



CFE-CGC Orange

Adresse postale : 10/12, rue Saint Amand - 75015 Paris

Tél : 01 46 79 28 74

E-mail : secretariat@cfecgc-orange.org

Réf. : PS/XX/XX/2024-10-10

Lettre simple

ORANGE SA
111, quai du Président Roosevelt
CS 70222
92449 ISSY LES MOULINEAUX CEDEX

À l'attention de Mr Jean-François Fallacher
Directeur exécutif d'Orange France

Paris, le 10/10/2024

Objet : Demande d'ouverture de négociations sur la révision de la Part Variable Commerciale

Monsieur le Directeur exécutif,

La direction d'Orange est convaincue que le projet de révision de la Part Variable Commerciale (PVC) permettra d'accroître les ventes et de simplifier le suivi des objectifs de satisfaction client pour les Agences Distribution (AD) et les Unités de Service Client (USC). Cependant, la CFE-CGC Orange exprime plusieurs inquiétudes quant à l'application actuelle de la PVC et aux conséquences potentielles de cette révision sur les salariés de la relation client.

1. Modifications fréquentes et manque de concertation

La gestion actuelle de la PVC est marquée par des modifications récurrentes des règles de rémunération. Ces changements sont effectués de manière unilatérale, sans concertation avec les représentants des salariés ni adaptation des moyens de travail. Ce manque de dialogue engendre des difficultés opérationnelles pour les équipes, accentuées par l'absence d'évaluation des impacts sur les conditions de travail et les risques psychosociaux.

Nous rappelons que la CFE-CGC Orange avait déjà alerté la Direction à ce sujet dans un courrier du 7 novembre 2023 ¹, resté sans réponse. Ce précédent met en lumière une tendance inquiétante de gestion non collaborative des objectifs commerciaux.

2. Retour à des pratiques de performance déséquilibrées

Le projet de révision actuel nous rappelle l'ancien système de Part Variable Vendeur (PVV), qui privilégiait la performance commerciale au détriment de la satisfaction client. L'introduction de la PVC avait alors eu pour but de renforcer les indicateurs de satisfaction client, même si cela désavantageait parfois les meilleurs vendeurs. Aujourd'hui, nous craignons un retour à des pratiques de « batonnage » axées sur les ventes pures, tout en négligeant l'accompagnement client.

L'augmentation des objectifs commerciaux pour des équipes déjà en difficulté ne ferait qu'amplifier les tensions existantes. Par ailleurs, le recrutement de profils orientés vers l'accompagnement client au cours des dix dernières années pourrait poser des problèmes managériaux si leurs compétences ne sont pas adaptées aux nouvelles attentes axées sur la performance.

3. Complexité et caractère punitif des objectifs

Les objectifs liés à la Satisfaction Accompagnement Multicanal (SAM) et aux Offres Prioritaires de Commercialisation (OPC) sont devenus si complexes qu'ils échappent souvent au contrôle direct des salariés. Ces derniers jugent le système de notation de la satisfaction client comme injuste et davantage punitif que motivant. La multiplication et la complexité des objectifs actuels dépassent les dispositions conventionnelles définies dans le chapitre 3 de l'accord « Organisation du travail ». Cela crée un déséquilibre entre les attentes de l'entreprise et les moyens disponibles pour les équipes.

4. Impact négatif sur la motivation et la santé des équipes

Le contexte économique actuel, déjà marqué par des incertitudes, accentue l'impact négatif de ces changements sur les équipes. Nous observons une baisse continue de la PVC, aggravée par la fermeture des boutiques et une réduction des effectifs liée au projet Libellule. Ce climat anxigène se traduit par une hausse des arrêts maladie et un recours accru à l'emploi temporaire, renforçant ainsi l'instabilité des équipes.

5. Propositions pour un système PVC plus juste et transparent

Afin de préserver l'engagement des salariés et de garantir la pérennité de notre position de leader sur le marché, la CFE-CGC Orange demande l'ouverture de négociations sur la révision de la PVC pour les Agences Distribution (AD) et les Unités de Service Client (USC).

Nos demandes sont les suivantes :

- Accompagnement des salariés : mise en place de mesures de soutien, avec une communication claire et une formation adaptée pour assurer une transition en douceur vers le nouveau système.
- Clarification et simplification des objectifs : les objectifs doivent être simples, mesurables et atteignables, sans révisions fréquentes et non concertées. Le SAM doit être réduit à un seul critère pour éviter la surcharge.
- Surveillance des impacts : des mécanismes de suivi doivent être instaurés pour évaluer les conséquences des changements sur la motivation des salariés, la cohésion des équipes et la qualité du service. Des ajustements devront être faits en cas de dysfonctionnements.

¹ [courrier](#)

- Maintien d'une PVC garantie durant la phase transitoire : un minimum de PVC doit être garanti pendant la transition, avec une évaluation des résultats à l'issue de cette période.

Nous souhaitons que des mesures soient prises rapidement pour corriger les dysfonctionnements de la PVC actuelle. L'implication et la motivation des salariés sont essentielles pour maintenir la qualité du service et l'engagement de nos équipes, tout en assurant la stabilité de notre entreprise dans un marché toujours plus compétitif.

Nous restons à votre disposition pour toute information complémentaire.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur exécutif, l'expression de nos salutations distinguées.

Patrice Seurin
Délégué Syndical Central



Tristan Lay
Secrétaire RMN AD



Faycel Azzabi
Secrétaire RMN USC

