

# la lettre du Colidre

Comité d'information et de *liaison* des cadres *dirigeants retraités* de France Télécom

## Heureuse Année 2011



L'année 2010 se termine avec une audience chez Stéphane Richard, un voyage au Bhoutan et au Népal avec JF Sillière (rue Barrault..), et beaucoup d'informations qui vous ont été adressées par le Colidre et qui concernent plusieurs de nos activités 2011: voyage court en Jordanie qui a eu beaucoup de succès dès les premiers jours, voyage plus long en Argentine pour l'automne et, entre les deux, le programme du Congrès de Vichy en juin se précise.

Les conférences se préparent aussi activement et nous

espérons donc vous rencontrer à l'un ou l'autre de ces rendez-vous. Bientôt nous devons préparer 2012, avec les 15ans d'existence du Colidre: n'hésitez pas à faire des propositions, une association ne vit bien qu'avec la participation active de ses membres.

Nous ouvrons donc maintenant la «**trêve des confiseurs**» et vous souhaitons d'excellentes fêtes: **Joyeux NOEL** pour cette belle fête familiale autour du sapin et **Heureuse Année 2011** pour vous, votre famille...et le Colidre.

Le Conseil se joint à moi pour vous présenter ses vœux les meilleurs de bonne et heureuse année et surtout de bonne santé, tout particulièrement pour ceux d'entre vous qui sont actuellement éprouvés par la maladie.

**J.GUY**

## Entretien avec Stéphane Richard DG France Télécom

**L**undi 06 Dec 2010. Le Colidre était représenté par **Jean Guy, Alain Hoffmann et Gilles Vaillant** (en l'absence de **S.Didier** en voyage au Vietnam)

**Stéphane Richard** nous a reçus seul et nous a fait un excellent accueil, il a témoigné d'une excellente écoute.

Répondant à la présentation que Jean Guy a faite du Colidre et de ses différentes activités (en insistant sur la diversité et sur les liens souhaités avec FT), il indique qu'il est sensible au rôle important que peuvent jouer notre association et ses membres, forts de leur attachement à l'Entreprise, et qui, dans un contexte très dur, peuvent faire connaître les enjeux de l'entreprise et seraient capables de défendre son drapeau. Il nous voit comme des "ambassadeurs" ou "médiateurs", des "contributeurs de lien", qui peuvent en expliquant renforcer la nécessaire cohésion recherchée tant interne que hors de FT. .

Il va regarder comment la "Communication" de FT peut nous alimenter en informations sélectionnées pour nous permettre réellement de jouer ce rôle.

Du point de vue clients il est sensible et préoccupé par ce qu'il appelle des clients "en vville", c'est-à-dire perdus dans le SI, et les solutions pratiques pour leur permettre de faire entendre leur voix.

Sur l'organisation en France, il entend redonner "du poids" à une dizaine de Directeurs territoriaux et envisage de leur redonner "un compte d'exploitation" et de véritables moyens au service des clients.

**G. VAILLANT**

### sonmaire

#### Page 1:

- Les vœux du Président.
- Entretien avec S. Richard

#### Page 2:

- Hommage à Jean Arnould
- Orange repart en conquête

#### Page 3:

- Le très haut débit : qui et comment?

#### Page 4:

- Orange Change l'image des cabines

## *Hommage à Jean ARNOULD*

**J**ean ARNOULD nous a quittés discrètement en octobre. Le Colidre ne peut que lui rendre un vibrant hommage. Ce fut en effet un grand serviteur de l'Etat et de France Telecom au cours de sa brillante carrière très variée : en particulier débuts au CNET, puis industrie, DAIL; à la tête des directions territoriales et des zones à Lyon, Nancy, Lille; Vice-Président de Global One à Bruxelles,.. Partout il a été apprécié de ses collaborateurs, de ses collègues et de ses supérieurs avec lesquels il savait discuter fermement pour faire entendre son analyse parfois critique, mais aussi des organisations syndicales. Beaucoup d'entre vous l'ont cotoyé ou ont été sous ses ordres à un moment de leur carrière: nous sommes unanimes à vanter ses qualités d'analyse, d'écoute et de décision. Je peux donc, en votre nom à tous, dire à son Epouse et à ses enfants, qu'il fut un acteur remarquable de la transformation prodigieuse de France Telecom dans toutes ses responsabilités successives et un Homme exceptionnel apprécié par tous ceux qui l'ont connu au sein de France Telecom.

Denis Varloot recueille actuellement des témoignages nombreux, qui seront publiés dans les prochains " Cahiers de l'AHTI " et mis sur notre site.

Vous en serez informés le moment venu bien entendu.

**J.GUY**  
Président du Colidre

## *Grâce à son offre Open, Orange repart en conquête*

C'est un succès absolu. L'offre Open d'Orange, qui combine accès fixe (Internet, téléphone, télévision) et abonnement au mobile, a engrangé 99.000 clients pour ses 42 premiers jours d'existence. Certaines de ces recrues étaient déjà dans la maison, mais la moitié viennent d'un autre opérateur. Grâce à Open, la part de marché d'Orange dans les recrutements nets ADSL a donc dépassé 30 % au troisième trimestre, alors qu'elle se traînait à 15 % au premier semestre. L'opérateur historique, qui souffrait de la montée en puissance de SFR avec ses boutiques et de l'irruption de Bouygues Telecom, a réussi à retourner la situation à son avantage.

Les opérateurs alternatifs sont d'ailleurs très remontrés. Mais Gervais Pellissier, le directeur financier de France Télécom, ne s'inquiète pas de l'ouverture d'une enquête par l'Autorité de la concurrence en septembre : " Notre offre est plus chère que celle de Bouygues Telecom, et nous l'avons construite à la suite de l'avis de l'Autorité de la concurrence. De plus, nous ne posons pas de conditions exorbitantes par rapport à la durée d'engagement, qui peut se limiter à un an. " Le succès d'Open n'a pas adouci la position du groupe sur l'itinérance 3G pour Free Mobile : " Elle n'est pas prévue dans les conditions de la licence ", martèle Gervais Pellissier. Elle aurait pourtant pu être une contrepartie au verrouillage du marché par des offres " quadruple play " que Free ne peut pas encore vendre.

Conséquence de l'agressivité commerciale d'Open mais aussi de la baisse des tarifs ADSL fin mai, le revenu moyen

par client Internet a légèrement baissé au troisième trimestre par rapport aux trois mois précédents : il est passé de 36,60 euros à 36,10 euros. En revanche, sur un an il continue à grimper (35,10 euros au troisième trimestre 2009). Dans le mobile, les " smartphones " représentent plus de la moitié des acquisitions et renouvellements de téléphones, pour un parc installé qui dépassera 30 % à la fin de l'année. La part de marché d'Orange dans le mobile en France est restée stable à 42,5 %.

Quant au chiffre d'affaires global du groupe, il est en hausse de 1 % au troisième trimestre (avant effets réglementaires). " C'est une vraie croissance après la stabilité du premier semestre ", souligne Gervais Pellissier. " Toutes les géographies s'améliorent, les pays émergents font près de 10 % hors Egypte ", se félicite-t-il. " La marge s'érode de moins de 1 % du chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois de l'année, et nous sommes en mesure de confirmer notre objectif de 8 milliards d'euros de cash-flow en 2011 ", ajoute le directeur financier. Le groupe, qui vient de prendre le contrôle de Meditel au Maroc, est en ligne avec **son objectif de croissance à 300 millions de clients en 2015 - il est à 200 millions fin septembre**. Les prochains mois devraient voir la concrétisation du projet de cession des chaînes TV, l'arrivée de l'iPad et le lancement d'un kiosque presse sur les tablettes et les " smartphones " .

*Extrait d'article du journal Les Echos*

# Le très haut débit: qui et comment ?

L'arrivée du très haut débit dans les territoires est le principal enjeu de moyen terme en matière d'aménagement numérique du territoire.

La mise en place du cadre juridique du déploiement des réseaux en fibre optique jusqu'à l'abonné est en cours d'achèvement. Les déploiements s'engagent dans les plus grandes villes et devraient conduire à la couverture des principales agglomérations par les opérateurs à l'horizon de 5 ans.

Les collectivités territoriales sont appelées à jouer un rôle important dans le déploiement de la fibre. Dans la phase de démarrage, elles peuvent d'ores et déjà agir par effet de levier sur l'investissement privé, d'abord en facilitant les déploiements sur leur territoire en tant que gestionnaire du domaine public, mais également en installant et en mettant à la disposition des opérateurs des infrastructures de base (fourreaux, chambres, bâtiments).

Un deuxième axe d'intervention porte sur les projets de densification des réseaux de collecte dans les zones moins denses. En rapprochant la fibre de l'abonné, il s'agit de permettre à court ou moyen terme une montée en débit des territoires dans des zones où le déploiement du FTTH (1) n'est pas envisageable à ce stade. Dans ce cadre, la mobilisation des réseaux et surtout des infrastructures d'accueil existantes (fourreaux, poteaux électriques, etc.) sera encore une fois un élément important. Ces projets peuvent impliquer plusieurs technologies d'accès :

• la boucle locale cuivre avec la mise en oeuvre de l'accès à la sous-boucle locale, dont les travaux préparatoires sont déjà engagés et vont se poursuivre activement sous l'égide de l'ARCEP (2), notamment dans le cadre des discussions multilatérales entre opérateurs et dans le cadre d'un groupe de travail *ad hoc* du CRIP.

• les technologies radio : WiMax, 3G, puis les réseaux LTE qui seront déployés à moyen terme sur une large part du territoire par les opérateurs, grâce à la sous-bande de fréquences identifiée et réservée en France au très haut débit mobile par décision du Président de la République et du Premier ministre.

• à terme les réseaux FTTH, dont les collectivités peuvent d'ores et déjà préparer le déploiement avec les opérateurs. En dehors des deux cas extrêmes précités des zones les plus denses et les moins denses, les collectivités territoriales peuvent intervenir pour favoriser la mutualisation du génie civil et des réseaux fibre eux-mêmes, dont la partie terminale, plus ou moins importante en fonction des territoires, sera économiquement non duplicable et constituera donc une infrastructure d'intérêt public. Comme l'Autorité l'a indiqué dans ses recommandations depuis 2008, la mutualisation de la partie terminale ne sera viable à proximité des immeubles qu'en zones très denses. En dehors de ces zones, la mutualisation devra porter sur des poches d'habitat plus importantes, à l'échelle d'un quartier. Dans ce cadre, les collectivités disposent de plusieurs leviers

• en amont du déploiement, elles peuvent se doter

d'outils qui permettront l'organisation d'une topographie commune des futurs déploiements et faciliteront leurs discussions avec les opérateurs : elles peuvent ainsi conduire des études de piquetage, qui permettent de recenser les infrastructures existantes et d'estimer le coût d'un déploiement FTTH ; elles peuvent également réaliser des études permettant d'élaborer des scénarios pour la localisation et le dimensionnement du point de mutualisation, ainsi que la définition des poches d'habitat correspondantes, afin de favoriser une optimisation des déploiements par zone et d'éviter autant que possible une couverture morcelée sur une zone ;

• en tant que gestionnaire du domaine public, elles sont directement intéressées à la localisation et à l'hébergement du point de mutualisation, qui pourrait dans certains cas prendre la forme de bâtiments ou d'armoires situés sur le domaine public. Il est important que la collectivité concernée soit ainsi partie prenante de l'installation de ces constructions;

• lorsque les collectivités souhaiteront investir dans le déploiement d'un réseau FTTH, elles seront confrontées à deux contraintes importantes. D'une part, avant de déployer un réseau dans les immeubles, elles devront s'assurer en amont des conditions dans lesquelles les opérateurs sont prêts utiliser ce réseau dans le cadre de la mutualisation, ce qui suppose de bien déterminer avec eux non seulement le point de mutualisation mais également les architectures techniques et les tarifs. D'autre part, elles seront elles-mêmes en situation de bénéficier de la mutualisation de la partie terminale du réseau lorsque celle-ci aura été installée par un opérateur privé pour un immeuble que la collectivité envisage de desservir. Il leur faudra donc conduire des négociations avec le ou les opérateurs intéressés, dans le respect des dispositions législatives et réglementaires, et des éventuelles décisions de régulation en vigueur;

• lorsqu'un réseau câblé a été établi sous le régime de la délégation de service public, la loi pose le principe de l'utilisation partagée des infrastructures de génie civil du câble. Les collectivités peuvent se saisir de cette disposition pour favoriser les déploiements sur leurs territoires et inciter le câblo-opérateur à moderniser son réseau (la technologie FTTLA (3) offre des débits de plusieurs dizaines de Mb/s en voie descendante). Les collectivités territoriales seront étroitement associées dans le cadre du CRIP (4) aux travaux et discussions sur la régulation du très haut débit menés sous l'égide de l'Autorité, notamment en ce qui concerne la mutualisation de la partie terminale en application de la loi de modernisation de l'économie;

De nouvelles formes de partenariats public-privé pourront par ailleurs être imaginées par les collectivités pour favoriser la mutualisation des infrastructures et des réseaux, particulièrement pour les zones de densité moyenne. L'Autorité note avec intérêt la proposition formulée par le Gouvernement dans le plan de développement de l'économie numérique d'"étudier les conditions d'une intervention des collectivités locales comme investisseur minoritaire dans des réseaux ouverts". Cette nouvelle forme d'intervention au titre de l'article L. 1425-1 du CGCT est susceptible de combiner de façon pertinente les logiques d'entreprise et d'aménagement du territoire et de limiter le risque de distorsion de concurrence lié à une subvention publique. Il convient de préciser qu'une telle évolution suppose une modification législative.

1: Fiber To The Home

2: Autorité de régulation des communications électroniques et des postes

3: Fiber To The Last Amplifier

4: Comité des réseaux d'initiative publique

## *Orange souhaite changer l'image de ses cabines téléphoniques en pariant sur Internet et le multimédia*

**Technologie** - Avec une utilisation en chute libre, la cabine téléphonique doit changer. Orange a donc présenté sa remplaçante, connectée à Internet et *géolocalisée*.

**Tour d'horizon** - C'est en partenariat avec JCDecaux, spécialiste du mobilier urbain, et le laboratoire Paris Innovation qu'Orange a dévoilé sa cabine téléphonique du futur à Paris, sur les Champs Elysées. Connexion Internet, VoIP, géolocalisation et portail de services, les nouveautés ne manquent pas.

Il faut dire qu'avec une utilisation en baisse de 25% chaque année et des suppressions régulières, la mise à jour s'imposait. Autant pour les cabines elles-mêmes que pour l'image d'Orange pris à défaut sur le service universel.

**Des nouveautés en nombre** - Avec un design ouvert au quatre vents, l'intimité des communications pose question. Finie la cabine exigüe, place à deux parois de verre légères qui laissent entrer plus de lumière. Quid également de la prévention des dégradations du matériel lui-même, qui ont fait tant de tort à leurs prédécesseurs ?

La nouvelle cabine se présente donc sous la forme d'une borne tactile (sous Windows et IE7, écran de 17 pouces) accompagnée d'un combiné. La voix comme les données sont désormais transmises par ADSL.

La navigation sur Internet se limite à la consultation d'emails (huit services actuellement), la recherche de services publics, de santé et de commerces à proximité et le surf sur des sites sélectionnés. Des sites à l'interface remaniée pour être utilisables au doigt. Tout passe donc par le portail de l'opérateur, appels compris.

Le prix des communications ne changera pas (par rapport aux cabines d'ancienne génération) et, sur les six premiers mois après la mise en service, la consultation Internet sera gratuite, mais limitée à 10 minutes par session.

A travers 118 712 d'Orange, les utilisateurs ont accès aux annuaires des particuliers et professionnels. Local Search (également d'Orange), lui, permet la localisation de la borne et des services à proximité, y compris commerces, hôtels et restaurants contactables directement. De quoi mettre en avant le savoir faire de l'opérateur.

L'affichage de la position et le calcul des trajets sont eux fournis par Bing de Microsoft. Un choix étrange quand l'Institut Géographique National (IGN) propose le même type de services. Autre innovation, les sociétés motivées pourront développer leurs propres services pour le terminal.

A modernisme, nouveaux moyens de paiement. En plus des pièces et télécartes, les cabines accepteront dès juillet les cartes de crédit et, plus tard, le paiement via Paypal. Elles seront aussi compatibles avec le service "*Internet +*" d'Orange, traduit par le report des communications sur la facture Internet de l'utilisateur. De quoi passer quelques heures au téléphone.

### **Trop complexe pour les novices ?**

Tout ceci ressemble fort à l'ergonomie d'un smartphone. D'ailleurs, Delphine Ernotte, directrice exécutive d'Orange, l'a rappelé, " 30% des téléphones portables aujourd'hui sont des smartphones ". C'est donc sans surprise que les nouveaux terminaux s'en inspirent.

L'interopérabilité avec les terminaux mobiles est d'ailleurs envisagée. Par exemple, en lisant un " barcode " affiché sur la cabine avec la caméra de son appareil, le passant peut accéder sur son mobile aux services Internet de consultation et localisation. Autre option à l'étude, les trajets calculés sur la borne pourraient être transférés vers le téléphone.

Mais demande-t-on autant de services à une simple cabine téléphonique ? Passée la présentation, les premiers utilisateurs se sont frottés à la nouvelle interface. Avec eux les premiers accrocs, notamment sur la méthode d'appel, mal comprise des personnes peu habituées aux téléphones portables....

### **L'arrivée de la publicité localisée?**

Orange reste très discret sur les revenus publicitaires qui pourraient être générés par cette cabine (physiquement et sur l'écran). Aucun commentaire sur la mise en place, le coût, les revenus et leur répartition au moment du déploiement.

Pour la Mairie de Paris, la nouvelle cabine " n'est pas un support de pub ". Un vœu qu'Orange ne semble pas partager. Si la cabine ne contient pour l'instant aucune réclame, le site Internet dédié affiche en permanence un encart publicitaire.

Gérée par la régie de l'opérateur, la publicité affiche pour l'instant quelques sites Internet, à l'instar d'eBay. A terme, si elle est maintenue, l'offre pourrait être localisée en fonction de l'emplacement de la cabine, en proposant donc aux commerçants alentours de payer pour être mis en avant. Quand le service public rencontre le pragmatisme économique. De façon même plus large, Orange étudie toujours la question d'une inscription payante à l'annuaire de services des bornes.

### **Un enjeu majeur pour Orange**

Le lancement de ces nouvelles cabines est aussi une question d'image. Orange minimise la baisse d'utilisation des cabines et rappelle que la France est l'un des pays d'Europe les mieux dotés en publiphones, à raison d'une pour 400 habitants.

Avec ce rajeunissement, le groupe vise en priorité " les touristes, étudiants et populations défavorisées ". Les utilisations en seront donc diverses, menant les responsables du portail à en proposer plusieurs versions selon le lieu d'implantation après retours d'expérience.

La partie Internet du service pour l'instant limitée à quelques sites, sera dans le futur ouverte à un panel plus large, régulé par un contrôle parental. Pendant la phase d'expérimentation de 6 mois, Orange installera une douzaine de cabines dans différents quartiers de Paris, les premières réservées aux Champs-Elysées.