

L'intelligence artificielle chez Orange : progrès technique ou virage social à haut risque ?



À travers les dossiers présentés au CSEC d'octobre 2025, le groupe Orange confirme sa volonté d'accélérer la transformation numérique de l'entreprise autour de l'Intelligence Artificielle (IA), la data et la "softwarisation" des métiers. Ces orientations s'inscrivent dans le plan stratégique *Lead the Future*, qui ambitionne de faire d'Orange un acteur européen majeur de la cybersécurité, du cloud et des services IA, Mais derrière les discours d'innovation et d'efficacité se dessinent des mutations profondes des emplois, des conditions de travail et du sens même des métiers.

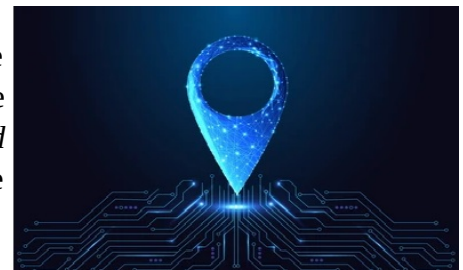
L'IA au cœur des métiers et des formations : une révolution culturelle imposée

Le dossier sur la formation 2026 fait de la *Data & IA* un pilier stratégique. Orange annonce vouloir "accélérer le recours à l'intelligence artificielle pour offrir à nos clients une expérience personnalisée et sans couture". Cette orientation se traduit par des parcours de formation massifs, du simple "acculturé IA" jusqu'à la reconversion vers les nouveaux métiers de la donnée.

Si le discours met en avant la "montée en compétences", la logique reste clairement top-down : l'IA est présentée comme incontournable, et les salariés doivent "s'adapter" à cette mutation technologique, qu'ils le veuillent ou non. Peu de place est laissée à une réflexion collective sur le sens de ces transformations ou sur leur impact social. La CGT s'inquiète d'un glissement vers une gestion individualisée des parcours, où chacun devient responsable de sa propre "employabilité", pendant que l'entreprise réduit ses effectifs dans les métiers dits "en décroissance".

L'intervention de terrain sous contrôle numérique

Le projet d'évolution des modes de fonctionnement de l'intervention illustre ce virage technologique. Sous couvert "d'efficacité" et de "décarbonation", Orange introduit la géolocalisation systématique des techniciens via l'application *Field Service Management*. Chaque arrivée et départ de site, chaque photo ou acte métier sera tracé, horodaté et géolocalisé.



Officiellement, il s'agit "d'assurer la qualité du service" et de "justifier les prestations auprès du client". Mais dans les faits, ce dispositif installe une surveillance numérique permanente des salariés. Il réduit leur autonomie et introduit une logique de contrôle algorithmique du travail. La direction parle "d'aide à la décision et d'allocation dynamique des interventions", mais cette automatisation risque de transformer les techniciens en simples exécutants, soumis à un pilotage logiciel.

La CGT alerte sur les dérives possibles : perte de sens du travail, déshumanisation des relations managériales, et atteinte aux libertés individuelles. L'entreprise promet que "la géolocalisation ne servira pas à surveiller", mais l'histoire sociale montre que ces outils, une fois en place, échappent rarement à des usages disciplinaires.

La relation client à l'ère de l'assistant IA : vers une déshumanisation du lien

Dans les centres d'appels, le projet "Speech Analytics / Mon Assistant IA" généralise l'usage de l'IA générative pour assister les conseillers clients. L'outil MAIA retranscrit les conversations en temps réel, analyse les émotions et propose des réponses préédigées. Il préremplit même les fiches d'appel. Officiellement, il "aide le conseiller à se concentrer sur l'écoute du client". Mais il redéfinit aussi profondément le métier : les marges de manœuvre humaines se réduisent, l'IA prend la main sur la qualification des besoins et le suivi des performances. Derrière la promesse d'efficacité se cache un double enjeu : réduction du temps d'appel, standardisation des interactions et pilotage accru des performances individuelles. Orange se défend en affirmant que "l'outil ne remplace pas le conseiller", mais l'économie du projet montre une autre réalité : 13 centimes par appel pour MAIA, 30 € par mois et par agent pour le module d'accompagnement personnalisé. L'enjeu est clair : rationaliser les coûts humains en industrialisant la relation client.



Quel avenir pour les métiers et l'emploi chez Orange ?

L'IA, la géolocalisation et l'automatisation ne sont pas neutres. Elles traduisent une stratégie d'entreprise fondée sur la productivité et le contrôle plutôt que sur la confiance et la reconnaissance du travail réel. Les métiers historiques (intervention, maintenance, back-office, relation humaine de proximité) disparaissent progressivement, remplacés par des fonctions d'opérateurs de systèmes et de superviseurs d'algorithmes. Face à cela, la CGT appelle à un vrai débat social sur la place de l'humain dans cette transformation : quelle maîtrise syndicale sur les usages de l'IA ? quelles garanties éthiques ? quelle protection pour les salariés dont les compétences deviennent obsolètes ?

Conclusion

Sous couvert de modernisation, Orange prépare une refonte en profondeur du travail : plus numérique, plus piloté, mais aussi plus standardisé.

L'enjeu essentiel pour la CGT est désormais clair : reprendre la main sur le sens de cette "intelligence artificielle" pour qu'elle reste un outil au service des salariés, et non l'inverse.

Définition : *L'Intelligence Artificielle (IA) est l'ensemble des techniques permettant aux machines d'analyser, d'apprendre et de prendre des décisions. Or, dans le contexte des systèmes automatisés d'entreprise, le terme "Intelligence" est un faux ami : il se rapproche davantage de la notion de **Renseignement** ou d'information. C'est cette dimension de collecte massive de données (sur les clients et, surtout, sur l'activité des salariés) qui est au cœur des préoccupations syndicales.*