

LE

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

LE mmag

club
manager

N°89

1er semestre 2021

acseorange
Association des cadres supérieurs et dirigeants

#LiveConvention ACSED
25 juin 2021

Orange Gardens

Passions Acsédiennes

Patrick nous fait le coup du Loup Garou !

La vie de l'ACSED

Les activités en régions

Le billet de l'ACR

Vers un dernier trimestre plus serein

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 13 rue de Javel 75015 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,

C'est avec un immense plaisir que je vous ai retrouvés, pour certains en physique - pour la 1ère fois depuis de nombreux mois -, en digital pour les autres, le 25 juin dernier lors de notre Convention « ACSED LIVE », depuis la Grande Seine d'Orange Gardens à Châtillon.

Vous étiez 400 à vous être connectés, y compris nos amis de l'ACR (l'Amicale des Cadres Retraités de l'ACSED) et de l'ACSON (Association des cadres de Sonatel – Sénégale).

Après un accueil de **Michaël Trabbia** au cours duquel il nous a partagé l'actualité des équipes de TGI qui sont devenues Orange Innovation, c'est un format table ronde que nous vous avons proposé avec 2 intervenants de marque : **Stéphane Richard**, PDG du Groupe Orange et **Maurice Lévy**, président du Conseil de Surveillance de Publicis.

Elle était axée, notamment, sur la relance de l'économie et la place du digital dans cette reprise. Puis **Bénédicte Liénard**, Directrice de la Transformation Groupe, nous a donné sa vision des bouleversements dus à la Digitalisation et des défis à relever dans un futur proche, pour les entreprises, dont Orange.

Vous en trouverez les principaux contenus dans les pages de ce magazine et via les vidéos postées dans l'espace Adhérents de notre site acsed-orange.com.

Depuis, la période des congés est arrivée, permettant à la plupart d'entre nous, sous liberté sanitaire

contrôlée, de goûter à la torpeur estivale, plus ou moins ensoleillée, et de jouir d'un repos et des retrouvailles familiales et amicales bien mérités.

Ce fut l'été de l'espoir, porté par l'augmentation de la couverture vaccinale et le pass sanitaire, pourtant controversé, grâce auxquels la progression du variant Delta ne nous a pas

reconfinés.

L'heure de la reprise a sonné, apportant avec elle son lot de défis, et de bonnes nouvelles.

Le 1er défi, même si nous commençons à en avoir l'habitude, réside dans l'incertitude de l'actualité, qu'elle soit sanitaire, météorologique, politique ou sociale.

Et chez Orange, nous aurons à nous mobiliser pour réussir le projet de transformation du Groupe face au défi économique auquel nous devons faire face.

Pour les Cadres Supérieurs et Dirigeants que nous sommes, la rentrée ne concernera pas uniquement les écoles : les retours sur site des collaborateurs, souhaitée légitimement par le Groupe Orange, ne sera pas toujours simple à gérer. C'est pourquoi le management hybride* - qui concilie le management à distance et le management en présentiel - se met en place.

L'expérience et l'engagement des managers seront des leviers précieux pour convaincre et accompagner.

Au chapitre des bonnes nouvelles, figurent les chiffres de la croissance : l'Insee table sur une croissance de 6% en France en 2021. ... La Banque de France, elle, prévoit une croissance du produit intérieur brut (PIB) de 5,75% cette année. Et selon l'Insee, la France retrouvera son niveau d'avant crise à peu près en même temps que l'Allemagne, et avant le Royaume-Uni, l'Italie et l'Espagne.

Dans le domaine des Télécoms, le chantier français de la Fibre optique avance à grand pas : les 3/4 des foyers de l'Hexagone seront éligibles à la fibre optique en fin d'année (source : Factiva / Les Échos).

Côté 5G, début mai, une étude réalisée par l'institut QoSi mettait en lumière l'avance prise par Orange sur ses concurrents en termes de qualité de service mobile. Trois mois plus tard, ces bonnes performances sur son réseau 5G se confirment, en affichant les meilleurs débits (montants et descendants) sur les six premiers mois de l'année.

De quoi nous donner l'envie de continuer à porter ces bons résultats !

Dans le domaine de l'actionnariat salarié, l'offre d'actionnariat réservée au personnel est lancée



Magazine d'information édité par

ACSED Orange

13 rue de Javel - 75015 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, Eliane CAHUZAC, Pascal MONNER et Gilles CAREL

Conception - réalisation - impression

ALBZIA COMMUNICATION 06 60 23 16 89

Edito Marie-Anne TOURNAIRE

mi-septembre. Elle porte sur des actions Orange existantes, pour environ 1% du capital d'Orange, à des conditions préférentielles de prix et d'abondement. Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site de l'AASGO (Association Actionariat Salarié Groupe Orange).

Dans le cadre du volet « réinventer l'opérateur de demain » du plan Engage2025, de nouvelles étapes ont été franchies pour Orange Concessions : le volet social de l'opération a été conduit et a permis l'obtention d'un avis auprès des CSEE ainsi que la signature d'un accord majoritaire, l'accord des collectivités locales permettant à Orange Concessions d'intégrer 100 % des RIP Orange a été acquis, tout comme l'autorisation de l'opération, sous l'angle concurrence, par la Commission Européenne ont été obtenus.

À l'Acсед, association apolitique, asyndicale et aconfessionnelle, les liens avec les adhérents sont toujours essentiels pour nous ; c'est pourquoi, depuis le début de l'année, nous vous avons proposé 5 conf calls 13-14h (les retours du *Consumer Electronic Show* de Las Vegas, l'évolution des Services Grand Public, les évolutions du pilotage des sous-traitants, Orange Cyberdéfense, **Olivier Mast**, directeur des Opérations d'Orange France), auxquelles nous avons ajouté 2 conf calls « nouveaux adhérents », cinq numéros d' « un Autre Regard sur l'actualité » vous ont été proposés.

Fiers de nos valeurs de Respect, Confiance et Solidarité,

votre Bureau National, vos Présidents de région et moi-même, continuons à animer notre beau réseau.

C'est ainsi que, dans la suite de notre convention du 25 juin dernier à laquelle il n'avait pas pu assister, **Gervais Pellissier**, Directeur Général Délégué, People & Transformation, Président d'OBS, a tenu à échanger avec les adhérents de l'ACSED sur les sujets d'actualité de son périmètre. C'est l'objet de la conférence téléphonique du mardi 21 Septembre 2021 de 8h30 à 9h45.

Un moment important dans la vie de notre association interviendra en fin de cette année, puisque notre Congrès inclura la tenue de notre Assemblée générale, au cours de laquelle se tiendront les élections du nouveau Bureau National.

Nous vous ferons part des modalités du vote, qui devra tenir compte des incertitudes sanitaires évoquées plus haut.

Si certaines et certains souhaitent se présenter à cette élection, pour contribuer activement au développement de l'Association, ils seront les bienvenus, bien sûr !

D'ici-là, nous vous souhaitons une bonne rentrée,

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



*le management hybride permet de trouver, grâce à l'intelligence collective, un équilibre entre autonomie et accompagnement, confiance et contrôle, et pour bien entendu garder le lien et l'engagement au sein d'équipes devenues « hybrides ». Pour en savoir plus, Orange Campus propose un itinéraire flash en 30 mn.

C'est une convention sous le signe de l'espoir qui s'est tenue le 26 juin à Orange Gardens, la manifestation ayant permis la présence physique de quelques membres.

La présidente a remercié les 400 personnes connectées de leur attachement à l'ACSED ainsi que l'ACSON (Association des cadres de Sonatel – Sénégal) et l'ACR (Amicale des retraités de l'ACSED) toutes deux présentes.

Notre hôte, **Michaël Trabbia**, a fait part de sa satisfaction d'accueillir à nouveau l'ACSED sur ce très beau site à Châtillon, Orange Gardens étant le siège de l'innovation du Groupe. Ce site incarne cette volonté, cette dynamique, cet engagement du Groupe pour l'innovation, l'innovation étant l'affaire de tous.

Quelques mots sur l'actualité des équipes de TGI qui sont devenues Orange Innovation.

Ce changement de nom illustre une dynamique que **Michaël Trabbia** a souhaité engager, illustrant la simplicité mais aussi une certaine lisibilité. Cette volonté, est de faire d'Orange un opérateur reconnu comme innovant par ses clients, aussi bien grand public qu'entreprises. Cette ambition se traduit par un certain nombre d'actions qui ont été engagées, avec des transformations internes dans les équipes et une volonté issue du constat que faire de l'innovation aujourd'hui en tant qu'opérateur télécom est un challenge extraordinairement excitant, avec toutes les technologies que nous développons et qui changent la vie des gens, aussi bien en Europe qu'en Afrique.

Amener le numérique est une véritable source de développement pour nos ambitions sociétales en



matière d'inclusion ou d'environnement. C'est un défi passionnant et complexe, car face à nous il y a les GAFAM qui sont bien plus importants que nous par la taille ou par les moyens.

Cela nous impose de revoir notre modèle d'innovation en cherchant où et comment innover et quels sont les domaines pertinents pour nos clients. C'est ce travail qui a été engagé dans trois domaines d'innovation que nous avons définis et sur lesquels nous nous focalisons : le domaine de la maison qui porte une relation de confiance et une relation directe avec nos clients. Deuxième domaine : l'engagement client et la confiance avec les services financiers mobiles, puis le troisième domaine c'est celui de l'entreprise et du Wholesale (marché de gros). Par ailleurs, nous innovons également sur notre socle technologique, avec en particulier la 5G, l'intelligence artificielle ou encore l'évolution vers le cloud computing et l'edge computing.

Cette innovation, chez Orange, est conçue comme une innovation à impact positif pour les clients mais aussi pour la collectivité. Orange est une société avec une raison d'être, souhaitée et promue par notre Président Directeur général **Stéphane Richard**, qui doit s'incarner également dans toutes ses actions y compris dans son innovation.

Michaël Trabbia et **Marie-Anne Tournaire** ont ensuite accueilli **Stéphane Richard** et **Maurice Lévy**, après avoir chaleureusement remercié **Véronique Mateu**, Directrice du site d'Orange Gardens et **Roseline Kalifa** – TGI – pour sa mise en relation avec **Maurice Lévy**.

Avant de passer la parole à **Stéphane Richard** pour son avant-propos, elle a souligné son classement dans le *Top Ten* des 25 meilleurs dirigeants notés par leurs salariés avec 98% d'adhésions au classement *Glassdoor 2021*, ce qui illustre le soutien que les collaborateurs et les salariés lui portent. Et son classement en tête du palmarès *Worldwide* des 10 patrons du CAC 40 qui ont le mieux communiqué pendant la crise.

Elle a ensuite tenu à saluer ses qualités de visionnaires : déjà en 2010 il écrivait : « *l'ambition industrielle de notre Groupe, outre l'innovation technologique c'est celle de la qualité du service* » et que « *nous n'avons pas le droit de laisser quiconque au bord du chemin de la révolution numérique* ».



Stéphane Richard a ensuite rappelé son plaisir de nous retrouver. Il a remercié chaleureusement **Maurice Lévy**, un grand dirigeant, qui a brillé pendant plusieurs décennies (30 ans) à la tête de Publicis. Il est évidemment la figure de ce grand groupe, une entreprise d'envergure mondiale. Bien plus que cela, c'est une voix qui a été toujours très écoutée dans les milieux des entreprises et dans les milieux patronaux. Une voix qui porte, en France et à l'international. C'est un homme d'engagement et de convictions. Après Publicis, il a eu à cœur de lancer des projets d'intérêt général. C'est un grand plaisir de l'avoir avec nous et il pense que c'est quelqu'un qui a beaucoup inspiré à l'intérieur de son Groupe et même au-delà.

Il a ensuite précisé que notre monde était complexe et plein d'incertitudes, d'aléas, de changements très rapides. Lorsque l'on essaie de fixer des caps à 10 ou à 5 ans, le risque de se tromper était en conséquence important.

Il y a la vision du monde, l'analyse que l'on peut faire des tendances, de la technologie, des attentes, des opinions publiques ou même de la planète en général. Et puis il y a les convictions propres pour l'entreprise, pour les hommes et femmes à l'intérieur de l'entreprise. Ce sont elles qui marquent le passage d'un dirigeant dans une entreprise telle qu'Orange.

Lorsqu'il regarde les onze années qui sont derrière lui, il conclut qu'Orange est une entreprise extraordinairement attachante et complexe. Il y a sans doute peu de secteurs qui cumulent autant de contraintes, de paramètres qu'il faut prendre en compte pour viser un équilibre et une réussite, finalement collective. Nous sommes une entreprise très exposée aux politiques, aux dimensions technologiques et techniques importantes, tout comme la dimension sociale.

Nous sommes une entreprise dans un secteur extrê-

mement régulé, extrêmement concurrentiel. Orange est un acteur important sur les marchés, qui doit dialoguer avec des investisseurs. C'est aussi l'opérateur télécom avec la plus forte présence internationale, dans 30 pays. Nous nous comparons souvent avec les grands du secteur en taille, mais leur implantation géographique est plus simple que la nôtre. AT&T n'est présent qu'aux États-Unis, NTT qu'au Japon et les trois Chinois ne sont présents qu'en Chine.

Même au niveau européen, c'est Orange qui a la couverture la plus vaste.

Ce sont des facteurs très complexes car chaque pays est un écosystème, une responsabilité politique, un marché différent, un régulateur différent. Il faut avoir l'humilité de reconnaître que nous ne sommes pas capables de tout maîtriser en permanence, quel que soit le dirigeant.

Nous venons de traverser une crise tout à fait inédite par ses caractéristiques, son ampleur et cela doit nous rendre humbles. Ce qui s'est passé depuis un an et demi est tout de même une expérience incroyable. Un choc d'une violence sans précédent avec cette caractéristique, qu'il croit être unique dans l'histoire des crises contemporaines : elle a touché tous les pays du monde en même temps. C'est la première fois que la mobilité dans le monde s'est arrêtée.

En ce qui concerne Orange, le constat que nous pouvons tous faire, avec une certaine fierté, est que nous avons été à la hauteur de nos responsabilités. Nous avons joué un rôle critique car quand tout se fait à distance, il faut que les infrastructures de communication soient solides et qu'elles tiennent. Il y a eu des trafics en forte augmentation sur les réseaux fixes, mobiles et nous avons fait les ajustements nécessaires.

Pour mémoire, pendant le premier confinement, alors que le pays était cloîtré nous avons fait plus d'un million d'interventions sur site grâce à nos techniciens extrêmement courageux et mobilisés. C'est un motif de grande fierté pour tout le monde. C'est pour cela que le Président a voulu les défendre, lorsque nous avons connu cette panne, grave et très regrettable, sur les numéros d'urgence. Mais il ne fallait pas oublier tout ce qui s'était passé depuis début 2020. C'est un constat globalement satisfaisant sur la façon dont l'entreprise a réagi, s'est mobilisé, s'est adaptée très

vite. Nous avons eu près de 100 000 salariés en télétravail partout dans le monde, y compris dans des pays où l'on pensait que ce ne serait pas simple.

C'est un véritable motif de satisfaction. L'image du secteur des télécoms a été forte pendant cette période, les personnes se rendant compte que la vie en pareilles circonstances dépendait beaucoup de nous et nous avons montré que nous étions un secteur d'importance vitale.

Maintenant nous sommes effectivement en train d'essayer d'imaginer ce que va être le monde après cette crise. Qu'est-ce que cela va changer dans la stratégie des entreprises, dans les modes de l'organisation du travail, dans le rapport des gens au travail ? C'est un sujet qui le préoccupe beaucoup en voyant les difficultés que beaucoup ressentent pour revenir sur leur lieu de travail et reprendre des conditions de travail que l'on connaissait avant cette crise.

La question du télétravail est aussi très présente. Il s'attend, à la rentrée, à d'importantes discussions sur ce sujet qui est un bouleversement de taille et qui s'inscrira dans la durée.

Nous pensons aussi qu'il y allait avoir beaucoup de chômage et c'est l'inverse qui se produit. Il y a des tensions très fortes sur les recrutements dans de nombreux secteurs y compris dans les secteurs de l'hôtellerie et la restauration qui ont été à l'arrêt pendant pratiquement un an et qui ont les pires difficultés pour retrouver de la main-d'œuvre ou pour récupérer leurs salariés.

C'est un drôle de tableau qui se dessine avec un vent d'optimisme avec le relâchement des contraintes, mais aussi avec beaucoup de questions lourdes. C'est sur ces sujets que nous allons nous concentrer dans les semaines qui viennent, tout en mesurant notre rôle pendant cette crise.

Nous avons été forts et résilients, mais l'actualité récente est venue nous rappeler que nous pouvions



aussi être fragiles avec des conséquences terribles et c'est un motif de réflexion pour nous.

La table ronde a ensuite commencé avec Paula Des Cognets, présidente de la commission internationale au sein de l'ACSED et consultante interne à la transformation du Groupe.

Marie-Anne Tournaire : Président, première question, comment avez-vous vécu ces dernières semaines tant qu'en PDG d'Orange qu'à titre personnel ?

Stéphane Richard : en tant que PDG d'Orange j'ai été très engagé, très actif, curieux en fait parce que j'ai l'impression de n'avoir jamais travaillé autant que l'année dernière tout en ayant comme tout le monde été confiné chez moi. Pas de voyages, ce qui libère beaucoup de temps et en même temps une grande fatigue. Le travail à domicile a bien sûr des côtés agréables, on retrouve sa famille, ses enfants, mais avec un sentiment d'intense activité. En tant que PDG d'Orange je peux dire que nous avons été dans une sorte de guerre, un moment très particulier où il faut vraiment d'abord organiser, mobiliser, communiquer en interne et en externe. J'ai fait beaucoup de visios avec des salariés un peu partout dans le monde. J'ai passé beaucoup de temps à expliquer, rassurer, mobiliser.

À titre personnel ça m'a amené à réfléchir à la vie, à ma vie, à l'humanité aussi d'ailleurs parce que l'on s'est rendu compte que l'on était vulnérable, très vulnérable et que tout pouvait s'arrêter d'un coup. Nous avons constaté que des choses que l'on considère comme normales ou auxquelles on aspire dans la vie peuvent s'arrêter complètement en dehors de notre volonté.

Cela nous a fait prendre conscience de notre fragilité, nous a fait nous recentrer sur les vraies priorités comme la famille. Les personnes dans le grand âge ont beaucoup souffert de ce qui s'est passé.

MAT : Monsieur le président, **Maurice Lévy**, vous êtes président du conseil de surveillance de Publicis que vous avez dirigé pendant 30 ans. Vous êtes aussi je crois un visionnaire en particulier en termes de communication, car vous avez compris très tôt l'importance de la transformation des entreprises et du digital dans la transformation. Vous avez fait de Publicis la première entreprise qui savait à la fois conseiller et réaliser la communication. Comme vous

êtes quelqu'un d'extrêmement actif et qui bouillonne d'idées, vous avez mis en place VivaTech qui est une très belle réussite et puis si on fait un petit retour en arrière, pour célébrer le 90^e anniversaire de Publicis, en 2016, vous aviez choisi 90 *start-ups* dans le monde, ce qui était assez étonnant et comme vous manquez peut-être d'occupations, vous avez créé récemment Escalator.

Président est-ce qu'à un moment donné votre vie professionnelle a pris le pas sur votre vie personnelle ?

Maurice Lévy : je voudrais d'abord vous remercier pour cette invitation et vous dire combien je suis heureux d'être là. Il se trouve que je suis déjà venu sur ce lieu il y a quelques années et que j'en ai découvert la richesse. Je voudrais remercier Stéphane pour les mots gentils qu'il a eus et ajouter un petit élément concernant Orange. À plusieurs reprises de ma vie, j'ai eu à travailler avec Orange et avant France Telecom. J'ai connu l'époque où les postes et télécommunications étaient réunies et j'ai d'ailleurs fait partie de l'équipe qui avait travaillé sur la séparation. Depuis quelques années nous sommes très proches d'Orange et nous travaillons de manière très intime. Je dois dire que je suis personnellement époustoufflé et le mot est faible par la transformation d'Orange. C'est très impressionnant de voir à quel point l'entreprise s'est transformée. Il se trouve que nous travaillons pour des opérateurs aux États-Unis. La richesse et en même temps la complexité de l'offre d'Orange montre à quel point l'entreprise est confrontée à une problématique beaucoup plus complexe que celles auxquelles doivent faire face les américains.

Je vais vous dire à quel moment le pas du professionnel a empiété sur le privé. Je viens de célébrer mes 50 ans à Publicis. J'ai rejoint l'entreprise en 1971 et c'est le 28 juin 1971 que le pas a été franchi. J'ai encore aujourd'hui les reproches vivants de mon épouse qui était enceinte. Je lui dis « écoute sois gentille, fais tout pour ne pas accoucher le 28 ». Car le 28 je présentais « le plan » et il y avait 400 personnes dans la salle avec le géant Marcel Bleustein-Blanchet et j'allais être confronté à tout l'état-major de l'entreprise. Le week-end précédent nous avons fait une longue marche dans l'espoir d'accélérer les choses mais c'est à deux heures du matin que j'ai emmené ma femme à la clinique et à neuf heures le bébé n'était toujours pas là. Je l'ai laissée seule pour accoucher et encore maintenant lorsqu'elle prépare l'anniversaire de



notre fils elle me rappelle que je n'étais pas là ! C'est pourquoi je me rappelle ce jour-là avec précision.

J'ai vécu une aventure assez extraordinaire à Publicis d'entrée de jeu, avec un énorme défi, qui m'a été imposé en quelques sortes. Dès mon arrivée il fallait transformer tout le système informatique et heureusement que cela a été fait par ce qu'il y a eu un incendie qui a tout détruit. Seules les données qui ont été récupérées ont permis à l'entreprise de repartir. Pendant toute cette période il n'y a pas eu de vacances, ni de week-ends.

Je vous raconte une anecdote, j'étais allé voir **Marcel Bleustein-Blanchet** en lui disant que tout avait été fait comme prévu et que nous étions sur les nouveaux ordinateurs, que tout allait bien, aucun souci et que les gens travaillaient comme des malades y compris les week-ends. Je lui avais préparé une liste de primes à distribuer. Il me regarde et me dit « Maurice vous êtes sans-cœur, vous voulez leur donner de l'argent, vous feriez mieux de leur donner le prochain week-end ». Je lui ai répondu : « oui on va leur donner le prochain week-end mais on va aussi leur donner une prime ». Ma première relation avec **Marcel Bleustein-Blanchet** avait été ce petit bras de fer.

C'était un homme très bien et il voulait me tester pour savoir jusqu'où j'étais capable de résister à sa pression. Ensuite cela a été, malheureusement et heureusement, parce que j'ai fait des choses passionnantes, une vie où le privé et le professionnel se sont intimement mêlés.

Encore aujourd'hui je travaille effectivement plutôt six jours sur sept et 12 à 14 heures par jour. Ma femme et mes enfants ont bien compris que ce qui compte c'est l'intensité et la qualité de la présence et non la quantité.

Paula des Cosgnets : la dernière édition de Viva Tech a eu lieu la semaine dernière dans un format hybride porte de Versailles avec 26 000 visiteurs et un beau panel de personnalités internationales. **Monsieur Lévy, vous êtes le cofondateur de VivaTech, quel bilan tirez-vous de cette édition 2021, en êtes-vous fier ?**

ML : vous aviez évoqué le 90^e anniversaire de Publicis, c'est la raison pour laquelle il y a eu VivaTech. Lorsque l'on a préparé la célébration des 90 ans, j'ai demandé à une petite équipe de génie de trouver une idée novatrice. Ils ont proposé de financer 90 start-ups. Nous avons donc engagé un jury, créé tout un processus et ensuite il a fallu célébrer. Lors d'une interview par Les Échos j'explique l'événement du 90^e anniversaire et son processus, qui va ressembler un peu - Stéphane s'en souvient parce qu'il y a participé et avait été le premier à nous soutenir - au e-G8. Un jour il écrira certainement sur la séance à Deauville avec les chefs d'État du G8 qui étaient là : Monsieur Obama, Madame Merkel, le président Sarkozy, Medvedev qui était avec sa tablette et qui montrait que lui avait une tablette pendant que les autres prenaient des notes. Le Président Obama qui arrivait un peu en retard avec un pas chaloupé un peu comme un félin. Je n'en dit pas plus pour que Stéphane puisse écrire ce chapitre.

Nous avons organisé le e-G8 dans les jardins des Tuileries et je voulais faire à peu près la même chose et pour célébrer ces 90 start-ups. J'en parle dans cette petite interview et Francis Morel qui dirigeait Les Échos à l'époque me dit « *je vais faire la même chose, je vais créer un événement* ». Je lui propose de le faire ensemble et nous avons créé VivaTech, Viva Technology.

Pour revenir à la cinquième édition, celle de cette année, c'est un sentiment mixte. Je suis extrêmement heureux du résultat qui est effectivement spectaculaire. Je trouve que tout le monde a joué le jeu de manière exceptionnelle, que ceux qui ont pu venir ont passé des moments formidables parce qu'ils ont eu le temps de discuter, de voir toutes les innovations et le *line up* d'intervenants était, comme vous l'avez souligné, exceptionnel. Les innovations présentées étaient tout à fait remarquables. Des chiffres qui ne peuvent que faire plaisir. Nous avons touché 119 millions de personnes dans 148 pays, 1 700 000 000 vues. Tous les chiffres sont formidables mais j'ai un arrière-goût un peu négatif, un peu frustré parce que

lorsque j'ai vu toutes ces innovations, tout ce qui était présenté, j'ai trouvé dommage qu'il n'y ait pas eu plus de moments physiques et que plus de monde n'ait pas pu bénéficier de cet extraordinaire déferlement d'innovations.

Il y avait 26 000 personnes, ce qui n'est pas mal, même si en 2019 il y en avait 124 000. Tout ce qui a été présenté méritait d'être vu par beaucoup plus de monde. Voilà ! C'est cela ma frustration. Je trouve de même dommage que les intervenants à distance n'aient été que sur l'écran et n'aient pas assisté à la première manifestation à l'échelle européenne, au minimum, à l'échelle mondiale sur le plan tech où les gens se retrouvaient. Ils étaient heureux de se retrouver, heureux d'être là, ils étaient heureux de revivre un événement avec cette dimension émotionnelle. C'est un formidable bilan, mais à titre personnel j'ai tout de même cette petite frustration.

PDC : Monsieur Richard, Orange est un partenaire Platinum de VivaTech. Nous avons vu qu'il y avait beaucoup de *start-ups* d'Orange présentes. **Quelle est votre vision de la collaboration entre les grands groupes et les *start-ups* ?**

SR : Viva Tech a été, au départ, une histoire entre Maurice et moi. Quand ce projet s'est formé il est venu m'en parler à moi et à quelques autres.

ML : Mais c'était le premier et je tiens à dire que si Stéphane avait dit non je ne sais pas si l'on aurait pu créer VivaTech.

SR : j'ai tout de suite adhéré à l'idée. Pourquoi ? Parce que je pense que c'est un événement qui est très important pour l'innovation des *start-ups*, les jeunes entrepreneurs ont beaucoup, ces dernières années, bénéficié de ce moment, de ce lieu où ils peuvent se mettre en valeur, se retrouver, voire de nombreux partenaires qui sont importants pour pousser leurs projets, les grands groupes, les banques aussi comme la BPI par exemple et bien d'autres. C'est important pour Paris, pour la France, pour l'Europe d'avoir un événement comme cela, c'est très important. Ce n'était pas une évidence, mais c'est devenu un des tous premiers rendez-vous mondiaux dans ce domaine-là, à Paris.

Ma fibre patriote, en l'occurrence, a joué et je trouve que c'est un très beau résultat d'avoir réussi à créer cet événement avec l'ambition qu'il fallait. Une des choses assez marquantes avec Maurice, c'est son

niveau d'ambition. Quand il fait quelque chose, il le fait en grand. Quand il a eu l'idée de la conception de Viva Tech, ce n'était pas faire une petite réunion avec une dizaine de start-ups dans un coin, mais la porte de Versailles, 150 000 m², 1 million de personnes. On pourrait parfois prendre cela pour une forme de mégalomanie, mon cher Maurice, mais moi je trouve que c'est beau d'avoir de l'ambition et pour cet événement c'était la clé de la réussite. Pour la question des relations d'Orange avec les start-ups nous avons une histoire qui n'est pas facile dans ce domaine. Il y a beaucoup de personnes, dans l'entreprise, qui croient dans l'innovation mais nous avons une culture publique pas tellement orientée sur la création d'entreprise, de start-ups, etc. Cette notion d'ouverture de l'entreprise vers l'écosystème de jeunes entreprises, d'innovateurs n'était pas forcément inscrite dans nos gènes. Même si nous avons des chercheurs, des ingénieurs et des techniciens qui travaillent depuis des décennies dans le monde de l'innovation et qui sont très ouverts. De nombreuses grandes avancées technologiques dans notre monde des télécoms, qui sont dues directement à France Telecom, ont été faites dans le cadre de coopérations.



Typiquement, la norme GSM qui est une invention franco-allemande. Au départ il y a un esprit de coopération mais pas forcément une grande capacité de s'ouvrir à ce monde des start-ups. Pour les start-ups, une entreprise comme Orange c'est un rêve, pour ses grandes compétences technologiques et pas seulement financières, pour le mentoring dans l'accompagnement, dans la capacité aussi à tester grandeur nature, des innovations. C'est un rêve et en même temps un cauchemar, parce que quand vous êtes une petite entreprise avec une petite équipe de quelques personnes et que c'est déjà une bagarre quasiment quotidienne pour arriver à lever des fonds pour faire avancer votre projet, quand vous vous confrontez à un mastodonte très compliqué comme Orange, ça

peut être vite épuisant et ça crée beaucoup de frustration. Il y a donc beaucoup d'attentes et il y a beaucoup de déceptions. Cela fait longtemps que je me suis rendu compte de cela et j'ai donc essayé, par divers moyens, d'améliorer cette relation entre Orange et l'écosystème de ces start-ups. Nous l'avons fait, essentiellement d'abord sur le plan financier, en mettant en œuvre tout un dispositif d'investissement dans les start-ups, c'est la politique de Corporate Venture que nous avons menée, d'ailleurs c'était le cadre d'un autre grand projet de Publicis que nous avons mis en œuvre quasiment quand je suis arrivé dans le groupe en 2010. Nous avons créé un fonds car Maurice me disait déjà : « il faut qu'on fasse un truc pour les jeunes entreprises, les start-ups ou les entreprises qui avaient déjà un track record. Il faut que l'on fasse un truc un peu significatif » et donc il avait placé la barre à 150 millions.

Nous avons créé ce projet, Iris, qui a vécu sa vie. Ensuite nous avons multiplié ces dispositifs en essayant de viser des catégories d'entreprises un peu différentes. Nous avons lancé un programme qui s'appelle les « Orange Fab » qui est un accélérateur de start-ups fondé sur le principe de Top chef appliqué aux start-ups. Nous avons lancé cela en Californie puis nous l'avons multiplié dans pas mal de pays du monde et en France bien entendu. Récemment, toujours en coopération avec d'autres entreprises, nous venons de lancer le projet « Futur for care », qui est aussi un accélérateur de start-ups que nous avons lancé avec Capgemini, Sanofi et Generali dans le domaine de la santé, de l'e-santé. Une grande entreprise, fût-elle Orange, ne peut pas aller toute seule en direction de cet écosystème bouillant, foisonnant de l'innovation et des start-ups. Il faut qu'elle ait des dispositifs propres, mais aussi qu'elle soit appliquée dans des projets collectifs qui mobilisent d'autres acteurs, d'autres entreprises.

C'est ce que nous faisons avec Publicis pour Iris et avec nos partenaires dans d'autres domaines.

Deuxièmement il faut vraiment que l'on essaye d'accueillir et de faciliter la vie des start-ups, de ne pas les étouffer, les écraser, en n'étant jamais ambigu sur le fait que nous faisons cela pour les racheter ensuite. Il ne faut pas s'interdire de le faire mais cela doit rester assez exceptionnel car la plupart du temps les jeunes créateurs d'entreprise n'ont pas envie de se faire racheter très vite par un grand groupe. C'est un mythe, ils ne font pas cela pour devenir des licornes

ou gagner beaucoup d'argent. Pour la plupart, leur but est d'abord de poursuivre leur projet, de se développer et non d'aller se retirer dans un paradis fiscal. Ce n'est pas du tout la mentalité des entrepreneurs. Il faut donc être prudent, accompagner sans étouffer, ce qui est toujours un grand défi pour nous. Un dernier mot sur le domaine des achats.

Aujourd'hui les grands groupes ont des politiques d'achat qui sont extraordinairement contraintes à la fois pour des raisons économiques mais aussi pour des raisons de *compliance*. Aujourd'hui il faut faire des appels d'offres irréprochables, nous devenons un peu « malades » des marchés publics même si nous ne sommes pas une entreprise publique et cela fini par être un carcan. Cela mobilise des armées de personnes et surtout cela exclut de fait les *start-ups*. C'est épouvantable quand vous êtes une jeune petite entreprise de rentrer dans cette mécanique. Il faut déjà être référencé, ce qui demande des mois de processus et puis si vous arrivez à être référencé, vous êtes mis dans une espèce de moulinette qui fait que cela devient un cauchemar.

Pour des entreprises qui ont très peu de moyens et pas de ressources administratives c'est quasiment impossible, ils renoncent donc et c'est dommage parce que je trouve qu'une des grandes contributions que l'on devrait pouvoir apporter aux *start-ups* c'est de leur permettre de rentrer chez nos fournisseurs dans des domaines variés.

C'est très compliqué et cela reste pour moi un axe de progrès. J'avais déjà défini ce concept du *Fast track* pour les *start-ups*, en matière d'achat, et je n'y suis jamais vraiment arrivé.

MAT : Président, Stéphane Richard, quel est selon vous le rôle du digital dans la reprise ?

SR : il évidemment capital. Nous sommes dans un monde social, économique et politique qui s'est déjà beaucoup digitalisé avec la communication, l'utilisation des réseaux, les modes de communication interpersonnelle via les écrans et toutes les applications. La digitalisation des entreprises est déjà très avancée et concerne tous les secteurs de l'économie et tous les pans de la vie sociale. Cette épidémie, c'est notre analyse, va plutôt accélérer encore ce mouvement, ne serait-ce que parce qu'elle fournit l'occasion de tester en grandeur nature la digitalisation d'un certain nombre de nos activités. Nous avons appris, pendant

cette pandémie, à travailler à distance, à s'éduquer à distance, à se soigner à distance, se distraire, etc. Je pense qu'il n'y a aucun doute sur le fait que le monde de demain sera encore plus digital et plus rapidement. Pour citer **Guillaume Faury**, le PDG d'Airbus, dans son exposé sur l'aérien : il y a deux grandes tendances technologiques sur l'aérien, le *Green deal* (la capacité de l'aérien à réduire son empreinte carbone), Airbus faisant le choix de l'hydrogène, et puis il y a la fidélisation parce que l'avion est de plus en plus connecté et pour lui cela va devenir une tendance fondamentale pour son métier. Cette perspective-là est claire pour tout le monde mais elle pose des questions lourdes.

Je citerai d'abord les problèmes de sécurité avec surtout la cyber sécurité qui va devenir de plus en plus essentielle partout et notamment dans le monde de la défense. Je me souviens d'une discussion avec Jean-Yves le Drian au sujet des SNLE (sous-marin nucléaire lanceur d'engins) qui est notre force de frappe nucléaire et qui dépend largement de la connectivité et du digital.

Il est indispensable de mettre en place des systèmes qui permettent d'assurer la protection absolue de cette chaîne de commandement. Imaginez des pirates prenant le contrôle d'un sous-marin nucléaire...

La question de la cyber sécurité va devenir majeure partout et je pense que nous sommes encore très loin d'imaginer ce que cela va être. Je suis d'ailleurs très heureux que nous, chez Orange, nous l'ayons un peu anticipé. Cela fait des années que nous nous y intéressons car c'est un sujet important pour nous mais aussi pour toutes les entreprises et même pour les particuliers.

Cette crise va être aussi un moteur de relance car la cyber sécurité est un domaine dans lequel nous allons devoir investir et recruter.

La transition écologique ne marchera vraiment qu'en s'appuyant sur le digital et ses technologies. Le digital est véritablement un ensemble de technologies qui sont le système nerveux du monde de demain, qui va connaître partout des changements importants dans une période de relance de l'activité économique.

La crise a malheureusement amené l'arrêt des restaurants et des bars pendant pratiquement un an. Que s'est-il passé ? Cela a développé massivement le e-commerce

et le business de la livraison des repas à domicile. Tout cela va-t-il s'arrêter du jour au lendemain parce que les restaurants réouvrent ? Non bien sûr ! La relance dans ce domaine-là va aussi avoir des composants digitaux.

Pour terminer sur les risques cyber, se posent aussi les problèmes de la résilience, de la fiabilité et de la stabilité des réseaux télécoms. Les trafics vont continuer à augmenter massivement et toutes les opérations critiques qui sont faites pour les entreprises et pour les services publics vont poser de plus en plus le problème sur la fiabilité des réseaux.

J'ai fait un tweet lundi dernier sur le vote en entendant les gens se lamenter du fait que 87% des personnes n'étaient pas allées voter aux régionales. Les gens disent que les jeunes ne s'intéressent pas à la politique. Je ne crois pas et je pense vraiment que c'est une erreur de politique. Nos politiques restent isolés dans leur grille de lecture en pensant que cela n'intéresse pas les gens. Nous ne sommes pas passé de 50% d'abstention à 90% d'abstention dans cette population-là parce que les gens ne s'intéressent plus à la politique. Ce n'est pas vrai ! Tout simplement nous continuons à voter comme dans les années 30. C'est pour cela que j'ai envoyé ce tweet qui a déclenché une tempête. Rendez-vous compte, que depuis 2004, c'est celui qui a eu le plus de réponses : 200 000.

Pour revenir au digital, cela veut dire que nous n'avons pas le droit à la moindre erreur de dysfonctionnement. Imaginez une panne au milieu d'un vote. Si on parle du problème intervenu sur la propagande électorale - on se demande pourquoi d'ailleurs la propagande électorale se fait encore en papier à notre époque -. On parle en permanence de l'empreinte carbone et il y a eu toute une histoire parce que l'on n'avait pas reçu les papiers qui vont directement la poubelle.

Donc oui, le monde va se digitaliser de plus en plus, j'en suis convaincu, il sera moteur de la relance, cela pose beaucoup de questions et il faut que nous soyons en anticipation.

MAT : merci Président et vous Monsieur Lévy ?

ML : Je n'ai pas grand-chose à ajouter à ce qu'a dit

Stéphane. Il est vrai que nous avons eu, grandeur nature, une expérience inattendue. Comment se mettre au travail quand tout s'arrête et que l'on n'a plus la possibilité de retourner à son propre bureau ?

Nous avons travaillé au travers de Zoom, Teams et d'autres outils mais cela ne veut pas dire pour autant que les entreprises se sont transformées. Il s'est passé quelque chose mais elles ne se sont pas encore transformées. Je pense aussi que le numérique va jouer un rôle très important comme le e-commerce, le *Click and collect*, la révolution qui va se passer chez les concessionnaires automobiles, les problèmes qui vont se poser aussi pour l'immobilier. Il va y avoir des changements radicaux qui vont intervenir dans les 10 à 15 prochaines années, peut-être moins et qui vont être de véritables bouleversements avec des conséquences considérables dans de nombreux domaines. Ceux qui vont gagner sont ceux qui vont dès maintenant se poser des questions sur leur propre transformation. Les transformations doivent être beaucoup plus radicales, beaucoup plus profondes. Cela change la manière de travailler, quel va être le rôle du télétravail dans l'avenir, jusqu'où va-t-on aller, les approvisionnements dans la *supply chain*, quelles vont en être les conséquences ?

Stéphane Richard évoquait le problème de la direction des achats, que ce soit la rigueur économique, la rigueur de compliance etc. et ils font un boulot assez formidable sur ce plan-là avec ce type de critères. En même temps cela a conduit à la fabrication d'un pays usine qu'est la Chine et beaucoup d'entreprises se sont délocalisées. Un certain nombre de choses qui aurait dû être placées sous la souveraineté sont parties simplement parce qu'il y a cette obsession du coût. On peut citer le problème des puces électroniques, par exemple. C'est aussi le résultat de cette approche de même que la concentration avec la disparition d'entreprises parce qu'on réduit le nombre des fournisseurs. Je ne jette la pierre à personne, parce que je pense que c'était quelque chose qui était dans l'air du temps et qui en même temps apportait des services considérables à toutes les entreprises. La question qui va se poser demain, c'est quels types d'entreprises, comment va-t-on transformer le travail, qu'est-ce qui va se passer au niveau du télétravail et



comment les entreprises vont-elles se transformer avec ce phénomène de cyber sécurité et tous les nouveaux services à mettre en œuvre ? Parce qu'on voit tous les jours qu'énormément de choses vont changer profondément : la façon d'apprendre, de vivre, la façon d'acheter des choses de première nécessité et de ce fait le comportement des gens dans la vie. Donc, oui le numérique va jouer un rôle essentiel et nous n'en sommes qu'au début malgré les 25 ans ou un peu plus d'existence d'Internet. Ce qui reste encore à faire est colossal.

PDC : Martin Luther King disait : « croyez à vos rêves et ils se réaliseront peut-être, croyez en vous il se réaliseront sûrement ». Monsieur Lévy, nous avons précédemment parlé des rêves et de l'incubateur de start-ups, que vous avez lancé cette année, appelé l'Escalator. **Est-ce un rêve ou une réalité pour vous ?**

ML : un rêve je ne sais pas. J'y ai pensé depuis très longtemps, mais est-ce que c'est un rêve ? En tous les cas c'est une nécessité quand on constate qu'il y a des discriminations qui s'imposent presque naturellement, qu'il y a des barrières qui sont très difficiles à franchir pour les gens pleins de bonne volonté, qu'il est très compliqué pour ceux qui sont issus de milieux défavorisés d'avoir accès à des relations, à du capital. Il fallait donc faire quelque chose.

Stéphane est le premier guichet auquel j'ai frappé en disant « voilà ce qui se passe, ce serait bien si tu nous accompagnais dans ce projet » et il a dit oui et c'est vrai que maintenant que ça existe, c'est formidable, parce que pour beaucoup l'ascenseur social est en panne. Il faut qu'ils trouvent quelque chose et la meilleure façon, quand l'ascenseur est en panne, c'est de prendre l'Escalator. L'avantage d'un escalator, c'est que vous pouvez avancer à votre rythme. Dans un ascenseur vous vous laissez porter. Cela s'adresse à des gens qui ont des idées, qui ont la volonté de réussir et qui sont nés dans des milieux défavorisés. Nous avons 20 start-ups qui ont été sélectionnées, après un processus où 450 start-ups avaient candidaté. Il faut souligner qu'elles étaient invitées à VivaTech et c'était comme la représentation de l'équipe de France de foot. Ils sont blacks, ils sont beurs, ils sont blancs. Ils sont formidables, il y a un enthousiasme d'enfer, 40% sont des femmes. Je suis très fier de ce morceau de France.

Certaines ont un talent exceptionnel et des idées formidables dans tous les domaines. Je suis donc très

fier de cela. Mon rêve maintenant, c'est que l'Escalator aille beaucoup plus loin, qu'il distribue des fonds d'amorçage, qu'on puisse donner des moyens et que l'Escalator « fasse des petits » dans les banlieues de Lyon, de Marseille, de Lille etc. et qu'il ne soit pas réservé uniquement à Paris. J'aurais vraiment réalisé mon rêve quand nous serons avec plusieurs centaines de start-ups et que nous aurons quelques « rôles modèles » qui prendront le pas sur les caïds des banlieues. Quand les gens au lieu de dire « je veux la grosse Mercedes du caïd parce que c'est le roi de la drogue » diront « je veux la grosse Mercedes ou la grosse Audi » parce qu'il a réussi à placer sa start-up, et il a fait un IPO (Initial Public Offering - introduction en Bourse).

PDC : monsieur Richard, de votre point de vue, comment l'Escalator pourrait-il inspirer les managers d'Orange ?

SR : Inspirer les managers d'Orange, je ne sais pas. Outre le pouvoir de conviction légendaire de Maurice, j'ai pensé que c'était un projet qui valait l'engagement d'Orange. D'abord parce que je pense qu'une grande entreprise comme Orange ne peut pas se désintéresser de ce qui se passe en France dans ce qu'on appelle les quartiers ou les banlieues. C'est un immense sujet pour le pays, pour la cohésion politique du pays, pour la société, pour la vision qu'on a aussi du débat politique en France. Il y a quand même beaucoup de thèmes aujourd'hui autour de l'intégration d'un certain nombre de jeunes, des problèmes de sécurité qui y sont liés, comme l'islamisme etc. Toute une série de plaies du monde d'aujourd'hui, dans la société d'aujourd'hui trouve ses racines dans ces zones. Tout ce qui peut contribuer à les désenclaver et à donner aux jeunes qui sont dans ces quartiers des perspectives, de l'espoir, des moyens pour qu'ils s'intègrent peut-être mieux tout simplement dans la société, je pense que c'est un devoir pour nous.

Je ne sais pas si c'est un motif d'inspiration pour les managers mais en tout cas quand on parle d'engagement sociétal de l'entreprise, nous, nous avons choisi le thème de l'inclusion. Pour moi, l'Escalator c'est vraiment un projet qui rentre pleinement dans cette priorité que nous avons voulu nous donner sur la question de l'inclusion. Pas forcément l'inclusion par le digital en l'occurrence mais un projet qui vise une forme d'inclusion.

L'Escalator fonctionne aussi sur le principe du *mentoring* et j'en profite pour dire qu'une des choses que j'apprécie



beaucoup chez Orange, c'est la capacité de nos salariés à se mobiliser pour de ce type de cause et notamment à travers le *mentoring*, le volontariat, le mécénat de compétence, la solidarité. Notre Fondation repose beaucoup sur le volontariat et le bénévolat du Groupe avec 10 000 personnes et c'est formidable ! Nous avons aussi beaucoup d'autres actions qui reposent toujours sur cette mobilisation personnelle. Je pense par exemple à ce que nous faisons dans le domaine de l'accompagnement des jeunes filles issues des quartiers pour les faire avancer vers l'enseignement supérieur. C'est l'association « *Capital fille* » que je préside depuis sa création il y a 10 ans et qui repose sur du marrainage et c'est Orange qui fournit le plus de marraines.

Pour moi, un projet comme l'Escalator, s'il doit être inspirant, c'est parce qu'il donne un peu de chair, un peu de concret à cette thématique de l'inclusion, c'est inscrire au frontispice de l'entreprise mais il faut aussi qu'elle se matérialise par des projets un peu concrets et je trouve que celui-là en fait partie, c'est un beau label et puis c'est une attitude qui signifie que l'on a besoin d'engagement dans la société d'aujourd'hui. D'engagement au sein de l'entreprise, pour effectuer son travail, mais cela va au-delà et nous encourageons les engagements individuels sur des projets qui ont un vrai sens pour la société en facilitant la vie des gens qui veulent avoir cet engagement.

Un dernier mot pour dire que là, nous sommes dans la création d'entreprise, dans l'innovation, dans la prise de risque, dans l'audace. Nous sommes dans cette idée qu'il faut briser les plafonds de verre. Ce sont des choses dont on peut s'inspirer aussi pour nous-mêmes parce que nous en avons des plafonds de verre dans nos têtes. Même à l'intérieur d'Orange il y a des formes de complexes. Nous n'en n'avions pas il y a 30 ans, mais aujourd'hui par exemple quand

on parle d'innovation on nous dit Google, on nous dit Microsoft ... ça nous donne l'impression d'être des petites choses par rapport à des géants qui ont un peu le monopole de ces questions d'innovation ou que nous sommes un peu nulle part entre ces grands acteurs et les *start-ups*. Eh bien non, je pense que nous avons aussi de belles cartes à jouer et des thèmes très forts sur lesquels nous sommes mieux placés que quiconque, y compris les grands de l'Internet. Avec **Michaël Trabbia** nous avons beaucoup travaillé là-dessus et je pense qu'il faut aussi que ces exemples individuels de l'Escalator, qui sont des gens qui ont le courage, la détermination, l'esprit d'entreprise pour briser ces plafonds de verre de chantier, soit un exemple pour nous.

MAT : merci Président. Nous allons passer maintenant aux questions-réponses.

Une question pour vous Président, Stéphane Richard, peut-on en savoir plus sur les accords Télétravail ?

SR : il n'y en n'a pas encore car c'est une négociation qui va démarrer à l'automne. Ce que je peux dire sur le télétravail, c'est que n'oublions jamais qu'Orange est une entreprise qui était les plus avancées sur le télétravail avant la crise, puisque nous avions pratiquement 30% de nos effectifs en France qui pratiquait le télétravail permanent ou occasionnel et que nous avons un accord télétravail, qui est encore en vigueur aujourd'hui, qui est un accord particulièrement avancé. C'est une négociation importante qui va intervenir plutôt à l'automne, mais l'accord actuel permet déjà de faire beaucoup de choses et nous a d'ailleurs permis de vivre cette crise, de bien gérer la sortie de crise et de retrouver cet équilibre entre le retour à la société et le maintien du télétravail. Je ne suis pas pour un modèle 100% télétravail comme certaines entreprises des GAFAM, qui ont communiqué là-dessus. Je pense qu'une entreprise c'est aussi fait de chair et d'interactions physiques. C'est difficile quand on est en apprentissage d'un métier de le faire depuis un ordinateur chez soi. L'esprit d'entreprise a besoin de cela et de nombreux métiers ne s'y prêtent pas.

Tout est une question de dosage, de souplesse pour offrir un cadre de travail attractif - particulièrement aux jeunes à qui il faut offrir un modèle qui leur convienne - et qui, pour ceux qui le souhaitent, leur permettre de faire davantage de télétravail qu'avant. Il faut néanmoins rester vigilant sur les risques d'abus.

Le rapport au travail et le rapport de ce qu'on doit à son entreprise est très important. Ce sont des choses qui doivent être mises sur la table des négociations.

MAT : Monsieur Lévy souhaitez-vous ajouter quelque chose ?

ML : à la suite de sondages, nous avons pris mesure de l'opinion interne à Publicis pendant toute cette période et c'est très amusant parce que c'était assez constant, il y a deux pourcentages qui sont rigoureusement identiques. Il y a 78 % des gens qui veulent le télétravail et quand on leur demande pourquoi, ils répondent essentiellement « *le temps que j'économise dans les transports* ». Le seul endroit où ça ne semble pas poser de problème c'est en Asie, sinon c'est vrai partout dans les autres pays.

Et 78% également disent « *le télétravail me pose un problème parce que je manque d'interactions sociales* ». Quand on fait une réunion en visio, elle démarre et se termine à l'heure et c'est extrêmement efficace. L'inconvénient c'est que l'on entre directement dans le vif du sujet sans les petits échanges humains. Le contact humain développe aussi la réflexion et l'échange qui sont absolument indispensables dans un métier comme le mien. Ensuite, au niveau des comportements, on assiste à deux types de comportements extrêmes : ceux qui ne font plus rien et ceux qui travaillent comme des malades et qui n'ont plus de vie privée. Les deux comportements sont dangereux et il faut trouver le bon équilibre. Le télétravail présente beaucoup d'avantages parce que pour la vie privée c'est beaucoup mieux, encore que ce soit injuste, car pour ceux qui vivent dans un appartement de 400 m², tout va très bien alors que ceux qui vivent dans un appartement de 28 m² avec un enfant c'est bien compliqué.

Question : quelle est la qualité des relations avec les organisations syndicales en ce moment ?

SR : Nous ne sommes pas encore dans une situation de blocage mais il y a incontestablement une tension, une crispation avec les organisations syndicales. Est-ce qu'elle reflète une crispation ou une exaspération des salariés c'est une question ? Non pas que je veuille remettre en cause la représentativité de nos syndicats mais je suis frappé de voir le décalage existant entre les résultats du dernier baromètre social auquel les gens ont répondu massivement et leur sentiment par rapport à l'entreprise qui est quand même assez

différent de ce dont j'entends parler.

Je n'aime pas ces périodes-là, non pas parce que je ne supporte pas le conflit, mais surtout parce que je pense qu'elles reposent beaucoup sur des malentendus. J'ai tendance à essayer de convaincre et d'expliquer pourquoi on fait certaines choses.

Pour les NAO (Négociations Annuelles Obligatoires) il y a une tension parce que nos propositions ont été considérées comme insultantes. Après avoir échangé avec **Gervais Pellissier**, il y a eu une réunion multilatérale avec toutes les organisations où l'on a essayé d'expliquer les choses et ça m'a donné un peu d'optimisme. Aujourd'hui nous faisons une nouvelle réunion avec une nouvelle proposition qui sera sûrement décevante pour eux, parce que dans le contexte d'aujourd'hui, comme l'expliquait l'intersyndicale, c'est impossible de parler de 3% d'augmentation de salaire. Je ne vous ferai pas l'insulte de vous renvoyer à ce qui se passe ailleurs dans le secteur, mais je ne considère pas que SFR soit un exemple de modèle social.

Je suis toujours un adepte du dialogue, du consensus, je l'admets, je l'assume et c'est toujours ce que je recherche. Il y a au-delà de la question des salaires d'autres sujets importants comme la transformation, indispensable de la France, pour lesquels j'ai besoin de ce dialogue social. D'abord parce qu'il faut, dans la mesure du possible, le faire sur la base d'accords signés. J'ai en mémoire un certain nombre de petites bêtises qu'on a évitées et de mesures qui ont été prises grâce à ça, notamment en 2010 lorsque je suis arrivé.

Je serais toujours plutôt partisan du dialogue plutôt que de la confrontation y compris vis-à-vis des syndicats. Mêmes si c'est vrai qu'en ce moment c'est un peu compliqué et que cela semble difficile dans le contexte général.

Pour finir, et après cette discussion de mercredi avec le Conseil, les administrateurs salariés et quelques chefs d'entreprise, nous voyons bien qu'il y a un énervement aujourd'hui, parce que les retours sur site c'est compliqué, parce qu'il y a ce sentiment que les gens ont beaucoup donné, beaucoup souffert et qu'aujourd'hui la reconnaissance n'est pas au rendez-vous. Il y a un contexte assez électrique et nous n'y échappons pas. En ce qui me concerne je ferai le maximum pour que l'on retrouve vite une forme de sérénité dans ces échanges.

Marie-Anne Tournaire remercie les présidents qui ont fait part de leur satisfaction d'avoir participé à la Convention.

Intervention de **Bénédicte Liénard**, Directrice Adjointe Groupe, Transformation

La 2ème table ronde de la matinée a été co-animée par **Marie-Anne Tournaire** et **Emmanuelle Rosenzweig**.



Elle devait initialement se tenir en présence de **Gervais Pellissier**, Directeur Général Délégué des Ressources Humaines, chargé de la Transformation du Groupe. Retenu pour des impératifs, c'est **Bénédicte Liénard**, Directrice Adjointe Groupe, Transformation qui a évoqué les bouleversements dus à la Digitalisation et les défis à relever dans un futur proche des entreprises dont Orange.

Les intervenants de la vidéo ACSON Sonatel, lui ont fourni en outre des éléments pour introduire son intervention sur ce thème.

Orange est multiservices, multi pays avec des éco-systèmes qui évoluent très vite et nécessitent de s'adapter dans les méthodes de travail collectif avec un « même socle de culture, tout en gardant son ADN ».

La fluidité, la simplification, la clarification des rôles doivent rendre l'entreprise plus agile, plus efficace, tout en relevant les seuils de délégation et redessiner les priorités des projets.

Cette crise est remarquable par la richesse de ses enseignements.

Elle se distingue par une perte de repères et une confrontation à l'incertitude.

Que ce soit en France et à l'international, la coordination sur la période de fin mars à juillet 2020 avec chaque

directeur dont notamment Jean-Marc Vignolle, a permis de mettre en œuvre une vraie force collective et la découverte de l'investissement et la responsabilisation des gens.

Au-delà de leurs expériences dont ils ont fait profiter leurs collègues, cette crise a été un catalyseur de transformation pour apprendre à fonctionner autrement, avec de nouveaux rituels, de façon à garder du lien, à inventer pour être en support.

La solidarité a été un atout majeur avec la mise en place de bonnes pratiques à capitaliser et un accélérateur de changements plus profonds pour l'avenir par rapport à l'organisation du travail.

La crise est un défi humain incroyable.

Avec la pratique du télétravail, le management à distance a été possible à grande échelle dans un « contexte contraint ».

Demain dans un cadre de travail de « liberté retrouvée », il y aura de nouveaux champs du faisable et ça oblige en outre :

- à redéfinir le site d'appartenance avec une plus grande souplesse dans les accès aux sites d'Orange.
- de rechercher un équilibre de présentiel et de distanciel avec une redéfinition des modes de travail et de management.

Toutefois la généralisation du tout télétravail par l'utilisation des *conf-calls*, des visioconférences à longueur de journée au cours de ces derniers mois, obligé à repenser des équilibres moins normés. Ils passent par de nouvelles formes de flexibilité, de « nomabilité », avec des équilibres à rechercher dans les différents moments de vie de la carrière, comme celle d'un projet. Cet examen passe par la création d'un collectif au début, puis de temps différents par la suite.

La confiance est un élément clé et la responsabilisation un levier important.

Le fonctionnement à distance repose sur les deux. Là aussi la clarification et la simplification rejoignent les étapes de responsabilité.

Le distanciel, on est chez soi et aussi... ailleurs.

Le télétravail est-il un chantier de transformation ou de RH ? Les deux en proximité. Le télétravail est un volet très RH avec un aspect dans les pratiques de

management. C'est une impulsion que la transformation amène.

Dans la méthode, il est fortement recommandé d'avoir un retour d'expérience suivi d'un enseignement à tirer par un bilan à partir de l'expression des acteurs concernés. Les transformations de sorties de crise conduisent à une évolution du rôle du manager.

Le plaisir de se voir, de travailler ensemble, de se demander pourquoi on se retrouve, pose de vraies questions avec des réponses appropriées d'autant que l'on avance dans un environnement de travail en digital.

La digitalisation est à la fois une expérience client et une expérience collaborative.

Elles sont confrontées toutes les deux aux mêmes défis. C'est aussi un chantier de modernisation de l'expérience salarié-e.

Là également, la simplification est indispensable et nécessaire par la multitude d'outils existants. Après l'expérience de 2000 utilisateurs de Teams, la plate-forme collaborative de Microsoft 365 permet la mise en œuvre dès à présent d'un projet basé sur un nouveau mode de travail pour tous les collaborateurs de l'entreprise et aussi un nouveau mode de penser pour le faire ensemble.

Avec les espaces working, c'est une redéfinition de site de références et non d'appartenance.

A noter, qu'il a quelques difficultés pour accéder aux différents sites aujourd'hui.

Des expérimentations pilotes ont été menées mais il est encore trop tôt pour fournir des résultats tangibles sur le ressenti de ce mode de fonctionnement. Leurs poursuites permettront, au cours du 2ème semestre, de faire évoluer ces espaces.

S'inspirer de l'expérience client, orientera la mise en place de ce fonctionnement en interne.

Pour garder du lien, rien n'est mieux que le témoignage et on n'en a pas toujours le regard. C'est cette méthode qui est utilisée pour transposer. A titre d'exemple, le moment de fin de carrière est important. Le salarié dans cette situation bien particulière, a besoin d'être éclairé et doit faire l'objet d'attentions.

Le parcours client a apporté cet éclairage, ses suggestions. Grâce aux personnes qui se mobilisent, un champ de transmission va être ouvert au niveau de leurs compétences, de leurs savoirs faire. L'accompagnement est une dimension dans la prise de décision.

En conclusion, « la Transformation, on est tous dedans ».

Elle doit être menée ensemble afin qu'elle s'opère bien. Elle doit embarquer chacun pour être un acteur au quotidien.

C'est un été des retrouvailles !

La prise de parole de nos amis de l'ACSON via une vidéo.

« Quelles sont les perspectives de croissance au Sénégal ? Haut-débit, câble sous-marin, Orange Money, cyber défense ? Comment devons-nous y prendre part pour tirer le maximum de profit de toutes ces opportunités. Avec surtout une amélioration de l'expérience de nos parties prenantes, un accès également sur un engagement sociétal beaucoup plus impactant.



C'est la raison pour laquelle l'ACSON suit et contribue au renforcement des orientations politiques et stratégiques de notre Groupe car nous assistons à une croissance vertigineuse des besoins numériques, que ce soit en termes de débit, de qualité de gestion de la relation client, de toutes nos parties prenantes qui constituent des exigences aujourd'hui non négociables pour demeurer compétitifs. Nous saluons le projet de débat, les efforts déjà réalisés sur la fibre optique, Orange Money également mais force est de reconnaître que la marge de progrès est énorme surtout en ce qui concerne un sujet comme la cyber défense qui constitue un pilier central de survie pour la majorité de nos organisations qui sont déjà suffisamment fragilisées par cette pandémie COVID 19 ».



Solange Rokhaya,
chef de département Rse & Partenariats Sonatel

Avant que la matinée ne s'achève sur notre traditionnelle note d'humour avec l'épisode III de **Monsieur Corona**, qui cette fois-ci n'était pas venu seul, nous avons entendu **Emmanuel Kestenare**, Directeur des partenariats et relations marque chez GMF.

La Présidente a remercié tous les participants de leur présence et rendez-vous a été donné aux Acsédiens pour le prochain Congrès de la fin de l'année.

Le mot de la GMF



“ Mesdames, messieurs, chers amis,

Au fil des années de notre partenariat qui remonte à plus de 25 ans maintenant, nous avons le plaisir de vous accueillir à notre siège de Levallois. Une manière pour nous de faire de ce lieu, dédié à ceux qui s'engagent pour les autres, une maison qui nous soit commune. C'était aussi le plaisir de vous rencontrer et d'alimenter de nos échanges notre propre réflexion sur notre métier.

Les circonstances que nous connaissons nous placent dans l'impossibilité provisoire de nous retrouver, mais ce n'est, évidemment, que partie remise.

Au GMF, notre actualité nous a conduit à renforcer toujours plus notre démarche en direction de ceux qui s'engagent au service du collectif. Cela concerne très directement de grandes entreprises comme Orange.

Il est d'ailleurs notable de constater combien vos missions pour l'égalité numérique, pour l'environnement et pour créer une société de la confiance sont proches de nos propres actions en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Ainsi de nombreux projets que nous menons avec l'Éducation nationale concernent la diffusion des savoirs, l'égalité des chances et nous savons à quel point que tout cela passe par l'égalité numérique.

La crise récente et les impacts sur le système éducatif, nous ont montré combien le sujet est prégnant et pèse sur le décrochage scolaire. Nous, GMF, avons pu intervenir dans le cadre du programme 'Cité éducative' qui conduit à équiper des élèves particulièrement démunis du matériel informatique qui leur est nécessaire.

Vous êtes également engagés pour une société de la

confiance, plus sûre, plus juste, qui accompagne les utilisateurs dans leur usage numérique.

Nous sommes quant à nous, partenaire de l'Éducation nationale sur bon nombre d'outils pédagogiques dédiés à l'éducation et aux médias à la formation pour apprendre aux jeunes générations un usage maîtrisé et sécurisé du numérique de façon à appréhender toute la richesse de l'information en prenant le recul nécessaire sur celle-ci.

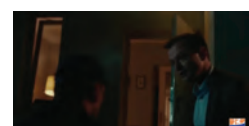
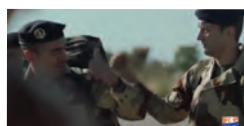
Je suis heureux de pouvoir dire de nos relations partenariales qu'elles s'inscrivent dans la continuité des valeurs incarnées par nos engagements, sur la durée, fondées sur une confiance et une compréhension mutuelle. Nous savons à cet égard qu'il est important de vous accompagner sur votre cœur de métier avec la garantie de la responsabilité civile qui résulterait des activités de l'association ou encore avec nos juristes spécialistes de la protection juridique sur lesquels vous savez pouvoir compter face au risque pénal toujours d'actualité.

Cela concerne aussi les offres qui vous sont dédiées en matière d'épargne. Sachez également que nos relations peuvent aussi se traduire dans vos établissements et en régions avec des opérations de prévention routière que nous pouvons mener auprès de vos personnels. Nous les remettons en route après une longue trêve dans beaucoup d'établissement publics partenaires.

J'espère que vous avez passé une très belle convention et vous dis à bientôt à Levallois.

Emmanuel Kestenare,

Directeur des partenariats et relations marque chez GMF



Corona Virus Episode III

Salut, ça va ?

Comment ça, c'est qui ?

Coronavirus... vous vous souvenez ?

Encore trois confinements et c'est l'été Nan, je rigole ...

Mais attention, si en juin tu fais l'imbécile, en juillet tu resteras encore à ton domicile.

Et on entendra ... Est-ce que tu viens pour les vacances ? Ben non, je reste chez moi.

Signé Covid et Jonathan.

Car dans le top 2 des trucs qui redémarrent ... il y a la chenille et le Covid.



Bon je sais, après un an, vous êtes au bout du rouleau.

C'est le dernier rouleau de printemps et vous voulez tenir votre résolution de début 2021... Etre une personne moins renfermée.

J'en profite, pour ceux que ça intéresse, j'ai un agenda 2020-2021.

que le guide du routard de votre appartement édition 2020-2021.

Et un conseil, pensez à essayer vos jeans de temps en temps... Le pyjama c'est traître.

Bon depuis peu, c'est reparti. Fini les attestations pour tous ces gens qui ne savaient plus jusqu'à qu'elle heure on pouvait rester dehors ou dedans. C'était rageant.

Mais reconnaissez que c'est quand même moins douloureux d'avoir la rage dehors que d'avoir la rage dedans.

En référence au proverbe Irlandais, un peu d'Eire ça fait toujours Dublin.

Et comme on dit à Cuba, t'a compris La Havane ?



En tous cas, c'est encore plus dingue qu'il y a cinquante ans, on marche dans la rue, on va en terrasse, au cinéma ... C'est plus fou que de marcher sur la lune.

Ceci-dit, il y a beaucoup de monde dehors qui s'étonne qu'il y a beaucoup de monde dehors.

Et en ce moment, il vaut mieux avoir de beaux yeux que de belles dents.

Retrouver ses amis, y a que ça de vrai.

Comme dirait Brassens, les vaccins d'abord .

Avec une expression très à la mode ... « c'est bon, j'ai eu ma dose ! »

Désormais, vous avez tous changé de groupe sanguin, vous êtes tous A périmentif.

Chez Orange, le télétravail est toujours de rigueur, c'est ce que j'appelle le click & collègues.

Par contre, un petit conseil marketing pour la maison protégée,

Personnellement depuis un an, j'aurais changé le système d'alarme pour qu'il sonne quand quelqu'un sort ...

Bon, de mon côté, il ne vous a pas échappé que mon marché s'est ouvert à la concurrence avec l'apparition des variants ...

Des rumeurs racontent que si les anglais toussent dans leurs coudes, la nouvelle souche traverse la manche ...

Que le premier symptôme du variant breton c'est quand tu commences à entendre le loup, le renard et la belette chanter.

Et puis il y a le variant Indien ...

Namasté ! Ici on me prend pour le Dieu Vishnou mais c'est surtout Vishou la paix et notre antidote n'est pas la chloroquine mais l'hindou liprane.

Il y a aussi le variant Brésilien.

Ma chérie, ma chérie... Bonjour !

Ca va pas di tout ... Il faut se préparer psychologiquement ... parce que ça va être radical... Ha la la ...

Bref, il était temps de s'organiser pour défendre la profession et ses valeurs.

C'est pourquoi, je vous présente mon boss.

Salut !

Je suis le variant Alsacien.

J'ai monté l'association des cadres et dirigeants Coronavirus et j'en suis le Président.

Elle s'appelle « Les Covistes ».

Sa raison d'être, c'est vivre ensemble sur cette terre pour éviter l'immonde d'après car il est grand temps de prendre votre bien en urgence plutôt que votre mal en patience.

Et n'oubliez pas, TousAntiCovid, Doctolib, ViteMaDose, ...

Après l'appli, le beau temps...

Faites passer le message

Salut !



Pascal MONNIER et Guy SALZIGER

Challenge | pour | minimum



Vous avez été nombreux à relever ce challenge en 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 convaincu plus de 50 nouveaux adhérents à rejoindre l'ACSED.

Pour le premier semestre 2021, plus de 30 nouveaux adhérents nous ont déjà rejoint.



Myriam AMMARI DELIRY
PMO gouvernance



Lionel AUBERTIN
REsponsable du Département
Expérience Digitale Utilisateurs



Mohamed BEN HAJ YAHIA
Architecte fonctionnel SI-BI



Olivier BERDUCOU
Délégué syndical central adjoint
CFDT de l'UES Orange



Xavier CHAILLOUX
Directeur du Département
des Programmes Orange
Grand Public Entreprise



Florence CHAPIROT
Responsable équipe Supply
Chain IDF (PLR, VQPL)



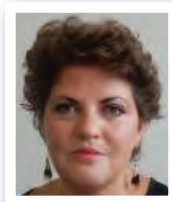
Thierry CHAUGNE
Responsable des outils
Compliance Orange France



Leïla CHIR
Directrice Département
Front Ouest Sud



Hélène Roche-COMBEMOREL
Directrice de l'ADRAA



Nadine COSTES
Responsable Expérience Client et
amélioration de la Performance



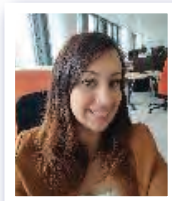
Yasmine DAJON-LAMARE
Marketing Director
Seniors & Ageing



Fabien DEPLEDT
Responsable d'études technico-économiques
et de développement



Olivier DESSENNE
Détaché syndical



Safa FROIDURE
Responsable Projet Client



Evelyne GLICKMANN
Directeur de Projet
Lancement d'Offres



François GUY
Directeur Commercial
Entreprises France

Ils nous ont rejoints



Guillaume HANAU
Marketing Product Manager



Monique KWASNIAK
Responsable Pôle Digital et Communication
de l'Orange Innovation School



Eric LACOSTE
Chef de projet du SI



Laurent LEBOUCHER
VP DIGIT
(Digital IT, Customer Relation
Solutions, Global Architecture)



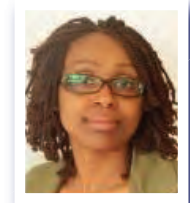
Florian MARQUES DA SILVA
Account Manager



Isabelle MEUNIER
Adjointe, Responsable transformation,
projets transverses & Prévention



Vincent MINEUR
Pilote National des Opérations



Sandra NSOKI
Responsable d'équipe



Philippe PELTIER
Responsable Risque Contrôle
Compliance



Christine PONTS
Responsable du Développement
Managérial



Nicolas ROCHETEAU
Directeur Pôle Appui National
Contrôle Sous Traitance



Pierre-Antoine ROMAN
Responsable de la Prévention
des Fonctions Centrales et Supports



Kaoutar SCHWIND,
Déléguée Syndicale Centrale
Adjointe FO Com Orange



Christophe THOMAS
Bid Manager & Project Director



Jean-Daniel VIE
Directeur Prévisions
et Conduite de l'Activité



Brice YAPO
Chargé de sécurité
des opérations

Passions Acsédiennes

Patrick nous fait le coup du Loup Garou !

Peu de temps avant le début de la pandémie, **Patrick Polonie** évoluait encore au Service Client Orange d'Ile de France en qualité de responsable Process et Qualité au sein de son département. En mars 2020, il a rejoint la Direction Grand Public tout en restant dans une fonction similaire, mais au niveau national et en passant du périmètre mobile au périmètre *home*. Responsable de tout ce qui touche aux process liés à la téléphonie fixe, notamment le RTC, la téléphonie sur IP. Bref, la boucle qualité utilisateur n'a aucun secret pour lui. Mais Patrick, c'est avant tout un jeune homme de 46 ans originaire de la Guyane et résidant depuis 2019 dans une petite bourgade de Seine et Marne proche de Brie-Comte-Robert. Dans l'Entreprise depuis juin 1999, Patrick se targue de ne pas avoir fait d'études universitaires. Après des missions de satisfaction chez « télé performance », pour le compte de France Télécom, il entre dans la Maison par le biais de France Télécom Mobile Radiomessagerie. Echelon après échelon, toujours dans l'univers du mobile depuis 20 ans, ce changement d'environnement démontre une capacité étonnante à sortir de sa zone de confort à la découverte de nouveaux challenges. Ce que ses camarades de jeu ne savent peut-être pas, c'est sa passion pour les Loups Garous. **Que dis-je, le Jeu du Loup garou ?** Un jeu de société dont la passion lui est venue lors d'une réunion de famille qui remonte à une dizaine d'années. Explications.

En quoi ce jeu consiste-t-il au juste ?

Ce jeu de rôle oppose deux camps ; le camp des villageois et celui des Loups Garous ; Il alterne le jour et la nuit. La nuit, les participants ont les yeux fermés avec un Maître du jeu qui s'assure du respect des règles. Et le jour, c'est le contraire : on a tous les yeux fermés. Ça devient intéressant quand on est à plus d'une dizaine de personnes avec 4 Loups Garous qui, la nuit se réveillent et qui, forcément se connaissent entre eux. Et puis, le reste des joueurs, vous l'aurez compris, est composé de villageois. Chaque nuit, un Loup Garou tue un villageois et le lendemain, tous les participants, Loups Garous compris, jureraient par tous les Saints n'y être pour rien et n'être que de pauvres villageois.

Vous l'aurez compris, le but du jeu est de démasquer les Loups Garous et de les éliminer par un vote populaire. Alors, bien sûr, on se base sur les bruits, les regards,

le discernement. Bref, tous les sens sont en éveil pour débusquer les Loups Garous. Mais attention ! Il y a des villageois qui ont des pouvoirs magiques : ce sont les voyantes. Leur but est d'influencer les villageois sans leur dire qu'elle est la voyante car c'est pour le Loup Garou le personnage le plus important du jeu.

Quels sont les pouvoirs de ces sorcières ?

Elles ont la particularité de ne pas avoir de pouvoirs illimités. Elles peuvent tuer une fois et sauver une fois, et une seule ! Et quand elles tuent, elles essaient de tuer la bonne personne, c'est-à-dire le Loup Garou. Je dis ça parce qu'autour de la table tuer la mauvaise personne ferait « tâche » (rires) et ça arrive très souvent. Alors je



ne vous dis pas l'ambiance autour de la table quand ça arrive.

D'autres personnages intéressants dans ce jeu ?

Il y a la voyante, la petite fille et puis il y a le chasseur. Je l'aime bien celui-là. C'est un villageois comme les autres. Alors, vous l'aurez compris, il est tué, soit par le Loup Garou, soit par le vote des participants au jeu qui ont cru qu'il était un Loup Garou. Mais sa particularité est qu'il lui reste une dernière balle avant de rendre l'âme. Et qu'est-ce qu'il fait de cette « Golden Bullet » ? Il essaie bien évidemment de tuer un Loup Garou ! Et c'est très rigolo parce que bien souvent il se plante aussi. Et puis il y a les Cupidons. Ils vont par deux et sont réveillés par le Maître du jeu et leur particularité est que lorsque l'un meurt, l'autre le suit dans le trépas à cause du chagrin. L'un défend l'autre corps et âme.

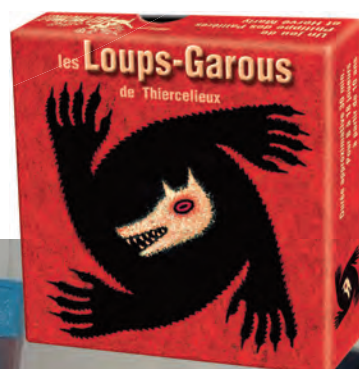
Quelle est à votre avis la particularité de ce jeu ?

C'est un jeu de rôle qui est finalement à l'image de notre société. Tout est basé sur les apparences, la méfiance de l'autre, le mensonge, l'instinct de survie. Bon c'est vrai, l'idéal serait de jouer à la campagne autour d'un feu de bois. Mais le plus souvent on joue en appartement à 15 ou 20 autour d'une table tout en dînant.

Peut trouver ce jeu dans le commerce ?

Bien sûr, officiellement il s'appelle Les Loups Garous de Thiercelieux et de nombreuses boutiques de jeux le commercialisent. Je voudrais juste dire qu'il n'est pas recommandé pour un public de moins de 10 ans pour des raisons évidentes.

Propos recueillis par Serge ARMAGAN



La vie de l'ACSED

Sondage post Convention

VOS RETOURS NOUS INTÉRESSENT

vous avez été plus de 50 adhérents à répondre au questionnaire que nous vous avons adressé le 9 juillet dernier, après notre convention du 25 juin et nous vous en remercions.

Vous avez apprécié cet « *évènement incontournable* » et « *une prise de recul sans filtre sur notre grande société et cela en proximité de nos dirigeants* ». Vous l'avez trouvée « *très intéressante* » et bien organisée. Vous avez aimé « *l'invitation de M. Levy et d'en apprendre plus sur lui et ses actions, de s'inspirer de sa vision* ». Vous avez également salué notre capacité d'adaptation, face aux désistement et changement d'horaire de dernière minute, même si « *ce contexte, combiné au désistement de Gervais Pellissier et à un échange (Q/R) avec notre président un peu plus réduit a été frustrant mais n'enlève rien à la qualité de cette convention* ».

Pour autant, certains nous ont fait part de leur frustration face au désistement de G Pellissier et aux questions du chat qui n'ont pas pu être prises en compte. Les sujets vous ont semblé « *trop éloignés des préoccupations des participants* » et vous avez regretté le « *trop peu d'interaction avec les membres ACSED* ».

C'est pourquoi nous sommes heureux d'avoir obtenu une réponse positive à notre demande d'intervention à **Gervais PELLISSIER**, et le **21 septembre prochain** de

8h30 à 9h45 ; nous veillerons à consacrer une part importante de ce rendez-vous à vos questions.

Vos attentes vis-à-vis de l'ACSED nous ont confortés dans la poursuite de nos conf calls 13h-14h en visio : vous les plébiscitez et souhaitez que nous les poursuivions : nous le ferons !

Vous souhaitez que nous adressions les sujets relatifs à l'avenir d'Orange et de ses salariés, sa stratégie et celle des acteurs de notre secteur, l'analyse de nos résultats.

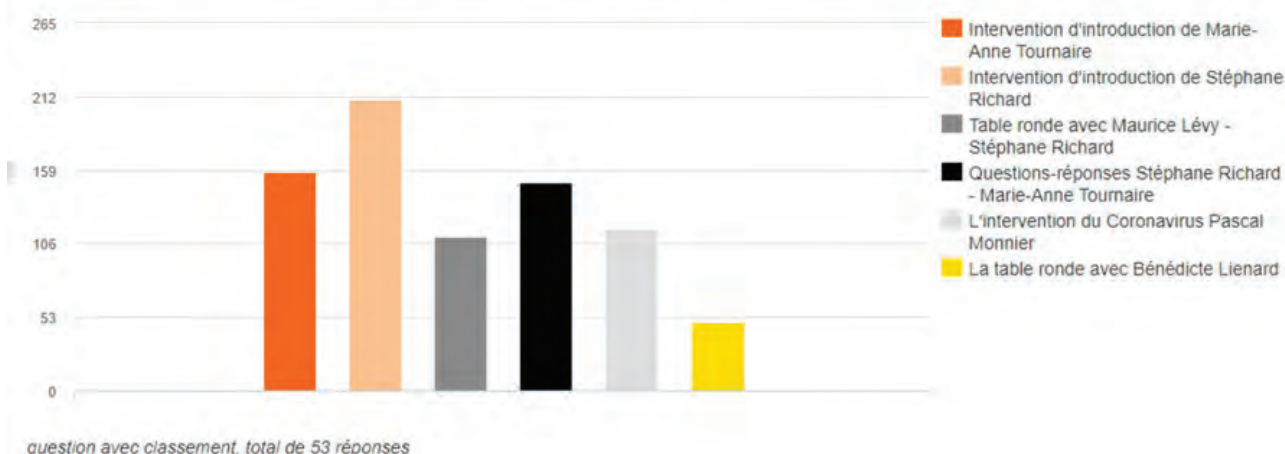
Et vous avez, tout comme nous, envie de nous retrouver en physique : bien sûr, dès que les rencontres en présentiel seront possibles, nous les organiserons (nous croisons les doigts pour notre congrès de fin d'année !).

Bien à vous,

Marie-Anne TOURNAIRE,
Présidente de l'ACSED

Vos séquences préférées ?

Faites glisser les pavés suivant votre ordre de préférence décroissant



Les activités en régions



ACSED IDF

Le jour le plus long

À l'ACSED IDF, nous sommes toujours résilients, solidaires et dynamiques et nous restons la 1ère région en termes d'influence ACSED. Mais même si nous avons « appris à vivre avec le virus » le temps commence à nous sembler très long et nous espérons que le variant delta et la vague 4 ne vont pas conduire à un reconfinement et permettre le retour sur site des équipes. En ce sens, tout le bureau ACSED IDF est prêt à proposer rapidement des animations locales conviviales, apéro collègues sur site, sorties théâtres, pique-nique et visite du site de Bridge... dès la rentrée. Nous verrons si nous avons le feu vert pour revenir à des animations régionales de proximité.

En parallèle cette crise sanitaire mondiale a fait évoluer nos pratiques managériales, nos modes collaboratifs, notre rapport à l'entreprises et au bureau... C'est pourquoi dès la rentrée prochaine à l'ACSED IDF, je vous proposerais un *workshop* de réflexion en mode *brainstorming* klaxoon et d'en tirer un livre blanc avec des pistes de réflexion de management à partager et challenger avec les cadres supérieurs des autres entreprises.

Mais avant de parler reprise revenons ensemble sur les temps forts qui ont marqué ce 1er semestre 2021.

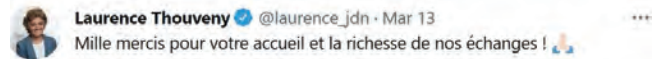
En toute transparence, je vous dirais que la période spécifique de ces 2 années de crise sanitaire, de départs en TPS et à la retraite de certains de nos adhérent(e)s nous a affectés en termes d'adhésions – comme nous ne sommes pas un syndicat, seul votre bouche à oreilles dans les lieux de rencontres, proximité, convivialité, peut nous permettre d'être connu et de recruter. Nous comptons sur vous et vous pouvez compter sur nous pour continuer à défendre la force du réseau ACSED et maintenir le lien social de confiance quelles que soient les périodes que nous vivons.

C'est en ce sens que malgré le distanciel nous avons essayé de maintenir le lien en mode digital soit pas des confcalls régulières via les médias sociaux, Piazza, LinkedIn et Twitter.

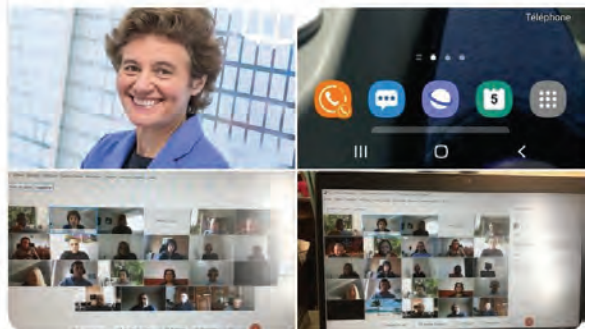
Nous avons eu la joie de recevoir dans nos *confcalls* adhérents : **Laurence THOUVENY, Olivier MAST, Pascal VIEVILLE** mais aussi d'accueillir les nouveaux adhérents et de partager les témoignages métiers, **Agathe HIRSCH, Laurent DREYFUS, François TCHAKO, Françoise LAURIAC et Sylvie KRSTULOVIC**. Nous continuerons, au S2 2021, de donner la parole aux adhérents et de garder le lien social.

“ En résumé nous devons plus que jamais à l'ACSED IDF Préparer le Futur et Construire le Présent.”
Mickaël Trabbia

Retour en image sur des morceaux choisis de cette période :



thomas traissac @traissac1 · Mar 12
@acsed_orange Intervention de @laurence_jdn et @maTournaire avec les adhérents acsed IDF - Laurence thouveny a échangé avec nous spontanément sur les sujets fibre, 5G, fierté des femmes et des hommes orange pendant la crise et fierté d'être partenaire des JO Paris 2024.



Yann Ruelo ⚡ @yannruello · Jan 27
#JourJ Les équipes @orange sont sur le pont pour vous faire vivre le « Retour des Héros » avec Immersive Race et Virtual Tour. #VG2020 @MichaelTrabbia @pldeguillebon @Karinédussert @BertrandRojat @christopherufin @EricCluzeau @VendeeGlobe @thibaultdelafra #innovation



Christine Blanchot and 3 others

La vie de l'ACSED

Les activités en régions



Thomas TRAISSAC, Président de la région IDF

Vers un dernier trimestre plus serein

Après une année 2020, très perturbée et difficile pour tous, nous comptons sur 2021 pour relancer nos activités en présentiel et raffermir le contact avec nos adhérents, ce qui nous avait beaucoup manqué l'année passée. Mais la persistance de la crise sanitaire est venue de nouveau contrarier nos plans. Dans l'impossibilité de proposer des animations, rencontres, sorties nécessaires au maintien de la convivialité chère à nos adhérents, le premier semestre 2021 a été marqué par un essoufflement sensible de notre Amicale. Pour maintenir le contact avec nos adhérents nous avons continué à leur proposer de participer à des conférences sur des thèmes variés, souvent avec le précieux concours de nos amis actifs. Qu'ils en soient remerciés. Nous avons veillé à maintenir une communication régulière au travers de nos différents supports (site internet, newsletters, l'Echo...) accessibles aussi aux adhérents de l'ACSED.

Par contre il ne nous a pas été possible de faire évoluer la position des responsables d'Orange pour obtenir une nette amélioration des avantages proposés au travers du kiosque retraités voire d'une offre spécifique retraités. Notre lettre à Stéphane Richard en début d'année n'a pas eu l'effet escompté, peut-être que le moment n'était pas opportun ? En dépit des propos laudateurs de nos différents interlocuteurs, ceux-ci n'ont, semble-t-il, pas encore pris conscience des gisements de la silver économie et donc de ce que représentent ses retraités comme clients et prescripteurs. Mais nous n'allons pas abandonner pour autant et dès septembre nous reprendrons contact au plus au haut niveau et si possible avec le soutien de l'ACSED. Car c'est un sujet qui concerne aussi les adhérents de l'ACSED, notamment au moment du départ de l'Entreprise, compte tenu de l'écart important entre les avantages du kiosque salariés et ceux du kiosque retraités.

Après avoir actualisé le Livret Retraite, le groupe de travail RH, s'est penché sur l'actualisation des « Pas à Pas » documents remis par Orange aux futurs

retraités en partenariat avec la DRH. L'ACSED doit être un relais au niveau régional pour faire connaître ces documents très détaillés tant pour les fonctionnaires que pour



les contractuels (documents distincts) et veiller à ce que tous les futurs retraités en aient connaissance. Ils compléteront utilement l'information qu'ils sont censés recevoir de leur DRH. C'est un bon exemple de la complémentarité entre l'ACSED et l'ACR.

La fin de l'année devrait, je l'espère, nous permettre enfin de nous retrouver physiquement autour d'animations mise en place dans les différentes régions. Au niveau national, nous allons continuer à proposer régulièrement des visioconférences sur différents thèmes. Mais le moment fort de cette fin d'année sera la tenue de notre Assemblée Générale statutaire le 18 novembre que nous espérons pouvoir tenir en présentiel. Ce sera l'occasion de faire le bilan de cette mandature qui s'est déroulée dans un contexte très particulier et de tracer les perspectives pour redynamiser notre Amicale et de réaffirmer nos liens avec l'ACSED.

Novembre, sera le terme de mon dernier mandat et l'occasion d'un passage de témoin pour que notre belle Amicale se pérennise, garde ses couleurs, ses valeurs, sa convivialité et ses engagements. Au cours de ces huit années de présidence, je n'ai eu qu'à me féliciter des excellentes relations pleines de confiance et d'amitié, entretenues avec l'ACSED et particulièrement avec leurs présidents. Je n'ai aucun doute sur le maintien de cette relation privilégiée et indispensable.

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 septembre 2020.

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.