pas été suivie par celle de la croissance des résultats.

Que d'occasions ratées entre temps... déjà lors de la présentation de la stratégie des Contenus il y a 2 ans au sein de cette même instance, la CFE-CGC appelait non pas à revendre Dailymotion mais à rebrander Dailymotion en Orange...

- Qu'en est-il aujourd'hui de la réplique du modèle Orange - Deezer ?
- Quid de l'intégration de ce qui était présenté comme le nec plus ultra du player vidéo, qu'était celui de Dailymotion, au sein de nos plateformes vidéo ?
- Où en est le développement annoncé des offres de vidéos payantes et de modèles freemium ?

Bref, à l'image de ce qui nous a été présenté il y a quelques semaines lors de la cession d'Almérys, comme une récurrente incapacité de notre groupe à trouver des synergies avec nos acquisitions, le cas Dailymotion montre une fois de plus notre incapacité à exploiter de potentiels relais de croissance et illustre parfaitement notre recul de plus en plus patent sur la stratégie des Contenus....

Quoi qu'il en soit, sur le volet patriotisme entrepreneurial, comme peut-être sur le volet social, félicitons-nous néanmoins d'une solution de cession vers un groupe de Médias coté à la bourse de Paris. La CFE-CGC émet pour autant le vœu que soit proposé aux salariés de Dailymotion, et notamment aux salariés d'Orange partis vivre cette aventure, une possibilité de retour, et souhaite qu'un bilan financier complet de cet aller-retour au sein d'une des trop rares entreprises françaises du Digital jouant dans la cour des grands, soit établi.

VOTE :
6 POUR CFDT et
18 contre, CFE-CGC, CGT, FO, SUD
CFTC ne vote pas

Vos correspondants CFE-CGC

Georges Beauvais (SCE),
Maxence d'Eprenesnil (IMTW),
Noël Fayeaux (DO Centre Est),
Frédérique Limido-Milesi (Fonctions Support Finances),
Franca Lostys (Orange France Siège),
Eric Picot (DO Normandie Centre),
Elisabeth Rivier (DO Ile de France),
Christian Simon (DTSI),
Philippe Vidal (Représentant Syndical)