



TELECOMS
PRESTATAIRES
ILE DE FRANCE

Les NEWS

des BOUTIQUES



Septembre / Octobre 2018

Braquages, une rentrée sous le signe de l'insécurité ...

6 août : Paris Gambetta, 6 septembre : Paris Nation, 12 septembre : Paris Ternes.

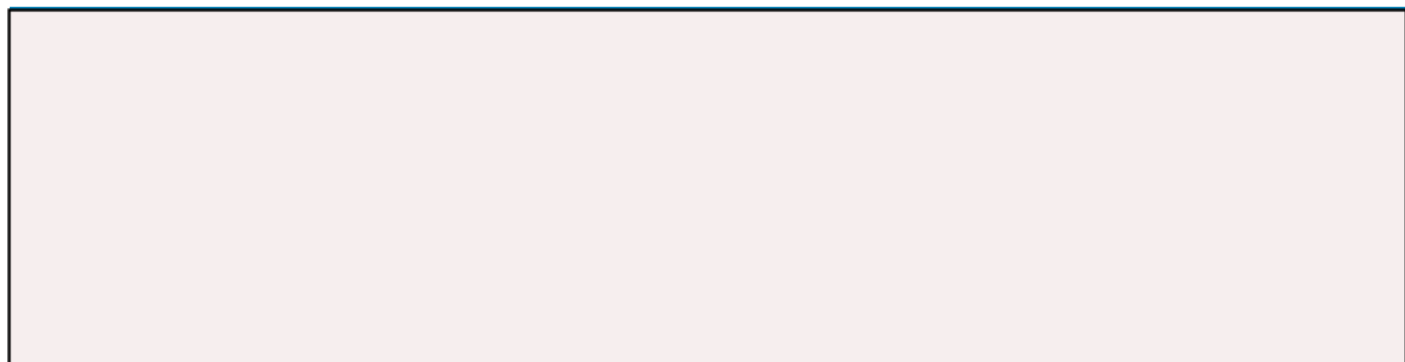
Une série de braquages de boutiques, heureusement sans blessé grave a touché notre DO. Si on constate une très bonne réactivité de la direction dans la prise en charge des salariés, même en période estivale, on peut s'interroger sur la sécurité des salariés sur leur lieu de travail.

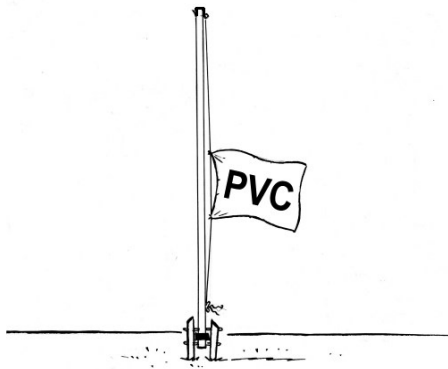
Agressivité, insultes, sous-effectifs, stress et épuisement sont déjà le quotidien des salariés. Doit-on maintenant compter les braquages parmi les risques ordinaires ?

Quand un mobile haut de gamme peut coûter plus de 1000 euros, nous ne sommes guère surpris de constater que nos boutiques attirent la convoitise. On reste cependant dubitatif en constatant que les règles de sécurité n'ont que très peu évolué ces dix dernières années. Plusieurs boutiques n'ont pas d'agent de sécurité ou seulement temporairement après une agression physique.

Si les banques et les bijouteries ont trouvé un arsenal de moyens pour enrayer les braquages, pourquoi la société Orange n'en serait-elle pas capable ? Quel plan d'actions et de prévention prévoit la direction ? Dans quel délai ?

La CFDT attend de la direction une politique forte prouvant son implication réelle dans la sécurité de ses salariés.





PVC en berne ...

Les élus CFDT ont tiré à plusieurs reprises le signal d'alarme : la rémunération de la PVC motive de moins en moins les forces de vente (conseillers et managers).

La CFDT a toujours revendiqué une PVC avec VIP, OPC et SAM décorrélées pour une reconnaissance juste des efforts individuels et collectifs.

Trop d'objectifs sont inatteignables pour les salariés, notamment la question sur l'attente qui est du ressort de l'entreprise. Pourquoi pénaliser un salarié quand il y a plus de 40 mn d'attente dans une boutique suite à une insuffisance d'effectifs. Le salarié en est-il responsable ???

Comment faire une bonne découverte du client, de sa famille, assurer la promo du digital, balayer tous les univers, lorsque l'on a plus de dix clients en attente ?

Au regard de la proximité des métiers, il serait cohérent que le montant de la PVC grand public se rapproche de celui de la PVC Pro/PME. Au-delà d'être plus juste, cela aurait aussi pour intérêt d'éviter le phénomène de fuite des équipes des AD vers les AG Pro/PME pour des raisons purement financières.

Quel avenir pour le réseau de distribution physique ?

De mois en mois, les salariés et les clients constatent qu'il est de plus en plus difficile de trouver un point de vente Orange à proximité. Il n'est plus rare en Ile de France qu'un client ait un temps de parcours de 40 mn voire plus pour rejoindre l'une de nos boutiques. Evidemment, cette difficulté s'applique aussi aux salariés qui sont impactés par le maillage de moins en moins dense des boutiques.

FOCUS sur le maillage :

Prévisions 2019 sur le territoire francilien : 51 boutiques Orange SA vs 109 boutiques en 2012 (-53 %)

Si l'on additionne les temps de transports, le mécontentement des clients suite à des temps d'attente trop importants en boutique, la difficulté des managers à disposer d'effectifs suffisants dans leurs équipes, la charge mentale des salariés face aux clients, la baisse de la PVC, nous comprenons que le réseau de distribution physique n'attire pas les salariés d'Orange qui travaillent dans d'autres services ...

Nous demandons à la Direction qu'elle communique un plan stratégique chiffré (maillage précis des boutiques à l'horizon 2024, recrutements, plan pluriannuel de programmation des évolutions de concepts de boutiques, revalorisation de la PVC) permettant aux salariés de se projeter quant à leur avenir professionnel dans les boutiques et le groupe Orange.

- + - = moins