FOCOM ORANGE

InFOcsec

24 et 25 mai 2023

Projet d'évolution de la Part Variable Commerciale des agences ProPME

Pour rappel, ce projet concerne les vendeurs, les Responsables d'Équipe et les Directeurs de Vente des cinq agences ProPME de Métropole et de la Corse, soit 957 personnes. L'expertise du cabinet Technologia conclut que «*les réglages de la nouvelle PVC, si le R/O n'est pas revu à la baisse, créeraient des objectifs très difficiles à atteindre pour une majorité des vendeurs. Cette nouvelle PVC, plus sévère, intervient dans un contexte difficile pour les commerciaux. Il convient donc de prévoir des retouches dans le modèle, et d'être vigilant sur la démotivation, les risques psycho-sociaux et le turn-over que la nouvelle PVC pourrait déclencher*». L'expert préconise, entre autres, de mieux l'expliquer car toutes les familles de vendeurs expriment le fait qu'elles n'ont pas obtenu suffisamment d'informations lors de la présentation d'avril 2023. Mais aussi de modifier le modèle et d'associer les vendeurs aux travaux sur la PVC. La CSSCTC préconise que la mécanique, les méthodes de calcul, les dispositions pour les situations particulières (Temps Partiels, maladie, congés maternité/paternité, tuteurs…), la lettre de PVC et la procédure de retrait de placement après contrôle soient décrites dans un document accessible à tous.

En séance et en réponse à nos préconisations, la direction a annoncé certaines propositions telles que l'ajustement de la répartition des poids des indicateurs pour les CC Proactifs, CAP Pro et Activa et de l'abaque création de valeur des vendeurs 3901 et CC Spécialisés, pour répondre à la problématique de mieux rémunérer la surperformance. Pour FOCom, les modifications apportées sont encore insuffisantes. En l'état, la nouvelle PVC ne va pas obtenir l'adhésion des vendeurs de ProPME et va les laisser dans une situation difficile, non seulement d'un point de vue financier mais aussi psychosocial pendant l'année de mise en place, avant que le bilan, promis pour septembre 2024, ne permette de faire le point. Pour FOCom, ce projet risque de générer une baisse d'attractivité du métier et d'augmenter les tensions interservices. L'expertise Technologia considère que sans une revue à la baisse du Réalisé/Objectif, les objectifs seront très difficiles à atteindre pour une majorité de vendeurs. Une fois de plus, Orange fera des économies sur le dos de ses salariés. Mais à quel prix!

Pour FOCom, ce projet est régressif et inacceptable en l'état. Cette refonte de la PVC arrive au plus mauvais moment au regard du contexte socio-économique actuel et non seulement il ne corrige pas

les effets de bord du dispositif actuel mais il les aggrave, notamment avec l'allongement du délai de mesure au trimestre. Il affiche une régression moyenne de l'espérance de gains des vendeurs qui impactera une majorité de vendeurs, y compris les plus performants. Il est urgent que la direction revoie sa copie et apporte des garanties pour que ce projet n'expose pas les salariés ProPME à une perte de revenus et à des risques psychosociaux considérables. Aussi, les élus FOCom ont rendu un avis motivé négatif.

Politique Innovation : Bilan 2022 et orientations 2023

En 2022, l'innovation est affichée à 605 M€ soit 1,39 % du chiffre d'affaires. La tendance des dernières années à répartir les budgets en faveur de l'innovation hors Orange Innovation a fortement repris en 2022 : 71 M€ réalisés (versus 68 M€ en 2021) et continuera en 2023 (73 M€ prévus), au détriment donc des ex-Orange Labs (IT&S, Networks, Data-IA) et autres entités Orange Innovation. Les quatre priorités sont : accélérer sur nos axes de croissance, data & IA, s'engager autrement en renforçant les principes sécurité, confiance et soutenabilité au sein de nos activités et réinventer notre métier d'opérateur.

Pour FOCom, la tendance au dumping social de l'Innovation est marquée par un transfert important d'activités vers les filiales, l'international et les Orange Innovation Centers (OIC), où la main d'œuvre est à bas coût et le droit social moins protecteur qu'en France. La réduction des effectifs en France s'est poursuivie en 2022, avec une baisse de -7,1 % CDI actifs pour Orange Innovation. Avec un prévisionnel 2023 annonçant une nouvelle baisse des effectifs à hauteur de -4,5 %, Orange Innovation aura ainsi perdu 806 postes de CDI actifs, soit -19,7 % depuis fin 2019. Quelle autre entreprise, à la dimension technologique d'Orange, peut afficher un résultat social aussi désastreux sur sa Recherche et son Innovation ? Et ce ne sont pas les 17 recrutements externes réalisés en 2021 et les 9 en 2022, sur un périmètre de plus de 3 800 personnes, qui rassureront les salariés. Sans compter le plan de départ définitif de près de 500 personnes ayant choisi le dispositif TPS entre 2022 et 2023. Le transfert progressif des budgets Innovation vers les filiales devrait atteindre 73 M€ selon les prévisions 2023 soit 11,9 % du budget total innovation. Ce budget, dédié aux filiales, aura augmenté de +14,1 % sur les quatre années de la mandature, tandis que celui consacré aux ex-Orange Labs (IT-S, Networks, Data-IA) aura baissé de -10,1 % sur la même période. Cette tendance inquiète les équipes qui subissent une accélération des projets de transformation, actant ainsi le transfert sortant de leur activité vers les Unités d'Affaires (UA) ou vers d'autres pays. Nous dénonçons le démantèlement progressif d'Orange Innovation qui se répartit progressivement dans les autres entités du Groupe, tout comme la poursuite incessante de la baisse des budgets Recherche et Innovation, passés de 862 M€ en 2009 à 605 M€ en 2022, soit -29,8 % en 13 ans ! Une telle vision court-termiste risque de voir Orange perdre son expertise et sa capacité à garder une longueur d'avance sur ses concurrents. Quant à la reconnaissance de nos chercheurs, ingénieurs, et techniciens, comment l'entreprise justifie-t-elle un si faible taux de promotion à Orange Innovation en comparaison à celui d'Orange SA ? Les résultats 2022 des équipes Recherche et Innovation sont cette année encore remarquables. Malgré la baisse récurrente de la Force Au Travail, de l'effet désastreux de certains projets de transformation, des nombreux projets immobiliers, la production des équipes a su répondre aux demandes de soutien et d'expertise des services opérationnels. De tels résultats auraient sans doute, cette année encore, mérité une reconnaissance plus respectueuse des efforts consentis.

Projet Ancrage Réseau et Intervention

3 300 salariés ont répondu au sondage (34 % de participation). Bien qu'il y ait une compréhension globale du sens du projet, la simplification des processus semble moins bien perçue en termes de bénéfices. Les inquiétudes les plus significatives portent sur la disponibilité et la proximité du futur manager, la charge de travail, l'autonomie, l'équilibre vie personnelle / vie professionnelle, et les déplacements professionnels. Selon l'expertise SECAFI, le projet implique un nombre important de repositionnements de salariés du fait de la disparition de leur métier ou de leur poste. Un suivi sera nécessaire. Des inquiétudes pèsent sur la coopération entre services, les effets sur la charge de travail et sur les nouveaux collectifs de travail issus de directions différentes.

Pour FOCom, la question des interactions entre les différents « opérateurs » sera un élément essentiel à la compréhension des salariés, qui au sein de la future entité UCI, auront deux services back-office, l'un pour l'opérateur commercial et l'autre pour l'opérateur industriel. Les gains économiques attendus seront-ils effectifs ? Le chiffre d'affaires généré en qualité d'opérateur industriel, et par les UCI hors accessoires et prestations des techniciens, sera également à observer. Il est indispensable que ces chiffres soient renseignés dans les bilans trimestriels des commissions Projet, Economie et Evolution des Marchés des CSEE des DO, de DTSI et d'OFS. Par ailleurs, FOCom demande à la direction de préciser les engagements pris pour les salariés qui rejoindront la Direction Intervention Intégration Entreprise et qui bénéficient actuellement de mesures d'astreinte du fait de l'entraide qu'ils réalisent avec d'autres équipes Intervention (compensations financières prises en charge par l'UI cédante ou par la D2IE). L'expertise met en exergue de nombreuses spécificités organisationnelles locales qui n'ont pas pu être instruites dans les CSEE et CSSCT locales. Ces mouvements ne seront pas sans conséquence pour les salariés. Il faudra mettre en œuvre les conditions nécessaires à la création des nouveaux collectifs de travail. Cela passera, entre autres, par une clarification et une harmonisation des pratiques et nous demandons que les conditions mieux-disantes soient celles retenues.

Orientations du domaine de la Relation Client Grand Public

En 2023, les priorités portent sur l'accélération de la croissance avec une ambition de +367 M€ de CA. Sur la Relation client, +2 pts d'autonomie clients sont attendus sur le total des interactions. Parmi les objectifs à atteindre : développer la performance dans les canaux humains pour atteindre 10,3 M d'actes commerciaux, continuer à améliorer la satisfaction client (DeltaSAT > 60) et développer la RSE. Côté AD, on comptabilise 528 boutiques en 2023 (24 dans les DOM et 504 en métropole : 279 AD +225 GDT). Il y a eu 14 fermetures (5 en 2020, 10 en 2021) et 6 transferts (4 en 2020, 28 en 2021), 8 relocalisations/extensions (6 en 2020, 11 en 2021). La Force Au Travail boutiques est de 3 933 ETP (- 25 % versus 2019). Les opérations prévues concernent 24 boutiques, environ 160 CDI.

FOCom rappelle que les résultats Grand Public 2022 sont à mettre au crédit des personnels d'Orange. Une fois de plus, nous dénonçons des orientations GP 2023 qui reposent sur l'efficacité opérationnelle avec un objectif de réduction des coûts indirects de 45 M€. La précédente stratégie s'est achevée avec 14 fermetures de boutiques en 2022. Le nouveau plan 2023-2026 accélère encore cette saillie puisqu'il est prévu 28 opérations d'arrêt d'exploitation dans l'ensemble des 5 DO concernées par le plan quadriennal. Comment l'entreprise compte-t-elle développer la valeur du socle Telco et la croissance multiservices alors que les boutiques expérientielles auront de moins en moins vocation à réaliser des opérations transactionnelles ? FOCom s'interroge également sur les mesures prises pour concilier simplification et amélioration de l'expérience salarié pour assurer le bien-être au travail. Et ce, dans un contexte de transformation où le conseiller devra dans un même temps intégrer les opérations de maillage (Proof Of Concept) et assurer la performance économique, la RSE et la satisfaction client. Sans oublier les impacts pour les managers qui accompagnent ces changements. À cela s'ajoute un flot incessant d'incivilités et des braquages, ce qui est intolérable. Nous demandons qu'une information soit présentée sur ce point auprès de la Commission Prévention des Risques Professionnels et de Promotion de la Santé au Travail (CPR-PPST). Concernant l'activité des Services Clients, l'entreprise souhaite mettre en place une assistance commerciale unique sans séparation Home et Open/Mobile pour le Front-office d'ici fin 2024, en augmentant le nombre de conseillers «*full*». Et, dans le même temps préparer l'accompagnement des conseillers concernés par la baisse rapide des appels Service Universel (SU). Nous demandons qu'un budget dédié soit alloué pour accompagner les salariés basculant en full N1 et ceux concernés par l'arrêt progressif de l'activité SU. Quant à l'externalisation totale de l'activité N2 Recouvrement, nous demandons qu'une étude d'impact soit réalisée en amont. Enfin, l'ensemble des personnels nous alerte sur leurs difficultés pour suivre l'indicateur de satisfaction Delta SAT. Nous exigeons l'arrêt immédiat de toute objectivation sur cet indicateur tant qu'il ne sera pas spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et temporellement défini.

J'adhère à FOCom en ligne

ÉCRIVEZ-NOUS stephane.neivabrandao@orange.com