

La CFDT du CMO souhaite expliquer sa position en mettant en exergue plusieurs points.

Des points positifs :

- Un modèle économique rentable à date et ancré sur son territoire
- Une volonté réaffirmée du maintien de l'effectif et des compétences
- L'intégration et le renforcement de la gouvernance

Des points négatifs :

- Des orientations stratégiques présentées trop généralistes sans détail à minima sur les actions concrètes et leurs conséquences
- Des orientations stratégiques axées sur le PMT mais un PMT pas encore finalisé
- Un manque de visibilité sur les moyens et indicateurs
- Un manque d'innovation en rapport avec les enjeux sociétaux
- Un questionnement sur l'innovation propre au CMO, hors Euro Informatique, dont l'innovation numérique digitale
- L'aspect RH quasi-inexistant alors que les métiers sont et vont être transformés fortement
- L'absence de prospective sur les mutations d'emploi et l'accompagnement notamment pour prévenir les risques psycho-sociaux et organisationnels (RPSO)
- L'absence de place réservée le cas échéant, à une remise en cause, selon les aléas, surtout au regard de la durée de 7 ans du PMT

Nos propositions CFDT :

Le directeur général mettant en avant « toutes les parties prenantes », la CFDT formule plusieurs propositions :

- Expérimenter au plus près du territoire local
- Oser la souplesse dans l'organisation du travail
- Associer réellement les RP en amont des chantiers au sein des GT
- Activer une politique RH à l'image de l'innovation clients

Vous l'aurez compris, la CFDT du CMO reste vigilante sur le prix social de ces orientations stratégiques et du PMT. Notre rôle est la défense et l'amélioration des conditions de travail des salariés.

**Nous concluons en citant notre secrétaire général Laurent Berger : « une société ne peut fonctionner avec la croissance économique pour seul indicateur ».**