Logo CFDT

[ORANGE] UN PROJET EXPLOSIF

La direction d'ORANGE souhaite accroître son réseau de boutiques en France, en passant de 528 boutiques en 2022 à 600 en 2026, tout en réduisant ses coûts de fonctionnement globaux.

Pour ce faire, elle va pratiquement réduire de moitié le nombre de boutiques en maison-mère (Orange SA) et quasiment doubler le nombre de boutiques gérées par la Générale de Téléphone (GDT), filiale à 100% d'Orange SA.

Sur les quatre prochaines années, la direction va multiplier par deux la vitesse de décroissance du nombre de boutiques à Orange SA (-43% sur 2023 -2026 contre -18% sur 2018-2021). Dans le même temps, elle va multiplier par neuf la vitesse de croissance de la GDT (+90% sur 2023-2026 contre +10% sur 2018-2021). Cette réorganisation est un véritable tremblement de terre. Les salariés d'Orange SA se verront proposer d'autres postes, ce qui constitue un gâchis de compétences historique. Les salariés de la GDT vont devoir faire face à un Tsunami organisationnel...

UN ÉCHEC STRATÉGIQUE

Les années 2010 ont été celles de la « stratégie de différenciation par rexpérience client», toute entière dédiée à l'amélioration du chiffre d'affaires... Cette réorganisation, uniquement centrée sur les économies à faire, est donc symptomatique de l'échec de la stratégie « Grand Public » en France, alors même que l'on constate l'effondrement de l'EBITDA côté « Marché Entreprises ». Pour la CFDT, se contenter de faire des économies sans soutenir le chiffre d'affaires menace la pérennité des emplois à Orange.

Pour la CFDT, la stratégie doit pouvoir motiver les salariés et sécuriser leurs parcours professionnels.

explosif
Documents
UN PROJET EXPLOSIF