



UNION INTERNATIONALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

**BUREAU DE DÉVELOPPEMENT  
DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

**Document 021-F  
2 mars 2009  
Original: français**

---

7<sup>ÈME</sup> REUNION SUR LES INDICATEURS DES TELECOMMUNICATIONS/TIC MONDIALES, LE CAIRE, EGYPTE, 3-5 MARS 2009

---

ORIGINE: France Telecom-Orange, France

TITRE: Les NTIC, outils de création, de destruction ou de transformation de l'emploi chez les opérateurs de télécoms

---



## Les NTIC, outils de création, de destruction ou de transformation de l'emploi chez les opérateurs de télécoms ?

Laurent ZYLBERBERG  
[Laurent.zylberberg@orange-ftgroup.com](mailto:Laurent.zylberberg@orange-ftgroup.com)

Directeur des relations sociales Groupe  
France Telecom-Orange  
5 Mars 2009, Le Caire



## les changements de technologies chez les opérateurs de télécoms

- De 2000 à 2007, le nombre d'utilisateurs de téléphones mobiles a plus que triplé, en 2006 il y avait deux fois plus d'abonnés mobiles que d'abonnés fixes (1,3 Mds vs 2,7 Mds). L'écart s'est renforcé.
- En Europe, les abonnés au haut débit représentaient moins de 10% des abonnés au fixe en 2003, en 2007 la proportion était multipliée par 4 soit 40%
- Le nombre de salariés en lien direct avec le client externe augmente fortement. Pour l'ensemble des activités du Groupe France Télécom Orange dans le monde, la part de salariés en contact avec le client a augmenté de 20% au cours de ces 3 dernières années
- Le changement de technologies n'est pas forcément vécu comme un changement de métier
- Impact fort du changement de statut des salariés
- Pour faire face à la complexité, il faut mobiliser des compétences diverses et les faire travailler ensemble
- Des changements majeurs dans les interfaces, les métiers transverses et la conduite de projets

2

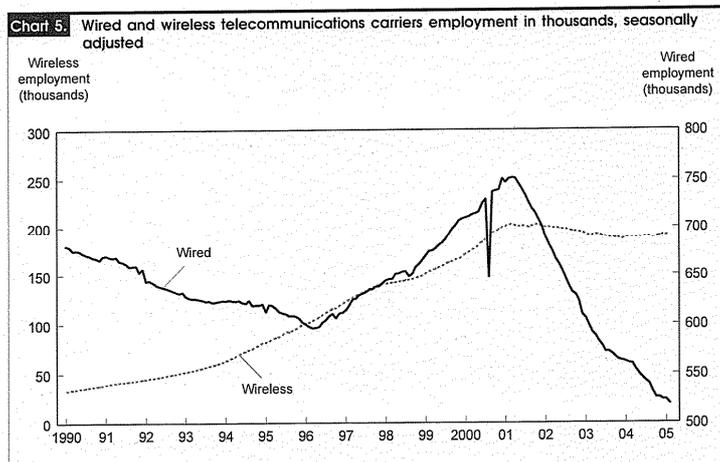
Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## Du fixe au mobile

Christopher C. Carbone

"Cutting the cord : telecommunications employment shifts toward wireless" Monthly Labor Review July 2006 27

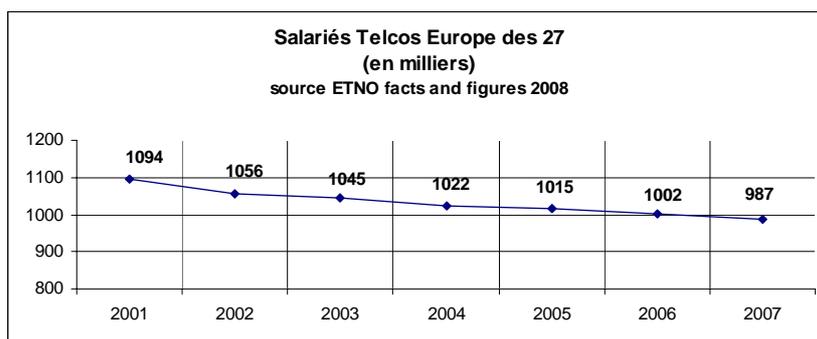


3

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## Une baisse tendancielle des effectifs parallèlement à un changement de profil



"Although women make up 45% of the UK workforce, only **18% of IT professionals are female**. This is reduced still further when Telecoms professionals are included; only 17% of IT and Telecoms professionals are female" Warwick Institute for Employment Research <http://www.guidance-research.org/future-trends/it/equal-op>

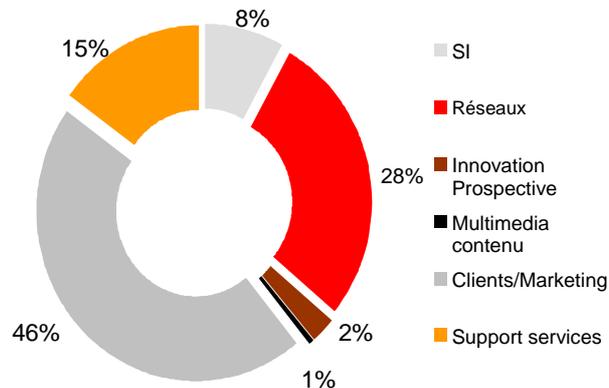
Dans le groupe Orange, les variations sont importantes, un âge moyen supérieur à 45 ans en France, inférieur à 30 ans en république Dominicaine et du même ordre en Roumanie

4

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



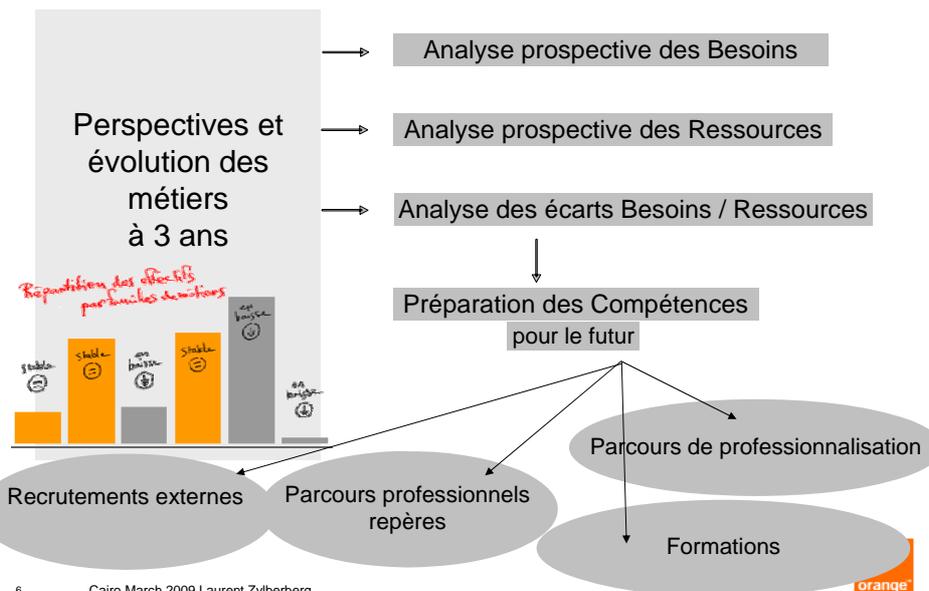
## Les principales familles de métiers des télécoms au sein d'Orange France



5 Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## une démarche prévisionnelle



6 Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



### Cartographie des métiers – Tendances et perspectives d'Evolution

Domaine Informatique	Domaine Réseaux	Domaine Innovation Prospective	Domaine Production de Contenu Multimédia	Domaine Client	Domaine Gestion Support
Conseil en SI Assistance MOA	Etudes, Conception Réseaux	Recherche Appliquée	Conception et Réalisation Multimédia	Marketing	Ressources Humaines
Etudes Développement Intégration	Construction, Production Réseaux	Conseil et Développement	Edition et Animation	Soutien Commercial	Communication
Conseil et Assistance Techniques Internes	Supervision et Exploitation Réseaux et SI	Propriété Intellectuelle et Valorisation	Partenariat et Définition de contenus	Vente	Finance
Production, Exploitation du SI	Intervention Réseaux	Prospective et Stratégie		Gestion des comptes clients	Juridique & Réglementation
Support et Assistance Technique Utilisateurs	Intervention Clients			Services Client	Management du Risque
Management Transverse du SI	Management Transverse Réseaux			Management Transverse Client	Property & Facilities Management
Construction et Conception des services à valeur ajoutée				Professional Services	Achat
					Supply chain
					Secrétariat Assistance

 En croissance  
 Stable  
 En décroissance

Potential d'évolution des métiers

7

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



### Les besoins en recrutements

Relation clients	+ + +
Réseau et SI	+ +
Services aux entreprises	+
Innovation	+

8

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## Les changements internes aux métiers

Des changements spécifiques à chaque métier

### Relation Client

- Le besoin de conseils
  - La gestion de la complexité
- une bonne connaissance des services et de la technologie  
→ une expertise spécifique par catégorie de services

### Réseau et SI

- Le développement du tout IP
- Le changement de culture dans les métiers du réseau

### Le service aux entreprises

- Le déploiement des projets complexes
- De grandes compétences dans la gestion de projet

### Innovation

- Time to market
- De grandes capacités dans la gestion de grands projets transverses

9

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg

orange

## Nouveaux enjeux

### Stratégie industrielle

- Innovation
- Service/services
- La relation client
- Un groupe intégré dans la stratégie de convergence

### Nouveaux enjeux

- Culture** : une culture du service, de l'innovation et de la solution globale
- Compétences** : des généralistes et des experts, de nouveaux métiers, des évolutions de carrières
- Management** de la transversalité, de la complexité et de la diversité

La clé du succès : un engagement conjoint de l'entreprise et du salarié dans les évolutions

10

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg

orange

## Pourquoi un engagement conjoint ?

D'un environnement stable et planifié



A une adaptation constante dans un environnement instable

- Le salarié doit être moteur dans ses évolutions de carrière
- L'entreprise a le devoir de de lui fournir les moyens de ces évolutions

11

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## Un exemple Orange

act: anticipation des compétences pour la transformation 2006-2008

- donner la visibilité sur les perspectives d'emplois, des compétences nécessaires et de la géographie des activités du Groupe (opportunités)
- donner à chacun les moyens de construire un projet professionnel en ligne avec la stratégie du Groupe (développement)
- faire en sorte que chaque manager soit responsable de la transformation du Groupe (management)
- donner les moyens de réaliser son projet professionnel et de reconnaître la qualification par des mesures adéquates (solutions)

12

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## act :

Le salarié acteur des évolutions

L'entreprise s'engage

### act : OPPORTUNITES

- En rendant plus visibles les opportunités

### act : MANAGEMENT

- En impliquant l'ensemble du management

### act : DEVELOPPEMENT

- En permettant aux salariés de construire leurs évolutions de carrière

### act : SOLUTIONS

- En adaptant les solutions en termes de ressources humaines

13

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



## act : OPPORTUNITES

### Objectif

Chacun dispose des perspectives d'emplois, de compétences et des besoins géographiques des activités

- Mettre en évidence les opportunités professionnelles
  - Les professions en croissances et celles en déclin
  - Les besoins de recrutements internes et externes
  - Les changements au sein des métiers

14

Cairo March 2009 Laurent Zylberberg



Objectif

Donner à chaque salarié, les moyens de construire son propre projet de carrière en ligne avec les besoins et la stratégie de l'entreprise

- **Le contrat de développement personnel :**
  - Formalise l'engagement conjoint entre l'entreprise et le salarié sur son développement de carrière
- « **les espaces développement** »
  - Apporte aux salariés, des conseils, de l'information et des services pour construire leurs évolutions de carrière et leur développement personnel

Objectif

Renforcer l'implication du management dans l'évolution professionnelle de l'ensemble du personnel

- 50% du bonus repose sur la capacité à manager des équipes
- Développement des écoles internes à Orange
- Renforcement des écoles du management
- Internationalisation du Management

Objectif

Adapter les Ressources Humaines à la diversité des situations individuelles

- Accroissement de 25% des sommes consacrées à la formation en 3 ans
- En France, la formation représente plus de 6% de la masse salariale
- Les filières de développement professionnel sont renforcées
  - 16 Business Schools, formations diplômantes ou non
  - Développement des partenariats internes ou externes pour les formations, validés par des certificats Orange ou par d'autres certificats

