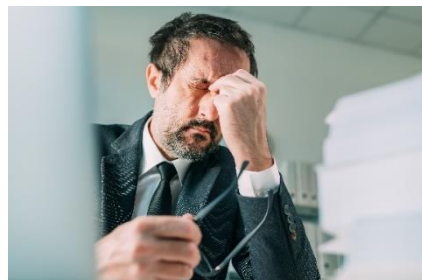




Bilan 2023 Hygiène Sécurité Conditions de Travail

Un bilan qui montre des dégradations

Un bilan Hygiène, Sécurité et Conditions de Travail (HSCT) est un document présenté par la direction tous les ans au CSE. Il vise à informer les représentants du personnel sur l'état des mesures prises en matière de santé et de sécurité au travail, ainsi que sur les conditions de travail des salariés.



Le CSE a émis un avis négatif sur le bilan HSCT 2023 pour les raisons suivantes :

- Le bilan ne prend pas en compte les impacts de la transformation d'Orange Business sur les salariés de SCE
- Les recommandations des médecins n'ont pas été suivies par la direction. De plus, aucun retour n'a été donné sur l'enquête du cabinet Stimulus sur la charge de travail. La direction avait déjà refusé d'en dévoiler les résultats lors de l'examen du PDV. Aujourd'hui, elle affirme attendre que la direction générale se « saisisse des résultats » ... Est-ce à dire que les résultats sont tellement négatifs qu'ils en deviennent gênants ? Vos élus CFDT ne lâcheront pas ce dossier !
- Le plan de prévention ne prend pas suffisamment en compte les risques psychosociaux (RPS). La CFDT dénonce depuis toujours la minimisation de cette dimension par la direction. La CFDT demande à la direction de former tous les managers à la détection des signaux faibles afin d'anticiper les risques RPS liés aux changements d'organisation, à la charge de travail et aux déménagements.
- Les accidents du travail sont en hausse alors que les effectifs diminuent.
- La direction refuse de prendre en compte correctement les situations spécifiques des salariés concernant le passage en bureaux dynamiques (Flexplace).

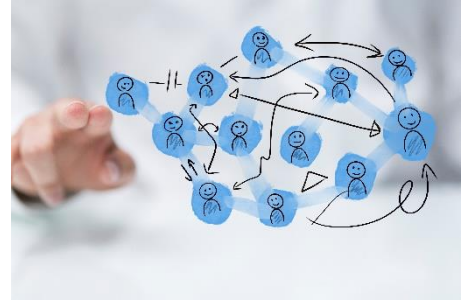
La CFDT revendique un travail de qualité et soutenable. Elle réclame l'application de l'accord charge de travail à SCE. Les élus CFDT continueront à se mobiliser dans les instances pour que la prévention des risques devienne une réalité à SCE.

Transfert : Digital DEF rejoint SCE

17 salariés de Digital DEF devront rejoindre SCE au sein de Product & Marketing

Pour renforcer l'approche « digital first », l'objectif de la direction Digital Entreprises est d'offrir une expérience client de bout en bout malgré des parcours clients fragmentés. Pour cela, la direction explique que Product & Marketing (P&M) doit rester au centre des activités OB et de DEF. Le marché Pro-PME reste toutefois toujours en dehors du périmètre P&M.

De ce fait, la direction souhaite transférer l'équipe Digital DEF vers l'équipe Digital B2B.



Pour les élus CFDT, le volet social de ce projet de transfert manque de clarté. La direction considère le rapprochement comme une simple formalité car les collègues ont les compétences et profils adaptés aux activités. Néanmoins, ils arrivent dans un environnement instable en raison du PDV.

Autre difficulté, les aspects rémunérations vont changer pour ces 17 salariés transférés. En effet, la part variable est différente entre DEF et SCE, ce qui pourrait entraîner une baisse de son montant si aucune compensation n'est mise en place.

La direction n'a, hélas, pas souhaité passer le sujet en consultation auprès des élus. La CFDT souhaite une bonne intégration à nos nouveaux collègues. Cependant, nous surveillerons cette mobilité à l'initiative de la direction. La CFDT a obtenu que les conséquences de cette transformation soient suivies en Commission SSCT.

« Orange est là » et Orange Business France y fonce tête baissée

Les ambitions ne manquent pas mais beaucoup de salariés pourraient rester sur le bord du chemin.

Le directeur d'Orange Business France (OBF), François Fleutiaux, est intervenu devant le CSE de la mi-juillet pour aborder les enjeux et perspectives pour OBF. Que retenir de ces quatre heures d'échanges ?



La direction a présenté un état des lieux et a dévoilé ses perspectives pour les deux prochaines années, en mettant en avant quelques grands chantiers à venir.

- La transformation des activités de project management et de vente au sein de la direction Communication & Mobility.
- Le maintien du WIN ratio à plus de 70% dans la direction Strategic Deals,
- La transformation du métier d'ABM (Account Billing Manager) dans la direction Customer Contract Management.

- L'amélioration du processus de facturation, en veillant à ce que tous les services fournis aux clients soient enfin « correctement facturés ».

En réponse, **les élus CFDT ont soulevé les points suivants :**

Transformations sans bilan : Malgré les nombreuses transformations depuis janvier 2023, aucun bilan n'a été réalisé. Comment vérifier que OBF va dans la bonne direction ?

Évolution du parc clients : OBF compte actuellement 37 000 clients, dont 150 Grands Comptes. Toutefois, la direction n'a pas fourni d'informations sur l'évolution des parts de marché ou le taux de churn (nouveaux clients gagnés/clients perdus). Comment s'assurer que nos clients adhèrent à la nouvelle stratégie ?

Emploi en France chez OBF : L'effectif d'OBF est de 7 938 collaborateurs, dont 1499 à SCE. Cependant, la direction prévoit de continuer les recrutements à Maurice et à Madagascar. Cette course à la réduction des coûts sur SCE et la délocalisation met en danger nos compétences.

Évolution des métiers : Le dispositif actuel lancé en janvier 2024 n'est pas à la hauteur des enjeux de la transformation du marché. Sur 17 parcours de reconversion lancés en janvier 2024, seuls 12 ont été finalement accessibles aux salariés SCE d'OBF. Comment engager réellement les salariés de SCE dans ces reconversions ?

Prise en compte du feedback des salariés : Le résultat des sondages internes, à la main de la direction, montre une insatisfaction croissante des salariés. Cependant, ce constat ne se traduit pas en actions. Pourquoi alors continuer ces sondages si la voix des salariés n'est pas entendue ?

La CFDT demande à la direction de OBF d'écouter sérieusement les remontées des salariés, d'avoir un plan de formation ambitieux et une feuille de route sur 2 ans concernant nos parts de marché et la rentabilité associée.

« Orange est là », mais où est passé Products & Marketing ?

Être leader du « Magic Quadrant Global WAN Services » de Gartner suffit-il à assurer la pérennité de l'entreprise et de nos emplois ?

Usman Javaid, directeur Products & Marketing (P&M) a présenté les enjeux et ambitions de son département. Cette présentation n'a pas rassuré les élus CFDT en raison d'un manque de précisions général tant dans la vision économique que dans les produits à maintenir ou à créer.

L'ambition réaffirmée par P&M est de plaire aux analystes de marchés.



Les moyens pour y parvenir consistent à :

- Communiquer largement sur les SVP (Strategic Value Proposals), centrés sur des cas d'usage répliquables.
- Développer des services sur une plateforme digitale (Evolution Platform) pour soutenir le business des années à venir.
- Offrir des solutions premium de classe mondiale.
- Accélérer sur le Digital, la Data et l'IA.

Les élus CFDT ont exprimé à la direction leurs préoccupations concernant les faiblesses de ce plan et les risques liés à sa mise en œuvre :

- **Manque de détails** : aucun élément sur les différents marchés adressés par Orange Business, aucune déclinaison par canal de vente (DEF, OBF, IB), aucun chiffre ni élément financier sur l'apport de cette stratégie pour garantir la rentabilité dans les années à venir.
 - **Manque de ressources** : La réduction de postes liée à TOM2 et au PDV engendrera une surcharge de travail pour ceux qui restent ?
- Manque de prise en compte des enjeux à court terme** : Comment assurer le développement des produits de demain quand les ressources sont aujourd'hui mobilisées pour fermer des produits ? Nous payons les conséquences d'une direction qui n'a pas anticipé le cycle de vie de nos produits.

Les élus CFDT ont demandé à la direction de :

- Garantir des conditions de travail acceptables pour tous les salariés, malgré les départs.
- Réduire les impacts de la charge de travail pour maintenir de bonnes conditions de santé dans les équipes
- Partager régulièrement les indicateurs de mise en œuvre de la stratégie de P&M.

Finalement, dans cette présentation, il n'a été question ni de produit, ni de marketing.

Un avis à donner sur cet article ? [Contactez-nous.](#)

La CFDT, 1er syndicat des cadres et 1er syndicat en France

#PartoutPourTous

Qui est le mieux placé pour défendre les collègues ?

C'est vous !

C'est le moment de rejoindre la CFDT !

[Contactez-nous, ensemble, on est plus fort.](#)

Tous les élus CFDT restent mobilisés pour vous défendre !! N'hésitez pas à motiver vos collègues à s'abonner à nos publications. Vous pouvez aussi nous contacter à l'adresse cfdt.sce@orange.com, nous répondrons toujours à vos sollicitations.