



COMMUNICATION  
CONSEIL CULTURE  
ORANGE



## BAROMÈTRE SOCIAL 2018

# POURQUOI LA DIRECTION NOUS CACHE-T-ELLE LES RÉSULTATS DE CE SONDAGE ?

■ Les rares **managers** qui ont accès à ces résultats doivent faire face à des **injonctions contradictoires**.

■ On leur demande de monter des plans d'actions pour améliorer les résultats du baromètre social sans pouvoir les partager avec les salariés de leur équipe.

■ Par ailleurs, **90% des managers** n'ont même pas accès à ces résultats !!! On leur demande d'élaborer des plans d'actions à l'aveugle. Cela n'a pas de sens.

■ Au national, on ne cesse de nous parler de la nécessité de mettre en place une nouvelle culture managériale. Mais on ne voit toujours pas bien ce qu'il y a de nouveau dans le management au sein des Entités de la DTSI...

Adhérez à la **CFDT** pour défendre vos droits !

Le Baromètre Social 2018 a permis de sonder les salariés de la Direction Technique et du Système d'Information (DTSI) en novembre dernier. Au premier semestre 2019, chaque patron de DTSI a reçu un document de 60 à 90 pages détaillant les résultats de l'expression des salariés de son Entité.

### EST-IL POSSIBLE DE CONSULTER LA TOTALITÉ DE CES RÉSULTATS ?

La réponse est : « **Non, ce n'est pas prévu** ». En off, la réponse est : « **Le national ne le souhaite pas** ». Étonnant... Pourquoi ? Parce que nous avons lu la bible du management d'Orange, **le livre de Stéphane Richard : « Human Web »** dans lequel on peut lire :

« *Au quotidien, les relations de travail évoluent. Jusqu'ici, la détention de l'information était un attribut du pouvoir, un signe tangible de la puissance managériale : c'est fini, désormais. Les mécanismes de circulation de l'information deviennent de plus en plus horizontaux. Cela favorise une sorte de démocratie interne...* »

### MERCI M. RICHARD : C'EST BEAU... C'EST SOUVENT VRAI... MAIS PAS A LA DIRECTION TECHNIQUE ET DU SYSTÈME D'INFORMATION

**En 2000**, France Télécom rachetait l'opérateur de téléphonie mobile « Orange » à l'opérateur britannique Vodaphone. « Orange » devenait « Orange France », une filiale de téléphonie mobile du Groupe FT. Dès 2001, cette filiale sondait chaque année ses salariés sur leur niveau de satisfaction. **Les DRH étaient chargés de partager largement les résultats de ce sondage avec les managers et les salariés des différentes Unités**. Ils étaient objectivés sur l'amélioration des résultats de ce sondage. Pourquoi ? Parce que la « **satisfaction des salariés** » faisait partie des facteurs retenus dans le plan stratégique de l'entreprise. **Chaque salarié avait accès aux résultats du sondage et pouvait participer à l'élaboration du plan d'actions pour améliorer ce qui n'allait pas**. Voilà des pratiques que l'on aurait aimé voir se développer... **Mais en 2019**, au sein de la DTSI, ce n'est toujours pas le cas...

### UN TYPE DE MANAGEMENT QUI DATE DES ANNÉES « DISCO ».

En 2019, à la DTSI, on fonctionne encore comme dans les années 70-80 (*celles du disco*) : on considère qu'il est dangereux de partager l'information avec les salariés avec lesquels on envisage moins de travailler sur le mode participatif que sur le mode taylorien.

