



60 rue Vergniaud  
75640 Paris CEDEX 13  
www.fo-com.com  
telecoms@fo-com.com

# Les directeurs financiers **sont inquiets!**

« Les objectifs financiers sont intenable cette année » nous dit l'un de ces directeurs, « on baisse tellement nos investissements que l'on devra faire face à un effet boomerang » nous précise un autre.

Alors que la presse nous annonce que notre chiffre d'affaires « s'est dégradé au deuxième trimestre, reculant de 1,3 % sur une base comparable » et que « pour atteindre son objectif de cash-flow annuel, le groupe prévoit de réduire ses coûts et ses investissements », la communication interne du Groupe insiste sur le fait que :

- les résultats obtenus ce premier semestre 2009 « prouvent que les choix de la direction sont les bons » ;
  - que « nous sommes parvenus à faire face ce semestre à la crise et à nous adapter » ;
- et que les modes d'actions mis en place par la direction dans le cadre d'Orange 2012 « ont accru notre capacité de résistance à la crise et nous permettent d'offrir des réponses plus rapides aux évolutions du marché et aux attentes des clients ».

## **Alors... Qui croire ? La presse, nos directeurs financiers ou la communication interne ?**

Les agences de notation hésitent, c'est le moins qu'on puisse dire... Si la confiance était là, l'action ne stagnerait pas ainsi depuis des mois.

Le plus drôle dans tout cela, et sans doute le plus inquiétant, c'est que la direction organise tous les ans un sondage de la perception des salariés des différentes dimensions de l'entreprise et qu'elle ne comprend pas pourquoi les salariés avouent, dans leur grande majorité, ne pas comprendre la stratégie de France Télécom.

**FO exige que les résultats de ce sondage « Écoute Salariés » soient présentés de manière exhaustive au Comité Central de l'entreprise**, ainsi qu'aux différents Comités d'Établissement afin qu'il soit réellement apprécié la réalité de la perception des salariés quant aux capacités des dirigeants de l'entreprise à pérenniser l'emploi et le positionnement de l'entreprise.

Il nous semble que c'est aussi une exigence du modèle de management par la « qualité totale », alors il ne devrait pas y avoir de problème...

**La liberté d'expression doit être reconnue et défendue.**

## À Paris, le CHSCT obtient une expertise sur les risques psychosociaux



Les suicides se sont multipliés à France Télécom ces derniers mois. Depuis 2007, certaines unités ont été le théâtre de tragiques événements.

Un des salariés concernés précisait dans un mail qu'il ne pouvait plus faire face aux harcèlements et humiliations. C'est donc bien naturellement et en toute responsabilité que les membres du CHSCT de l'Unité ont voté un recours à un expert agréé par le Ministère du Travail pour ce type d'intervention.

Mais la direction de l'Unité décide, à peine quelques jours après la réunion du CHSCT, de saisir le Tribunal de Grande Instance de Paris pour :

- « constater l'absence de risque grave »,
- « constater le caractère prématuré de l'expertise »,
- et « condamner le CHSCT à payer » à France Télécom « la somme de 3 000 euros ».

### Sympathique que tout cela... Ne trouvez-vous pas ?

Bref, le Tribunal se saisit de l'affaire. Les membres du CHSCT s'inquiètent. Ils pensent avoir pris leurs responsabilités mais, en cas de condamnation, se demandent comment ils pourront payer l'avocat et la somme de 3 000 euros ? La direction est sûre d'elle : elle ne veut pas mettre un sou dans cette expertise...

Mais l'assurance de la direction va très vite s'effriter.

---

### Le juge a constaté :

- que le CHSCT peut faire appel à un expert agréé lorsqu'un risque grave révélé ou non par un accident du travail, une maladie professionnelle ou à caractère professionnel est constaté dans l'établissement ;
- que quelques semaines avant la tentative de suicide, l'inspecteur du travail a alerté la direction de l'Unité par courrier en rapportant les propos du représentant de la CRAMIF qui, au cours d'un récent CHSCT, indiquait que nombreux signaux d'alerte en matière de risques psychosociaux existaient : suicides/tentatives de suicides, salariés qui s'effondrent en larmes, grèves, agressions ;
- que le salarié qui a tenté de mettre fin à ses jours a expliqué son geste en se référant à ses conditions de travail ;
- que le contrôleur de sécurité de la CRAMIF a également écrit à la direction en insistant sur la nécessité de recourir à un intervenant extérieur à l'entreprise pour analyser la situation, soulignant « la dimension collective de la situation » ;
- que depuis, un autre salarié a tenu des propos suicidaires ;
- que les extraits du document d'enquête réalisée par la direction ne permettent pas au juge d'en examiner le sérieux ;



- que le sujet est délicat dans la mesure notamment où il est particulièrement difficile de faire la part des choses entre les raisons personnelles et celles pouvant être liées au travail dans des passages à l'acte suicidaire.

---

### **Sur la base de ces constatations, le juge a décidé :**

- Qu'« *il apparaît tout-à-fait pertinent de faire appel à un intervenant extérieur pour faire l'analyse qui s'impose et qui requiert une compétence et des connaissances dont France Télécom n'apporte pas la preuve que ceux chargés de cette enquête seraient pourvus* ».
- Que « *la liberté de parole des personnes interrogées au cours de cette enquête peut n'être pas complète* » dès lors qu'un représentant de la direction y assiste avec des représentants du CHSCT.

Ainsi le juge a décidé que les membres du CHSCT avaient bien apporté la preuve d'éléments de nature à faire craindre un risque grave concernant les conditions de santé et les conditions de travail des salariés.

La direction a été condamnée à payer les frais d'avocat du CHSCT, soit un montant de 3 588 euros.

**France Télécom se vante d'avoir obtenu un Label de responsabilité sociale. Pour FO Communication, il ne s'agit plus d'afficher de vains mots mais de répondre concrètement au mal être des salariés. Il est plus qu'urgent de s'attaquer aux causes réelles de ce mal être.**

**FO exige qu'une expertise par filière métier soit réalisée régulièrement par des intervenants indépendants.**

**Dernière minute : une expertise nationale va être enfin lancée sur le mal être et les risques psychosociaux. Ainsi qu'une négociation sur le stress, les conditions de travail, l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, les règles de mobilités... Enfin mieux vaut tard que jamais.**

## **Les deconnexions de « connect »**

Le magazine de la direction France « Connect » nous informe à sa façon. Les réussites y sont légions et les échecs inexistantes. Les produits « Orange » sont mis en exergue. Les clients « Orange » sont catégorisés. Certains salariés sont utilisés comme figures de proue d'un navire où tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes.

**Et pourtant...**

### **Dans le numéro d'août 2009 :**

- On peut lire page 3 : « *La Gironde choisit Orange pour son réseau haut débit [...]. Le contrat prévoit la construction de plus de 1 000 kilomètres de fibres optiques qui deviendront ensuite la propriété de Gironde Numérique. C'est un nouveau succès enregistré par le Groupe grâce au travail de proximité réalisé avec les collectivités locales.* »

**FO aimerait rappeler que ce « travail de proximité » a été réalisé par une équipe dont l'efficacité est notamment due à la stabilité de ses membres.** La continuité de l'action et la qualité des relations interindividuelles ont généré la confiance nécessaire à la conclusion de cette affaire.

Pourtant, la direction territoriale sortante a mis la pression aux membres de cette équipe pour qu'ils effectuent un « Time To Move ». Nous notons donc une contradiction entre la communication nationale et les agissements de la direction locale. Mais un nouveau directeur territorial prend ses fonctions. Peut-être qu'il ne sera pas donné suite aux menaces... Nous ne voudrions pas qu'un tel succès commercial soit couronné d'une nouvelle aggravation des conditions de travail des salariés concernés. FO restera « connecté » aux salariés de cette équipe.

- On peut lire page 4 : « *La notion de développement durable progresse fortement [...]. Cela se traduit, côté marketing, par l'apparition de critères écologiques [...]. Être reconnu comme leader de son secteur en terme de responsabilité sociale d'entreprise par les consommateurs et par les parties prenantes (collectivités locales, associations de consommateurs...) est l'ambition qu'Orange s'est fixée pour 2012* ».

La communication d'entreprise semble mélanger sans état d'âme les notions de « développement durable » et de « responsabilité sociale d'entreprise ». Elle met surtout en exergue l'aspect « marketing » des choses, nous laissant croire qu'il suffit d'adapter les discours pour bien faire en la matière.

**FO s'inquiète du flou entretenu par la communication interne du Groupe. FO est d'autant plus inquiet que la direction continue à exclure des parties prenantes (dont il faut prendre en considération les attentes) ses propres salariés. Cet oubli est, à n'en point douter, plus que révélateur...**

- Mais le plus drôle vient de la lecture de l'article : « Nos clients ont le réflexe vert ». On nous explique que France Télécom va tout faire pour susciter chez nos clients des « réflexes verts » : Par exemple, le client qui veut changer son mobile pourra dorénavant choisir un mobile d'occasion. On ne peut s'empêcher de penser que si les matériaux utilisés pour fabriquer des mobiles étaient tous recyclables, ce « réflexe vert » n'aurait pas lieu d'exister. Il ne faudrait tout de même pas prendre l'habitude de transférer sur les clients les obligations de l'entreprise. Les clients pourraient ne pas apprécier...

Autre exemple, le client qui le souhaite peut céder ses points « fidélité » pour contribuer à la réalisation d'outils pédagogiques et d'animations sur l'environnement dans les écoles françaises. Voilà de quoi s'amuser pendant les prochaines semaines en famille. Questionnez vos proches et comptabilisez le nombre de personnes au courant... Et puis comment prendre au sérieux une offre allant à l'encontre des campagnes publicitaires payées à prix d'or par France Télécom, qui stimulent à l'excès l'envie de changement de mobile. N'oublions pas que la plupart des clients ne peuvent financer un nouveau mobile qu'en utilisant justement leurs points « fidélité ». Pensez à la dernière campagne sur le nouveau « Iphone » par exemple...

**FO ne fera pas ici une analyse journalistique de la nouvelle opération marketing lancée par France Télécom, mais aimerait qu'à défaut de cohérence, la contribution de France Télécom au développement durable apporte un peu plus d'air et de satisfaction aux salariés de l'entreprise.**

## B u l l e t i n d ' a d h é s i o n

Prélèvement des cotisations :

OUI  NON

Bulletin à remettre  
au responsable  
local ou à retourner à :

NOM : ..... ADRESSE : .....

PRÉNOM : .....

EMPLOYEUR : ..... MAIL : .....

ÉTABLISSEMENT : ..... DÉCLARE ADHÉRER À FORCE OUVRIÈRE

GRADE/NIVEAU : ..... À COMPTER DU : .....

N° DE SÉCURITÉ SOCIALE : ..... À ....., LE .....

..... SIGNATURE

TÉL. : .....

**FO COMMUNICATION**  
**60 RUE VERGNAUD**  
**75640 PARIS CEDEX 13**

LA NÉGOCIATION, C'EST NOTRE FORCE