



COM

60 RUE VERGNAUD
75640 PARIS CEDEX 13
www.fo-com.com
telecoms@fo-com.com

LA NÉGOCIATION,
C'EST NOTRE FORCE

La part variable sur ARTE

France Télécom vient de proposer l'instauration de la part variable sur les plateaux ARTE. La proposition de la direction présentée en CCUES est la suivante. Le modèle est axé sur une notion de pure vente autour de trois composantes :

- performance commerciale liée à la vente,
- sens du service, lié à la performance métier (coefficient entre 0.x et 1.y à définir),
- Orange attitude, lié à la satisfaction client/professionnalisme (coefficient entre 0.x et 1.y à définir).

L'ANALYSE DE FO

- Les coefficients des items 2 (individuel) et 3 (plutôt collectif) peuvent être minorants si le coefficient est entre 0 et 1 ou majorants s'il est au-delà de 1 ; si le coefficient est minorant, c'est complètement démotivant.

Pour mémoire, les coefficients sur les plateaux PME, 1014, 1016 sont de 0,6 à 1,2 pour l'item 2 (Sens du service) et de 0,8 à 1,1 pour l'item 3 (Orange attitude liée au professionnalisme et/ou à la satisfaction client).

- La note finale est obtenue par multiplication de la note de chaque item. C'est pénalisant.

Par exemple, sur l'item 1 (performance commerciale) le salarié a bien vendu en fonction de sa table TPS (Table des Produits et Services). Sur l'item 2 (Sens du service) il a été très performant au téléphone. Il suffit que sur l'item 3 (Orange attitude lié au professionnalisme et/ou à la satisfaction client) le client ait eu un problème de facturation antérieur pour donner une note déplorable.

Ce n'est pas pertinent pour ARTE! Cet élément est complètement hors de maîtrise des personnels d'ARTE, mais va impacter leurs gains au travers de cette note!

LES CONTRE-PROPOSITIONS DE FO

D'abord nous proposons de changer la dénomination PVV (part variable vente) en PVC (part variable conseiller).

Cette modification s'appuie sur la population constitutive des plateaux ARTE : les salariés sont issus des : 1016, 1014, UAT GSO (3900, 3901), Soutien, Cils, UI, 1013, VRCS...

La population fonctionnaire est très attachée à la notion de service public et lui appliquer un outil « *pur vente* » risque d'être contre-productif. D'autant que certains personnels sont sur ces plateaux indépendamment de leur choix suite à des restructurations.

Aujourd'hui, les ventes sont récompensées au travers de challenges qui engendrent des bons d'achat ou des chèques cadeaux. Le maximum relevé étant de 200 euros par mois.

En première analyse, 50 % des ventes sont faites par 20 % du personnel ; dont une grande part sont des CDD. Si la direction associe la notion de « *conseil rendu* » engendrant des ventes pures ou des pistes de ventes, cela serait plus compréhensible pour les 80 % du personnel restants.

La qualité de service est mise en avant sur les plateaux ARTE. FT reconnaît : « *les centres ARTE sont accessibles rapidement* » et ils ont « *une efficacité très régulièrement supérieure à 90 %* ». **Il serait judicieux de proposer aux salariés de ces plateaux un outil spécifique reprenant les qualités mises en avant.**

À cet effet, nous proposons deux modèles :

■ 1^{er} modèle

On garde les 3 items mais sans coefficient minorant, c'est-à-dire qu'ils sont égaux ou supérieurs à 1.

Si le salarié est un bon vendeur, l'item 1 est bien servi et s'il est moyen en « *sens du service* », ses ventes sont tout de même récompensées. Les éléments extérieurs comme l'insatisfaction client liée à un problème de facturation par exemple ne sont pas pénalisants.

Si le salarié est un « *vendeur* » moyen, mais a un sens très aigu du conseil et du service rendu (production, AS 20, qualité de service, etc.), il est également récompensé car il génère des pistes débouchant sur des ventes indirectes. Même analyse concernant les éléments extérieurs.

■ 2^e modèle

On garde les 3 items et les coefficients tels quels, mais ils sont associés en additifs : chacun est pris en compte sans diminuer les autres.

**Le refus de France Télécom de tenir compte
des propositions FO a conduit la délégation FO
à voter contre le projet au CCUES.**

**Malgré cela, FO Communication continuera
à proposer des contre-projets qui prennent
mieux en compte l'intérêt des salariés.
Il est temps que France Télécom apprenne
à écouter ses salariés !**
