

Compte Rendu de la réunion exceptionnelle du Comité d'Entreprise des 15 janvier, 28 avril et 26 mai 2015

La composition de l'assemblée était la suivante :

Représentants de la Direction	
Yolande De Busschop, Présidente	Sophie Baquié, Administration Ressources Humaines
Carolina De Landsheer, Directrice des Ressources Humaines EMEA	
Représentants du Personnel	
Titulaires	Suppléants
Bernard Clarysse, Trésorier	Aurore Weiss, Trésorier adjoint
Carl Van Baelen	Fabien Foulon
Olivier Martinez, Secrétaire	Philippe Andre
Pascal Tournier, Secrétaire adjoint	Thierry Sutto
Thierry Viard	Julie Athanassiadis
Délégués Syndicaux	
Bernard Clarysse, CFE-CGC	Myriam Combes, CFDT

Ordre du jour :

Information et consultation sur le projet de réorganisation du département Customer Marketing et le projet de licenciement collectif en résultant

Annexe :

Annexe 1 : Note initiale de la direction du 15 janvier 2015.

Annexe 2 : Liste des clients avec lesquels travaillent les membres du Customer Marketing de Toulouse.

Annexe 3 : Réponses écrites de la direction aux questions posées par les élus lors de la réunion du 16 janvier 2015.

Annexe 4 : Note finale de la direction du 26 mai 2015.

Annexe 5 : Piastany Job Description.

Annexe 6 : Postes de reclassement. (16 janvier 2015)

Annexe 7 : Postes de reclassement mis à jour. (26 mai 2015)

Annexe 8 : Résultats financier ON Q1 2015.

Annexe 9 : Copie de l'email de Kris Casey sur l'organisation des futures négociations

La réunion commence par le calendrier de consultation décrit dans le projet. La direction précise que la convocation du CHSCT ne se tiendra pas le 02/02/2015. La note et la convocation pour le CHSCT seront envoyées en même temps.

Olivier Martinez mentionne que les élus souhaitent prolonger la réunion tant qu'il reste des points à préciser. La réunion de 15 janvier 2015 sera suspendue et reprise un autre jour si nécessaire. La deuxième réunion sera celle où le CE rendra son avis.

La direction décrit le projet suivant le document fourni (voir annexe note CE réunion exceptionnelle du 15/01/2015).

1. Organisation ON et Customer Marketing

Les élus mentionnent qu'il n'y a aucun résultats financiers dans le document justifiant le licenciement économique ?

La direction répond que la société n'est pas dans un contexte financier difficile. Mais il y a d'autres éléments pour justifier le projet : stratégie, synergie et structurel. L'objectif est de garder la compétitivité à long terme.

Les élus mentionnent qu'il n'y a pas de chiffre qui démontre la compétitivité à long terme et le gain que compte faire l'entreprise avec cette restructuration.

La direction prend note. Les résultats 2014 ne peuvent pas être donnés. Le CE demande les chiffres de Q1 à Q4 2014.

Les élus demande un organigramme mondial avant et après la réorganisation pour comprendre l'impact du licenciement du Directeur Mondial et ne pas avoir une vue restreinte à l'Europe.

2. Le Projet (transfert des postes en Allemagne et Slovaquie)

Les élus demandent pourquoi cette partie est centrée sur l'automobile qui ne représente que 29% des ventes.

La direction répond que pour la partie Europe, l'automobile est très importante. Pour les autres secteurs il n'y a pas de gros clients.

Bernard Clarysse présente un tableau des clients avec le nom, le pays, le lieu de négociation, la nationalité du vendeur. Ce tableau illustre qu'un seul client a son lieu de négociation à Munich. Un quart seulement des acheteurs sont allemand.

La direction répond que la langue est un avantage pas un argument clef. La plupart des négociations se font en Allemagne. Une stratégie mondiale est entrain de se mettre en place. Aux Etats-Unis, c'est déjà le cas et la même stratégie est déployée en Asie. Les élus demandent les données sur cette restructuration mondiale.

1. Synergies avec les clients

Concernant la délocalisation en Slovaquie, la direction précise que le but est d'avoir des personnes qui négocient des contrats en étant proche des CSR.

Les élus répondent qu'avec les moyens de communication d'aujourd'hui, il n'apparaît pas évident que cette proximité soit décisive. Cela fonctionne correctement actuellement. Cette relocalisation à Munich pourrait pénaliser la gestion des clients français par exemple. Il n'y a pas de solution optimale.

La direction répond qu'il faut faire un choix. La société a pris la décision de relocaliser à Munich. Il y a une stratégie pour faire grandir l'Allemagne.

Les élus précisent que la somme des expériences des personnes travaillant au customer marketing est de 200 ans ! Il est surprenant que ON Semiconductor veuille se séparer de ce savoir-faire. De plus au vue des périodes de négociations, il semble que le timing des licenciements soit bien choisi pour que le plan de relocalisation se déroule au mieux.

Les élus demandent pourquoi ne pas avoir proposé les postes aux employés de Toulouse ? Pourquoi ces postes ne sont pas proposés en reclassement ?

La direction répond que les 2 CDDs n'ont pas été prolongés. Ils ont été remplacés par des postes plus gradés Munich. La compagnie considère qu'un recrutement externe est aussi une plus-value. Ces personnes seront concentrées sur la partie négociation et la partie administrative sera allégée pour ces recrutements en Allemagne.

Les élus précisent qu'aujourd'hui, les négociations sont menées par 4 personnes à Toulouse en face à face. Comment les 2 négociateurs basés à Munich pourront-ils assumer le même planning ? Y a-t-il d'autres recrutements prévus en Allemagne ?

La direction répond qu'il n'y a pas d'autres recrutements prévus. Il y aura une synergie avec l'équipe de Piestany pour assumer la charge de travail existante.

Les élus font valoir le fait que le document présenté par la direction ne présente aucun argument valable au niveau économique, et au niveau des compétences. Au niveau stratégique/compétitivité pour l'entreprise, les arguments déployés ne semblent pas non plus convaincants.

2. Synergie avec le département Sales

a) Les élus demandent à la direction :

- Nombre de déplacements en Allemagne pour 2013 et 2014
- Temps consacré aux déplacements en 2013 et 2014 et détails des coûts associés

Les élus font remarquer que les forces de vente en Allemagne ne se déplacent pas en avion mais en voiture, il n'y a donc pas de gain de temps.

Voyant l'importance donnée dans le document au bureau de Munich, les élus demandent si la synergie au niveau du Customer marketing pourrait s'appliquer au niveau du bureau des ventes à Paris ?

Les élus, à la vue du document ne sont pas convaincus du poids donné à l'Allemagne (par les chiffres présentés au niveau des effectifs sales) pour justifier la synergie. Les élus ne comprennent pas en quoi la mise en place du marketing en Allemagne va améliorer la synergie.

Les élus font remarquer que le Customer Marketing traite avec les vendeurs pas les FAEs ou SECs. Quelle est la répartition exacte des GAMs et des autres fonctions dans la répartition des équipes ventes en Europe ? Sur les 9 embauches Front Office sales, quel est le nombre exact de vendeurs ?

La direction prend note des remarques des élus sans apporter de réponses.

b) Back office sales en Slovaquie

La Direction confirme que la grande majorité des négociations menées par les gens de Piestany ne se fera pas en face à face. La pratique de l'Allemand est un avantage et n'est pas un élément clef.

Les élus rappellent à la direction que ON Semiconductor a signé un accord Sénior depuis 2010 qui garantit de maintenir plus de 12% de personnes de plus de 55 ans. Cet accord sera-t-il toujours respecté si les 6 personnes mentionnées dans le plan quittent la société ? La direction répond que oui.

Les élus rappellent que les 2 juniors embauchés n'ont pas été conservés en sus des 2 nouveaux embauchés. Auraient-ils pu faire partie de la nouvelle structure ?

La direction répond qu'il a été préféré de prendre 2 personnes expérimentées.

c) Direction du département customer marketing

La direction précise qu'aujourd'hui rien n'est connu sur l'ouverture de ce poste à Phoenix.

3. Les conséquences du projet pour les salariés de Toulouse

1-Suppression de 6 postes à Toulouse :

Les élus demandent pourquoi le poste de Senior Analyst Business Process serait supprimé avec effet au plus tard le 30/06/2015 alors que les 5 autres postes seraient supprimés avec effet au plus tard le 31/12/2015 ? La direction peut-elle réévaluer cette décision ?

La direction répond qu'il est prévu que ce poste soit assumé par l'équipe de Piestany. La période de 5 mois est suffisante pour que l'équipe existante assume le poste. Pour les autres postes, des délais de recrutement font qu'il est compliqué d'envisager une durée de transfert aussi courte que pour le poste de Senior Analyst Business Process. Le troisième trimestre est également un trimestre où il y a des vacances et donc c'est pour cela que les employés partiront au 31/12/2015.

Les élus rappellent à la direction que le transfert du poste de Senior Analyst Business Process ne pourra pas commencer tant que le process du projet de licenciement n'est pas terminé car cette personne est membre du CHSCT. En sus, l'aspect humain ne paraît pas avoir été pris en compte en faisant partir cette personne plus tôt que les autres.

Les élus demandent la job description de ce poste ? Y a-t-il un impact sur les négociations de fin d'année si cette personne part en milieu d'année ?

Les élus font remarquer à la direction que le transfert demandé aux personnes met en valeur la compétence et il semble assez clair que la date de suppression à fin 2015 est en adéquation avec une bonne exécution des négociations 2015. Les élus font encore remarquer que se séparer de cette expérience en termes de gestion des ressources ne paraît pas une bonne décision. En sus, ces personnes seront difficilement reclassables hors de la société.

La direction répond qu'encore une fois, cette décision de se séparer de ces personnes n'a aucun lien avec l'âge.

Les élus demandent s'il y a eu une réflexion par rapport à la suppression des emplois seniors ?

La direction répond que lorsqu'Alain Alauzet a quitté le service, un planning de succession a été pensé. L'embauche de juniors n'a pas été un succès. Une autre stratégie a été mise en place.

Les élus font remarquer que cette mise à la retraite est critique par rapport à des salariés qui n'ont pas la totalité de leurs trimestres en sus d'un âge suffisant.

2-Projet d'organigramme à compter du 1^{er} janvier 2016

Les élus font remarquer que le poste Customer Marketing Leader Europe n'existera plus visiblement. Y a-t-il la même stratégie dans les autres régions ?

La direction répond que le poste de Customer Marketing Leader Europe n'existera plus.

Les élus font remarquer qu'avec des chiffres d'affaire comparable, le même poste serait maintenu aux USA et supprimé en Europe. Les élus trouvent cela étrange.

D'un point de vue général les élus demandent ce qui est entendu par le terme synergie exactement ?

La direction répond : Améliorer l'aspect relationnel avec les clients externes et internes (ventes, BU) et donc devenir plus efficace. Grâce à cette synergie, ON Semiconductor pense que le Customer Marketing sera assumé avec moins de personnes en Allemagne et à Piestany

3-Le transfert de connaissances des salariés de Toulouse

Les élus font part de leur désaccord avec la phrase suivant dans la note de la direction :

« Ce transfert de connaissances n'engendrera pas d'augmentation de la charge de travail. »

La formation de personnel engendre forcément une surcharge de travail par rapport à une charge normale. S'il y a transfert, cela sera-t-il reconnu comme cela a été reconnu dans le passé ?

Qu'est-il fait pour inciter les personnes à transférer leurs compétences ?

Tous les salariés de l'équipe devront faire du transfert de compétences ?

Le transfert de compétences suppose-t-il une participation active aux négociations ?

Peut-on avoir une idée sur le planning individualisé ?

La Direction note les demandes et répond qu'il est encore un peu prématuré pour y voir clair sur certaines tâches. La direction maintient qu'il n'y aura pas de charges supplémentaires de travail.

4. Impact pour les autres salariés

Les élus font remarquer que le fait qu'une décision corporate puisse aboutir à une exécution aussi rapide de ces licenciements peut générer un risque de RPS. Les élus font remarquer aussi que les décisions pour embaucher sont plus lentes à être exécutées.

La direction répond que l'embauche d'un poste design est finalisée. Le poste d'ingénieur application est prévu pour Q1 2015.

Les élus rappellent que la succession des plans de licenciement sur Toulouse au fil des ans ne sera pas sans impact. Il n'y a pas de signes forts donnés sur le développement du site de Toulouse.

De plus les élus demandent quelles sont les synergies pour les employés travaillant en France dans les ventes avec ce changement d'interface au niveau Customer Marketing ? N'y a-t-il pas un risque de perte de synergie ?

4. Le Projet de licenciement collectif pour motif économique

1. Les catégories professionnelles concernées

Pas de commentaire particulier

2. Les possibilités de reclassement

La Direction indique que la liste mondiale est consultable. Cette liste se concentre sur des postes orientés sur des compétences Customer Marketing. Le poste à Seoul n'est à priori plus disponible. Cette liste est vivante et peut être modifiée à n'importe quel moment.

Les élus font remarquer qu'il est étrange de proposer à des Français un poste à Seoul où la pratique du coréen est obligatoire et en même temps de ne pas proposer les nouveaux postes en Allemagne car les employés Français ne parlent pas Allemand.

Concernant le poste aux US, la direction précise qu'à partir du moment où ce poste sera créé, il viendra s'ajouter sur la liste.

3. Le processus personnalisé de reclassement

La Direction décrit la procédure.

Les élus demandent si un poste accepté à l'étranger fait-il perdre l'ancienneté ?

La direction répond que l'ancienneté est conservée. Par contre, il ne s'agira pas de contrat d'expatriation. En revanche un accompagnement de la part de ON Semiconductor est prévu pour des transferts à l'étranger. Les frais seront couverts.

Aujourd'hui, seulement s'il y a un besoin business très précis, un contrat d'expatriation est possible. Sinon, la règle commune est le contrat local.

La direction rappelle que BPI peut accompagner les salariés dans la recherche d'emploi.

Les élus demandent si un accompagnement financier de ON Semiconductor est possible pour des personnes qui souhaitent créer leur entreprise

La direction répond que cette demande sera traitée au niveau individuel

Les élus demandent un rappel des indemnités de licenciement conventionnelles ?

La direction répond que ce tableau sera fourni par rapport à l'ancienneté. Le maximum est de 18 mois sur salaire brut à partir de 30 ans. Les 12 derniers mois avant notification sont pris en compte.

Les élus demandent s'il y aura un maintien de la mutuelle ?

La direction répond que les droits seront maintenus jusqu'à la date de sortie dans le cadre actuel (60/40), congés de reclassement inclus. Après la sortie, il y aura un maintien pendant 12 mois. A condition que le salarié touche le chômage (exclue retraite ou nouvel emploi).

Les élus demandent un rappel des droits liés au compte personnel de formation ?

La direction répond que le salarié conserve ses heures sur son CPF jusqu'à la cessation des activités.

Les élus demandent s'il y aura un budget dédié à la formation des salariés licenciés ?

Il n'y a pas de réponse de la direction sur ce point.

La note de la direction a été parcourue lors de cette première réunion.

La première conclusion des élus est la suivante :

L'équipe de Toulouse est reconnue comme étant compétente. Malheureusement, elle est basée à Toulouse et ne parle pas Allemand. Le document ne présente aucune données chiffrées pour justifier

un licenciement économique. Quelle sera la réaction des autorités compétentes françaises en lisant ce document ?

La Direction mentionne qu'elle va envoyer la convocation pour le CHSCT et un nouveau contact sera pris avec le CE pour prévoir la suite de la réunion.

La réunion suspendue.

La direction convoque à nouveaux les élus le 26 avril 2015 pour reprendre la séance. Avant cette réunion, le secrétaire du CE a envoyé à la direction la liste des questions posées lors de la réunion du 15 janvier. Cette liste de questions avec les réponses de la direction sont jointes en annexe 2.

Réunion du 28 avril 2015

Le CE fait remarquer que la direction ne peut se faire accompagner que de 2 collaborateurs. La direction demande donc à Pascal Aigouy de ne pas assister à la réunion. Les réponses écrites de la direction sont jointes en annexe (Annexe 2).

Question 1:

-

Question 2:

Le CE fait remarquer qu'il n'y a pas de chiffre économique dans le document.

La situation globale du groupe est saine. De la participation est versée au niveau de l'entité française, ce qui témoigne d'une bonne santé financière. Rien ne justifie aux yeux du CE le motif économique.

La direction laisse le CE donner son avis sur les motifs économiques.

La direction ne communique pas les éventuelles études faites sur les prévisions chiffrées qui justifient ce licenciement au niveau corporate.

Question 3:

Pas de plan de restructuration prévu dans les autres régions.

Le poste de Director Corporate Marketing sera basé à Phoenix et non plus à Toulouse. Il n'est pas encore identifié.

Le poste de Leader Européen n'est pas maintenu. Il n'est pas nécessaire d'avoir une personne pour gérer l'Europe avec 4 personnes seulement sur le continent. La réorganisation est limitée à l'Europe.

Question 4:

2/3 des déplacements ne se font pas en Allemagne.

Le CE fait remarquer que les coûts baisseront peut être sur 1/3 des déplacements alors que pour le reste, pas d'économie.

La direction fait remarquer que l'objectif est de se rapprocher de l'équipe de ventes. La réorganisation ne vise pas nécessairement à améliorer les coûts de déplacement d'après la direction. Les coûts ne sont pas uniquement les voyages.

Le CE mentionne que la direction espère faire des gains de temps d'après le document. Existe-t'il une analyse chiffrée? Pas de réponse et de documents présentés par la direction.

Question 5:

Stratégie des ventes: ajouter des FAEs pour renforcer l'aspect technique. Pas d'embauche de GAM. Pas de changement à ce niveau depuis des années. La société souhaite adapter sa stratégie.

Commentaire du CE: Pas de changement sur les GAMs et vendeurs en Allemagne (et ailleurs également) qui justifient le passage du Customer Marketing en Allemagne.

Question 6:

Création de 2 régions:

- Europe centrale, Europe Ouest et Italie
- Reste de l'Europe

Focalisation sur Cat1 & 2.

Le CE pose la question du devenir des personnes du bureau de Vélizy dédiées à l'automobile en particulier. Même si les effectifs ont plutôt été renforcés dans ce secteur ces dernières années, le CE manifeste plutôt une inquiétude au vu de l'importance prise par le bureau de Munich. La direction mentionne que la situation est réévaluée lorsqu'il faut s'adapter à une nouvelle situation du côté des clients.

Question 7:

La direction fera savoir en temps utiles ses objectifs quant à la signature d'un nouvel accord sur l'emploi des seniors.

Question 8:

La direction ne voit aucune raison pour changer ces dates dans le projet. Il y a cependant des contacts informels.

Question 9:

La direction mentionne que le transfert de compétences est inutile si il y a une coopération. La société ne souhaite plus compenser le transfert de compétences.

Question 10:

Le CE mentionne que les clients français ou italiens ne seront pas forcément mieux supportés par un customer marketing basé en Allemagne plutôt qu'en France.

La société ne voit pas la nécessité d'avoir un support marketing dans chaque pays pour supporter le client en langue locale.

Le CE rappelle donc que la synergie recherchée qui ne saute pas aux yeux, les coûts des voyages et enfin les raisons économiques non motivées ne sont pas suffisantes au regard des exigences de l'inspection du travail.

Le CE suspend la séance.

A la reprise, le CE souhaite interrompre la réunion au vu du contenu des réponses.

Cependant, la direction finit de parcourir les réponses qu'elle a fournies.

Question 11:

Pas de remarque

Question 12:

Pas de remarque

Question 13:

La responsabilité des postes à Munich sera élargie.

Le CE demande si le poste qui devrait se libérer sur Paris va être proposé aux personnes licenciées. La question est relevée par la direction.

La séance du 16 avril est suspendue.

La direction convoque à nouveau les élus le 26 mai 2015 pour reprendre la séance et avoir les différents avis du CE concernant ce projet.

Réunion du 26 mai 2015

Avant cette réunion, le secrétaire du CE a envoyé à la direction une liste de questions. La direction a refusé lors de la réunion du 26 mai 2015 de fournir le document avec les réponses écrites. Lorsque le secrétaire du CE demande à Yolande de Busschop si la direction va fournir le document avec les réponses écrites, la direction répond que non. Les réponses seront lues et les élus doivent noter les réponses.

Les questions posées par les élus et les réponses données oralement par la direction sont les suivantes :

Le CE a demandé les données chiffrées démontrant l'amélioration de la compétitivité à long terme et le gain réalisé avec la restructuration. Il déplore que la direction ne soit pas en mesure de transmettre des prévisions chiffrées et précises. Compte tenu des licenciements prévus au 31 décembre 2015, la direction doit être en mesure de transmettre un budget 2016 intégrant l'impact de la restructuration. Le CE reformule donc sa demande :

1. Quelles sont les conséquences attendues de la restructuration ?
Comme déjà expliqué, la conséquence attendue de la restructuration est une amélioration du fonctionnement de l'équipe Corporate Marketing avec l'équipe ventes. Mieux assurer les synergies entre les équipes et augmenter la qualité du travail.
2. Comment cela se traduit-il dans le budget 2016, après restructuration, en le comparant avec le budget 2015, avant restructuration, mais intégrant les provisions liées à celle-ci ?
Merci de transmettre en conséquence les budgets 2015 et 2016 prenant en compte ces éléments.
Réponse de la direction : « La direction ne donne pas de budget. »
3. En conclusion : quel est le coût total estimé de la restructuration et le montant des économies attendues en année pleine ?

Cout légal minimal estimé à 1.5 Millions d'euro. La direction ne donnant pas de budget, elle ne peut répondre quant aux économies attendues sur 2016.

4. Le CE rappelle que la direction a l'obligation de justifier le caractère économique des licenciements qu'elle envisage ; à défaut de quoi ces derniers seraient qualifiés sans cause réelle et sérieuse.

La réorganisation est nécessaire pour garder la compétitivité dans le département Corporate & Sales Marketing. Le monde changeant vite, la société doit prendre les mesures nécessaires pour rester compétitif dans le futur.

Le CE fait remarquer que les salaires ne sont pas forcément moins élevés en Allemagne.

Le CE a demandé les données économiques de Q1 à Q4 2014 et Q1 2015. La direction a transmis le document « Exhibit 99.1 ». Le CE rappelle qu'étant une société française, la direction a l'obligation de transmettre au CE des informations en français. De plus, le CE regrette que la direction n'accompagne pas ce document d'une aide à sa lecture.

5. Le CE a bien noté que les informations concernant le Q1 2015 seraient disponibles le 4 mai. Nous sommes le 18 mai et sauf erreur de notre part, le document n'a pas été transmis. Pourriez-vous nous le transmettre ?

La direction transmet les résultats Q1 2015 (en annexe). Pour toute question, la direction invite les salariés à questionner Keith Jackson lors de son communication meeting prévu le 09/06/2015.

Le CE a demandé les coûts associés aux déplacements en Allemagne pour les exercices 2013 et 2014.

6. Selon l'information transmise, le coût total des déplacements du Customer Marketing de Toulouse s'élève à 86,5 K€ en 2014. Quel est le coût spécifique des déplacements en Allemagne ?

Le coût spécifique des déplacements en Allemagne étaient pour 2014 de 16913 €.

Le CE fait remarquer qu'il faudrait 2 siècles pour rembourser la dépense de 1.5 Million d'euro.

7. Quel est le coût pour 2013 ?

Pour 2013, 8099.81 €.

Le CE a posé un certain nombre de questions concernant le transfert de compétence. A la lecture de la Version 2 de la note d'information, nous comprenons que ce transfert n'a plus lieu d'être.

8. Est-ce exact ?

C'est exact, il n'y aura pas de planning individualisé nécessaire.

Le mercredi 13 mai 2015, l'email copié en annexe (Annexe 8) a été envoyé par Kris Casey avec entre autres destinataires les membres de l'équipe Customer Marketing.

Dans cet email, le CE comprend qu'un transfert de connaissances et compétences interviendra nécessairement lors de ces réunions.

Il est clairement mentionner dans ce message que les gens cités seront amener à transférer un certain nombre de compétences lors de réunion programmés, ceci semble être en totale

contradiction avec ce qui a été mentionné dans la version 2 du projet de licenciement économique (envoyé le 11/05/2015, paragraphe III.3 Transfert de compétence (page 9)).

9. La direction a-t-elle des explications à donner sur ce point ?

Cet email mentionne que les négociations se préparent comme les autres années.

Si les salariés ne veulent pas y aller ils n'ont pas à y aller. Cela va dépendre des discussions avec le manager.

10. Pouvez-vous nous expliquer pourquoi un tel message a été envoyé alors que le CE n'a toujours pas rendu son avis ?

Cela fait partie du Business as Usual. Comme les autres années. Cela n'a rien à voir avec le transfert de compétences. L'esprit du message est la préparation des négociations.

Par rapport au document initial reçu, nous constatons des modifications dans le calendrier de départ.

11. Quelle est la raison de l'avancement au 30 juin 2015 pour le poste Section Head Customer Marketing ?

La situation a été réévaluée et donc les 6 personnes restent jusqu'au 31/12/2015

12. Quelle est la raison du report au 31 décembre 2015 pour le poste Senior Analyst Business Process ?

La situation a été réévaluée et donc les 6 personnes restent jusqu'au 31/12/2015

Dans le document final, il n'apparaît plus dans le calendrier prévisionnel le cas des salariés membres du CHSCT et CE.

13. Quelle en est la raison ?

Les dates étaient mises dans le cadre d'une consultation assez rapide et pour une personne un départ au 30/06/2015. Comme ce n'est plus le cas, il reste largement le temps pour préparer les ruptures.

Les élus demandent une interruption de séance.

Reprise de la séance.

Avis du CE:

Avis sur l'application des critères d'ordre:

Avis négatif car licenciement de seniors uniquement.

Avis sur le congé de reclassement:

Avis négatif au vu des postes proposés en Corée du Sud, Slovaquie et Etats Unis.

Avis sur le projet:

Avis négatif car la direction ne justifie pas l'intérêt et les gains apportés par cette restructuration.

Avis sur le projet de licenciement collectif pour motif économique:

Avis négatif car la direction ne fournit aucun chiffre économique.

La consultation est terminée et les avis sont donnés.

Toulouse le 28 mai 2015,

Yolande De Busschop

Présidente

Olivier Martinez

Secrétaire

Annexe : Copie du message de Kris Casey

“Hello Sales Team,

Pascal and I have been working together with Didier to kick off an intensive preparation process for the upcoming annual negotiations in Europe. Our goal is to ensure that Robert & Colin along with Bernard, Rosalia and JB align with all of the key stakeholders to review the account and overall negotiation plan. Attached you will find the outline of the proposal along with planned dates for the following accounts: Siemens, Hella, Continental, Marelli, Philips, Ericsson, Schneider, Valeo and Bosch. The GSM, Service Ops and critical BU's will be included in the process as well. I expect these meetings to be take ½ day per account to cover and will act as the CEC for these accounts. The expected outcome of the meeting is that we all agree on the negotiation goals and strategy and are prepared in advance. I know that the preparation process has already been started for several of the accounts and I would also expect that we would have follow-up meetings as we get closer to the negotiations to ensure that we continue to be in alignment.

We are finalizing the agenda and the format of the meeting, but I wanted you to review the critical dates (highlighted in pink on the calendar) so that if anything needs to be moved, we have time to accommodate the change. A webex meeting will be available as well. Please let me know ASAP if you have a conflict:

- June 24th: Morning Siemens, Afternoon Hella
- June 25th: Morning Continental
- July 15th: Morning Philips, Afternoon Ericsson
- July 16th: Morning Marelli, anticipate Bosch afternoon
- Schneider, Valeo and possibly Bosch will be covered early September, depending on planned vacations and ability to prepare

Otherwise, I'll have everything on calendar with all of the key stakeholders in the next week. Looking forward to the working through the process with you.

Regards,

Kris”

**COMITE D'ENTREPRISE
DE L'UNITE ECONOMIQUE ET SOCIALE ON SEMICONDUCTOR
NOTE D'INFORMATION
SUR LE PROJET
DE LICENCIEMENT ECONOMIQUE DE SIX SALARIES**

Réunion du Comité d'Entreprise du 15 janvier 2015

I LE CONTEXTE ECONOMIQUE

1 Le Groupe ON Semiconductor

ON Semiconductor est un fournisseur global de circuits intégrés de haute performance pour des applications à large bande passante (data management), de gestion de puissance (power management) et produits standards utilisés qui permettent de concevoir des systèmes et produits électroniques sophistiqués. Nos produits de puissance distribuent et gèrent l'alimentation électrique des différents éléments d'une large variété de produits électroniques. Les circuits « data management » permettent aux systèmes modernes de communications (internet) ou de calcul de grande précision de gérer les flux d'information. Enfin, nos produits standards sont des composants de base qui peuvent intégrer la totalité des équipements électroniques.

Le Groupe ON Semiconductor comprend quatre groupes d'activités différents :

- ✓ Applications Products Group (APG)
- ✓ Image Sensor Group (ISG)
- ✓ Standard Products Group (SPG)
- ✓ System Solutions Group (SSG)

Chacun de ces quatre groupes d'activités comprend différentes « Business Units ».

Le groupe ON Semiconductor est présent dans les domaines ci-dessous et avec la répartition suivante :

- ✓ 29% : Automobile
- ✓ 19% : Communications
- ✓ 14% : Informatique
- ✓ 16% : Consumer
- ✓ 22% : Industriel/militaire/Aeropacial/Medical

La répartition des revenus de ON Semiconductor est la suivante pour les trois premiers trimestres de 2014 :

- ✓ 16% Americas
- ✓ 60% Asia (excluding Japan)
- ✓ 15% Europe
- ✓ 9% Japan

2 Le département « Customer Marketing »

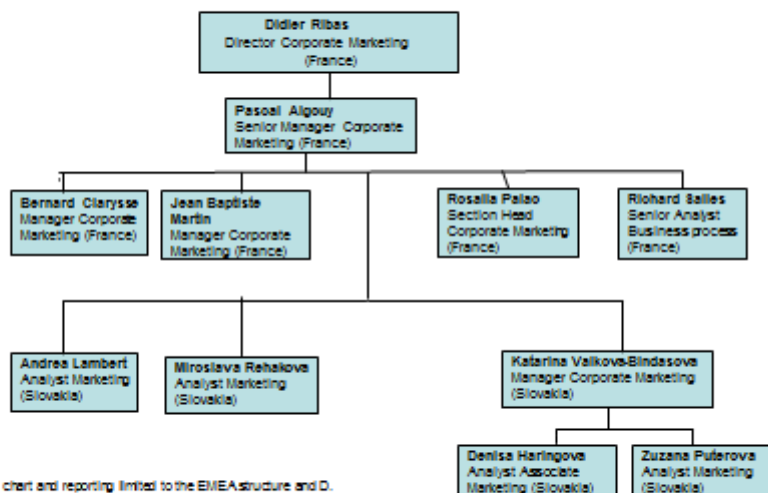
Le département Customer Marketing développe et met en œuvre des stratégies de prix, négocie les contrats, et assure le suivi de l'engagement client, pour l'ensemble des produits ON Semiconductor.

Pour ce faire, le département Customer Marketing doit collaborer avec :

- Les équipes Sales qui sont en contact direct avec le client pour la distribution des produits. Cette collaboration est très étroite, car le Customer Marketer accompagne souvent l'équipe Sales en réunion de négociation ;
- Les différentes BUs supportées par l'équipe Customer Marketing. Au sein des BUs, les Customer Marketers sont en contact avec les responsables des lignes de produits et les Product Marketers.

Le département Customer Marketing est actuellement organisé de la manière suivante:

EUROPE CUSTOMER MARKETING



Remarks

- 1) Organization chart and reporting limited to the EMEA structure and D. Ribes's global role
- 2) Monika Dierdkova (Analyst Marketing) on parental leave for 3 years

En France, l'équipe Customer Marketing est composée de six salariés localisés à Toulouse¹ :

Pascal Aigouy	Senior Manager Corporate Marketing
Bernard Clarysse	Manager Corporate Marketing
Jean-Baptiste Martin	Manager Corporate Marketing
Rosalía Palao	Section Head Corporate Marketing
Didier Ribas	Director Corporate Marketing
Richard Salles	Senior Analyst Business Process

¹ Pour rappel, l'effectif total de ON Semiconductor France SAS est de 75 salariés et l'effectif total de ON Semiconductor SAS de 30 salariés.

II LE PROJET

Le Projet consiste à centraliser le département Customer Marketing à Piestany et à Munich pour la région EMEA, afin d'améliorer les synergies entre le département Customer Marketing et :

- ✓ les clients
- ✓ le département Sales

1. Les synergies avec les clients

L'Allemagne est le pays « automotive » et nos clients et distributeurs principaux sont localisés en Allemagne.

Dans le top 10 des clients mondiaux (Q3 2014), on trouve deux clients Européens (segment automotive – place 1 Continental et place 3 Hella), tous deux localisés en Allemagne.

Top 10 clients

QTR	CUSTOMER NAME	Q313	Q413	Q114	Q214	Q314
1	CONTINENTAL AUTOMOTI	36.2	36.9	38.8	40.5	39.1
2	STRINGER	12.9	14.3	9.6	11.3	21.5
3	HELLA	16.3	16.2	17.4	16.8	18.5
4	SAMSUNG	27.2	20.7	21.6	18.7	17.9
5	PANASONIC	18.4	22.2	18.3	20.1	16.8
6	DELPHI	14.9	13.8	17.4	16.8	15.9
7	DELTA	16.2	15.7	14.2	15.9	15.3
8	SONY	9.7	9.9	8.6	9.6	14.4
9	QUALCOMM	5.6	6.9	8.9	8.4	12.2
10	MICROSOFT	18.0	16.4	9.7	7.4	10.6
	Top 1 Top 10	175.4	173.2	164.4	165.1	182.3

Confidential Proprietary

ON Semiconductor®



C'est le cas aussi pour les distributeurs : EBV et Silica sont localisés en Allemagne. Le nouveau directeur de la distribution est embauché à Munich pour mieux servir nos distributeurs.

Par conséquent, les négociations et les réunions avec les clients et les distributeurs ont souvent lieu en Allemagne.

Aujourd'hui, l'équipe de Toulouse doit systématiquement se déplacer pour rencontrer les clients.

Ces déplacements engendrent des coûts, mais surtout une perte de temps.

Enfin, les négociations et réunions ayant souvent lieu en Allemagne, maîtriser l'Allemand est devenu un avantage clé pour faciliter les relations avec les clients.

La proximité géographique du Customer Marketing avec les clients est donc un point essentiel pour le développement de la fonction. La centralisation en Allemagne va permettre cette proximité.

2. Les synergies avec le département Sales

La proximité physique en un même lieu des équipes Sales et Customer Marketing est essentielle pour assurer les synergies entre ces équipes et donc la qualité du travail.

a) Front Office Sales

Le front office Sales en Europe est présent dans les pays suivants :

Pays	Nombre de salariés
Finlande	1
Pays-Bas	2
Israël	3
Suisse	3
Italie	6
Royaume Uni	7
France	16
Allemagne	37

L'Allemagne joue un rôle déterminant dans l'organisation Sales. La stratégie depuis deux ans a été de renforcer ce rôle par des embauches.

Neuf embauches Front Office Sales ont été réalisées à Munich (la plupart sont des créations de poste).

Le bureau de Munich compte désormais 47 salariés après la finalisation de l'acquisition d'Aptina et l'embauche de 4 Marketers au cours des deux dernières années.

Ce renforcement se poursuit par l'embauche de deux Customer Marketers qui vont prendre leurs fonctions le 1^{er} février.

Le département Front Office Sales ne s'est développé dans aucun autre pays en Europe autant qu'en Allemagne.

b) Back office Sales à Slovaquie (Piestany)

Deux postes de Customer Marketers (Back Office) seraient créés à Piestany (Descriptif de poste en Annexe 1).

L'objectif est que ces deux salariés prennent leurs fonctions le 1^{er} juillet 2015.

La création de ces deux postes de Customer Marketers Back Office est cohérente avec la centralisation du Customer Service à Piestany, en cours depuis plusieurs années. Piestany compte à ce jour 98 salariés dédiés au Customer Service.

c) Direction du département Customer Marketing

Le directeur du département Customer Marketing serait désormais localisé à Phoenix afin d'améliorer la communication et les synergies avec ses principaux partenaires en interne.

III LES CONSEQUENCES DU PROJET POUR LES SALAIRES DE TOULOUSE

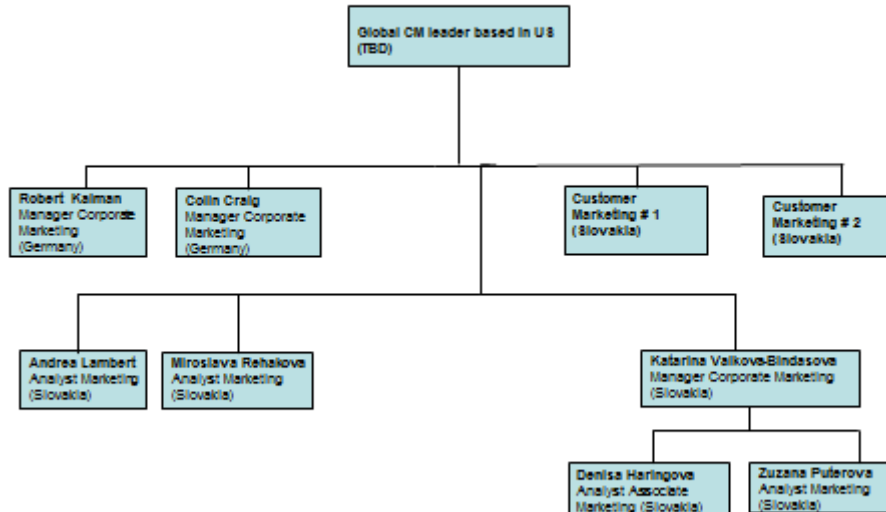
1. La suppression de six postes à Toulouse

Le poste de Senior Analyst Business Process serait supprimé avec effet au plus tard le 30 Juin 2015.

Les cinq autres postes dédiés du département Customer Marketing à Toulouse seraient supprimés avec effet au plus tard le 31 décembre 2015.

2. L'organigramme du département Customer Marketing à partir du 1^{er} janvier 2016 (projet)

EUROPE CUSTOMER MARKETING



Confidential/ Proprietary

ON Semiconductor®



3. Le transfert de connaissances des salariés de Toulouse

Les salariés de l'équipe Customer Marketing de Toulouse disposent d'un savoir-faire et de connaissances spécifiques.

Ces connaissances devront être transférées aux salariés du Customer Marketing basés à Munich et Piestany entre le 2^{ème} et le 4^{ème} trimestre 2015.

Un plan individualisé de transfert des connaissances sera établi conjointement avec chacun des salariés concernés. Il portera en particulier sur :

- Le détail des connaissances à transférer ;
- Le calendrier de transfert ;
- Les points d'étapes ;
- L'évaluation du transfert des connaissances ;
- Les méthodes employées ;
- Le temps qui devra y être consacré ;
- Les déplacements éventuels, etc...

Ce transfert de connaissances n'engendrera pas d'augmentation de la charge de travail.

4. Impact pour les autres salariés en France

La nouvelle organisation du département Customer Marketing n'aura pas de conséquences pour les autres salariés travaillant en France.

En effet, le département Customer Marketing interagit seulement avec le département Sales et les Product Marketers et les responsables des lignes de produits dans les BUs :

- ✓ Sales

Les salariés du département Sales en France ne travaillent pas à proximité géographique des Customer Marketers de Toulouse. Par conséquent, la centralisation du Customer Marketing à Munich et Piestany sera sans incidence sur cet éloignement géographique.

- ✓ Product Marketers et responsables des lignes de produits dans les BUs

Les Customer Marketers de Toulouse sont axés sur les clients en Europe. Ils ne travaillent donc pas avec les BUs de Toulouse, qui sont orientées sur le marché asiatique.

La centralisation du Customer Marketing à Munich et Piestany sera donc sans incidence sur les salariés des BUs de Toulouse.

IV LE PROJET DE LICENCIEMENT COLLECTIF POUR MOTIF ECONOMIQUE

En conséquence de la suppression des six postes dédiés du département Customer Marketing, six licenciements pour motif économique sont envisagés.

1. Les catégories professionnelles concernées

Les catégories professionnelles concernées par les suppressions de postes sont les suivantes :

Catégorie	Nombre de postes supprimés
Directeur Corporate Marketing	1
Manager Corporate Marketing	3
Corporate Marketer	1
Data analyst	1

Tous les postes de chaque catégorie étant supprimés, il n'y a pas lieu d'appliquer des critères d'ordre.

2. Les possibilités de reclassement

Au 12 janvier 2015, la liste des postes identifiés comme étant disponibles et pouvant correspondre aux compétences des salariés de l'équipe Customer Marketing de Toulouse est en Annexe 2.

Cette liste sera actualisée régulièrement.

3. Le processus personnalisé de reclassement

3.1 L'entretien individuel de reclassement

A l'issue de la consultation du Comité d'Entreprise, chaque salarié dont le licenciement est envisagé bénéficiera d'un entretien individuel de reclassement.

Il pourra être accompagné lors de cet entretien d'un représentant du personnel de son choix.

Seront présents à cet entretien deux représentants de la RH.

Au cours de cet entretien, les points suivants seront discutés :

- Le Projet;
- Les suppressions de postes ;
- Les postes disponibles au reclassement ;
- Le souhait du salarié d'être reclassé ou non hors de France ;
- Les éventuelles conditions du salarié concernant le poste de reclassement ;
- Le processus de recherche et de proposition de reclassement ;
- L'identification des postes correspondant aux compétences du salarié ;
- La dispense d'activité pour se consacrer au reclassement.

Il sera proposé au salarié une dispense de ses activités courantes, afin qu'il/elle puisse se consacrer pleinement au reclassement.

Il sera établi un compte-rendu de cette réunion.

3.2 La recherche du reclassement

Pour tous les postes correspondant aux compétences du salarié, aux conditions et dans le périmètre géographique souhaités par le salarié, un entretien sera organisé très rapidement avec le manager responsable du poste. Cet entretien a pour but de préciser le poste, de répondre aux questions du salarié et de vérifier l'adéquation de ses compétences. Suite à l'entretien, les échanges pourront bien entendu se poursuivre, par téléphone ou par e-mail.

Dans les jours suivants cet entretien, ON Semiconductor prendra la décision de proposer ou non le poste au salarié.

3.3 La proposition de reclassement

La proposition du poste de reclassement sera une offre complète, permettant au salarié de prendre une décision en toute connaissance de cause :

- Descriptif de poste ;
- Lieu de travail ;
- Rémunération brute ;
- Aides à la relocalisation.

Le salarié disposera de 15 jours pour répondre à cette offre. Pendant cette période, il pourra poser toute question sur l'offre par téléphone ou par e-mail.

4. La procédure de licenciement

Si le salarié n'est finalement pas reclasser, il/elle sera convoqué à un entretien préalable au licenciement. Au cours de cet entretien, les motifs du licenciement lui seront exposés. Le congé de reclassement sera également expliqué.

5. Le congé de reclassement

Le congé de reclassement a pour objet de permettre au salarié licencié de bénéficier d'actions de formation et des prestations d'une cellule d'accompagnement.

Ces prestations seront assurées par le cabinet BPI. Pour toute question ou insatisfaction concernant ces prestations, le salarié en congé de reclassement pourra contacter directement Sophie Baquié ou un représentant du personnel.

Le congé de reclassement débute, si nécessaire, par un bilan de compétences qui a vocation à permettre au salarié de définir un projet professionnel et, le cas échéant, de déterminer les actions de formation nécessaires à son reclassement.

La durée du congé de reclassement sera de neuf mois.

Lors de l'entretien préalable, ON Semiconductor informera le salarié des conditions de mise en œuvre du congé de reclassement (objet du congé, nature des prestations d'aide au reclassement, statut et rémunération). Le congé sera proposé dans la lettre de licenciement.

Le salarié disposera de 8 jours à compter de la date de notification de la lettre de licenciement pour accepter le congé. L'absence de réponse dans ce délai est considérée comme un refus.

En cas d'acceptation du congé de reclassement, celui-ci débutera à l'expiration du délai de réponse de 8 jours et le salarié bénéficiera d'un entretien d'évaluation et d'orientation réalisé par la cellule d'accompagnement.

Au vu des résultats de cette première étape, ON Semiconductor rédigera un document :

- précisant la rémunération du salarié, le terme et le contenu du congé proposé (prestations de la cellule d'accompagnement, actions éventuelles de formation et de validation des acquis de l'expérience) ;
- remis ensuite au salarié qui devra le cosigner dans un délai de 8 jours pour que les actions de reclassement débutent.

Le congé prendra fin avant le terme prévu de 9 mois, si le salarié retrouve un emploi. Il devra alors, avant son embauche, informer le service RH par lettre recommandée avec accusé de réception ou remise en main propre contre décharge.

Le bénéficiaire du congé de reclassement :

- continue d'être rémunéré normalement pendant la durée de son préavis. Pendant la durée du congé excédant celle du préavis, il perçoit une rémunération mensuelle (non assujettie aux cotisations de sécurité sociale), dont le montant est égal à 65 % du salaire brut mensuel des 12 derniers mois précédant la notification du licenciement;
- conserve ses droits en matière d'assurance sociale, d'accidents du travail et d'assurance vieillesse pendant toute la durée du congé.

La période du congé de reclassement excédant la durée du préavis n'est prise en compte ni pour le calcul des congés payés, ni pour la détermination de l'indemnité de licenciement

V LES CALENDRIERS

1. Le calendrier de consultation du CE et du CHSCT

Date - 2015	Réunions
12 janvier	Convocation du CE à une réunion extraordinaire
15 janvier	1 ^{ère} réunion du CE Réunion de travail avec le CHSCT Convocation du CHSCT à une réunion extraordinaire
26 janvier	2 ^{ème} réunion du CE
2 février (à confirmer)	1 ^{ère} réunion du CHSCT
16 février (à confirmer)	3 ^{ème} réunion du CE 2 ^{ème} réunion du CHSCT
23 février (à confirmer)	4 ^{ème} réunion du CE 3 ^{ème} réunion du CHSCT Avis

2. Le calendrier prévisionnel de la mise en œuvre du Projet

Date - 2015	Actions
10 mars	Entretiens individuels avec les salariés <ul style="list-style-type: none">• explication du Projet• examen des opportunités de reclassement• étude du plan individualisé de transfert des connaissances
30 juin	Richard Salles, Senior Analyst Business Process cesse son activité ²
Du 1 ^{er} juillet au 31 décembre	Transfert des connaissances
31 décembre	Fin du transfert de connaissance Tous les salariés Customer Marketing à Toulouse cessent leurs activités

² Sous réserve de l'autorisation de l'inspecteur du travail

3 Le calendrier prévisionnel des licenciements, hormis les représentants du personnel

Action	Délai	Date indicative
Convocation à entretien préalable	Dès lors que le reclassement n'aboutit pas	1 ^{er} décembre 2015
Entretien préalable	5 jours ouvrables à compter de la convocation	8 décembre 2015
Notification du licenciement et proposition du congé de reclassement	7 jours ouvrables à compter de l'entretien préalable	18 décembre 2015
Début du congé de reclassement en cas d'acceptation	8 jours calendaires à compter de la notification du licenciement	2 janvier 2016

4. Le calendrier prévisionnel des licenciements spécifique aux représentants du personnel

Richard Salles, membre du CHSCT		
Action	Délai indicatif	Date indicative
Convocation à entretien préalable	Dès lors que le reclassement n'aboutit pas	16 mars 2015
Entretien préalable	5 jours ouvrables à compter de la convocation	23 mars 2015
Réunion du CE	Après l'entretien préalable	25 mars 2015
Demande d'autorisation à l'inspecteur du travail	Deux mois	3 avril 2015
Notification du licenciement et proposition du congé de reclassement	Dès lors que l'inspecteur du travail donne son autorisation	22 juin 2015
Début du congé de reclassement en cas d'acceptation	8 jours calendaires à compter de la notification du licenciement	1 ^{er} juillet 2015

Bernard Clarysse, membre du CE et DS		
Action	Délai indicatif	Date indicative
Convocation à entretien préalable	Dès lors que le reclassement n'aboutit pas	14 septembre 2015
Entretien préalable	5 jours ouvrables à compter de la convocation	22 septembre 2015
Réunion du CE	Après l'entretien préalable	24 septembre 2015
Demande d'autorisation à l'inspecteur du travail	Deux mois	1 ^{er} octobre 2015
Notification du licenciement et proposition du congé de reclassement	Dès lors que l'inspecteur du travail donne son autorisation	18 décembre 2015
Début du congé de reclassement en cas d'acceptation	8 jours calendaires à compter de la notification du licenciement	2 janvier 2016

VI LES AVIS DEMANDES AU CE

Le Comité d'Entreprise est invité à rendre les avis suivants :

- Avis sur l'application des critères d'ordre (article L. 1233-5 du Code du travail) ;
- Avis sur le congé de reclassement (article R. 1233-17 du Code du travail) ;
- Avis sur le Projet (article L. 2323-6 du Code du travail) ;
- Avis sur le projet de licenciement collectif pour motif économique (article L. 1233-8 du Code du travail).

Customer	CM	COUNTRY OF ORIGIN	NEGO LEADER
ARCELIK	RP	TURKEY	TURKISH
ARROW	JB	GERMANY	GERMAN
BOSCH	BC	GERMANY	GERMAN
CAS	PA/RP	GERMANY	US / GERMAN
EBV	JB	GERMANY	GERMAN
ELDOR	PA/RP	ITALY	ITALIAN
ERICSSON	BC	SWEDEN	SWEDISH
FUTURE	JB	UK	BRITISH / CANADIAN
HELLA	JB	GERMANY	GERMAN
INGENICO	RP	FRANCE	FRENCH
MARELLI	BC	ITALY	ITALIAN
NSN	RP	FINLAND	US / CHINESE
OSRAM	BC	GERMANY/CHINA	CHINESE
PHILIPS	BC	NEDERLAND	DUTCH / CHINESE
SCHNEIDER	BC	FRANCE	FRENCH
SIEMENS	BC	GERMANY	ITALIAN
SILICA	JB	FRANCE	FRENCH
VALEO	JB	FRANCE	FRENCH
VESTEL	RP	TURKEY	TURKISH
WABCO	JB	GERMANY	GERMAN

NEGO LOCATION

TURKEY
GERMANY / FRANKFURT
GERMANY / STUTTGART
USA / GERMANY
GERMANY / MUNICH
ITALY
SWEDEN
UK
GERMANY / LIPPSTADT
FRANCE
ITALY
CHINA
GERMANY / NUREMBERG
CHINA /USA / NEDERLAND
USA / FRANCE
GERMANY / NUREMBERG
FRANCE
FRANCE
TURKEY
GERMANY / HANNOVER

Questions demandées au cours de la réunion CE du 15 janvier 2015

- **Fournir les données chiffrées démontrant l'amélioration de la compétitivité à long terme et le gain que compte-faire l'entreprise avec cette restructuration. Motiver le motif économique des licenciements avec les chiffres associés ?**

La société ne donne pas des prévisions chiffrés et précises pour le futur. Par conséquent, la société ne peut pas fournir les chiffres associés.

- **Fournir les données économiques de Q1 à Q4 2014. Q1-2015**

Les chiffres pour les entités françaises pour 2014 ont été commenté hier en réunion CE. Il convient donc de se rapporter au compte rendu de cette réunion.

Les chiffres au niveau mondial sont joints (cf pdf).

Q1 2015 n'est pas encore disponible. Les résultats seront communiqués le 4 mai.

- **Fournir l'organigramme mondial pour comprendre l'impact du directeur mondial et ne pas avoir une vue restreinte à l'Europe, avant et après la réorganisation.**

L'organigramme mondial actuel est disponible sur sharepoint (montré pendant la session du CE).

On confirme que l'organigramme en dehors de l'Europe ne changera pas sauf que le global CM leader sera basé à Phoenix, US.

- **Fournir le nombre de déplacements en Allemagne en 2013 et 2014, le temps consacré à ces déplacements et le détail des coûts associés.**

Les chiffres pour 2014 :

Nombre de déplacements au total : 41

Nombre de déplacements en Allemagne : 14

Destination/Nom	AIGOUY	BERNAD	CLARYSSE	MARTIN	MEEL	PALAO	RIBAS	
France-Paris		1	1	1	1			
Belgique		1				1	1	
Italie	2	1						
Allemagne	3	1	3	6			1	
Slovaquie	2	1	1			1	1	
Suède			1				1	
UK					1			
Japon							1	
US	1	1	1			1	3	
Total Déplacements	8	6	7	8	3	1	8	41

Les coûts associés :

Company Code	213																		
Ledger Description	(All)																		
Ledger	SL																		
GAAP Type	(All)																		
Dept	8181																		
Sum of Period Net	Column Labels	JAN-14	FEB-14	MAR-14	APR-14	MAY-14	JUN-14	JUL-14	AUG-14	SEP-14	OCT-14	NOV-14	DEC-14	TOTAL					
Row Labels	Glob Acc Descr													EURO					
62331	Travel	-675.96	1,158.48	7,908.33	9,858.77	4,668.01	2,091.85	2,262.58	2,178.89	9,668.56	3,041.09	1,977.51	7,292.86	51,430.97					
62332	Employee Business and Travel Meals	957.66	307.67	2,385.70	91.90	535.33	1,767.22	338.20	0.00	582.06	213.30	303.45	79.75	7,562.24					
62333	Lodging	3,955.65	4,515.95	4,061.93	653.00	1,453.38	2,552.00	819.30	150.00	1,864.73	538.00	2,837.56	343.37	23,744.87					
62334	Car Rental	0.00	1,225.26	0.00	-873.78	-351.48	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00					
62335	Entertainment and Gifts - Non Employee	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00					
62339	Other Travel Expenses	260.06	473.39	660.90	474.91	317.46	332.31	23.42	10.31	233.20	0.00	466.29	507.81	3,760.06					
Grand Total		4,497.41	7,680.75	15,016.86	10,204.80	6,622.70	6,743.38	3,443.50	2,339.20	12,348.55	3,792.39	5,584.81	8,223.79	86,498.14					

Il n'y a pas de chiffres objectifs pour montrer le temps consacré aux déplacements en Allemagne

- **Quelle est la répartition exacte des GAMs, des FAEs et des vendeurs dans la répartition des équipes ventes en Europe. Sur les 9 embauches Front Office Sales en Allemagne, quel est le nombre exact de vendeurs, de FAE et de GAM ?**

En février une nouvelle organisation de ventes a été présentée.

La présentation est en annexe (et présentée pendant la session du CE) explique l'organisation et la répartition des GAMs, des FAEs et des vendeurs.

Sur les 9 embauches, il y a principalement des postes de product marketing, FAE et application engineers

- **Quelle est la stratégie pour les autres bureaux de ventes européens ?**

Enrico Corti a communiqué la nouvelle organisation de ventes en février, applicable dès le premier avril 2015 (Cf présentation en annexe).

- **Accord emploi des seniors : cet accord sera-t-il toujours respecté si les 6 personnes mentionnées dans le plan quittent la société ?**

Notre présent accord emploi des seniors prendra fin le 1^{er} juin 2016. Les contrats de travail seraient rompus au plus tôt le 1^{er} juillet 2016. Par conséquent les licenciements envisagés n'auraient pas d'impact sur l'accord.

- **Senior Analyst Business Process : Quelle est la job description de ce poste ? Y-a-t-il un impact sur les négociations de fin d'année si cette personnes part en milieu d'année ?**

La job description est en annexe.

Nous n'envisageons pas que son départ aura un impact sur les négociations de fin de l'année.

- **Transfert de connaissances :**
 - o Est-ce que ça sera reconnu comme cela a été reconnu dans le passé ? **Non**
 - o Qu'est-il fait pour inciter les personnes à transférer leurs compétences ? **Rien de spécifique, l'employeur adaptera ses plans de transfert si c'est nécessaire.**
 - o Tous les salariés de l'équipe devront ils faire du transfert de compétences ? **Cela dépendra des individus et de leur collaboration.**
 - o Le transfert de compétences suppose-t-il une participation active aux négociations ? **Si les employés veulent assister on va utiliser les ressources mais ce n'est pas une nécessité.**
 - o Peut-on avoir une idée sur le planning individualisé ? **C'est un sujet qu'on va traiter pendant la réunion de CHSCT avec les membres du CHSCT.**

- **Quelles seront les synergies pour les employés travaillant en France dans les ventes avec ce changement d'interface au niveau Customer Marketing ? N'y-a-t-il pas un risque de perte de synergie ?**

Il n'y a pas un risque de perte de synergie car les vendeurs en France ne traitent pas uniquement des clients en France.

- **Rappel des indemnités de licenciement conventionnelles.**

Article 29 de la convention collective des ingénieurs et Cadres de la métallurgie. -
Indemnité de licenciement

Il est alloué à l'ingénieur ou cadre, licencié sans avoir commis une faute grave, une indemnité de licenciement distincte du préavis.

Le taux de cette indemnité de licenciement est fixé comme suit, en fonction de la durée de l'ancienneté

de l'intéressé dans l'entreprise :

- pour la tranche de 1 à 7 ans d'ancienneté : 1/5 de mois par année d'ancienneté ;
- pour la tranche au-delà de 7 ans : 3/5 de mois par année d'ancienneté.

Pour le calcul de l'indemnité de licenciement, l'ancienneté et, le cas échéant, les conditions d'âge de l'ingénieur ou cadre sont appréciées à la date de fin du préavis, exécuté ou non. Toutefois, la première année d'ancienneté, qui ouvre le droit à l'indemnité de licenciement, est appréciée à la date d'envoi de la lettre de notification du licenciement.

En ce qui concerne l'ingénieur ou cadre âgé d'au moins 50 ans et de moins de 55 ans et ayant cinq ans d'ancienneté dans l'entreprise, le montant de l'indemnité de licenciement sera majoré de 20 % sans que le montant total de l'indemnité puisse être inférieur à 3 mois.

En ce qui concerne l'ingénieur ou cadre âgé d'au moins 55 ans et de moins de 60 ans et ayant deux ans d'ancienneté dans l'entreprise, l'indemnité de licenciement ne pourra être inférieure à 2 mois. S'il a cinq ans d'ancienneté dans l'entreprise, le montant de l'indemnité de licenciement résultant du barème prévu au deuxième alinéa sera majoré de 30% sans que le montant total de l'indemnité puisse être inférieur à 6 mois.

L'indemnité de licenciement résultant des alinéas précédents ne peut pas dépasser la valeur de 18 mois de traitement.

En ce qui concerne l'ingénieur ou cadre âgé d'au moins 60 ans, le montant de l'indemnité de licenciement résultant des dispositions ci-dessus, et limité à 18 mois conformément à l'alinéa précédent, sera minoré de :

- 5 %, si l'intéressé est âgé de 61 ans ;
- 10 %, si l'intéressé est âgé de 62 ans ;
- 20 %, si l'intéressé est âgé de 63 ans ;
- 40 %, si l'intéressé est âgé de 64 ans.

La minoration ne pourra aboutir à porter l'indemnité conventionnelle de licenciement à un montant inférieur à celui de l'indemnité légale de licenciement calculée conformément aux articles L.1234-9,L. 1234-11, R. 1234-1 et R. 1234-2 du code du Travail.

La minoration deviendra inapplicable s'il est démontré que, le jour de la cessation du contrat de travail, soit l'intéressé n'a pas la durée d'assurance requise au sens de l'article L. 351-1 du code de la Sécurité sociale pour bénéficier d'une retraite à taux plein, soit l'intéressé ne peut pas prétendre faire liquider sans abattement une des retraites complémentaires auxquelles l'employeur cotise avec lui.

- **Y'aura-t-il un budget dédié à la formation des salariés licenciés ?**

On appliquera les mêmes conditions que lors du dernier plan de licenciement. Si les employés acceptent le congé de reclassement et l'offre BPI, la formation faisait partie de la discussion sur le projet de reclassement.

- **Pourquoi ne pas avoir proposer de reclasser à l'effectif français les postes ouvert en Allemagne ?**

A l' époque, les deux postes à Munich étaient créés pour embaucher le remplacement d'Alain Alauzet et remplacer les deux contrats durée déterminés. Les deux individus à Munich ont donc été embauchés en Q4 2014. Les postes n' étaient donc plus disponibles au moment d'annoncer le plan de licenciement

**COMITE D'ENTREPRISE
DE L'UNITE ECONOMIQUE ET SOCIALE ON SEMICONDUCTOR
NOTE D'INFORMATION
SUR LE PROJET
DE LICENCIEMENT ECONOMIQUE DE SIX SALARIES**

Réunion du Comité d'Entreprise du 15 janvier 2015

I LE CONTEXTE ECONOMIQUE

1 Le Groupe ON Semiconductor

ON Semiconductor est un fournisseur global de circuits intégrés de haute performance pour des applications à large bande passante (data management), de gestion de puissance (power management) et produits standards utilisés qui permettent de concevoir des systèmes et produits électroniques sophistiqués. Nos produits de puissance distribuent et gèrent l'alimentation électrique des différents éléments d'une large variété de produits électroniques. Les circuits « data management » permettent aux systèmes modernes de communications (internet) ou de calcul de grande précision de gérer les flux d'information. Enfin, nos produits standards sont des composants de base qui peuvent intégrer la totalité des équipements électroniques.

Le Groupe ON Semiconductor comprend quatre groupes d'activités différents :

- ✓ Applications Products Group (APG)
- ✓ Image Sensor Group (ISG)
- ✓ Standard Products Group (SPG)
- ✓ System Solutions Group (SSG)

Chacun de ces quatre groupes d'activités comprend différentes « Business Units ».

Le groupe ON Semiconductor est présent dans les domaines ci-dessous et avec la répartition suivante :

- ✓ 29% : Automobile
- ✓ 19% : Communications
- ✓ 14% : Informatique
- ✓ 16% : Consumer
- ✓ 22% : Industriel/militaire/Aeropacial/Medical

La répartition des revenus de ON Semiconductor est la suivante pour les trois premiers trimestres de 2014 :

- ✓ 16% Americas
- ✓ 60% Asia (excluding Japan)
- ✓ 15% Europe
- ✓ 9% Japan

2 Le département « Customer Marketing »

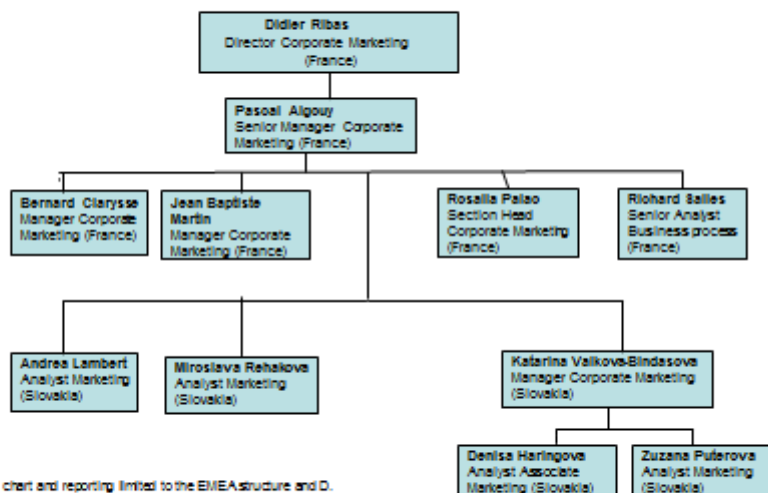
Le département Customer Marketing développe et met en œuvre des stratégies de prix, négocie les contrats, et assure le suivi de l'engagement client, pour l'ensemble des produits ON Semiconductor.

Pour ce faire, le département Customer Marketing doit collaborer avec :

- Les équipes Sales qui sont en contact direct avec le client pour la distribution des produits. Cette collaboration est très étroite, car le Customer Marketer accompagne souvent l'équipe Sales en réunion de négociation ;
- Les différentes BUs supportées par l'équipe Customer Marketing. Au sein des BUs, les Customer Marketers sont en contact avec les responsables des lignes de produits et les Product Marketers.

Le département Customer Marketing est actuellement organisé de la manière suivante:

EUROPE CUSTOMER MARKETING



Remarks

- 1) Organization chart and reporting limited to the EMEA structure and D. Ribes's global role
- 2) Monika Dierdkova (Analyst Marketing) on parental leave for 3 years

En France, l'équipe Customer Marketing est composée de six salariés localisés à Toulouse¹ :

Pascal Aigouy	Senior Manager Corporate Marketing
Bernard Clarysse	Manager Corporate Marketing
Jean-Baptiste Martin	Manager Corporate Marketing
Rosalía Palao	Section Head Corporate Marketing
Didier Ribas	Director Corporate Marketing
Richard Salles	Senior Analyst Business Process

¹ Pour rappel, l'effectif total de ON Semiconductor France SAS est de 75 salariés et l'effectif total de ON Semiconductor SAS de 30 salariés.

II LE PROJET

Le Projet consiste à centraliser le département Customer Marketing à Piestany et à Munich pour la région EMEA, afin d'améliorer les synergies entre le département Customer Marketing et :

- ✓ les clients
- ✓ le département Sales

1. Les synergies avec les clients

L'Allemagne est le pays « automotive » et nos clients et distributeurs principaux sont localisés en Allemagne.

Dans le top 10 des clients mondiaux (Q3 2014), on trouve deux clients Européens (segment automotive – place 1 Continental et place 3 Hella), tous deux localisés en Allemagne.

Top 10 clients

QTR	CUSTOMER NAME	Q313	Q413	Q114	Q214	Q314
1	CONTINENTAL AUTOMOTI	36.2	36.9	38.8	40.5	39.1
2	STRINGER	12.9	14.3	9.6	11.3	21.5
3	HELLA	16.3	16.2	17.4	16.8	18.5
4	SAMSUNG	27.2	20.7	21.6	18.7	17.9
5	PANASONIC	18.4	22.2	18.3	20.1	16.8
6	DELPHI	14.9	13.8	17.4	16.8	15.9
7	DELTA	16.2	15.7	14.2	15.5	15.3
8	SONY	9.7	9.9	8.6	9.6	14.4
9	QUALCOMM	5.6	6.9	8.9	8.4	12.2
10	MICROSOFT	18.0	16.4	9.7	7.4	10.6
	Top 1 Top 10	175.4	173.2	164.4	165.1	182.3

Confidential Proprietary

ON Semiconductor®



C'est le cas aussi pour les distributeurs : EBV et Silica sont localisés en Allemagne. Le nouveau directeur de la distribution est embauché à Munich pour mieux servir nos distributeurs.

Par conséquent, les négociations et les réunions avec les clients et les distributeurs ont souvent lieu en Allemagne.

Aujourd'hui, l'équipe de Toulouse doit systématiquement se déplacer pour rencontrer les clients.

Ces déplacements engendrent des coûts, mais surtout une perte de temps.

Enfin, les négociations et réunions ayant souvent lieu en Allemagne, maîtriser l'Allemand est devenu un avantage clé pour faciliter les relations avec les clients.

La proximité géographique du Customer Marketing avec les clients est donc un point essentiel pour le développement de la fonction. La centralisation en Allemagne va permettre cette proximité.

2. Les synergies avec le département Sales

La proximité physique en un même lieu des équipes Sales et Customer Marketing est essentielle pour assurer les synergies entre ces équipes et donc la qualité du travail.

a) Front Office Sales

Le front office Sales en Europe est présent dans les pays suivants :

Pays	Nombre de salariés
Finlande	1
Pays-Bas	2
Israël	3
Suisse	3
Italie	6
Royaume Uni	7
France	16
Allemagne	37

L'Allemagne joue un rôle déterminant dans l'organisation Sales. La stratégie depuis deux ans a été de renforcer ce rôle par des embauches.

Neuf embauches Front Office Sales ont été réalisées à Munich (la plupart sont des additions).

L'office à Munich compte désormais 47 salariés après la finalisation de l'acquisition d'Aptina et les 4 embauches de Marketers au cours des deux dernières années.

Ce renforcement se poursuit par l'embauche de deux Customer Marketers qui vont prendre leurs fonctions le 1^{er} février.

Le département Front Office Sales ne s'est développé dans aucun autre pays en Europe de la même façon qu'en Allemagne.

b) Back office Sales à Slovaquie (Piestany)

Deux postes de Customer Marketers (Back Office) seraient créés à Piestany (Descriptif de poste en Annexe 1).

L'objectif est que ces deux salariés prennent leurs fonctions le 1^{er} juillet 2015.

La création de ces deux postes de Customer Marketers Back Office est cohérente avec la centralisation du Customer Service à Piestany, en cours depuis plusieurs années. Piestany compte à ce jour 98 salariés dédiés au Customer Service.

c) Direction du département Customer Marketing

Le directeur du département Customer Marketing serait désormais localisé à Phoenix afin d'améliorer la communication et les synergies avec ses principaux partenaires en interne.

III LES CONSEQUENCES DU PROJET POUR LES SALAIRES DE TOULOUSE

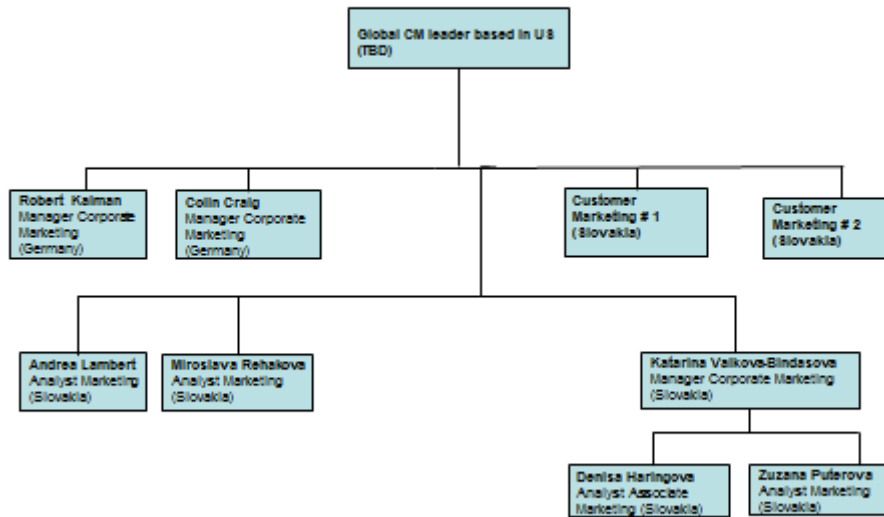
1. La suppression de six postes à Toulouse

Le poste de Section Head Corporate Marketing serait supprimé avec effet au plus tard le 30 juin 2015.

Les postes de Senior Analyst Business Process, Manager Corporate Marketing, Director Corporate Marketing, Senior Manager Corporate Marketing et Manager Corporate Marketing seraient supprimés avec effet au plus tard le 31 décembre 2015.

2. L'organigramme du département Customer Marketing à partir du 1^{er} janvier 2016 (projet)

EUROPE CUSTOMER MARKETING



3. Le transfert de connaissances des salariés de Toulouse

Les salariés de l'équipe Customer Marketing de Toulouse disposent d'une bonne connaissance des clients.

En janvier dernier, le Groupe avait envisagé un processus de transfert des connaissances (« Knowledge Transfer ») portant sur cette connaissance des clients.

Toutefois, un projet concret de transfert de connaissances n'avait pas pu être finalisé en janvier, faute de visibilité suffisante sur les connaissances exactes à transférer et la manière de réaliser ce transfert.

Après une analyse concrète, il apparaît que le transfert des connaissances n'est plus nécessaire.

En effet, les connaissances pouvant être transférées concernent essentiellement la connaissance des relations avec les clients. Or, ces connaissances ne sont ni exclusives à l'équipe Customer Marketing, ni fondamentales à la poursuite de l'activité. Elles ne nécessitent donc pas un processus de transfert des connaissances.

Concernant les salariés dont les postes seront supprimés au 31 décembre 2015, il leur sera simplement de collaborer normalement avec leurs nouveaux collègues en Allemagne et à Piastany, sans faire un effort particulier en termes de transfert de connaissances.

4. Impact pour les autres salariés en France

La nouvelle organisation du département Customer Marketing n'aura pas de conséquences pour les autres salariés travaillant en France.

En effet, le département Customer Marketing interagit seulement avec le département Sales et les Product Marketers et les responsables des lignes de produits dans les BUs :

- ✓ Sales

Les salariés du département Sales en France ne travaillent pas à proximité géographique des Customer Marketers de Toulouse. Par conséquent, la centralisation du Customer Marketing à Munich et Piestany sera sans incidence sur cet éloignement géographique.

- ✓ Product Marketers et responsables des lignes de produits dans les BUs

Les Customer Marketers de Toulouse sont axés sur les clients en Europe. Ils ne travaillent donc pas avec les BUs de Toulouse, qui sont orientées sur le marché asiatique.

La centralisation du Customer Marketing à Munich et Piestany sera donc sans incidence sur les salariés des BUs de Toulouse.

IV LE PROJET DE LICENCIEMENT COLLECTIF POUR MOTIF ECONOMIQUE

En conséquence de la suppression des six postes dédiés du département Customer Marketing, six licenciements pour motif économique sont envisagés.

1. Les catégories professionnelles concernées

Les catégories professionnelles concernées par les suppressions de postes sont les suivantes :

Catégorie	Nombre de postes supprimés
Directeur Corporate Marketing	1
Manager Corporate Marketing	3
Corporate Marketer	1
Data analyst	1

Tous les postes de chaque catégorie étant supprimés, il n'y a pas lieu d'appliquer des critères d'ordre.

2. Les possibilités de reclassement

Au 12 janvier 2015, la liste des postes identifiés comme étant disponibles et pouvant correspondre aux compétences des salariés de l'équipe Customer Marketing de Toulouse est en Annexe 2.

Cette liste sera actualisée régulièrement.

3. Le processus personnalisé de reclassement

3.1 L'entretien individuel de reclassement

A l'issue de la consultation du Comité d'Entreprise, chaque salarié dont le licenciement est envisagé bénéficiera d'un entretien individuel de reclassement.

Il pourra être accompagné lors de cet entretien d'un représentant du personnel de son choix.

Seront présents à cet entretien deux représentants de la RH.

Au cours de cet entretien, les points suivants seront discutés :

- Le Projet;
- Les suppressions de postes ;
- Les postes disponibles au reclassement ;
- Le souhait du salarié d'être reclassé ou non hors de France ;
- Les éventuelles conditions du salarié concernant le poste de reclassement ;
- Le processus de recherche et de proposition de reclassement ;
- L'identification des postes correspondant aux compétences du salarié ;
- La dispense d'activité pour se consacrer au reclassement.

Il sera proposé au salarié une dispense de ses activités courantes, afin qu'il/elle puisse se consacrer pleinement au reclassement.

Il sera établi un compte-rendu de cette réunion.

3.2 La recherche du reclassement

Pour tous les postes correspondant aux compétences du salarié, aux conditions et dans le périmètre géographique souhaités par le salarié, un entretien sera organisé très rapidement avec le manager responsable du poste. Cet entretien a pour but de préciser le poste, de répondre aux questions du salarié et de vérifier l'adéquation de ses compétences. Suite à l'entretien, les échanges pourront bien entendu se poursuivre, par téléphone ou par e-mail.

Dans les jours suivants cet entretien, ON Semiconductor prendra la décision de proposer ou non le poste au salarié.

3.3 La proposition de reclassement

La proposition du poste de reclassement sera une offre complète, permettant au salarié de prendre une décision en toute connaissance de cause :

- Descriptif de poste ;
- Lieu de travail ;
- Rémunération brute ;
- Aides à la relocalisation.

Le salarié disposera de 15 jours pour répondre à cette offre. Pendant cette période, il pourra poser toute question sur l'offre par téléphone ou par e-mail.

4. La procédure de licenciement

Si le salarié n'est finalement pas reclasser, il/elle sera convoqué à un entretien préalable au licenciement. Au cours de cet entretien, les motifs du licenciement lui seront exposés. Le congé de reclassement sera également expliqué.

5. Le congé de reclassement

Le congé de reclassement a pour objet de permettre au salarié licencié de bénéficier d'actions de formation et des prestations d'une cellule d'accompagnement.

Ces prestations seront assurées par le cabinet BPI. Pour toute question ou insatisfaction concernant ces prestations, le salarié en congé de reclassement pourra contacter directement Sophie Baquié ou un représentant du personnel.

Le congé de reclassement débute, si nécessaire, par un bilan de compétences qui a vocation à permettre au salarié de définir un projet professionnel et, le cas échéant, de déterminer les actions de formation nécessaires à son reclassement.

La durée du congé de reclassement sera de neuf mois.

Lors de l'entretien préalable, ON Semiconductor informera le salarié des conditions de mise en œuvre du congé de reclassement (objet du congé, nature des prestations d'aide au reclassement, statut et rémunération). Le congé sera proposé dans la lettre de licenciement.

Le salarié disposera de 8 jours à compter de la date de notification de la lettre de licenciement pour accepter le congé. L'absence de réponse dans ce délai est considérée comme un refus.

En cas d'acceptation du congé de reclassement, celui-ci débutera à l'expiration du délai de réponse de 8 jours et le salarié bénéficiera d'un entretien d'évaluation et d'orientation réalisé par la cellule d'accompagnement.

Au vu des résultats de cette première étape, ON Semiconductor rédigera un document :

- précisant la rémunération du salarié, le terme et le contenu du congé proposé (prestations de la cellule d'accompagnement, actions éventuelles de formation et de validation des acquis de l'expérience) ;
- remis ensuite au salarié qui devra le cosigner dans un délai de 8 jours pour que les actions de reclassement débutent.

Le congé prendra fin avant le terme prévu de 9 mois, si le salarié retrouve un emploi. Il devra alors, avant son embauche, informer le service RH par lettre recommandée avec accusé de réception ou remise en main propre contre décharge.

Le bénéficiaire du congé de reclassement :

- continue d'être rémunéré normalement pendant la durée de son préavis. Pendant la durée du congé excédant celle du préavis, il perçoit une rémunération mensuelle (non assujettie aux cotisations de sécurité sociale), dont le montant est égal à 65 % du salaire brut mensuel des 12 derniers mois précédant la notification du licenciement;
- conserve ses droits en matière d'assurance sociale, d'accidents du travail et d'assurance vieillesse pendant toute la durée du congé.

La période du congé de reclassement excédant la durée du préavis n'est prise en compte ni pour le calcul des congés payés, ni pour la détermination de l'indemnité de licenciement

V LES CALENDRIERS

1. Le calendrier de consultation du CE et du CHSCT

Date - 2015	Réunions
12 janvier	Convocation du CE à une réunion extraordinaire
15 janvier	1 ^{ère} réunion du CE Réunion du CE suspendue
28 avril	Reprise de la réunion du CE
26 mai	Réunion du CHSCT
26 mai	Fin de la réunion du CE Demande de l'avis

2 Le calendrier prévisionnel des licenciements

Poste supprimé au 30 juin		
Action	Délai	Date indicative
Convocation à entretien préalable	-	26 mai 2015
Entretien préalable	5 jours ouvrables à compter de la convocation	3 juin 2015
Notification du licenciement et proposition du congé de reclassement	7 jours ouvrables à compter de l'entretien préalable	12 juin 2015
Début du congé de reclassement en cas d'acceptation	8 jours calendaires à compter de la notification du licenciement	Semaine 25
Postes supprimés au 31 décembre		
Action	Délai	Date indicative
Convocation à entretien préalable	-	3 décembre 2015
Entretien préalable	5 jours ouvrables à compter de la convocation	11 décembre 2015
Notification du licenciement et proposition du congé de reclassement	7 jours ouvrables à compter de l'entretien préalable	22 décembre 2015
Début du congé de reclassement en cas d'acceptation	8 jours calendaires à compter de la notification du licenciement	Semaine 1 2016

VI LES AVIS DEMANDES AU CE

Le Comité d'Entreprise est invité à rendre les avis suivants :

- Avis sur l'application des critères d'ordre (article L. 1233-5 du Code du travail) ;
- Avis sur le congé de reclassement (article R. 1233-17 du Code du travail) ;
- Avis sur le Projet (article L. 2323-6 du Code du travail) ;
- Avis sur le projet de licenciement collectif pour motif économique (article L. 1233-8 du Code du travail).

Annexe 2: la liste des postes identifiés comme poste de reclassement

- 1) EMEA Customer Marketing analyst – location Piestany, Slovakia cfr annexe 1
- 2) Global Customer marketing analyst - location Phoenix, Etats-Unis (req 19223)
- 3) Pricing Analyst - location Seoul, South Korea (req 17309)

Annexe 2: la liste des postes identifiés comme poste de reclassement - mise à jour

- 1) Account Manager – Shangāi (Chine)
- 2) Sales Support Representative – Hong Kong
- 3) Distribution Sales Manager – Singapour
- 4) Sales account Manager for Korea Automotive – Seoul (Corée)
- 5) Field Sales Engineer/ Global account Manager – Santa Clara (CA)
- 6) Industrial Imaging FAE Leader+ Imaging SEC expert (system IQ tuning) – Shangāi (Chine)
- 7) Technical Marketing Analyst – Mechelen (Belgique)
- 8) Senior Manager of China Regional Marketing for ISG Consumer – Shenzhen (Chine)
- 9) Product Marketing Manager – Seoul (Corée)

ON SEMICONDUCTOR CORPORATION AND SUBSIDIARIES
UNAUDITED CONSOLIDATED STATEMENT OF OPERATIONS

(in millions, except per share data)

	Quarter Ended		
	April 3, 2015	December 31, 2014	March 28, 2014 ⁽¹⁾
Revenues	\$ 870.8	\$ 864.2	\$ 706.5
Cost of revenues (exclusive of amortization shown below)	570.4	586.5	458.3
Gross profit	300.4	277.7	248.2
Gross margin	34.5%	32.1%	35.1%
Operating expenses:			
Research and development	100.4	110.9	78.1
Selling and marketing	53.3	56.6	44.4
General and administrative	46.7	46.7	41.0
Amortization of acquisition-related intangible assets	33.9	28.8	8.2
Restructuring, asset impairments and other, net	(2.3)	10.5	5.8
Goodwill and intangible asset impairment	—	9.6	—
Total operating expenses	232.0	263.1	177.5
Operating income	68.4	14.6	70.7
Other income (expense), net:			
Interest expense	(9.2)	(9.5)	(8.1)
Interest income	0.3	0.9	0.2
Other	3.7	(2.3)	(0.7)
Other income (expense), net	(5.2)	(10.9)	(8.6)
Income before income taxes	63.2	3.7	62.1
Income tax provision	(7.4)	(3.5)	(6.2)
Net income	55.8	0.2	55.9
Less: Net income attributable to non-controlling interest	(0.7)	(0.8)	(0.2)
Net income (loss) attributable to ON Semiconductor Corporation	\$ 55.1	\$ (0.6)	\$ 55.7
Net income per common share attributable to ON Semiconductor Corporation:			
Basic	\$ 0.13	\$ —	\$ 0.13
Diluted	\$ 0.13	\$ —	\$ 0.13
Weighted average common shares outstanding:			
Basic	431.4	435.9	440.4
Diluted	439.9	435.9	444.5

⁽¹⁾Amounts have been revised; for additional information about the revisions to prior periods, see our 2014 Form 10-K and our first quarter 2015 Form 10-Q to be filed on or around May 4, 2015.

ON SEMICONDUCTOR CORPORATION AND SUBSIDIARIES

UNAUDITED CONSOLIDATED BALANCE SHEET

(in millions)

	April 3, 2015	December 31, 2014 ⁽¹⁾	March 28, 2014 ⁽²⁾
Assets			
Cash and cash equivalents	\$ 428.1	\$ 511.7	\$ 562.0
Short-term investments	1.3	6.1	55.0
Receivables, net	454.5	417.5	417.1
Inventories	746.9	729.9	608.3
Other current assets	128.1	140.6	89.3
Total current assets	1,758.9	1,805.8	1,731.7
Property, plant and equipment, net	1,208.4	1,203.9	1,081.4
Goodwill	263.8	263.8	184.6
Intangible assets, net	424.6	458.5	215.3
Other assets	90.6	91.0	108.0
Total assets	\$ 3,746.3	\$ 3,823.0	\$ 3,321.0
Liabilities. Non-Controlling Interest and Stockholders' Equity			
Accounts payable	\$ 362.5	\$ 378.2	\$ 276.7
Accrued expenses	282.6	287.9	222.1
Deferred income on sales to distributors	156.0	165.1	151.7
Current portion of long-term debt	212.6	209.6	173.7
Total current liabilities	1,013.7	1,040.8	824.2
Long-term debt	950.2	983.0	746.5
Other long-term liabilities	155.2	151.8	176.3
Total liabilities	2,119.1	2,175.6	1,747.0
ON Semiconductor Corporation stockholders' equity:			
Common stock	5.3	5.2	5.2
Additional paid-in capital	3,317.6	3,281.2	3,228.9
Accumulated other comprehensive loss	(45.8)	(41.5)	(46.4)
Accumulated deficit	(860.5)	(915.6)	(1,049.6)
Less: treasury stock, at cost	(811.0)	(702.8)	(597.1)
Total ON Semiconductor Corporation stockholders' equity	1,605.6	1,626.5	1,541.0
Non-controlling interest in consolidated subsidiary	21.6	20.9	33.0
Total stockholders' equity	1,627.2	1,647.4	1,574.0
Total liabilities and equity	\$ 3,746.3	\$ 3,823.0	\$ 3,321.0

⁽¹⁾The Company has retrospectively adjusted certain amounts shown above for the period ended December 31, 2014 related to adjustments to the purchase price allocation of our recent acquisitions.

⁽²⁾Amounts have been revised; for additional information about the revisions to prior periods, see our 2014 Form 10-K and our first quarter 2015 Form 10-Q to be filed on or around May 4, 2015.

ON SEMICONDUCTOR CORPORATION AND SUBSIDIARIES
UNAUDITED RECONCILIATION OF NET INCOME TO ADJUSTED EBITDA* AND
NET CASH PROVIDED BY OPERATING ACTIVITIES

(in millions)

	Quarter Ended		
	April 3, 2015	December 31, 2014	March 28, 2014 ⁽¹⁾
Net income	\$ 55.8	\$ 0.2	\$ 55.9
Adjusted for:			
Restructuring, asset impairments and other, net	(2.3)	10.5	5.8
Goodwill and intangible asset impairment	—	9.6	—
Interest expense	9.2	9.5	8.1
Interest income	(0.3)	(0.9)	(0.2)
Gain on sale of available-for-sale securities	(3.4)	—	—
Income tax provision	7.4	3.5	6.2
Net income attributable to non-controlling interest	(0.7)	(0.8)	(0.2)
Depreciation and amortization	90.2	86.4	52.4
Actuarial losses on pension plans and other pension benefits	—	12.3	—
Expensing of appraised inventory at fair market value	—	12.8	—
Third party acquisition related costs	—	0.1	0.3
Adjusted EBITDA*	155.9	143.2	128.3
Increase (decrease):			
Restructuring, asset impairments and other, net	2.3	(10.5)	(5.8)
Interest expense	(9.2)	(9.5)	(8.1)
Interest income	0.3	0.9	0.2
Gain on sale of available-for-sale securities	3.4	—	—
Income tax provision	(7.4)	(3.5)	(6.2)
Net income attributable to non-controlling interest	0.7	0.8	0.2
Actuarial losses on pension plans and other pension benefits	—	(12.3)	—
Expensing of appraised inventory at fair market value	—	(12.8)	—
Third party acquisition related costs	—	(0.1)	(0.3)
Gain on sale or disposal of fixed assets	(4.0)	(0.8)	(0.3)
Amortization of debt issuance costs	0.3	0.4	0.3
Write-down of excess inventories	17.7	19.5	6.8
Non-cash asset impairment charges	—	4.7	—
Non-cash share-based compensation expense	11.3	12.8	8.5
Non-cash interest	1.8	1.9	1.6
Change in deferred taxes	(0.4)	(3.9)	1.9
Other	(3.0)	3.0	—
Changes in operating assets and liabilities	(86.2)	28.7	(52.2)
Net cash provided by operating activities	\$ 83.5	\$ 162.5	\$ 74.9

⁽¹⁾Amounts have been revised; for additional information about the revisions to prior periods, see our 2014 Form 10-K and our first quarter 2015 Form 10-Q to be filed on or around May 4, 2015.

* Adjusted EBITDA represents net income before interest expense, interest income, provision for income taxes, depreciation and amortization expense and special items. We use the adjusted EBITDA measure for internal managerial evaluation purposes, as a means to evaluate period-to-period comparisons and as a performance metric for the vesting/releasing of certain of our performance-based equity awards. Adjusted EBITDA is a non-GAAP financial measure. Regulation G and other provisions of the securities laws regulate the use of financial measures that are not prepared in accordance with generally accepted accounting principles. We believe this measure provides important supplemental information to investors. However, we do not, and you should not, rely on non-GAAP financial measures alone as measures of our performance.

We believe that non-GAAP financial measures reflect an additional way of viewing aspects of our operations that – when taken together with GAAP results and the reconciliations to corresponding GAAP financial measures that we also provide in our press releases – provide a more complete understanding of factors and trends affecting our business. Because non-GAAP financial measures are not standardized, it may not be possible to compare these financial measures with non-GAAP financial measures used by our company or other companies, even if they have similar names.

ON SEMICONDUCTOR CORPORATION AND SUBSIDIARIES

ANALYSIS OF GAAP VERSUS NON-GAAP DISCLOSURES

(in millions, except per share and percentage data)

	Quarter Ended		
	April 3, 2015	December 31, 2014	March 28, 2014(1)
Reconciliation of GAAP gross profit to non-GAAP gross profit:			
GAAP gross profit	\$ 300.4	\$ 277.7	\$ 248.2
Special items:			
a) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits	—	3.9	—
b) Expensing of appraised inventory at fair market value	—	12.8	—
Total special items	—	16.7	—
Non-GAAP gross profit	\$ 300.4	\$ 294.4	\$ 248.2
Reconciliation of GAAP gross margin to non-GAAP gross margin:			
GAAP gross margin	34.5 %	32.1%	35.1%
Special items:			
a) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits	— %	0.5%	—%
b) Expensing of appraised inventory at fair market value	— %	1.5%	—%
Total special items	— %	2.0%	—%
Non-GAAP gross margin	34.5 %	34.1%	35.1%
Reconciliation of GAAP operating expenses to non-GAAP operating expenses:			
GAAP operating expenses	\$ 232.0	\$ 263.1	\$ 177.5
Special items:			
a) Amortization of acquisition related intangible assets	(33.9)	(28.8)	(8.2)
b) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits	—	(8.4)	—
c) Restructuring, asset impairments and other, net	2.3	(10.5)	(5.8)
d) Goodwill and intangible asset impairments	—	(9.6)	—
e) Third party acquisition related costs	—	(0.1)	(0.3)
Total special items	(31.6)	(57.4)	(14.3)
Non-GAAP operating expenses	\$ 200.4	\$ 205.7	\$ 163.2
Reconciliation of GAAP operating income to non-GAAP operating income:			
GAAP operating income	\$ 68.4	\$ 14.6	\$ 70.7
Special items:			
a) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits (cost of revenues)	—	3.9	—
b) Expensing of appraised inventory at fair market value step up	—	12.8	—
c) Amortization of acquisition related intangible assets	33.9	28.8	8.2
d) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits (operating expenses)	—	8.4	—
e) Restructuring, asset impairments and other, net	(2.3)	10.5	5.8
f) Goodwill and intangible asset impairments	—	9.6	—
g) Third party acquisition related costs	—	0.1	0.3
Total special items	31.6	74.1	14.3
Non-GAAP operating income	\$ 100.0	\$ 88.7	\$ 85.0
Reconciliation of GAAP operating margin to non-GAAP operating margin (operating income / revenues):			
GAAP operating margin	7.9 %	1.7%	10.0%

Special items:			
a) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits (cost of revenues)	— %	0.5%	—%
b) Expensing of appraised inventory at fair market value step up	— %	1.5%	—%
c) Amortization of acquisition related intangible assets	3.9 %	3.3%	1.2%
d) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits (operating expenses)	— %	1.0%	—%
e) Restructuring, asset impairments and other, net	(0.3)%	1.2%	0.8%
f) Goodwill and intangible asset impairments	— %	1.1%	—%
g) Third party acquisition related costs	— %	—%	—%
Total special items	3.6 %	8.6%	2.0%
Non-GAAP operating margin	11.5 %	10.3%	12.0%
Reconciliation of GAAP net income to non-GAAP net income:			
GAAP net income (loss) attributable to ON Semiconductor Corporation	\$ 55.1	\$ (0.6)	\$ 55.7
Special items:			
a) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits (cost of revenues)	—	3.9	—
b) Expensing of appraised inventory at fair market value	—	12.8	—
c) Amortization of acquisition related intangible assets (operating expenses)	33.9	28.8	8.2
d) Actuarial losses on pension plans and other pension benefits (operating expenses)	—	8.4	—
e) Restructuring, asset impairments and other, net	(2.3)	10.5	5.8
f) Goodwill and intangible asset impairments	—	9.6	—
g) Third party acquisition related costs	—	0.1	0.3
h) Gain on sale of available-for-sale securities	(3.4)	—	—
i) Non-cash interest on convertible notes	1.8	1.9	1.6
j) Adjustment to reflect cash taxes	2.0	0.9	0.9
Total special items	32.0	76.9	16.8
Non-GAAP net income	\$ 87.1	\$ 76.3	\$ 72.5
Non-GAAP net income per share:			
Basic	\$ 0.20	\$ 0.18	\$ 0.16
Diluted	\$ 0.20	\$ 0.17	\$ 0.16
Weighted average common shares outstanding:			
Basic	431.4	435.9	440.4
Diluted	439.9	440.2	444.5

⁽¹⁾Amounts have been revised; for additional information about the revisions to prior periods, see our 2014 Form 10-K and our first quarter 2015 Form 10-Q to be filed on or around May 4, 2015.

Certain of the amounts in the above table may not total due to rounding of individual amounts.

Total share-based compensation expense, related to the company's stock options, restricted stock units, stock grant awards and employee stock purchase plan is included below.

	Quarter Ended		
	April 3, 2015	December 31, 2014	March 28, 2014
Cost of revenues	\$ 1.9	\$ 2.0	\$ 1.4
Research and development	2.3	2.5	1.8
Selling and marketing	2.2	2.3	1.5
General and administrative	4.9	6.0	3.8
Total share-based compensation	\$ 11.3	\$ 12.8	\$ 8.5

Non-GAAP Measures

To supplement the consolidated financial results prepared under GAAP, ON Semiconductor uses non-GAAP measures which are adjusted from the most directly comparable GAAP results to exclude items related to the amortization of intangible assets, amortization of acquisition-related intangibles, expensing of appraised inventory fair market value step-up, inventory valuation adjustments, purchased in-process research and development expenses, restructuring, asset impairments and other, net, goodwill impairment charges, gains and losses on debt prepayment, non-cash interest expense, their related tax effects, actuarial (gains) losses on pension plans and other pension benefits, third party acquisition related costs, and certain other special items, as necessary. Management does not consider these charges in evaluating the core operational activities of ON Semiconductor. Management uses these non-GAAP measures internally to make strategic decisions, forecast future results and evaluate ON Semiconductor's current performance. In addition, we believe that most analysts covering ON Semiconductor use the non-GAAP measures as well. Given management's and other relevant use of these non-GAAP measures, ON Semiconductor believes these measures are important to investors in understanding ON Semiconductor's current and future operating results as seen through the eyes of management. In addition, management believes these non-GAAP measures are useful to investors in enabling them to better assess changes in ON Semiconductor's core business across different time periods. These non-GAAP measures are not in accordance with or an alternative to GAAP financial data and may be different from non-GAAP measures used by other companies. Because non-GAAP financial measures are not standardized, it may not be possible to compare these financial measures with other companies' non-GAAP financial measures, even if they have similar names.

Non-GAAP Gross Profit and Gross Margin

The use of non-GAAP gross profit and gross margin allows management to evaluate, among other things, the gross margin and gross profit of the company's core businesses and trends across different reporting periods on a consistent basis, independent of non-cash items including, generally speaking, expensing of appraised inventory fair market value step-up and amortization of intangible assets. In addition, it is an important component of management's internal performance measurement and incentive and reward process as it is used to assess the current and historical financial results of the business, for strategic decision making, preparing budgets, obtaining targets, and forecasting future results. Management presents this non-GAAP financial measure to enable investors and analysts to evaluate our revenue generation performance relative to the direct costs of revenue of ON Semiconductor's core businesses.

Non-GAAP Operating Profit and Operating Margin

The use of non-GAAP operating profit and operating margin allows management to evaluate, among other things, the operating margin and operating profit of the company's core businesses and trends across different reporting periods on a consistent basis, independent of non-cash items including, generally speaking, expensing of appraised inventory fair market value step-up, amortization of intangible assets, third party acquisition related costs, and restructuring charges. In addition, it is an important component of management's internal performance measurement and incentive and reward process as it is used to assess the current and historical financial results of the business, for strategic decision making, preparing budgets, obtaining targets, and forecasting future results. Management presents this non-GAAP financial measure to enable investors and analysts to evaluate our revenue generation performance relative to the direct costs of operations of ON Semiconductor's core businesses.

Non-GAAP Net Income and Net Income Per Share

The use of non-GAAP net income and net income per share allows management to evaluate the operating results of ON Semiconductor's core businesses and trends across different reporting periods on a consistent basis, independent of non-cash items including, generally speaking, the amortization of intangible assets, amortization of acquisition-related intangibles, expensing of appraised inventory fair market value step-up, purchased in-process research and development expenses, restructuring, asset impairments and other, net, goodwill impairment charges, gains and losses on debt prepayment, non-cash interest expense, their related tax effects, actuarial (gains) losses on pension plans and other pension benefits, third party acquisition related costs, and certain other special items, as necessary. In addition, they are important components of management's internal performance measurement and incentive and reward process as they are used to assess the current and historical financial results of the business, for strategic decision making, preparing budgets, obtaining targets, and forecasting future results. Management presents these non-GAAP financial measures to enable investors and analysts to understand the results of operations of ON Semiconductor's core businesses and, to the extent comparable, to compare our results of operations on a more consistent basis against that of other companies in our industry.