

LE

MAGAZINE D'INFORMATION DES CADRES SUPÉRIEURS
ET DIRIGEANTS DU GROUPE ORANGE

club manager
mmag

N°88

acseel orange
Association des cadres supérieurs et dirigeants

2è semestre 2020 / 1er semestre 2021



#LiveConvention ACSED
8 janvier 2021

Orange Gardens

Passions Acsédiennes

Françoise, ou l'art du Mandala

La vie de l'ACSED

Les activités en régions

Interview exclusive

Pierre-Louis de GUILLEBON Directeur Orange Event

Le billet de l'ACR

Amis de l'ACSED, futurs retraités ou TPS

Plus de 2 000
 adhérents
 nous font
 confiance

L'ACSED,
 La force et la solidarité
 d'un réseau

Nos priorités :

- **Intervenir** dans les grands dossiers de l'entreprise pour **défendre** les **intérêts matériels, moraux et juridiques** des Cadres supérieurs et Dirigeants
- **Affirmer** la place des Cadres supérieurs dans la réussite du Groupe
- **Constituer** un réseau de soutien collectif et individuel pour nos adhérents.



www.acsed-orange.com

Rejoignez-nous !

Coupon à retourner complété et accompagné de votre règlement à :

ACSED 57, rue Albert 75013 PARIS

Nom : _____ Prénom : _____
 Date de naissance : _____ Entité : _____
 Niveau de fonction : _____
 Adresse professionnelle : _____
 E-mail pro : _____
 Tél. : _____ Mobile : _____
 Adresse personnelle : _____
 E-mail perso : _____

MONTANT DES COTISATIONS

IV.1 - IV.2/Bande E	55 €
IV.3 - IV.4/Bande F	75 €
IV.5 - IV.6/Bande G	95 €
Conjoint	50% de l'adhésion*
CFC/TPS	70% de l'adhésion*
Tarif découverte**	30€

* Non cumulable avec le tarif découverte
 ** réservé uniquement aux nouveaux adhérents

Virement

Etablissement	Guichet	Compte	Clé Rib
20041	00001	0166129F020	42
IBAN : FR61 2004 1000 0101 6612 9F02 042			
BIC : PSSTFRPPPAR			

Règlement à l'ordre de l'ACSED

- Par chèque joint
- Par virement le

- Par Pay Pal via le site

Date et signature

L'ACSED aujourd'hui et demain

Chères adhérentes, chers adhérents,

Une année nouvelle s'ouvre à nous, et, pour la première fois côté ACSED, elle a démarré ensemble, lors de notre convention #Acseclive du 8 janvier 21 !

À nouveau, le Bureau national de l'ACSED se joint à moi pour vous souhaiter un millésime 2021 plus inspirant, plus lumineux, plus... libre que le précédent. Que cette nouvelle année soit riche en suppléments d'instant de joie et d'exception. Et qu'elle vous préserve des ennuis de santé.

Même si la crise sanitaire - tenace ! - nous a, pour la seconde fois, empêchés de nous retrouver en physique, nous avons pu, depuis la Grande Scène d'Orange Gardens à Châtillon (92), faire plus ample connaissance, en direct et en interactivité avec vous, avec les 2 nouveaux membres du Comex : **Elizabeth TCHOUNGUI** et **Michaël TRABBIA**. Notre Président nous a partagé sa stratégie de transformation du Groupe et sa vision de l'activité et du rôle d'Orange dans la relance économique à venir.

Vous étiez plus de 100 à vous être connectés, de toutes les régions, dont les dirigeants de l'association sénégalaise ACSON (proche de l'ACSED) de nos collègues de Sonatel, ainsi que des représentants de nos amis de l'ACR (Amicale des Cadres retraités d'Orange).

Vous découvrirez la synthèse de nos échanges en lisant ce magazine : ils furent riches et inspirants.

Vous pourrez retrouver la vidéo de ce #Live Acsed sur notre site : **acsed-orange.com**, via l'espace adhérents.

Entre espoir raisonnable et craintes diffuses

Après des fêtes de fin d'année qui, malgré tout, ont permis à grand nombre d'entre nous de se retrouver en famille et de goûter un

repos bien mérité, nous voici à la tête d'une année riche en défis pour Orange, et donc pour nous, dans la continuité du plan Engage2025 : poursuite du déploiement des réseaux Très Hauts Débits - couverture FTTH (*Fiber To The Home*) des territoires et déploiement de la 5G -, bascule du cuivre vers la Fibre, développement de chiffre d'affaires et accélération de la transformation du Groupe.



Une composante conjoncturelle fondamentale vient s'ajouter, que nous aurons à cœur de garder en tête : celle du risque d'isolement et de souffrance provoqué par le maintien prolongé en travail à distance de nos collaborateurs et collègues, et de nous-mêmes.

Le télétravail, assez largement plébiscité au printemps dernier, présente, du fait de sa durée et de son manque d'échéance visible, des risques humains à prendre en compte avec une grande vigilance.

L'année qui vient de se terminer a montré, si besoin était, que les cadres supérieurs et dirigeants que nous sommes sont des managers engagés, déterminés, adaptables, qui savent garder le cap, lorsque souffle la tempête.

L'expérience que nous en avons acquise, à marche forcée il est vrai, constituera un atout.

L'ACSED, apolitique et asyndicale, la force d'un réseau

C'est pourquoi, tout au long de l'année 2020, nous avons souhaité renforcer notre lien avec vous.

C'est ainsi que nous avons animé pour vous **11 réunions téléphoniques** « 13h-14h », réunissant jusqu'à **100 adhérents** (sur le retour du CES - Consumer Electronic Show de Las Vegas -, en accueillant un regard extérieur de l'ANACT - Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail -, sur l'impact des Télécoms en France, les relations avec les investisseurs, le voyage écologique et solidaire au Sénégal, sur le *benchmark* opérateurs de télécommunication...) et à l'occasion de 2 d'entre elles, nous avons accueilli nos nouveaux adhérents.

Et la commission Veille et Stratégie a produit **11 « un Autre Regard sur l'actualité »**, panorama de l'information sur le secteur des Telcos, accessible via notre site, dans la rubrique Actus.

Magazine d'information édité par
ACSED Orange
57, rue Albert - 75013 PARIS
Tél : 01 45 86 07 45
Mail : acsed-orange@orange.fr
Site Internet : www.acsed-orange.com

Directrice de publication
Marie-Anne TOURNAIRE

Rédacteur en chef
Thomas TRAISSAC

Ont collaboré à ce numéro
Serge ARMAGAN, Samuel AUDART, Eliane CAHUZAC, Pascal MONNIER et Gilles CAREIL

Conception - réalisation - impression
ALBIZIA COMMUNICATION 06 60 23 16 89

Edito Marie-Anne TOURNAIRE

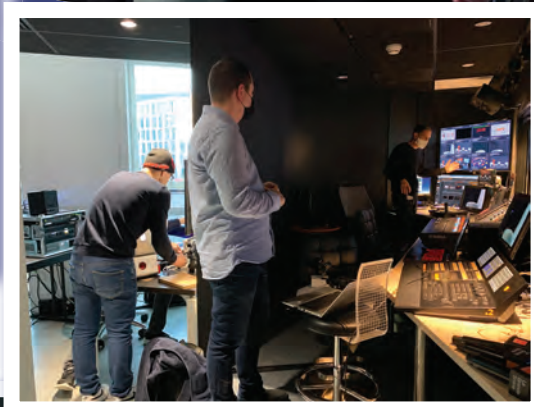
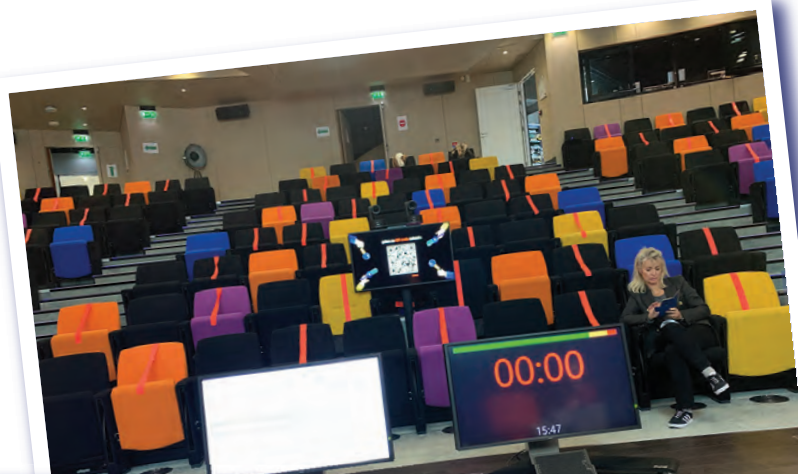
D'autres rendez-vous vous seront proposés très bientôt, peut-être plus nombreux, nous vous y attendons ! En particulier, vous pouvez d'ores et déjà réserver la matinée du **25 juin 2021**, à laquelle nous prévoyons notre prochaine convention.

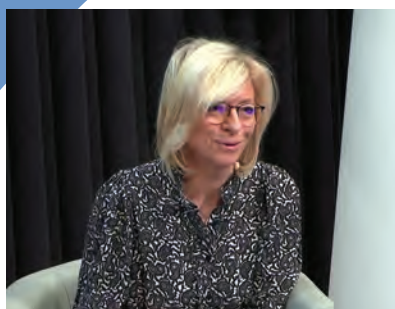
Parce que la force de l'ACSED ce sont ses adhérentes et ses adhérents, nous reconduisons, pour cette année encore, le challenge « 1 pour 1 minimum ! » grâce auquel celles et ceux d'entre vous qui auront parrainé le plus

grand nombre de nouveaux adhérents pendant l'année, gagneront un prix, qui sera décerné lors de notre congrès annuel de fin 2021.

A nouveau belle année à vous et à bientôt, toujours dans le respect de nos valeurs de respect, confiance et solidarité.

**Marie-Anne Tournaire, Présidente de l'ACSED
et le Bureau national
#RestezPrudents**





Même en période de gestes barrière, pas question d'abandonner les rencontres rituelles de l'année.

L'ACSED live Convention du 8 janvier 2021 s'est déroulée en direct d'Orange Gardens à Chatillon (92) en comité restreint, comme celle du 25 juin 2020, Covid 19 oblige.

Rien ne manquait dans son déroulement, ni des intervenants de qualité : **Elizabeth TCHOUNGUI** et **Michaël TRABRIA** nouvellement arrivés tous deux, au Comex du Groupe, qui avaient répondu à l'invitation de **Marie-Anne TOURNAIRE**, Présidente de l'ACSED, ni la présence du PDG, **Stéphane RICHARD**, ni le temps imparti aux questions sur mSurvey live, sans omettre l'intermède surprise... et attendu de Mr Corona virus ! La dérision en cette situation qualifiée de surréaliste en 2020, pouvait s'inviter, le rire était au rendez-vous. **Pascal MONNIER** a mis en pratique son humour impertinent surfant comme à son habitude sur des jeux de mots.

Un ensemble de vidéos, concoctés par des membres du Bureau national, rythmait ces temps de paroles.

Un rappel des actions menées à destination des adhérents - malgré les contraintes liées à l'épidémie - faisait suite aux vœux formulés pour toutes et tous par **Marie-Anne TOURNAIRE**, ainsi que les remerciements à destination de **Véronique MATEU**, Directrice du site.

« **GARDER DU LIEN AVEC VOUS** » s'est concrétisé durant ces dix derniers mois par neuf *conf calls*, 2 réunions téléphone avec les nouveaux adhérents pilotées par la Commission *Net Working*, le challenge 1 pour 1 pour booster de nouvelles adhésions, la créativité et l'investissement pour couronner ces engagements.

Stéphane RICHARD a tenu à nous faire savoir que la chaleureuse assistance de l'ACSED lui manquait et qu'il était néanmoins heureux d'être là.

Il a souhaité une bonne année aux Acsédiennes et aux Acsédiens, tout en soulignant que malgré les difficultés affrontées en 2020 et même si les semaines à venir allaient être difficiles, il semblait y avoir de bons espoirs pour 2021 avec l'arrivée du vaccin. Il nous a souhaité une bonne santé, le moral, que nos familles et nos aînés soient épargnés par la maladie et que nous sortions de cette crise.

Il a insisté sur le fait qu'il ne fallait pas oublier les jeunes qui, même s'ils sont moins touchés par la maladie, connaissent une situation inédite et compliquée, surtout pour ceux qui arrivent sur le marché du travail. De même, les jeunes qui font encore leurs études se sentent isolés et leurs loisirs sont restreints. Les étudiants précaires ne peuvent plus financer leurs études avec les « petits boulots ». Il existe une véritable souffrance dans cette jeunesse et Orange joue son rôle en concluant des partenariats avec les associations s'occupant d'étudiants précaires et en continuant à recruter. Ce sont ainsi 5 000 alternants et stagiaires qui ont été accueillis en 2020.

Il reste néanmoins optimiste et convaincu qu'à la

sortie de cette épreuve, tous les projets et les activités vont repartir très fort. Il forme le vœu que nous tirions une leçon de ces événements sur la fragilité du système, des sociétés, des individus, l'utilité du progrès et de la technologie. Cet avertissement doit nous faire prendre conscience qu'il faut aller vers une planète plus propre, plus respectueuse de l'environnement, qui accepte cette question du défi climatique et trouver des solutions. Il faut être également plus sensible à l'inclusion, au sort des femmes et des hommes de cette planète qui ne partagent pas de façon équitable les chances de succès. Cela semble peut-être utopique mais cela va peut-être nous faire entrer dans un monde meilleur.



Marie-Anne TOURNAIRE : à la suite des changements intervenus dans le COMEX du Groupe Orange à l'automne dernier, quel est votre bilan 100 jours plus tard ?

Stéphane RICHARD : il est très bon ! Il est très sain pour une entreprise de procéder à des changements et des renouvellements. Ce que j'ai déjà effectué plusieurs fois en 11 ans. Je suis très content car c'était un nouveau défi. Chacun a pris sa nouvelle feuille de route avec beaucoup d'enthousiasme et d'énergie. **Michaël TRABBIA** possède de nombreuses compétences, d'expérience et de qualités humaines, ce qui, pour moi, est peut-être le plus important.

Elizabeth TCHOUNGUI est un profil nouveau et très intéressant avec sa bi-culturalité franco-africaine et sa grande expérience dans les médias. Elle est sensible aux thèmes qui nous sont chers. **Mari-Noëlle JÉGO LAVEISSIÈRE** est très à son aise dans son rôle de « pilote » à la tête de l'Europe. Nous réalisons un bon travail collectif, dans une bonne ambiance, chacun étant à sa place, ce qui nous permet d'aborder 2021 et ses difficultés le mieux possible.

MAT : du fait des événements de 2020, la transformation du Groupe est-elle encore plus urgente ?

SR : ce qui doit nous conduire à accélérer sur le chemin de la transformation, ce sont des tendances profondes qui existaient déjà dans nos activités avant la crise sanitaire. Le plan stratégique avait été lancé en décembre 2019 avant la crise. Les grands axes de ce plan se sont trouvés plutôt confortés par les événements. Ces thématiques sociétales sont plus pertinentes que jamais : l'inclusion du plus grand nombre dans la société du numérique, l'écologie, le défi climatique, les bouleversements des méthodes de travail. La transformation du Groupe est dictée par les impératifs de nos *business*, de notre modèle économique et des situations rencontrées dans nos marchés. Il n'y a pas de changement de priorité, mais un changement de rythme qui est prioritaire. Pour moi, le vrai défi de 2021 est celui de l'exécution, de la mise en œuvre, de la vitesse, de la réactivité, de l'agilité en utilisant les moyens technologiques que nous possédons aujourd'hui (digital, télétravail, utilisation récurrente de visio pour les réunions, pour faciliter la vie quotidienne). Teams sera bientôt disponible pour qu'Orange dispose des meilleurs éléments collaboratifs pour fonctionner à distance.

MAT : parlez-nous des autres défis de 2021.

SR : les grands sujets devant nous sont le lancement de la 5G et du très haut débit fixe. Je salue au passage la performance de 2020, le Groupe ayant déployé autant de fibre qu'en 2019 et je remercie toutes les personnes du Groupe, notamment les techniciens et les sous-traitants, sans qui cela n'aurait pas été possible. D'autres travaux, comme, par exemple, sur les infrastructures, sont déjà engagés et nous allons aller plus vite que d'habitude. Depuis 2016, avec le lancement d'Orange Bank, nous n'avons jamais eu un début d'année aussi dense en termes de projets importants et stratégiques pour le Groupe !

Les 2 autres défis sont :

le défi humain car la transformation est d'abord un défi humain ce qui est très important et ce dont je reste imprégné depuis mon arrivée en 2010 dans ce Groupe. Par exemple le télétravail qui, au début, était encensé et qui maintenant est devenu beaucoup plus pénible. Beaucoup de personnes souffrent du manque de contact et nous devons être sensibles à cela et garder toute notre vigilance vis-à-vis de nos équipes car l'isolement et la distance créée de nouveaux risques.

Nous avons engagé un travail d'évaluation de notre système de santé au travail - les médecins du travail, les assistantes sociales, les préventeurs - qui jouent aussi un rôle très important, tout comme la commission de médiation qui a été mise en place après 2010 : ils doivent disposer des méthodes et moyens pour être efficaces à 100%. Ce dispositif me tient particulièrement à cœur. Ne baissons pas la garde, en cette période !

Le 2ème grand défi est économique. En tant qu'entreprise, nous devons réaliser des performances techniques, commerciales et financières.

Nous avons un double challenge pour les mois qui viennent : la France et l'Espagne.

En France nous avons le défi de la transition du cuivre vers la fibre qui est aussi bien un défi technique qu'économique. Le modèle économique a été bâti sur le *retail* (ventes au détail) et le *wholesale* (ventes en gros) et aujourd'hui, nous avons de moins en moins d'utilisateurs du réseau cuivre. Les revenus vont baisser plus vite que les revenus sur la Fibre n'augmenteront. Par ailleurs il faut continuer à entretenir le réseau qui est de moins en moins rentable. Nous devons donc réinventer notre modèle.



Nous avons une belle histoire en Espagne. Elle s'est violemment retournée avec l'entrée de nouveaux acteurs, de grands bouleversements au niveau des infrastructures fixe et mobile, d'un marché complètement fragmenté avec 15 opérateurs et une guerre des prix tirée vers le low-cost qui a mis Orange un peu dans la tourmente. L'Espagne est donc un vrai challenge pour nous en 2021. Un nouveau dirigeant Orange est arrivé et je suis confiant, même si 2021 sera difficile.

La France et l'Espagne représentant 60% du chiffre du Groupe.

Heureusement, nos fondamentaux sont solides et nous avons des réponses à apporter.

Ces 2 défis, économique et humain, feront de 2021 une année... compliquée et excitante !

MAT : d'où le programme économique déjà mis en place ?

SR : le *wholesale* a été une grande source de cash et de marge pour le Groupe depuis 20 ans mais qui décline très vite et qui ne peut être compensée dans l'immédiat par la fibre. Nous devons réfléchir à un nouveau modèle économique - qui est en cours de réflexion - en regardant en face notre structure de coût et la façon dont nous travaillons, et en analysant comment l'améliorer. Je crois sincèrement que l'on peut rendre positif cet exercice imposé en traitant en même temps les questions de l'efficacité et en remédiant à certains traits de déséquilibre qui existent depuis toujours dans ce Groupe.

En France, les fonctions support sont constituées de

personnes de grande qualité, totalement dévouées et apportant une valeur inestimable à l'entreprise. Nous constatons néanmoins un déséquilibre historique avec les fonctions opérationnelles, qui sont face aux clients et qui ont vu leurs effectifs fondre ces dernières années. Nous devons donc traiter ce problème, dans le respect des personnes et des compétences, avec les partenaires sociaux. C'est une occasion de rééquilibrer et de rendre ce Groupe plus harmonieux en proposant des parcours professionnels plus épanouissants.

Transformons une contrainte en opportunité.

MAT : pensez-vous que les oppositions de certaines communes envers la 5G vont aller en diminuant ?

SR : oui, malgré des vifs débats en France - plus que dans les autres pays -. Les écologistes argumentent que la 5G va à l'encontre de l'idéologie environnementale et écologique alors que l'on peut constater que dans des pays du monde où la présence écologiste est la plus établie et où la conscience environnementale est la plus forte, la 5G est au contraire très bien acceptée et sont même les premiers à l'avoir lancée : la Scandinavie, la Norvège, la Finlande, la Suède ou la Californie. Je suis donc frappé par cette particularité des écologistes français de s'installer dans ce discours un peu Malthusien de décroissance, anti-progrès et emplis de contre-vérités.

Il nous appartient de participer à ce débat et j'assume le fait que je ne souhaite pas que nous passions en force. Heureusement, beaucoup de villes et d'élus souhaitent passer à la 5G et c'est en s'appuyant sur eux que nous arriverons à nos objectifs dans l'année

qui vient. J'en profite pour vous confirmer que nous allons prochainement allumer la 5G dans plusieurs villes comme Toulon, Brest, Aix-en Provence et nous sommes confiants pour les quelques « réfractaires » subsistants.

MAT : Une questions via Msurvey : que pensez-vous de la déclaration d'Olivier ROUSSAT, le PDG de Bouygues Télécom, prêt à investir sur la consolidation ?

SR : rien n'a changé au niveau des acteurs du secteur et pour qu'il y ait consolidation, il faut qu'il y en ait un qui soit prêt à vendre. Je ne pense pas ce soit d'actualité.

MAT : que pouvez-vous nous dire sur la suite du remboursement fiscal que vous avez gagné, sur la partie qui serait reversée à l'actionariat salarié ?

SR : le principe a été acté par le Conseil d'administration et par l'État mais les modalités n'ont pas encore été complètement déterminées. Cette ORP (Offre Réserve au Personnel) aura lieu certainement en 2021 avec une offre massive qui sera extrêmement attractive et accessible à tout le monde. Je souhaite vraiment que le plus grand nombre d'entre vous y souscrivent. Nous espérons pouvoir augmenter au moins d'un point l'actionariat salarié ce qui nous permettra de nous rapprocher des ambitieux 10% que j'avais espérés il y a quelques années.

Pour conclure cette matinée, **Stéphane RICHARD** a réitéré sa joie d'avoir partagé ce moment avec l'ACSED même s'il était à distance. Il a confirmé qu'il était plein d'énergie et d'optimisme pour cette année 2021 riche en défis. Il est confiant car tous ont la motivation et l'énergie individuelle et collective pour les relever.

« Une crise, ce sont des moments pénibles, mais aussi des opportunités qu'il nous appartient de saisir pour développer l'avenir du Groupe. Nous avons de la chance car nous sommes dans un secteur peu touché par cette crise mondiale et nous devons en être conscients. Allons vers l'avant et faisons-le dans le respect de nos valeurs comme nous l'avons fait ces dernières années. »

Auparavant, la convention avait débuté avec une table ronde en présence de trois dames sur le plateau de l'amphithéâtre.

Intervention d'Elizabeth TCHOUNGUI, Directrice Exécutive RSE*, Diversité et Solidarité du groupe, Présidente Déléguée de la Fondation Orange et de la Cité des Télécommunications.



Elizabeth est arrivée il y a quelques mois chez Orange et exprime toute sa satisfaction. Au cours de son parcours professionnel essentiellement mené dans les médias, son engagement personnel lui a permis de s'engager avec Action contre la faim, le Club 21e siècle et également de mener des combats comme l'Egalité homme/femme, l'inclusion des personnes atteintes de troubles autistiques.

Emmanuelle ROSENZWEIG : Comment s'est manifestée l'envie de rejoindre la galaxie Orange ?

Avec l'arrivée du mobile dans le village de son père au Cameroun et une anecdote à ce sujet : le fait de pouvoir capter uniquement devant l'église, c'était un « don de Dieu » !

La puissance transformante d'Orange... Orange Money, Orange Bank répondent aussi à des besoins urgents en Afrique. A titre d'exemple, au Sénégal, l'empreinte socio-économique d'Orange équivaut à 11% du PIB national et en Côte d'Ivoire, Orange Bank compte déjà 100 000 clients.

La raison d'être ? A cette question très courte posée par **Emmanuelle ROSENZWEIG**, la réponse l'est toute autant. **C'est notre boussole.** Orange a des comptes à rendre à travers ses engagements en matière de RSE (S comme Sociétal et non plus Social - pour intégrer la notion environnement) notamment dans la lutte contre le réchauffement climatique avec un objectif NetZéro carbone en 2040. La lutte contre le réchauffement climatique c'est d'abord notre programme d'efficacité énergétique et également le développement des énergies renouvelables. Nous agissons également sur notre flotte de véhicules - notre Groupe a la 1ère flotte d'auto-partage en Europe - ainsi que sur nos émissions amont et aval via l'économie circulaire. Le programme **RS****, qui invite les clients à remettre leurs anciens appareils en boutiques pour être recyclés ou reconditionnés, en est un exemple.

*RSE : Responsabilités Sociétale des Entreprises
**RS: Recyclage, Reprise, Reconditionné, Réparation

Enfin, nous développons les puits carbone pour séquestrer nos émissions incompressibles. Ces projets permettent notamment de lutter contre la déforestation et le maintien des mangroves, fabuleux creuset pour de multiples espèces en tous genres et ils favorisent donc la préservation de la biodiversité.

La Responsabilité Sociétale c'est aussi chez Orange le deuxième pilier qu'est l'inclusion numérique.

Ces engagements sont porteurs de sens pour les salariés. En attestent les inscriptions au visa RSE (plus de 90 00 inscrits et plus de 5 000 visas obtenus à ce jour en 3 mois).

Les parties prenantes, notamment les investisseurs et les potentielles recrues ont une attente très forte vis-à-vis des grandes entreprises sur leur engagement sociétal.

ER : au sujet de l'inclusion Numérique : quelle est l'ambition d'Orange ?

La génération Y et celle qui lui a succédé ont baigné dans le numérique depuis leur naissance et sont en quête de sens, dans un monde où règne la quête du profit. **Stéphane RICHARD** est convaincu que le Groupe doit s'investir pour lutter contre l'exclusion numérique. Il y aura d'ailleurs une belle campagne de communication en 2021 sur le sujet. La **Fondation Orange** est également un levier d'actions majeur. Elle fait notamment appel à l'engagement des salariés et des retraités, sous forme de bénévolat ou de mécénat de compétences. Ce sont des ambassadeurs d'exception.

Marie-Anne TOURNAIRE a rappelé sur ce point que les adhérents de l'Amicale des Cadres Retraités (ACR) sont aussi de formidables ambassadeurs et prêts à s'investir dans ce bénévolat.

A l'occasion de cette crise sanitaire, **Orange Solidarité, l'association de la Fondation Orange**, a formidablement œuvré pour soutenir les différents pays où Orange opère. Ainsi, l'engagement des jeunes dans les FabLabs solidaires, structure qui permet d'aider ceux qui sont en rupture avec le système d'éducation classique, a permis la conception de 3 000 visières dans le FabLab solidaire de Tunis.

Citons également l'investissement des équipes chez Orange France pour mettre en place l'offre destinée aux foyers à faibles revenus « coup de pouce » ; en

Espagne avec « Gigas solidarios » permettant les dons de gigas non consommés à destination des plus défavorisés.

Egalement d'autres exemples sur l'inclusion numérique : des « feux intelligents » qui se sont allumés avec l'IA à Dakar, un « lavabo intelligent » économiseur d'eau à Kinshasa et c'est aujourd'hui une *start-up*, sans compter bien d'autres, notamment les ateliers numériques à destination des seniors en France. Ces expériences sont de véritables « navires amiraux ».

ER : que fait-on en termes de Communication à Orange ?

Nous sommes accompagnés par les équipes communication qui nous ont permis encore récemment de réaliser une campagne TV pour la Fondation Orange, une grande première depuis son existence.

Nous pouvons encore davantage valoriser nos actions sociétales, notamment les plus différenciantes, sur le sujet de la diversité, du handicap notamment.

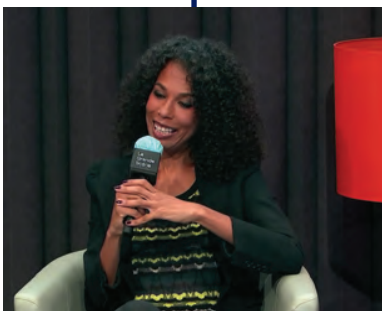
La nomination d'un Directeur Planning stratégique animation et partenariats pour la Division, qui va travailler directement avec les équipes de **Béatrice MANDINE** (Directrice Exécutive Communication, Marque et Engagement) permettra de rendre visibles et lisibles nos actions.

Et au sujet de la 5G ?

C'est un sujet très francophone car les débats touchent essentiellement la France, la Suisse Romande, la Wallonie. Les craintes de ses détracteurs par rapport à l'environnement et la santé, ne sont pas fondées scientifiquement parlant. 17 autorités ont rendu un verdict positif sur sa diffusion. Elle présente de nombreux avantages y compris en consommation d'énergie (réduction par 10 pour 1 GO consommé). Quant au sujet sur la santé et des répercussions, l'exposition des riverains aux fréquences et leurs effets nocifs, il n'y a pas de preuves tangibles à date. Orange est conforme à la réglementation.

En conclusion de cet entretien plein de dynamisme : La question de la responsabilité sociétale doit être portée au plus haut niveau.

Les réseaux sociaux sont également des canaux à fort impact.



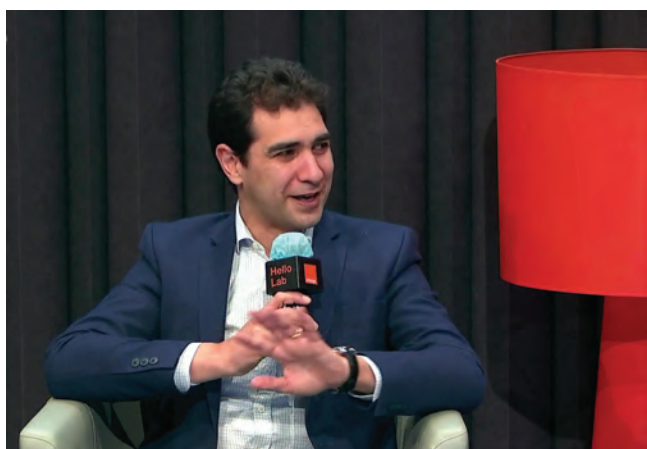
La pression commerciale est forte et il faut embarquer la responsabilité sociétale dans tous les domaines et à tous les niveaux (terminaux plus solides, reconditionnement, etc...).

Concernant la dimension sociale, le taux de féminisation dans les recrutements dans les domaines techniques n'est pas suffisamment élevé, « un coup d'accélérateur » va être donné avec la mise en place de *Hello Woman* (20% de femmes dans les métiers techniques dans le Groupe à ce jour et objectif de 25% en 2025).

Les attentes en matière de solidarité et d'impact sociétal devraient se renforcer avec la poursuite de cette crise sanitaire. Des pans entiers de populations basculent dans la pauvreté et surtout, parmi elles, des jeunes, des étudiants qui sont en difficultés financières et fragiles psychologiquement.

Une citation pour finir : « **IL FAUT REBRANCHER LES ETOILES** » (G. Appolinaire)

L'assemblée invisible mais bien là par ses réactions sur mSurvey, a pu profiter, avec la seconde table ronde, animée par **Christophe RUFIN**, de l'intervention de **Michaël TRABBIA**, Chief Technology and Innovation Officer. Avec lui, ce fut une plongée dans le monde du futur, de l'Innovation. En introduction la présentation de son parcours professionnel très éclectique et de son passage à l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Electroniques des Postes et de la distribution de la presse) qui méritait quelques éclaircissements.



MAT : Quel votre secret ?

Chaque parcours est particulier. Je considère que le 1er challenge est de s'occuper pleinement de la responsabilité qui nous incombe au moment où elle nous est confiée. En outre, mon conseil est de ne pas

hésiter à sortir des sentiers battus, à remettre en question les *process* et les manières de travailler. Enfin, chez Orange nous avons la chance d'avoir accès à des parcours très variés, entre fonctions centrales, opérationnelles, entre des rôles commerciaux, techniques ou stratégiques par exemple. Cette complémentarité apporte une grande force. Orange donne cette opportunité et j'encourage tous les cadres, les dirigeants et les salariés d'Orange à l'utiliser.

Ch R : Quel sera l'opérateur du futur ?

Faire de la prospective à dix ans, c'est très délicat, comme dit la citation « *c'est difficile de faire des prédictions surtout lorsqu'elles concernent l'avenir* ». C'est très loin mais ce qui est certain pour moi, c'est que l'opérateur du futur, ce sera d'abord un opérateur de connectivité, mais encore plus technologique. Orange en 2030 sera un opérateur de connectivité. C'est important de le dire car la connectivité est notre cœur de métier, même si cela ne nous empêche pas naturellement de continuer à nous développer sur les services dès lors que nous y sommes légitimes et performants. Les équipes de TGI préparent cet opérateur du futur, en travaillant notamment dans la prospective, la recherche et la standardisation.

2030 verra probablement une nouvelle génération de mobiles, nous préparons déjà la 6G, avec des objectifs pour Orange qui sont davantage sur l'empreinte CO2 de bout-en-bout ou sur la résilience que sur une augmentation du débit pour le débit par exemple. La connectivité est devenue une nécessité pour tous et partout. Nous devons avoir des réseaux qui fonctionnent partout et en permanence, surtout en période de crise. La couverture des territoires étant un sujet essentiel, l'opérateur de 2030 devra garantir un niveau de qualité de services et de couverture bien supérieur à ce que l'on connaît aujourd'hui. Il devra s'appuyer sur des tendances technologiques qui sont en train d'émerger et se développer, avec notamment la virtualisation des réseaux. Cela va nécessiter de développer et de bâtir des compétences plus techniques qui vont avec ces technologies et une nouvelle architecture du réseau moins centrale, plus locale. C'est une tendance de fond que tous les opérateurs ne maîtriseront pas. Nous devons nous y préparer tous ensemble dans les prochaines années et je suis confiant sur le fait que nous allons y arriver.

Ch R : avec l'arrêt de Djingo, quels enseignements à tirer ?

En matière d'innovation on ne peut prétendre à 100%

de succès, il est normal d'essayer, de tester et parfois de stopper des projets. Cela doit aussi amener à en tirer des enseignements.

Djingo nous a permis de nous développer sur la télécommande vocale qui fonctionne très bien, sur l'univers de services lié à Orange et à développer notre expertise sur la commande vocale qui est une tendance de fond en développement en matière d'interface client.

Il faut bien choisir les sujets d'innovation sur lesquels nous avons de réelles chances de succès et ne pas nécessairement aller en concurrence frontale avec des acteurs mondiaux sur des sujets sur lesquels nous n'avons pas de capacité de différenciation.

Nous avons de vraies compétences technologiques chez Orange et nous devons les focaliser sur des sujets sur lesquels nous détenons des actifs qui vont nous permettre de nous différencier, notamment notre connectivité ou notre relation client par exemple. Nous pouvons innover très fortement, comme dans l'univers de la maison avec le « *home LAN* », le divertissement ou les offres de maison connectée, ou encore la banque et la cybersécurité.

En conclusion, **nous devons choisir nos terrains de batailles en étant stratégiques**, agiles dans l'innovation et recentrés sur les sujets sur lesquels nous pouvons vraiment nous différencier.

Ch R : Quelles nouvelles méthodes de management préconises-tu ?

C'est une évidence, le management doit évoluer, être plus moderne pour rendre l'entreprise plus efficace, plus apprenante, capable de s'auto-organiser. Le changement n'est pas une fin en soi. Il faut toujours veiller à ce que le sens soit compris et partagé et éviter les effets de mode et les excès. Pour cela, le « terrain » doit être partie prenante.

Ch R : Quel est le bilan pour 2020 et quelles seront nos priorités pour les Innovations pour 2021/2022 ?

Nous devons prioriser nos efforts pour mettre plus de moyens sur moins de sujets.

Nous avons retenu trois grands paris technologiques, des « *big bets* », pour lesquels nous pensons que nous devons investir et développer nos compétences pour tirer parti des opportunités de demain :

L'opérateur du futur

Avec des architectures plus agiles, comme par exemple le projet Néo qui sera un véritable opérateur virtuel. Mais aussi avec des réseaux automatisés plus résilients grâce à l'IA.

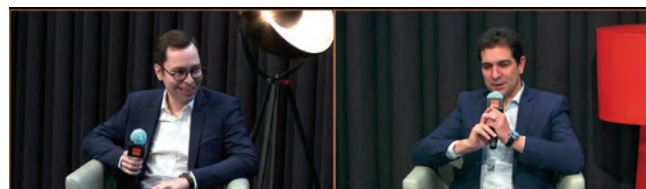
L'Edge computing

L'*Edge computing*, est l'approche qui consiste à installer des serveurs dans des data centers situés à proximité immédiate des lieux de consommation des services. En combinaison avec la 5G, il va offrir de nouvelles possibilités et opportunités notamment en terme de réactivité « en temps réel », en particulier pour les segments B2B et B2B2C.

L'expérience client boostée par la Data et l'IA

Des équipes *data/IA* ont été développées, notamment, pour gérer l'expérience client qui est un sujet majeur. Nous avons les moyens aujourd'hui de beaucoup mieux utiliser les données clients. Par exemple, dans le domaine de la maison, qui est un sujet majeur pour nos clients, surtout en ce moment avec un contexte sanitaire qui nous incite à plus de temps chez nous. Or, nous savons analyser ce qui se passe chez le client grâce à la connaissance du lien de connectivité, de la box et des smartphones avec leurs applications. On peut donc proposer au client des améliorations ciblées de son expérience bout-en-bout à la maison.

Nous optons systématiquement pour des choix techniques respectueux des données de nos clients car la protection de ces données fait partie de nos priorités. L'enjeu est différent pour les géants de l'Internet dont les modèles économiques s'appuient sur le financement par les annonceurs. Notre client, c'est l'utilisateur final, ce n'est pas Coca-Cola.



Ch R : Que faire pour renforcer l'image d'Orange en tant qu'opérateur innovant ?

Cela doit être le but ultime chez TGI, et nous en avons la capacité. TGI doit éclairer le Groupe et contribuer à l'amélioration de la perception d'Orange comme opérateur innovant. Or le groupe n'est pas toujours perçu comme tel. On doit être au rendez-vous de nos promesses sans renoncer à une prise de parole sur le

sujet Innovation et les innovations sociétales. Pour y parvenir, il nous faut focaliser nos ressources sur les terrains d'innovation sur lesquels nous sommes légitimes. Nous devons aussi pouvoir nouer des partenariats, y compris avec les GAFAM, tout en préservant nos enjeux stratégiques, la relation client - enjeu majeur - le respect de ses données et la sécurité.

Ch R : où en sommes-nous sur le déploiement de la 5G en France ?

La 5G en France est déjà lancée et nous avons dépassé le nombre de 200 villes couvertes malgré quelques réticences exprimées. Cela implique d'avoir un réseau, un terminal et une offre compatible. Les clients vont pouvoir renouveler leurs terminaux progressivement. Les offres 5G sont disponibles. J'ai la conviction que l'accélération sera probablement plus rapide que sur la 4G. La 5G apportera plus de débit et de capacité, notamment dans les zones les plus denses, tout en offrant une meilleure qualité à nos clients. La 5G permettra également une vraie rupture pour les entreprises. Il ne sera bientôt plus nécessaire de monter en haut d'une grue pour décharger des containers. La 5G offrira un environnement immersif - vidéo à 360° -. Nous travaillons déjà avec des entreprises partenaires sur le sujet. Orange a pour but d'offrir une qualité de service et d'innovation autour de la 5G de premier plan.

Ch R : Quel est le bilan 2020 au niveau des innovations et lesquelles seront lancées par TGI en 2021 ?

Malgré cette année 2020 un peu particulière, nous sommes très fiers d'avoir pu contribuer à la lutte contre l'épidémie en soutenant nos clients dans cette période de crise due à la Covid. Nous avons pu analyser les mouvements de population et avons contribué à l'application Tous Anti-Covid. Le focus premier des clients a été la connectivité à la maison avec la fibre qui a été le service le plus demandé.

En termes de lancements réussis et de succès, il y a la 5G en France et en Europe. Nous avons pu obtenir rapidement et avec succès les fréquences dont nous avons besoin grâce aux enchères. Ce sont nos matières premières. Or les fréquences que nous avons obtenues sont de qualité et de potentiel supérieur. La 5G de Free ne fera durablement pas jeu égal avec celle d'Orange, car nous disposons de 30% de spectre en plus.

En 2020, pour la Data et l'IA, des équipes ont été

mises en place pour plancher sur des *use cases* et nous en voyons les premiers bénéfices.

Grâce à notre partenariat avec GCP, nous allons pouvoir accélérer notre transformation vers le Cloud.

Ch R : Y aura-t-il un HELLO Show en 2021 ?

Je suis fier de cette opération qui a contribué à donner une image innovante, mais il faut maintenant mener une réflexion sur l'évolution de ce format. La prise de parole d'Orange est primordiale sur le sujet, à condition d'être efficaces, positionnés sur les bons sujets et crédibles. TGI doit non seulement éclairer le Groupe mais contribuer aussi à ce qu'Orange éclaire la Société et ce type d'évènement doit y contribuer. Ne faisons pas de fausses promesses mais portons les vraies enjeux de demain en étant « confortables » dans notre capacité à être au rendez-vous. C'est essentiel.

Ch R : Quid du projet Vanille ?

Vanille c'est une transformation mise en place en 2019 qui vise à mettre en place des portefeuilles d'innovation pour porter des sujets d'innovations comme la télévision, les Gateways, l'identité ou la sécurité qui viennent piocher en transverse des compétences métier (*marketing*, développement ou de recherche). Cela a du sens de faire du matriciel dans une organisation d'innovation. Mais nous ne sommes pas encore au bout des bénéfices de cette organisation et nous devons aujourd'hui aller plus loin et se questionner sur les thématiques que nous souhaitons prioriser pour une question de cohérence.

Ch R : TGI : Comment se sentir utile en relation avec les pays et le business ?

Orange entretient un lien fort, d'étroites collaborations avec les pays, avec de très beaux succès, comme par exemple la TV ou Orange Money. On pourrait également citer d'autres innovations moins marquantes mais très utiles comme l'application Orange Téléphone, qui est un bon exemple de service simple, sur lequel nous sommes légitimes et qui apporte de la valeur client.

Notre maxime c'est construire le présent et préparer le futur. Au-delà de notre rôle d'anticipation et d'influence, une part importante de la valeur que nous apportons aux pays est liée au développement de produits et services et à la gestion mutualisée de ces services et de plateformes. Grâce à notre expertise, nous avons ainsi pu constituer quasiment du jour au lendemain des *backups* sur les centres de supervision

réseau pour gérer des situations de crise (exemple : certains pays d'Afrique qui ont été confinés brutalement).

Comme je le disais précédemment, il faut s'orienter davantage vers le client et créer de la valeur en priorisant nos ressources, en ayant recours à des partenariats et avec l'écosystème. Le critère de succès ce sont les clients qui utiliseront nos services de manière massive.

Ch R : Et la Blockchain (chaîne de blocs) : flop ou top ?

La blockchain est une technologie, et non un service, à la différence par exemple du bitcoin qui utilise la technologie blockchain. Je suis d'ailleurs très sceptique sur cet usage particulier. La blockchain permet d'autres usages, mais qui n'ont pour l'instant pas réussi à atteindre la masse critique.

Ch R : à propos des réseaux virtualisés, as-tu une vision de l'impact du SD1 sur nos clients et donc nos compétences internes et cela peut-il impliquer un opérateur de virtualisation interne ?

La virtualisation des réseaux est une tendance de fond à laquelle nous devons nous préparer et qui va nous permettre de gagner en agilité et ouvrir des accès en temps réel pour les clients entreprises avec beaucoup moins de coût également. Cela pose des questions technologiques mais aussi des gros enjeux de compétences. Ce sujet de compétences est clé dans les programmes mis en place car c'est un important élément de différenciation pour le futur. Je suis convaincu que plus nous allons aller vers ces évolutions technologiques fortes, plus nous aurons la capacité de nous différencier en maîtrisant cette technologie. C'est une opportunité pour Orange qui a démontré historiquement sa capacité à maîtriser les différentes

évolutions technologiques nous avons connues.



Ch R : Quel est la liste des big bets (grands paris) retenue par TGI et le Groupe et quels moyens seront mis en œuvre pour relever ces paris ?

Nous allons bientôt communiquer sur ces big bets - j'en ai un peu dévoilé en réponse à la première question avec la priorité donnée à l'innovation. En scoop, je vous confirme les réseaux du futur, l'Edge cloud, la Data et l'IA au service du client.

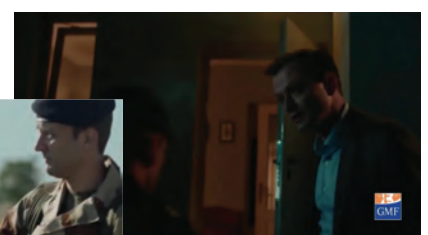
Ch R : le déploiement de la 5G est-il le même dans tous les pays ?

Le déploiement a commencé dans la plupart des pays européens du Groupe. C'est aujourd'hui d'abord un sujet européen mais cela pourrait s'accélérer également rapidement sur la zone Afrique et Moyen-Orient.

“ En conclusion, Orange est un Groupe formidable avec beaucoup d'opportunités. Parfois, nous pouvons avoir aussi certaines frustrations sur son fonctionnement. C'est à nous de faire évoluer les choses et d'incarner ce changement. Nous en avons les moyens collectifs et c'est de notre responsabilité de mener à bien cette transformation. Je compte sur vous tous pour porter cette transformation, cette vision positive du Groupe.”

La matinée s'est achevée sur notre traditionnelle note d'humour avec l'épisode II de Monsieur Corona et rendez-vous a été donné aux Acsédiens pour la prochaine convention de fin juin.

Notre partenaire la GMF était virtuellement à nos côtés au travers de sa dernière publicité vidéo.



Corona Virus Episode II

Salut, ça va ?
On ne s'embrasse toujours pas ? Pourtant le cœur y est !

Coronavirus... vous ne m'avez pas oublié j'espère ? Nan je rigole.
Mais après un tel succès, une deuxième saison s'imposait

Bon, je vous ai à nouveau observé depuis la rentrée.
Vous vous êtes bousculés au postillon, transformés en machine à coude et vous avez adulé un présentateur télé ... Masque Olivier Fogel.

Côté masques, parlons-en.
Y en a qui pensent qu'en découpant un masque dans un soutien-gorge on devient un porteur sein
Par contre, vous devriez aussi fabriquer des masques XXL ... pour les grandes gueules ... parce que ce n'est pas ça qui manque ..

Et j'ai aimé également vos produits régionaux comme le fameux béret masque.
Les politiques ont pris en charge les frais généreux et vous êtes passés en mode sans contact.
Vous avez protégé vos aînés tout en cultivant votre jardin.
Du deux en un en somme ou comment prendre soin de son pote âgé.

J'ai vu aussi quelques annonces intéressantes car à force de prendre l'apéro tout seul, certains ont eu peur d'attraper le verre solitaire.
« Homme avec papier toilette recherche femme avec gel hydro alcoolique pour quarantaine sérieuse »
Sans parler de votre nouveau feuilleton à succès "Les couvre-feux de l'amour" !

Côté Foutu.. r ... pardon futur.
Pour certains c'était le Covid à moitié plein.
Ils sont allés voir des voyants presbytes, ce qui n'est déjà pas simple, pour se faire tirer les cartes ... vitales bien sûr

A domicile, vous avez gardé vos bonnes habitudes avec pour déjeuner vos pâtes au logis et pour se détendre, la position du lotus en guise de PQ.
Côté musique, c'est plutôt « Chante la vie chante comme si tu devais te laver les mains » et pour vous rassurer, vous avez écouté Téléphone avec parlez dans l'hygiaphone.
Et quoi de mieux qu'en fond musical .. qu'une bossa ... la maison bien sûr.

J'ai remarqué également un problème de fond ...
Faut-il dire le ou la Covid ? En tout cas, preuve d'égalité totale, là au moins, quel que soit le genre choisi, j'ai compris que je vous ai pourri la vie.

Mais j'ai aussi perçu vos failles, votre temps long d'Achille.
J'ai bien compris que votre présent est imparfait et que vous regrettez votre futur antérieur.

En observant les médias et les réseaux sociaux, j'ai acquis quelques certitudes.

La première, est qu'il existe deux choses infinies, l'univers et la bêtise humaine ... encore que pour l'univers, je n'ai pas de certitude absolue.

La seconde, c'est que pour aérer vos intérieurs, vous avez mis en pratique la climatisation en mettant d'un côté ceux qui brassent de l'air et de l'autre ceux qui vous pompent l'air.

Et enfin, j'ai la preuve que la réincarnation existe car, pour certains, il n'est pas possible de devenir aussi con en seule vie.

Par contre, je n'ai toujours pas compris pourquoi dans cette société d'aujourd'hui beaucoup de gens voudraient être importants à défaut d'être utiles.
En lien avec notre ambition environnementale, le but de la vie n'est-il pas précisément de ne pas laisser de traces ?

Et pourquoi râler sur le fait de vivre avec un masque alors que c'est pourtant ce qui vous attend avec le réchauffement climatique si vous continuez comme cela ?

Bon je sais que 2020 est un an ... foiré, vous l'avez ?
Autrement dit une Annus horribilis.

Mais cela va s'arranger... Et dans tous les cas, préférez vivre en optimiste en étant positifs ... enfin vous me comprenez, et vous tromper plutôt que vivre en pessimiste pour la seule satisfaction d'avoir eu raison.

Bon, je vous rappelle, car vous n'avez toujours pas compris que ma recette pour éviter l'immonde d'après est, l'amour et l'humour pour vivre ensemble sur cette terre.
Quand on demande à un enfant si dans son école il y a des personnes de couleurs ou de religions différentes, il répond ... non, il n'y a que des enfants.

C'est la morale de mon histoire ..
Ils vécutent enfants et firent beaucoup d'heureux.
Faites passer le message.

Salut !

Pascal MONNIER



Challenge | pour | minimum



Nous vous avons lancé un défi pour 2020 : chaque membre de l'ACSED a été mis au défi de faire entrer au moins un ou une nouvel(le) adhérent(e).

Vous avez été nombreux à le relever et vous avez convaincu plus de 50 nouveaux adhérents à rejoindre l'ACSED.

Le grand gagnant du challenge est **Pascal MONNIER** avec 12 personnes, suivi de **Paula DESCOGNETS** avec 6 personnes, puis 3èmes ex æquo **Emmanuelle ROSENZWEIG** et

Monique MAI.

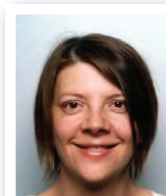
Le challenge est relancé pour 2021 et les lauréats seront récompensés à la convention de fin d'année.

Les nouveaux adhérents ont pu participer aux réunions d'accueil organisées par la commission *Networking*.

Khalil BENZAZZA, Manager équipe Vidéo Expert Team France, **Maria BUENO**, **Abdou DIOUF**, Account Manager Santé, **Jean François BRINGOUT**, RRH de proximité Franche-Comté (25-70-90), **Jean-Michel ICARRE**, Responsable Boutique, **Patrick POLONIE**, Responsable Process Parcours Client, **Kaoutar SCHWIND**, Déléguée Syndicale Centrale Adjointe FOC Orange, **Malek SENANE**.



Fabrice ABIBI
Consultant interne
en transformation agile



Cécile APPERT
Program Manager Officer de la
Direction Intervention d'Orange France



Philippe BARLIER
Responsable communication
at Orange



Haïthem BOUSBIH
Manager de projets



François BOYER
Directeur Pilotage Performance
Multicanal



Catherine BRETON
Adjointe au Directeur d'Unité



Olivier BRIAND
Ingénieur logiciel



Emmanuel DEFER
Responsable
Département ORBI



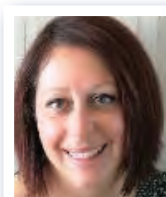
Claire DELIE
Directrice du Département
Processus Assistance & Sav Mobile



Laurent DREYFUS
Project Management



Vlad ENEA
Directeur Agence Distribution
Sud-Ouest



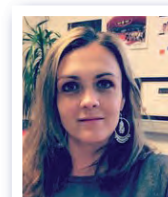
Béatrice FERNANDEZ
Responsable Client
Zone Maille Drôme Ardèche



Alain GASCOIN
Directeur de Projet



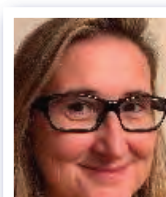
Corinne GASSELIN BUSSON
Responsable Boutique



Christina GIL ANTUNES
Directeur Immobilier et Services
aux salariés chez Orange



David GILLET
Chef de projet SI Métier



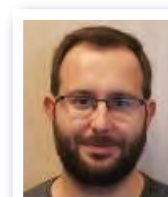
Agnès GIMENO
Deputy and Program Manager



David GIRARD
Détecteur QoS réseaux mobiles



Gaëlle GIRARD
Responsable
Service Client Leader



Laurent GIRAUD
Manager Flexible Workspace
Services (CSE)

Ils nous ont rejoints



Jean-Luc GIROD
Délégué Régional Ile de France
Ouest chez Orange



Daniel GONCALVES
Chef de projet Roaming
chez Orange



Olivier GOSSET
Responsable prévention
et qualité de vie au travail



Laure GUILLOT
Directrice de l'école des ventes



Isabelle HENRY
Ingénieur commercial chez Orange
Business Services # cloud # mobility
security # CRM # digital



Richard Vincent HITTA
Responsable Département
Amélioration et Performance



Annick JOLIE
Consultante



Isabelle KHAMAR
responsable RH de proximité, EVAM,
N2, transverses site Philippe Auguste



Frank LATRUFFE
Manager de projets



Francoise LAURIA
Directrice de la Transformation,
Accompagnement Managérial,
Communication



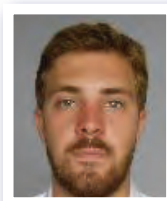
Eric LEGER
Directeur de la couverture
commerciale A2PGSO



Alix LESCHALLIER DE LISLE
Chef de produit



Renan L'HELGOUALC'H
Directeur du Développement
du Secteur Public France



Alexandre MARY
Responsable Projet Client



Annie MASSIOT
Directeur Délégué IT,
Network & Security



Alexis MENVIELLE
Directeur Général Adjoint



Sophie NACHMAN
Project Director at Orange



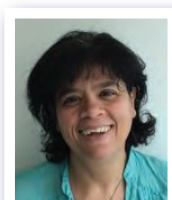
Anne-Marie NDIAYE
CRM B2B Consultant



Joy Jedidja NDJAMAN
Administrateur Technique en
Exploitation du SI - Big Data



Alioune OÏGA
Responsable Apprentissage
& développement



Souad OUALI
Responsable de relations inter
opérateurs chez Orange -



Nicolas PERGAY
Directeur Immobilier et Services
aux salariés chez Orange



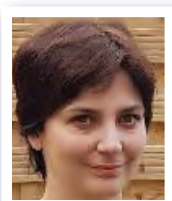
Jérôme POULAIN



Christophe ROBLIN
Consultant Interne



Jean Marc SAINRIMAT
Responsable Boutique



Marie-Adeline TROCME
Directrice Activités Mutualisées
et Prestations Judiciaires Paris



Bruno TROLLER
Responsable Budgets,
Contrats, SME



Caroline VIDOUZE
Responsable
de Projets Immobiliers



Frédéric VIEUX
Responsable
Amélioration continue



Agathe WILLEMS

Françoise, ou l'art du Mandala au service du développement personnel

Directrice de la formation et de la professionnalisation à l'AD Ile-de-France, une entité nouvellement créée avec près de 1 000 collaborateurs et 52 boutiques, **Françoise LAURIAC** est entrée dans le Groupe en 1995. Son moteur et fil rouge : l'accompagnement, qu'il s'agisse des clients, du *business*, des projets et avant tout des collaborateurs.

Ses expériences managériales dans la vente et le service l'ont fortement sensibilisée aux enjeux de la transformation et de la communication dans un environnement VUCA (Volatilité, Incertitude, Complexité et Ambiguïté).

L'apprentissage constant la caractérise, étant passionnée par le management, le coaching, la facilitation et les outils digitaux.

Un de ses secrets ? Le Mandala, qui, au-delà de son aspect ludique, est également un incroyable outil de transformation. Françoise nous en dit plus.

Comment la passion du Mandala t'est-elle venue ?

Passionnée par tout ce qui touche au développement personnel, lors d'une semaine "détox" il y a cinq ans, j'ai eu l'opportunité de participer à un atelier Mandala avec une enseignante américaine. Étant toujours dans l'innovation et la créativité, en me centrant sur la géométrie de ce que je dessinais et coloriais, j'ai senti quelque chose se passer en moi. Comme si je me structurais.

Cet intérêt s'est accru avec le temps et depuis bientôt un an, j'effectue une formation Mandala orientée développement humain et transmission. Il faut savoir que le terme Mandala vient du Sanscrit (cercle magique) et qu'il est présent dans toutes les cultures. Concrètement, cela consiste à faire un cercle autour d'un point central, agrémenté de formes géométriques et colorimétriques. D'ailleurs, saviez-vous que colorier un mandala est une des rares activités qui fait fonctionner en même temps les deux hémisphères

de votre cerveau ?

Quelles sont les vertus du Mandala et qu'est-ce que ça t'apporte ?

Il faut d'abord savoir que la structure du Mandala, souvent pratiquée pour se détendre, est présente partout dans la nature : fleurs, fruits, toiles d'araignée... L'homme a utilisé cette géométrie dans de nombreuses créations, par exemple les vitraux. Je crée régulièrement des Mandala sur différentes thématiques : la gestion du temps, la résilience, mon année 2021, la solidarité. J'ai aussi créé un Mandala éphémère au Jardin du Luxembourg autour d'un cerisier japonais qui, à l'automne, perdait ses feuilles d'un jaune quasi fluorescent. Mon intention était que

les passants portent attention à la démarche. Curieux, certains se sont approchés et m'ont demandé ce que je faisais. Ça a été un moment extraordinaire de partage. Souvent, on commence par acheter des mandalas pour se détendre avec des thèmes qui permettent de faire du « coloriage ». Puis, il est possible de faire des ateliers collectifs, pour « construire » des Mandalas. D'ailleurs, **Carl JUNG** dès 1916, a fait le lien entre le point central du Mandala et la psyché, pour utiliser le pouvoir thérapeutique de cet outil, aider ses patients à retrouver équilibre, paix et cohérence. Selon lui, au moment où la personne le dessine,

elle projette hors d'elle-même ses émotions et son vécu, produisant ainsi une représentation de son état intérieur. Quand tout va bien, la représentation du soi est harmonieuse.

Inversement, certaines représentations nous invitent à nous poser pour prendre du recul. Avouons-le, ça m'a permis de passer la période du confinement sans trop de stress, en pleine conscience.

Quelles sont les applications du Mandala ?

Il y a beaucoup d'idées reçues. Ça n'est pas pour faire joli et accrocher au mur dans un cadre. Il faut se libérer des préjugés. C'est d'abord un outil anti-stress et un instrument



qui permet de retrouver la confiance en soi. On apprend aussi l'humilité, car les résultats vont parfois être très sombres au niveau des couleurs. Cela permet aussi de structurer sa pensée au niveau professionnel afin de se projeter dans l'avenir.

Justement, à quoi sont associées les couleurs du Mandala ?

Tu sais, si tu mets beaucoup de jaune, cela dénote d'un profil optimiste qui reflète la couleur, le soleil. Le noir, au-delà de la mort, reflète des turbulences ou le mystère. Quant au blanc, c'est la couleur de la perfection et de la purification. Le vert, pas de surprise, renvoie à la nature, la croissance et le bonheur. Quant au bleu, il résonne avec la sérénité. C'est du moins ce qui ressort de mes propres expériences.



Tu en parles comme si c'était plus qu'une passion...

Après des heures d'ateliers, de Moocs (*Massiv Open Online Courses* (Cours en ligne accessibles à tous)), suivis sur Internet et Instagram et la fin de ma formation en présentiel qui arrive à grand pas, j'ai souhaité aller plus loin et animer des ateliers avec mon réseau en intégrant désormais un niveau plus profond. Avant de partir dans la construction à proprement parler du

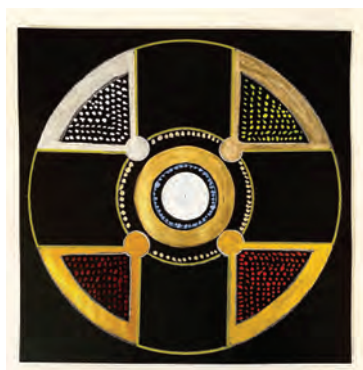
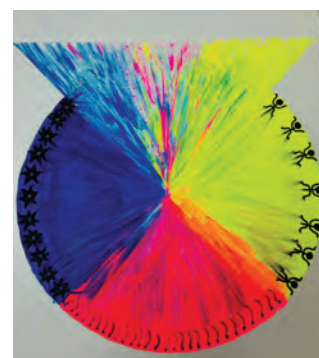
Mandala avec les couleurs et les architectures, je rajoute différents outils pour proposer une expérience holistique comme des exercices de respiration, jeux de cartes de coach, etc.

Des projets pour l'avenir ?

Je vais terminer ma formation fin janvier, développer mon expérience et pratiquer pour utiliser cette passion dans le cadre de mes activités professionnelles, notamment l'accompagnement managérial et collectif.

Cet outil innovant va non seulement nourrir mon fil rouge en 2021 mais aussi permettre de développer notre créativité et nos prises de recul en entreprise pour se réinventer : une compétence essentielle dans notre monde en mouvement perpétuel.

Propos recueillis par Serge ARMAGAN



Les activités en régions



ACSED IDF

Une année 2020 en résilience et résistance

Cette année fut pour nous, au bureau ACSED IDF, une année très spéciale. Face à cette crise mondiale sans précédent, nous nous sommes réinventés dans nos animations et nos rencontres en les transformant en distanciel et malheureusement si la 3ème vague arrive comme annoncée, nous poursuivrons certainement en mode digital au S1 2021.

Mais la joie, la bonne humeur, le plaisir d'être ensemble ne nous ont jamais quittés. Car il est dans la nature des membres du bureau ACSED IDF d'être optimistes et de ne pas céder à l'ambiance anxieuse véhiculée par les fake news et les médias. Gardons le cap, affrontons la tempête ensemble, des jours et un monde meilleurs sont à venir.

Nous avons profité de cette période bizarre, pour animer des confcalls mensuelles, faire des newsletters. C'est avec nos adhérents, en partageant leurs bonnes pratiques et retours d'expériences, que le moment est propice aux découvertes de l'autre. La richesse des membres de l'ACSED et la force du réseau sont des bouteilles d'oxygène dans cette période.

Certes, ce confinement et cette distanciation sociale ont freiné le côté convivial et festif que la visio ne remplace pas. Et surtout nous avons manqué des pots de départ que nous ne rattraperons jamais.

Les départs en retraite de Guy, Catherine, Jean-Marc et d'autres collègues certainement. Nous ne les oublierons jamais car ils sont des pionniers de l'association qui ont transmis le flambeau et leur confiance en l'avenir.

N'ayez pas peur ! Le temps des cerises va revenir. Rendez-vous en 2021 pour une nouvelle année engagée au service de notre belle association et du Groupe Orange !



Thomas TRAISSAC, Président de la région IDF



ACSED MIDI-PYRÉNÉES

Mieux comprendre nos enjeux nationaux et territoriaux : 5G / Nouvelles tendances de la Distribution.

Le 4 novembre 2020, Sébastien PLANTIER - Directeur UPR Sud-Ouest, a partagé les enjeux du sujet « d'actualité » du moment : la 5G, lors d'une conférence téléphonique réunissant 35 adhérents issus des 3 sections (Nouvelle Aquitaine, Languedoc Roussillon et Midi Pyrénées).

Après avoir replanté le « décor » de nos réseaux régionaux qui comptent notamment 6 RIP (Réseaux d'initiative publique) (3 en Occitanie et 3 en Nouvelle Aquitaine), il a également rappelé l'effort de modernisation des réseaux mobiles avec près de 400 sites impactés chaque année.

Concernant le nouvel enjeu de la 5G, Montpellier, Toulouse et Pau ont été ouverts fin 2020, ce sont ensuite environ 160 sites qui sont en perspective.

Sébastien a détaillé toutes les promesses de cette nouvelle technologie (réduction de la latence, débit accru...) qui, si elle n'avait pas été mise en œuvre, rendait inéluctable la saturation des réseaux actuels compte-tenu de la croissance exponentielle des usages.



Les fréquences obtenues par Orange lors des enchères (d'un coût de 854 millions) vont nous octroyer la capacité à doubler notre trafic. D'autant plus qu'Orange fera de la « vraie » 5G passant par les antennes spécifiques 5G.

La 5G est donc une révolution essentielle pour le B to B, dans les services qui vont pouvoir être offerts aux utilisateurs et constitue à ce titre un atout pour la modernisation de l'économie. À ce titre, les grandes entreprises de notre territoire sont déjà

Les activités en régions

mobilisées (ex : Airbus).

Concernant les antennes 5G, il a expliqué qu'elles ne présentent pas de dispersion de la bande et n'adressent que les clients concernés, ce qui est aussi vecteur d'efficacité. Dans la moitié des implantations déjà existantes, des autorisations seront à obtenir pour les installer.

Aux questions sur les équipementiers, il a expliqué qu'Orange avait fait le choix d'Ericsson sur notre territoire ; Nokia étant choisi pour Nantes et Marseille.

La préoccupation environnementale a aussi été abordée, Sébastien a rappelé qu'Orange avait déjà engagé des actions significatives pour réduire la consommation de nos Data Centers. À terme, une Baie 5 G consommera 4 fois moins pour acheminer plus de trafic.

Le 20 décembre, c'est **Géraldine LEONARDON**, Directrice de l'Agence Distribution Occitanie (36 boutiques réparties sur la région Occitanie) qui s'est prêtée à l'exercice d'un échange avec une douzaine d'adhérents de l'Occitanie sur le business et la situation de son entité.

Situation inédite pour elle avec une prise de poste en avril 2020... alors que toutes les boutiques étaient fermées. Heureusement leur réouverture en mai lui a permis de rapidement pouvoir partager le quotidien de ses équipes, dont elle nous a parlé avec fierté et beaucoup d'enthousiasme.

Ses équipes ont la culture de l'émotion et un sens du client ancré. Elles ont aussi de belles performances à leur actif (ex : la boutique de Blagnac a très souvent figuré sur les premières marches du podium en France).

Elle fait le constat que la situation bien particulière de cette année 2020 conforte un virage déjà pris concernant notre modèle de Relation Client.

De façon sociétale, un usage plus systématique du Digital accéléré avec la Crise sanitaire a engendré une baisse de flux significative de la Distribution (-20%). Toutefois la stratégie engagée sur nos vecteurs de croissance comme la banque, la maison protégée, les assurances continue de s'illustrer en valeur sur ce canal. Le socle Telco (la fibre, le mobile) reste le produit d'appel et c'est notamment au travers du modèle « Rendez-vous » que l'excellence dans l'accompagnement client en 360 s'installe dans la durée. Le pari du multi service, c'est le pari de la montée en

compétence de nos équipes sur ces offres et celui du modèle rendez-vous que nous allons professionnaliser en 2021, c'est en effet un des leviers significatif pour y répondre.

Le dispositif de rendez-vous clients est plébiscité par les clients et par les Conseillers.

Elle a retracé son évolution sur l'année et les difficultés auxquelles avaient été confrontés les conseillers (agressivité de clients ne pouvant être reçus, comme pour d'autres types de commerces d'ailleurs) ; actuellement c'est environ 60% des flux en rendez-vous ; 40% restant pour les « chalands », en particulier en période de T4.

Des rendez-vous très majoritairement respectés et préparés par les conseillers (appels de qualification), ce qui accroît aussi leur efficacité et l'appréciation de professionnalisme de la part des Clients. De nouveaux outils SI sont attendus pour 2021 !

Avec déjà des références significatives puisque l'AD

Le RDV : générateur de valeur constatée, avec un potentiel de gain sur les 4 dimensions



Oc a de très belles performances sur la Banque et la Maison protégée, Géraldine a exposé la grande mobilisation des équipes dans ces enjeux ; idem en ce qui concerne l'environnement, avec une 2ème place nationale actuellement sur les terminaux reconditionnés.

Voilà une petite sélection des informations partagées... prime étant laissée aux participants de ces rendez-vous téléphoniques toujours très appréciés. Merci aux intervenants pour le temps accordé à nos adhérents, pour partager leur environnement et leur expertise, gage d'une meilleure compréhension de nos enjeux collectifs et pouvant aussi favoriser les coopérations.

Samuel AUDART, Président région Midi-Pyrénées

Pierre-Louis de GUILLEBON CEO Orange Event



Pierre-Louis de GUILLEBON CEO Orange Event
#ObjectifParis2024, #FranceSportExpertise

Thomas TRAISSAC : bonjour Pierre-Louis, il nous semble que ton activité a changé de dimension depuis que nous t'avons accueilli à l'ACSED il y a un an. Peux-tu nous présenter ton nouveau rôle et tes missions ?

Pierre-Louis de GUILLEBON : Orange Events est l'entité du business événementiel pour le Groupe Orange en France. Nous travaillons actuellement l'extension de la dimension internationale. Cette Business Unit créée en octobre 2020 rapporte directement à DEF (Direction Entreprise France) - **Pierre CLÉMENT**. En tant qu'entité B2B, nous avons toutes les compétences métiers regroupées au sein de notre entité : Marketing, Ventes, Services, RH, Transformation IT et Finances, Facturation mais aussi une grande expertise technique et une direction internationale : nous sommes sollicités pour des événements internationaux comme les JO de la jeunesse et le projet pharaonique des JO Paris 2024. Nos équipes Orange Events travaillent étroitement avec les équipes de la filiale Globecast dont l'offre de *broadcasting* événementielle est complémentaire de la nôtre. On travaille main dans la main avec Globecast sur beaucoup d'événements - notamment le Tour de France -.

Dans le monde des opérateurs, nous sommes les seuls acteurs avec une expertise événementielle et des compétences audiovisuelles avec Globecast.

T T : la signature du partenariat a été longue sur les JO Paris 2024 mais cela y est ! Nous sommes officiellement Partenaire Premium des JO de Paris 2024. Qu'est-ce que cela signifie pour Orange ? À quand une campagne de pub Corporate en interne comme l'a fait par exemple EDF ?

En signant et en devenant partenaire premium

comme BPCE et EDF, à côté d'autres partenaires prestigieux comme Atos Intel - Orange a le spectre le plus large jamais signé avec un opérateur (9 « services packages » à livrer).

Sur le volet communication porté par **Jean-François RODRIGUEZ**, nous avons choisi - vu la période - une approche très discrète avec montée en charge normalement à partir de janvier 2021. Pour l'instant nous avons juste communiqué sur la signature avec un très beau film.

Nous pouvons être fiers collectivement de ce beau partenariat et prudent sur le volet communication.

T T : la période pandémie est compliquée mais on maintient le cap avec de beaux succès pour Orange Events :



Lumignons de Lyon, Marché de Noël Virtuel, AFM-Téléthon, Tour de France, Vendée Globe... Comment se passe la continuité d'activité en cette période et auprès de tous nos clients ?

PL G : nous avons eu un premier semestre compliqué à gérer car tous les événements physiques ont été annulés (-70% du CA). Au second semestre l'activité a redémarré avec de beaux événements comme le Tour de France, Roland Garros ou le Vendée Globe. La reprise est donc bien là, même si elle est encore timide. La pandémie se poursuit et impacte notre programmation : incertitude à ce stade sur le Festival de Cannes, le Salon du Bourget...

Il faut cependant rester optimiste pour 2 raisons :

- nous avons profité de la crise pour développer une nouvelle activité : les événements virtuels avec notamment les prises de parole du Ministre de la Santé **Olivier VÉRAN**. Notre activité s'est multipliée par 2 sur ce volet Event Virtuel et nous sommes en train de les améliorer, processer, industrialiser... La crise est devenue une opportunité de se réinventer, d'adapter notre expertise métiers et offre de services.

- notre expertise sur les grands événements notamment JO Paris 2024 c'est « la lumière au bout du tunnel » avec également les championnats du monde de ski à Méribel et la coupe du monde de rugby en France en 2023. De beaux projets qui boostent les équipes

Pierre-Louis de Guillebon CEO Orange Events

Orange Events

La crise qui a décalé Tokyo pose-t-elle des problèmes de budget pour les jeux de 2020-2021 ? Y aura-t-il aussi des retombées pour Paris 2024, si oui lesquelles ?

Certes nous suivons de près les évolutions des JO de Tokyo car nous sommes directement impactés ; en effet, au titre du partenariat avec le COJO de Paris 2024 nous sommes embarqués pour faire vivre les JO et également les jeux paralympiques et jeux d'hiver par des fans zones. Et nous faisons attention sur l'héritage des JO à Paris et qui ont réduit les infrastructures pour diminuer le budget. Mais pas de changement de cap sur la grandeur et le cœur de l'évènement JO PARIS 2024.

Serons nous aussi partenaires de la Coupe du Monde de Rugby en 2023 ?

C'est amusant que tu en parles, cela vient juste d'être signé au moment où nous en parlons grande fierté pour les équipes du Groupe Orange. Après GL Events et la SNCF, c'est au tour de l'opérateur Orange de rejoindre les rangs des partenaires officiels de la Coupe du monde 2023 en France.

Orange a annoncé devenir sponsor officiel de l'évènement. L'opérateur sera aussi partenaire technique de cette Coupe du monde puisqu'il fournira l'ensemble des prestations de télécommunications nécessaires à la compétition.

« Cette compétition aura une saveur particulière puisqu'elle célébrera les 200 ans du rugby, nous sommes très fiers de contribuer à cet événement », souligne **Béatrice MANDINE**, directrice exécutive communication, marque et engagement d'Orange. « Notre réseau et nos technologies, dont prochainement la 5G, permettront de partager les émotions suscitées par le sport dans les stades

On estime que 3 000 médias devraient se rendre en France, et que 2,5M de spectateurs se déplaceront pour la compétition. Sans les réseaux de télécoms, cette Coupe du monde n'aurait pas le même impact médiatique. ». Orange rejoint ainsi la SNCF, Vivendi, Proman Loxam et GL Events qui ont déjà annoncé leur collaboration avec le comité d'organisation de la Coupe du monde 2023.

L'opérateur soutient la Fédération Française de Rugby (FFR) depuis 1999, et était déjà partenaire de la Coupe du monde de rugby 2007 qui s'était déroulé dans l'Hexagone. Il sera aussi partenaire des Jeux

Olympiques 2024 de Paris en France.

On entend beaucoup parler innovation autour de la 5G, smart city, éco citoyen – en quoi ces jeux seront-ils innovants et responsables ?

Il y a en effet ces deux volets très importants dans ces Jeux olympiques à horizon 2024.

L'innovation 5G sera le moteur de ces jeux à la fois dans le B2B et B2C. Les bus autonomes aux services des athlètes et du grand public, les expériences immersives, les caméras 360°, les drones (golf) et des expériences nouvelles à vivre notamment autour de la voile, l'aviron, le cyclisme ...

La connexion dans les stades des caméras des journalistes en 5G sans câbles (plus écologiques) et encore de nouvelles choses à découvrir et inventer.

Nous avançons vers des expériences immersives avec comme contraintes les droits d'images (comme pour le Vendée Globe).

Le social des Jeux responsables avec :

- empreinte carbone,
- héritage patrimoine et humain sous la houlette de la Solideo.

Volonté d'emploi des jeunes ou des seniors dans ces territoires terres de jeux.

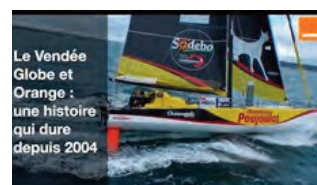
Quel investissement attends-tu des managers et des cadres supérieurs du Groupe Orange, ainsi que de leurs équipes, autour du projet JO et de la marque Orange / JO Paris 2024 ?

C'est un fantastique projet humain en 2024, plus de 10 000 acteurs Orange embarqués directement - être fiers, engagés dans cette épopée humaine -. Nous aurons besoin de toutes les forces vives et compétences du management pour célébrer ensemble cet évènement extraordinaire à vivre en famille entre amis et entre collègues.

Comme dans le monde spatial, l'innovation doit rester au service de l'humain et des performances sportives.

Le Grand Paris et les installations seront-elles éphémères, ou certaines pérennes, comme la Tour Eiffel après l'expo universelle ?

Pour finir sur une touche d'humour on peut même ouvrir les paris : quel héritage restera-t-il dans 100 ans après ces JO ? Le Grand Palais éphémère, la place de la Concorde piétonne ? Les paris sont ouverts ...



Le billet de l'ACR - Amicale des Cadres Retraités

Amis de l'ACSED, futurs retraités ou TPS, soyez nombreux à nous rejoindre afin de cultiver nos valeurs d'amitié, de solidarité et de convivialité... et garder le contact avec l'entreprise.

Certes 2020 ne nous a pas permis de réaliser tous ces objectifs et surtout la convivialité. Notre préoccupation a été en particulier la solidarité afin de nous assurer de l'état de santé physique et moral de nos adhérents. L'année 2020 aura été une année particulièrement difficile pour tous. Elle était inédite et insolite pour nos générations. Même si pour nous, retraités, la crise sanitaire actuelle n'a pas eu le même impact que pour nos amis actifs (sauf sur le plan sanitaire), elle a profondément perturbé le fonctionnement de notre Amicale. Faute de pouvoir nous retrouver physiquement, nous avons profité de cette période de confinement pour travailler différemment en exploitant au mieux les outils digitaux mis à notre disposition mais aussi pour progresser dans ce domaine. L'important était de garder le contact avec l'ensemble de nos adhérents pour maintenir une certaine continuité dans la gestion et l'animation de l'ACR. Ainsi les nombreuses réunions téléphones organisées pendant ces longues semaines nous ont permis d'avancer sur plusieurs actions prioritaires, en particulier la communication (relookage du site, des newsletters...) et l'accueil des nouveaux adhérents. Un groupe de travail animé par Eliane Cahuzac, s'est penché sur l'actualisation des documents remis par Orange aux futurs retraités en partenariat avec la DRH. Le Livret Retraite a été finalisé et il doit être aussi exploité par l'ACSED pour veiller à ce que tous les futurs retraités en aient connaissance. Il complétera l'information qu'ils sont censés recevoir de leur DRH. L'ACSED doit être un relais au niveau régional de ce livret retraite très détaillé tant pour les fonctionnaires que pour les contractuels (documents distincts). Par ailleurs, une réflexion avec l'entreprise de la continuité en matière de complémentaire santé des retraités aurait sa pertinence.

Dans le cadre de nos actions de l'année, nous avons organisé plusieurs sessions d'accueil des nouveaux adhérents. Elles ont été très appréciées par les participants et nous ont permis de mieux cerner leurs attentes, de découvrir de nombreux talents et leur fort attachement au Groupe Orange. Bon nombre d'entre eux, anciens adhérents de l'ACSED en ont gardé un très bon souvenir et ont souhaité tout naturellement conserver un lien avec elle en adhérant à l'ACR. L'ACR étant une section à part entière de l'ACSED. C'est très

encourageant et on ne peut que se féliciter des liens étroits tissés avec nos amis actifs. Ainsi la participation en visioconférence aux deux dernières conventions de l'ACSED a été unanimement appréciée.



On ne peut que souhaiter un maintien voire un renforcement de ces excellentes relations. Le mix intergénérationnel est une des forces de l'ACSED comme l'a très justement rappelé notre Présidente **Marie-Anne TOURNAIRE** lors de la dernière convention, en rappelant aussi le rôle d'ambassadeur que peuvent assurer les retraités. Il est important, outre les actions permettant la fidélisation de nos adhérents, de pouvoir en attirer de nouveaux. Pour cela l'ACR a besoin du soutien de nos amis actifs pour faire connaître notre Amicale aux futurs retraités adhérents ou non de l'ACSED. Une ACR forte et dynamique ne peut que renforcer l'ACSED.

L'ACR entretient aussi d'excellentes relations avec l'entreprise (DRCL, DRH, Autonomie, Orange France...), avec les autres associations de retraités (le Colidre, Appartenance et l'ANR) et avec la GMF notre assureur et partenaire commun.

Souhaitons que l'entreprise forte de ses investissements importants en tire profit en 2021 au niveau de ses résultats et bien évidemment du cours de l'action anormalement bas. Le plan stratégique 2025 devrait commencer à porter ses fruits. Compte-tenu du niveau actuel des cours de bourse de l'action Orange, l'ORP future devrait être très attractive en particulier pour les actifs.

Permettez-moi, même s'il reste encore de nombreuses incertitudes sur le retour à une vie plus normale et sereine, de vous souhaiter une belle année 2021, tant sur le plan personnel que professionnel. La vaccination à grande échelle est certainement la voie du salut, même s'il faudra apprendre à vivre avec ce virus...

Bien amicalement.

Gilles CAREIL, Président de l'ACR

DEPUIS PLUS DE 85 ANS,
NOUS PROTÉGEONS TOUS CEUX QUI
SE METTENT AU SERVICE DES AUTRES.

9 SUR 10
SOCIÉTAIRES
SATISFAITS

DE NOS SERVICES

Retrouvez nos offres sur gmf.fr

GMF 1^{ER} ASSUREUR
DES AGENTS DU SERVICE PUBLIC



ASSURÉMENT HUMAIN

GMF 1^{er} assureur des Agents du Service Public : selon une étude Kantar TNS SoFia de mars 2020.

*Selon une étude BVA de juillet 2018.

LA GARANTIE MUTUELLE DES FONCTIONNAIRES et employés de l'État et des services publics et assimilés - Société d'assurance mutuelle. Entreprise régie par le Code des assurances - 775 691 140 R.C.S. Nanterre - APE 6512Z - Siège social : 148 rue Anatole France - 92300 Levallois-Perret.

GMF ASSURANCES - Société anonyme au capital de 181 385 440 euros entièrement versé - Entreprise régie par le Code des assurances - R.C.S. Nanterre 398 972 901 - Siège social : 148 rue Anatole France - 92300 Levallois-Perret.