

ADAPTATION A LA MONDIALISATION

ADAPTING TO GLOBALIZATION



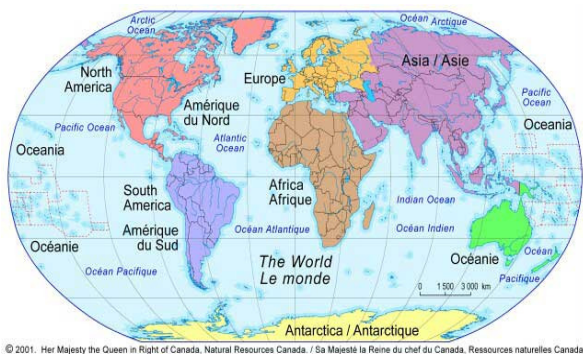
Lycée Etienne Oehmichen - 51000 Châlons-en-Champagne

<http://www.lyc-oehmichen.ac-reims.fr/>

'Il me fallait comprendre les raisons pour lesquelles les indiens que je rencontrais nous prenaient notre travail; pourquoi ils profitaient des délocalisations du secteur des services et de l' informatique d'entreprises américaines ou occidentales.'

Thomas L. FRIEDMAN, ***The World is Flat***, Farrar, Strauss and Girous, avril 2005

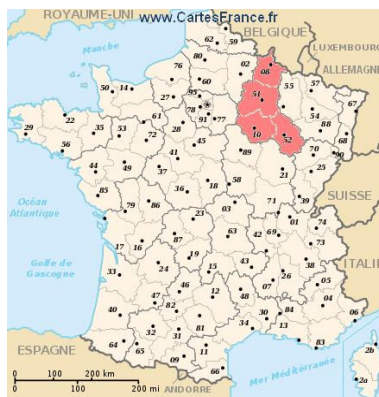
Prix Pulitzer, auteur et journaliste américain de renom, Thomas L. Friedman raconte son voyage à Bangalore en Inde où il prit conscience des effets de la mondialisation sur les fondements de l'économie. Il analyse ce concept et emploie la métaphore de la terre plate pour expliquer que la planète est devenue un terrain de sport sur lequel tous les adversaires ont leur chance. Un terrain sur lequel les différences historiques et géographiques perdent de leur importance. Où seule la compétition compte.



'I just wanted to understand why the Indians I met were taking our work, why they had become such an important pool for the outsourcing of service and information technology work from America and other industrialized countries.'

Thomas L. FRIEDMAN, ***The World is Flat***, Farrar, Strauss and Girous, April 2005

Winner of the Pulitzer Prize and author, Thomas L. Friedman, a well-known American journalist recounts his journey to Bangalore, India, when he realized how globalization had changed core economic concepts. He analyzes globalization and points out the flat world metaphor as for him the world is a level playing field where all competitors have an equal opportunity. A global market where historical and geographical divisions are becoming increasingly irrelevant, where competition is the rule.



QU'EST-CE QUE LA MONDIALISATION ?

Etymologie : du latin « mundus » qui signifie *univers*.

La mondialisation est le processus d'ouverture des économies nationales sur un marché planétaire. Ce phénomène est favorisé par l'interdépendance entre les hommes, la dérèglementation, la libéralisation des échanges, la délocalisation de l'activité, la fluidité des mouvements financiers, les migrations, le développement des moyens de transport et de télécommunication.

➤ Avantages

- Industrialisation et développement des pays dits du Tiers-Monde
- Accélération de la mobilité du capital
- Transferts technologiques
- Echanges interculturels / réduction des barrières culturelles
- Augmentation des flux de communication...

➤ Inconvénients

- Dérèglementation des économies nationales
- Délocalisations et pertes d'emploi dans les pays occidentaux
- Augmentation de la pollution
- Emergence d'un standard culturel...

WHAT IS GLOBALIZATION?

Comes from the latin word « mundus » meaning *universe*.

Globalization can be defined as the process of increasing the connectivity of the world's markets. The driving forces of this phenomenon are the interdependence of men, deregulation, liberalization, outsourcing of activities, capital flows, migrations, advances in transportation and telecommunication infrastructures.

➤ Advantages

- Industrialization and development of Third World economies
- Intercultural exchanges / reduction of cultural barriers
- Technological transfers
- Intercultural exchanges / reduction of cultural barriers
- Increased flow of communication

➤ Disadvantages

- De-regulation of national economies
- Outsourcing and job losses in Western countries
- Increase of pollution
- Emergence of a cultural standard...

EMPLOI, ACTIVITE ECONOMIQUE ET MONDIALISATION EN CHAMPAGNE-ARDENNE

L'activité économique

Quelques chiffres :

- ❖ 61,4% du territoire est dédié à l'agriculture.
- ❖ 29757 hectares de vignes
- ❖ 3^{ème} région industrielle en France
- ❖ 36 541 million € : PRB (17^{ème} région française)
- ❖ 1,9% du PNB
- ❖ 24093 exploitations agricoles
 - 10988 en viticulture
 - 7692 en culture
 - 4594 en élevage
 - 819 en maraîchage, horticulture et fruits
- ❖ 6733 millions € d'exportations en 2009 :
 - Vin et champagne : 20.8%
 - Equipements pour automobiles : 6.8%
 - Céréales et plantes industrielles : 4.1%
- ❖ 5538 millions € d'importations en 2009
 - Produits pharmaceutiques : 18.5%
 - Produits sidérurgiques de base: 12,7%
 - Matières plastiques de base : 10,9%

Les fournisseurs principaux:

- ❖ Allemagne 18.5%
- ❖ Italie 12.7%
- ❖ Belgique 10.9%
- ❖ Royaume-Uni 6.6%
- ❖ Suède 5.4%

JOBS, ECONOMY AND GLOBALIZATION IN CHAMPAGNE-ARDENNE

The regional economic activity

A few figures:

- ❖ 61.4% of the territory is dedicated to agriculture.
- ❖ 73531 acres of vineyard.
- ❖ The third industrial region
- ❖ 36 541 million € : GRP (17th French Region)
- ❖ 1.9% of National GDP
- ❖ 24093 farms
 - 10988 in viticulture
 - 7692 in culture
 - 4594 in livestock
 - 819 in market gardening, fruits.
- ❖ 6733 million € of exportation in 2009 :
 - Wine and Champagne : 20.8%
 - Equipments for automobile : 6.8%
 - Cereals and industrials crops : 4.1%
- ❖ 5538 million € of importation in 2009
 - Pharmaceutical products : 18.5%
 - Steel products : 12,7%
 - Plastics : 10,9%

The main suppliers are:

- ❖ Germany 18.5%
- ❖ Italy 12.7%
- ❖ Belgium 10.9%
- ❖ United Kingdom 6.6%
- ❖ Sweden 5.4%

Camille KROLAK

➤ Le vin de Champagne

L'économie Champardennaise est dynamisée par les fortes exportations de Champagne à travers le monde (20,8 % des exportations de la Champagne-Ardenne).

- ❖ 141 millions de bouteilles de Champagne exportées en 2009
- ❖ La première entreprise exportatrice de Champagne est Krug (Champagne très haut de gamme) avec un chiffre d'affaire annuel en 2008 de 38 millions d'euros sur l'exportation soit 84,28 % de leur chiffre d'affaire total.
- ❖ 44 % de la production de Champagne est exportée notamment vers les pays suivants :
 - Royaume-Uni : 35 984 574 bouteilles
 - Etats-Unis : 17 193 526 bouteilles
 - Allemagne : 11 573 597 bouteilles

➤ Le TGV Est Européen



Le TGV Est fait mieux que prévu.

Le TGV Est européen a transporté en un an 11 millions de voyageurs.

63% de champardennais se disent satisfaits de l'arrivée du TGV Est.

➤ Participation étrangère

En 2008, la Champagne-Ardenne était la 4ème région française en terme de participation étrangère avec 25,4 % des établissements appartenant à un groupe étranger ; soit 38,9 % des travailleurs.

➤ **The Champagne sparkling wine**

The economy of Champagne-Ardenne is driven by high levels of champagne Exports across the world (accounting for 20.8% of Champagne-Ardenne exports).

- ❖ 141million bottles of Champagne exported in 2009
- ❖ Krug is the first exporter of Champagne (upscale Champagne) with an annual turnover in 2008 of 38 million euros on exports - 84.28% of their total turnover.
- ❖ 44% of the production of Champagne is exported to the following countries:
 - United Kingdom : 35 984 574 bottles
 - United States : 17 193 526 bottles
 - Germany : 11 573 597 bottles



➤ **The High Speed Train**

The TGV is a huge success. A year after its inauguration, the eastern track transported 11 million passengers.

63% of people living in Champagne-Ardenne said they were positive to the TGV Est.

➤ **Foreign participation**

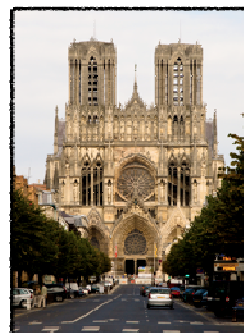
In 2008, Champagne-Ardenne was the fourth French region in terms of foreign participation with 25.4% of companies owned by a foreign group with 38.9% of workers.

L'activité touristique

- ❖ Tourisme favorisé les plants d'eau (Lac du Der, Lac de la Forêt d'Orient) qui attirent de nombreux amateurs de sports nautiques étrangers.
- ❖ Un parc d'attractions (3ème plus gros de France) : Nigloland, situé près du Parc Naturel Régional de la Forêt d'Orient.
- ❖ Les Magasins d'Usines de Troyes : grand pôle d'attraction pour la région.
- ❖ Le patrimoine historique et architectural: la Cathédrale de Reims, le vieux Troyes, le château fort de Sedan, les remparts de Langres...



Sedan



Reims

En Champagne-Ardenne, 32,5 % des nuitées hôtelières sont des nuitées de personnes étrangères dont 93 % sont de l'Union Européenne.

- ❖ 40 % de britanniques
- ❖ 22 % de belges
- ❖ 10 % du danois
- ❖ 4 % d'italiens
- ❖ 4 % d'américains
- ❖ 10 % du reste du monde.

Malgré la légère baisse du tourisme, la Champagne-Ardenne reste une région attractive.

Tourism

- ❖ Tourism is promoted and is quite important in the region, especially with the numerous water plants (“Lac du Der”, “Lac de la Forêt d’Orient”) which attract many water sports enthusiasts from abroad.
- ❖ Nigloland, an amusement park (3rd largest in France) is located near the “Parc Naturel Régional de la Forêt d’Orient”.



Nigloland

- ❖ The outlet shops of Troyes are a great attraction for the region
- ❖ The historical and architectural heritage : “Cathédrale de Reims”, “le vieux Troyes”, “le château fort de Sedan”, “les remparts de Langres”...



Langres



Troyes

In the Champagne-Ardenne, 32.5% of overnight hotel stays are foreign persons of which 93% are from the European Union.

- ❖ 40 % are British
- ❖ 22 % are from Belgium
- ❖ 10 % are from Denmark
- ❖ 4 % are Italian
- ❖ 4 % are American
- ❖ 10 % are from the rest of the world

Despite the slight decline of tourism, the region of Champagne-Ardenne still attracts many foreigners.

Jérémy GOYEUX

La mondialisation a engendré des projets d'avenir :

➤ L'amélioration des voies de communication

- ❖ Aéroport international de Vatry
- ❖ TGV Est Européen

➤ Evolution de l'enseignement supérieur

- ❖ Europol' Agro
- ❖ ESIEC
- ❖ UTT (Université Technologique de Troyes)
- ❖ l'URCA (Université de Reims et de Champagne-Ardenne) et ses écoles de commerces sont devenues des centres de recherche et de formation innovants.

Globalization led to the creation of innovative projects for the future:

➤ Improvement of transportation

- ❖ International airport of Vatry
- ❖ High Speed Train

➤ Evolution of higher education

- ❖ Europol' Agro
- ❖ ESIEC
- ❖ UTT (Technical University of Troyes)
- ❖ The URCA and its business schools have become innovative centers of training and research.



Amandine PAYET

Negative effects of globalization

Globalization and the opening of international competition generate negative effects at the regional and local levels, changing the balance of the territory.

With the globalization of the economy, some sectors which had constituted the region's wealth, are today a source of fragility due to in a fierce international competition.

➤ Outsourcing and job destructions

- ❖ Electrolux moves to Poland
- ❖ Michelin moves to Turkey

Hence a growth of unemployment. 82,900 jobs have been destroyed in the region's industrial sector in only 5 years. Thus creating many demonstrations and protest movements.

➤ Drop of investments in the region

➤ Fall of economic activity



LE GROUPE FRANCE TELECOM - ORANGE

HISTORIQUE

La marque Orange fut lancée sur le marché britannique en avril 1994 par Hutchison Whampoa, groupe originaire de Hong Kong, avec pour objectif de devenir l'opérateur de référence en matière de communication mobile. Lancée à Hong Kong en septembre 1998 elle passe de la 4^e à la 1^{re} place en seulement 6 mois.

Fin 1999, l'allemand Mannesmann AG annonce l'acquisition d'Orange, qui sera ensuite rachetée par Vodafone.

En août 2000, France Telecom rachète Orange à Vodafone pour un coût total estimé à 39.7 milliards d'euros. Les activités de téléphonie mobile d'Orange sont alors fusionnées avec la majorité des activités mobiles de France Telecom, constituant le groupe : Orange SA.

En 2005, Orange France devient le 1^{er} opérateur à utiliser un réseau national à haut débit pour téléphone mobile, réunissant :

- ❖ l'EDEGE qui couvre 95 % de la population
- ❖ la 3G qui couvre 60 % de la population
- ❖ GPRS (internet bas débit) qui couvre 98 % de la population.

En novembre 2008, le groupe lance 5 chaînes Cinéma Séries.

En 2010, Orange change de directeur. Didier Lombard cède la place à Stéphane Richard à la tête du groupe. Une réorganisation interne a également lieu avec notamment l'entrée de l'ancienne ministre de la culture Christine Albanel qui est alors chargée de la communication du groupe.



Christine Albanel

Orange sera le nom et la marque unique de France Télécom d'ici 2012.

HISTORY



Orange was launched on the UK market in April 1994 by Whapoa, a company from Hong Kong, with the goal of becoming the benchmark for mobile communication. Orange was launched in September 1998 in Hong Kong, and moved from 4th to 1st in only six months.

Late 1999, the German Mannesmann AG announced the acquisition of Orange, before being bought by Vodafone.

In August 2000, France Telecom bought Orange from Vodafone for a total estimated cost of 39.7 billion Euros. The majority of the mobile activities of Orange are then Orange SA group.

In 2005, Orange France becomes the first operator to use a national network for mobile broadband, bringing together:

- ❖ the EDGE which covers 95% of the population
- ❖ 3G who covers 60% of the population
- ❖ GPRS (which covers 98% of the population.)

In November 2008, the group launched its five Cinema Series channels.

In 2010 Orange changed its head management . Didier Lombard was replaced by Stéphane Richard as CEO.

An internal reorganization also took place with the entrance of the former Culture Minister Christine Albanel, in charge of the group's communication campaigns.



Didier Lombard



Stéphane Richard

Orange will be the sole name of the group by 2012.

Léana COLLOT - Ryan GUEMAZI

QUELQUES CHIFFRES

- ❖ 200 000 salariés dans le monde
- ❖ 1400 salariés en Champagne Ardenne
- ❖ 150 salariés à Chalons en Champagne
- ❖ 22 144 millions d'euros : chiffre d'affaires mondial au 30 juin 2010
- ❖ 11 590 millions d'euros : chiffre d'affaires en France au 30 juin 2010
- ❖ 29 892 millions d'euros : endettement financier au 30 juin 2010
- ❖ 26.3 millions de clients en France en 2009
- ❖ 182 millions de clients dans 32 pays (dont 123,1 millions de clients mobile et 13.2 millions de clients internet-ADSL)
- ❖ 3^e opérateur mobile en Europe
- ❖ 3^e fournisseur d'accès internet ADSL en Europe
- ❖ L'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services

LES VALEURS DE L'ENTREPRISE



Together we can do more

A FEW FIGURES

200 000 employees in the world

1400 employees in Champagne-Ardenne

150 employees in Châlons-en-Champagne

Turnover in June 30th, 2010: 22 144 million Euros

Turnover in June 30th, 2010 in France: 11 590 million Euros

Financial debts in June 30th, 2010: 29 892 million Euros

In 2009: 26.3 million customers in France

30 June 2010: 182 million customers in 32 countries with 123,1 million of mobile customers and 13.2 million of ADSL customers

Third mobile operator in Europe

Third supplier of broadband internet services in Europe

A leading global telecommunications service supplier to multinational companies, under the brand Orange Business Services

THE CORPORATE VALUES



friendly

We take the time to listen. We treat everyone as individuals. We enjoy working and succeeding together.

honest

We are open. We say what we do and we do what we say. We are happy to share.

straightforward

We are direct and easy to understand. We keep things simple. We focus only on what's important.

refreshing

We are brave. We dare to do things differently, to find a better way. We give colour to all that we do.

dynamic

We are passionate, confident and focused on the future. We push the boundaries. We make a difference to people's lives.

Marie-Anne GENY

OUVERTURE A L'INTERNATIONAL

Orange possède des filiales:

- en Europe
- en Afrique
- en Asie
- en Amérique du Nord
- en Amérique Latine et au Moyen Orient.

Partenariats à l'étranger:

Quelques exemples:

- ✓ Microsoft pour le système d'exploitation des téléphones mobiles
- ✓ Apple pour la distribution des iPhone
- ✓ HP, British Telecom, Telefonica, Deutsche Telecom, Nokia...
- ✓ Sous-traitance de centres d'appel au Cap-Vert, en Egypte, au Mali
- ✓ Recherche technologique avec le Polytechnicum de Munich et le MIT

Des concurrents:

- Belgacom, Proximus (Belgique)
- Vodafone (Royaume-Uni)
- T-Mobile (Allemagne)



INTERNATIONALIZATION

Orange owns subsidiaries:

- In Europe
- In Africa
- In Asia
- In North America
- In Latin America and the Middle-East

Partnerships abroad:

A few examples:

- ✓ Microsoft for mobile phone operating
- ✓ Apple for iPhone distribution
- ✓ HP, British Telecom, Telefonica, Deutsche Telecom, Nokia...
- ✓ Subcontracting of customer hotline in Cap-Vert, Egypt, and Mali
- ✓ Technological research with the Polytechnicum of Munich and the MIT

Some competitors

- Belgacom, Proximus (Belgium)
- Vodafone (United Kingdom)
- T-Mobile (Germany)



Jérémy CAFFET - Maxime CHIR - Ngoc-Anh LE – Thomas VILLERMAUX

Entretien avec Daniel NABET, Directeur régional de FT-Orange



Mélanie Hemonet : Bonjour M. Nabet. Quelles sont les principales activités du groupe France-Télécom/Orange ?

Daniel Nabet : France Télécom est une société de télécommunication dont Orange est la marque principale. Nous proposons des services de télécom (téléphones fixes et mobiles). Notre métier est de permettre la communication entre les personnes.

MH : France Télécom a racheté Orange, à qui et pourquoi ?

DN : France Télécom, dans un objectif d'internationalisation, a racheté Orange pour 33 milliards € à un entrepreneur britannique, Hank Snook.

MH : Quel intérêt avait France Télécom de passer du statut d'entreprise publique à celui de société anonyme ?

DN : Les entreprises publiques ne peuvent disposer de financements sur le marché ou racheter des entreprises privées. L'Etat, actionnaire majoritaire, avait besoin d'argent et voulait permettre à France Telecom de réussir son internationalisation en ayant un statut plus souple.

MH : A quelle période FT-Orange s'est-elle le plus développée ? Et pourquoi ?

DN : FT-Orange s'est surtout développée entre les années 2004 et 2006 grâce aux grosses acquisitions. FT-Orange est toujours en pleine croissance et est devenue le 1^{er} opérateur de téléphonie en Afrique.

MH : Quels supports publicitaires privilégiez-vous ?

DN : Nous privilégions la proximité et le marketing direct avec la publicité papier. Les flyers et les affiches sont plus efficaces et ont plus d'impact que la télévision par exemple et sont moins coûteux.

MH : Quel type de clientèle ciblez-vous en priorité ?

DN : Auparavant nous ciblions les jeunes accros de mobile mais aujourd'hui toutes les classes d'âge sont concernées en Europe. En revanche, la cible est différente dans des continents jeunes comme l'Afrique et l'Amérique du Sud.

MH : Quels sont vos objectifs pour l'année 2011 ?

DN : Tout d'abord recréer le lien social avec le personnel, redynamiser la culture d'entreprise et revoir la politique de management. A plus long terme le plan Conquête 2015 s'adresse directement aux salariés, clients et actionnaires à travers une série d'actions.

Interview of Daniel NABET, FT-Orange regional manager

What are the main activities of FT/Orange?

France Telecom is a telecommunication company and Orange is its key brand. France Telecom offers telecom services. Our job is to allow communication between people.

France Telecom has bought Orange, from whom and why ?

France Telecom bought Orange from a British entrepreneur, Hank Snook for 33 billion euros. The aim was to make internationalization easier for France Telecom.

What were the advantages for FT to shift from a public-owned company to a public stock corporation with private shareholders?

Public companies cannot get cash-flow from the market or buy a private company. The State needed money and wanted to enable France Telecom to compete successfully at the international level.

When did FT-Orange extend the most?

Orange developed at a high speed between 2004 and 2006 when it purchased many companies. FT-Orange is still developing and has become the first phone operator in Africa.

Which advertisement media do you use the most?

We give priority to proximity and direct marketing. Flyers and posters are therefore more efficient and less costly than television.

Who are the target customers?

In Europe, we used to target young people who were the massive users of mobile phones. Things have changed and all ages are concerned now. But the situation is different in Africa and Latin America where the population is very young.

What are your goals for 2011?

First of all, we want to recreate the social link with the employees, revitalize corporate culture and adapt our management policy. Our project, "conquests 2015", simultaneously addresses its employees, customers and shareholders through a concrete set of action plans.



FT-Orange offices in Châlons

Crystal Rueff : Quel est le lien entre l'Etat et l'entreprise ?

DN : L'État possède 17% de la société France Télécom/Orange. Les 80 000 fonctionnaires de la société sont gérés selon le Code de la Fonction Publique Française. L'État n'a pas le droit de délocaliser le siège Orange en dehors de la France.

CR: France Télécom et Orange sont-elles restées deux entités distinctes dans le même groupe où ont-elles fusionné ?

DN: France Télécom et Orange ont fusionné en un seul groupe.

CR : Quelle est la part de la dette dans l'entreprise ?

DN : La dette, au niveau mondial, est de 75 milliards €. Puis celle-ci a diminué et s'élève maintenant à 30 milliards €. Notre société est la moins endettée de toutes les entreprises de télécommunication.

CR: A quel point êtes-vous touchés par la crise économique ?

DN : France Télécom-Orange est peu touchée par la crise économique, comparé à d'autres entreprises, car les télécommunications sont devenues indispensables. A notre époque on ne peut plus se passer de téléphone, d'ordinateur, de télévision...

CR: Quelle est votre stratégie pour faire face à la concurrence ?

DN : Nous avons deux stratégies pour faire face à la concurrence. Le service et l'innovation.

CR : Avez-vous une politique sociale ? Si oui, quelles sont les grandes lignes ?

DN : Oui, France Télécom-Orange a une politique sociale. Nous essayons de rétablir le dialogue social avec les organisations syndicales. Pour cela, nous avons signé des accords. Nous privilégions la convivialité et accordons une attention particulière aux salariés les plus fragiles. Nous avons un plan appelé Conquête 2015 qui consiste en quatre points :

- **Conquérir la fierté des salariés**
- **Conquérir des réseaux**
- **Conquérir les clients existants et de nouveaux clients**
- **Conquérir le développement à l'international**

- **What is the link between the State and the company?**

The State owns 17 % of the France Telecom-Orange. The 80,000 civil servants of the company are managed according to the Code of the French Civil Service. The State cannot outsource the company's head office overseas.

- **Have France Telecom and Orange remained two separate entities in the same group or have they merged?**

France Telecom and Orange have merged into a single group.

- **What is the amount of the company's debt?**

The 75 billion € debt has dropped to 30 billion €. This company is the least indebted of the sector.

- **How are you affected by the economic crisis?**

France Telecom-Orange is barely affected by the economic crisis, compared to other companies, because telecommunications have become indispensable to our lives. We can no longer do without a phone, a computer, TV...

- **What is your strategy to cope with competition?**

We have two strategies - service and innovation.

- **Have you got a social-awareness policy? If yes, what are the main lines?**

Yes, France Telecom-Orange has a social policy. We are trying to restore the social dialogue with the trade-union organizations. For that, we have signed agreements. We favour conviviality and pay a close attention to vulnerable employees.

- *Conquest of the employee pride*
- *Conquest of networks*
- *Conquest of customers*
- *Conquest of international development*

