



# Le Maillot Cfdt

SCO IdF



## Séances DP du mois d'avril 2019

Voici les questions posées par les délégués du personnel CFDT,  
et les réponses apportées par l'entreprise.

### PLAN DE RIGUEUR EN FRANCE



Q1) La cafétéria et le restaurant du site de Maillot sont fermés le samedi. Le personnel devant travailler ce jour-là avait, jusqu'alors, quelques jus de fruits et grignotages mis à disposition par le manager responsable. Le budget pour cela a été supprimé. Est-ce, comme le bruit court, parce que le budget a été pris pour nous inviter à Mogador pour Chicago ? Est-ce comme, le bruit court, parce que le budget a été pris pour nous inviter au séminaire annoncé en juin ? Est-ce que le budget de 30 euros hebdomadaires compromet les finances d'une entreprise en accélération ?

**Réponse :** Les petits déjeuners du samedi sont associés à des animations commerciales comme cela a été fait en 2018. Ces petits déjeuners pourront être organisés en cas d'animation commerciale.

**Commentaire :** « ...Pourront... en cas de... » (même si la réponse est plus inquiétante qu'autre chose, il paraît que nous avons été entendus.)

Q2) Comme le bruit en court, (on se demande pourquoi) le budget alloué aux repas de convivialité d'équipe aurait également été supprimé. Pouvez-vous confirmer la pérennité de ce moment de cohésion et de partage... ou justifier la suppression ?

**Réponse :** C'est un bruit. Ce sujet n'a pas été abordé.

Q3) Pouvez-vous nous dire si ces restrictions, sont une tendance lourde ? Doit-on entériner le fait qu'Orange est une entreprise digitale... mais humaine seulement dans les discours ?

**Réponse :** Les actions prévues ainsi que les animations sont budgétées comme vous pouvez l'imaginer. Ce budget n'est pas en baisse mais proportionnel au nombre de salariés par contre des choix sont nécessaires dans la liste des dépenses.

**Commentaire :** Le personnel diminue (et doit être agile pour boucher les trous et se faire polyvalent), et en remerciement des résultats en accélération, les budgets destinés au personnel sont diminués par l'entreprise sous couvert de proportionnalité et les économies ainsi faites vont dans la poche de... ?



Q4) Les signaux précédents s'ajoutent au peu de reconnaissance de ces dernières années (NAO, PPCR, abondement, PVC...). L'entreprise se comporte, vis-à-vis des acteurs de sa réussite et de ses résultats au quotidien de manière totalement injustifiée en cette période d'accélération. Le personnel le perçoit très mal. Il a le sentiment d'être « taillable et corvéable à merci ». Toujours plus d'efforts, toujours plus agile pour toujours moins ! Par trop de langage de façade non suivi d'effets, au lieu de générer dynamisme et innovation, l'entreprise ne provoque que cynisme et démotivation... Que comptez-vous faire pour rétablir la confiance et traduire les promesses en actes ?

**Réponse :** Les actions prévues vers l'ensemble des salariés seront nombreuses cette année comme les années précédentes. Les salariés auront donc l'occasion de recevoir la reconnaissance de l'entreprise avec un premier évènement la semaine prochaine.

**Commentaire :** *Teasing... ? Ok, on attend...*

Q5) Lorsqu'il faut corriger le n° de contact d'une commande, les sms émis après la modification partent sur le nouveau/bon contact, OK. Mais la modification n'est pas prise en compte au-delà. Rien n'est transmis, répercuté côté technique, les rappels éventuels du technicien se font sur le vieux n° erroné ! Et côté commercial, il est impossible de rechercher/retrouver la commande par le nouveau N° de contact. (\*Ces complications inopportunes étant source d'agacement et de stress, nuisible à la santé physique et nerveuse des conseillers, merci de considérer cette réclamation comme relevant bel et bien du périmètre des délégués du personnel « ...concernant la protection sociale, la santé et la sécurité ...» conformément à l'article L 2313-1 du code du travail).

**Réponse :** La transmission de l'information d'un changement de numéro de contact pour une commande client nécessite deux actions : Une dans SUIVI COMMANDE pavé Client / Contact bouton Modifier pour que SUIVI COMMANDE envoie les nouvelles correspondances SMS sur le nouveau numéro de contact, Une dans SUIVI DIAGNOSTIC CLIENT Motif Suivi de Commande/Livraison puis dépôt d'un complément d'information pour l'UI qui génère un Ticket PILPRO à l'UI. Un rappel peut-être fait au PointCom de cette bonne pratique actuelle à réaliser. Une remontée au national va être faite pour : Savoir si une évolution est envisagée pour simplifier cet acte en une seule saisie.



Q6) Dans les équipes fibre N2, tout le monde ne remplit pas les mêmes tâches. Il serait souhaitable que les activités compliquées (Escalade, reconstructions, KO complexes, N3C...) ne soient pas attribuées plus de 3 jours par semaine aux mêmes personnes. Pouvez-vous y veiller ?

**Réponse :** Nos équipes 3P et Managers coopèrent de manière à équilibrer la planification sur les différentes activités. Un pilotage journalier est effectué afin d'adapter les compétences aux flux clients, tout en veillant à varier les activités. Celles-ci sont de plus en plus complexes, des montées en compétences sont prévues tout au long de l'année

Q7) Dans les équipes fibre N2, certains regrettent de trop peu pratiquer certaines activités, Hermès par exemple... En accord avec le personnel concerné, pouvez-vous rechercher des roulements plus satisfaisants ?

**Réponse :** Le pilotage mis en place par le 3P et les Managers prend en compte le « roulement » sur les différentes activités. Les Conseillers peuvent solliciter leur Manager pour échanger sur la planification de leurs activités en tenant compte des flux clients

Q8) Le projet Escalade a été décidé et déployé. Mais les principaux intéressés attendent toujours une formation digne de ce nom. A part une rencontre de deux heures pour discuter, côté fibre, à bâtons rompus, de ce que l'on pourrait faire dans tel ou tel cas... (faux airs de brief remontant ou de réunion d'échanges) rien de clair et formel. Avez-vous prévu quelque chose de plus structuré et de plus cohérent avec ce projet qui prétend à éviter dispersion et bricolage de bonnes volontés ?



**Réponse :** Suite à des remontées de nos Conseillers sollicitant des précisions sur le traitement des dossiers Dalembert, nous avons programmé un atelier entre les Conseillers N2 fibre Maillot et le Pôle Expertise Client le 11 Avril. Les points identifiés par les Conseillers seront traités pour une prise en charge plus efficace des dossiers

**Commentaire :** *N'hésitez pas à revenir vers votre déléguée du personnel si l'atelier n'a pas répondu à vos attentes.*

Q9) Nous l'avons déjà fait remonter, mais rien ne semble changer : pour des réunions, des groupes de travail ou de nouvelles activités, au sein des équipes, ce sont trop souvent les mêmes qui sont sollicités et... les mêmes qui ne sont pas au courant. Pouvez-vous veiller à ce que les propositions ou invitations parviennent à l'ensemble de la population concernée et qu'une certaine rotation soit de rigueur de façon à impliquer chacun et sans générer de mise à l'écart, même involontaire ?

**Réponse :** Le message sera passé de nouveau en réunion de Département afin de favoriser la participation du plus grand nombre. Cependant, les managers ont aussi à prendre en compte leurs contraintes d'organisation.



Q10) Les conseillers client voient de plus en plus souvent des personnes de passage d'équipes transverses ou distantes, venir travailler sur des positions du plateau. C'est le plus souvent sympathique et bon enfant. Parfois moins. En effet, les nouveaux venus peuvent entendre les conseillers, et les conseillers entendent aussi les nouveaux venus... et les conseillers ont parfois le sentiment d'avoir été « en écoute », sans le savoir. Ce qui n'est pas sain. D'autant que les visiteurs ne « profitent » pas de l'intégralité des échanges, comme lors d'une écoute déclarée, et qu'ils n'ont pas toujours les informations et connaissances nécessaires pour « juger ». Pouvez-vous être vigilants quant à ces situations désagréables ?

**Réponse :** Des rappels seront faits aux visiteurs. Cependant, ceux-ci n'ont pas pour objectif de juger le travail des salariés mais de mieux comprendre les activités liées à la relation client.

Q11) En cas de difficultés rencontrées par nos clients, les conseillers doivent régulièrement entrer en contact avec le sous-traitant impliqué... Or le listing n'est pas toujours à jour et c'est le parcours du combattant pour trouver le bon interlocuteur (entre ceux qui, vraiment, ne sont pas concernés, ceux qui pourraient chercher mais ne veulent pas faire d'effort pour guider/aider, ceux qui ne décrochent jamais et ceux qui profitent du doute pour assurer « Ah non non, c'est pas nous ! » même quand...). Pouvez-vous mettre en place une solution, un interlocuteur/coordonateur de recours ? Pouvez-vous envisager des actions positives pour valoriser les services et personnes qui s'impliquent dans l'entraide et participent activement à la satisfaction du client de façon à motiver sur ces sujets de l'autre côté de la chaîne ?

**Réponse :** Le tableau des CA partenaires est mis à jour régulièrement, soit suite à la remontée d'un conseiller, soit suite à des vérifications trimestrielles. Si la CA ne répond pas et qu'une demande est urgente, le conseiller doit s'adresser à son manager, qui pourra appeler un responsable de la conduite d'activités. Il se peut que des villes, quartiers ou arrondissements changent de partenaire. Il faut aller voir dans suivicommande, l'intervenant. Ce tableau des CA partenaires n'existe que pour la Fibre (pour l'ADSL, il faut appeler les CA Orange se trouvant dans le tableau des cailloux)

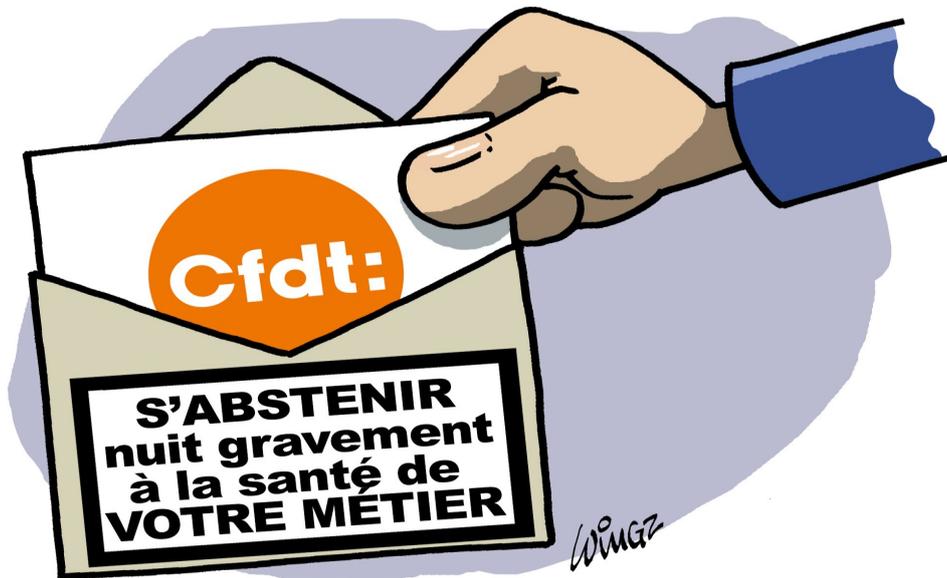
**Commentaire :** *Donc on continue de n'agir que d'un seul côté ?*

S'ENGAGER POUR CHACUN,  
AGIR POUR TOUS !



# Adhèrez !!!

**Pour être toujours informé,  
pour ne plus subir,  
pour ne plus être seul,  
pour chacun, dans l'intérêt de tous...**



;-) Première information offerte :

La cotisation syndicale donne droit à une réduction d'impôt égale à 66% des sommes versées. En cas de déclaration des frais réels, la totalité de votre cotisation est prise en compte.



Je souhaite avoir des informations sur la CFDT. Je souhaite adhérer à la CFDT

NOM, PRENOM : .....

Adresse : .....

Téléphone : .....

Mail : .....

Entreprise / Etablissement : .....

**CFDT Télécoms Prestataires Ile de France**

7-9 rue Euryale Dehaynin

75019 Paris

Tél : 01 42 03 89 45

**Cfdt:**



**CDFT, le syndicat qui change mon quotidien.**

