



FÉDÉRATION SYNDICALISTE FORCE OUVRIÈRE DE LA COMMUNICATION  
FRANCE TÉLÉCOM – ORANGE

OCTOBRE 2009 • Codes A & T

COM

60 RUE VERGNAUD  
75640 PARIS CEDEX 13  
[www.fo-com.com](http://www.fo-com.com)  
[telecoms@fo-com.com](mailto:telecoms@fo-com.com)

## Agences Distribution

# Halte aux pressions

### ■ PVV

Sur les résultats liés à la mise en œuvre de la nouvelle PVV présentés par la direction, il apparaît qu'**en moyenne** ils sont supérieurs à la précédente.

Sur ce sujet, nous avons interpellé la direction sur les multiples remontées « terrain » qui se soldent par beaucoup de mécontentement, de stress, de découragement et de résignation.

Nous avons condamné l'amplitude démesurée des changements d'objectifs en cours de mois, qui sont de nature à perturber (le mot est faible) les vendeurs, mais également les managers qui se doivent de fournir des explications cohérentes. L'exemple du mois de septembre (valo + 3 000 une semaine, - 2 000 la semaine suivante) est, à ce titre, édifiant. Pour nous, ces variations s'apparentent à des changements de règles en court de match, elles génèrent un stress permanent et nuisent au bon fonctionnement des équipes.

FO Communication revendique un contrat d'objectif fixe en début de mois. Avec des règles transparentes connues de tous tenant compte du temps d'activité prévu. Nous demandons également que soit révisé à la hausse le pourcentage de la part collective.

En attendant ces évolutions, FO Communication revendique qu'il soit trouvé une solution pour les vendeurs ayant atteint le seuil de la valo en fin de mois et qui ne bénéficient d'aucune reconnaissance pécuniaire.

### ■ ADJOINT / VENDEUR LEADER ?

Interpellée par nos soins, la direction a rappelé que c'était le même métier. C'est l'importance de la boutique qui fait que la dénomination change. En résumé, boutique de proximité sans espace service = vendeur leader, boutique principale avec espace service = adjoint. Autre précision, un vendeur leader passe 60 % à la vente, 40 % au management. Pour FO Communication si le « métier » est le même et afin de clore ce débat (qui engendre incompréhension et frustration pour les salariés) nous demandons une seule dénomination et un même traitement de leur part managériale.

### ■ PIC (PERFORMANCE INDIVIDUELLE COMPARÉE)

Nous avons dénoncé fermement l'affichage dans nombre de boutiques de tableaux de résultats comparatifs nominatifs. Ils sont parfois utilisés abusivement par certains responsables pour souligner les insuffisances ou stigmatiser des vendeurs vis-à-vis de leurs collègues.

FO Communication a rappelé son hostilité à ces pratiques génératrices de stress et met en

Le 22 octobre  
votez L' ALLIANCE

# Le 22 octobre votez L' ALLIANCE

garde FT contre toute généralisation apparaissant comme des « expérimentations ». Tout manquements aux exigences juridiques notamment en termes de confidentialité fera l'objet de signalisation à l'inspection du travail.

## ■ PANDÉMIE

Concernant les mesures qui seront appliquées en cas de pandémie, la direction métier nous a assuré que le bon sens prévaudrait en matière d'objectifs, de fermetures de boutiques de mise en quarantaine, etc. Pour la direction, l'objectif sera pour tous de traverser au mieux cette période délicate

FO Communication a bien pris note, veillera au respect de ces engagements et saura prendre ses responsabilités en cas de manquements à ces règles.

## ■ MERCHANDISING

Pour le maintien et le déploiement la direction a décidé de maintenir une équipe merch par AD composée de 1 responsable + 3 collaborateurs.

À FO Communication, nous étions opposés à la disparition de ces métiers, aujourd'hui nous nous réjouissons qu'ils soient conservés au sein des AD.

## ■ ESPACES SERVICES

240 aujourd'hui, 20 supplémentaires en 2010, la cible, 300 en 2012. Pour FO Communication la présence d'un espace service dans une boutique est un plus pour les clients et les vendeurs. Ils facilitent la fluidité des files d'attente et garantissent une meilleure prise en compte des « SAV » qui sont souvent cause de débordements ou autres agressions. Aussi nous revendiquons que chaque boutique possède son espace service.

## ■ RESPONSABLE BOUTIQUE

Un outil concernant la simulation de la PVV managers sera disponible dès le mois d'octobre. FO Communication continue à revendiquer une bande E pour tous les responsables de boutique et s'insurge fermement contre les pressions incessantes dont ils font l'objet.

## ■ NOTIFICATION PVV

Pour les vendeurs, il sera possible prochainement d'aller chercher par le réseau sa notification de PVV en l'absence du responsable. Nous sommes contre cette méthode ou les salariés vont « découvrir » leurs résultats en appuyant sur un bouton (un stress supplémentaire).

Pour FO Communication, remise des objectifs + notification des résultats sont des moments d'échanges importants entre le responsable et ses collaborateurs. Le temps consacré à ces échanges ne doit en aucun cas être sous-estimé.

## ■ PÉRENNITÉ DES OFFRES

La pérennité des offres (rému négative si résiliation avant période déterminée) devrait arriver en 2010.

À FO Communication, nous avons toujours dénoncé la multiplication des tâches liées à la saisie et à la gestion. Nous revendiquons que soient simplifiées, que soient automatisées autant que faire se peut ces activités véritables source d'énerverment, de fatigue et de stress.

## ■ EMPLOI

Nous avons interpellé la direction métier sur le dossier de l'emploi. Des réponses évasives, mais la direction ne s'interdit pas de faire des recrutements externes. Le ratio effectifs/flux est au cœur de toute activité commerciale. De nombreuses boutiques sont en sous-effectif, les conséquences sont grandes pour l'équilibre de tous et de chacun. Il est grand temps d'y remédier par des emplois pérennes.

FO Communication revendique des recrutements externes dans les boutiques en déficit d'effectifs et l'arrêt des redéploiements « forcés ».

**Soutenir FO, c'est revendiquer un avenir meilleur**