

## Pour une PVV équitable et motivante !

La négociation de principes généraux de PVV (Part Variable Vendeurs) applicables à des métiers de la vente aussi divers que la vente en boutique, par téléphone, ou en face à face pour les clients professionnels et entreprises n'a pas pu aboutir. Trop imprécis et générique, le projet d'accord a été rejeté par la quasi-totalité des organisations syndicales. Dans la pratique, ce projet d'accord ne permettait pas de mettre fin aux importantes dérives constatées dans la gestion des PVV au sein de l'agence PME.

### La PVV à l'Agence PME

Le dispositif de la PVV a été créé pour être un levier des ventes au service de la stratégie commerciale et récompenser les performances individuelles et collectives.

Pour les personnels des Agences PME, la **Direction Entreprises France** (DEF) notifie mensuellement le cadre national de la PVV, comportant des indicateurs commerciaux, de performance (intégrant des spécificités locales et/ou managériales), et de satisfaction client.

Les objectifs sont segmentés en 4 catégories : « 1016 PME », « Proactifs », « Flux Porteurs » et « Nomades ». La déclinaison des objectifs sur les différents canaux de vente est opaque, aléatoire et peu équitable.

La PVV pour l'ensemble des équipes est distribuée de la façon suivante :

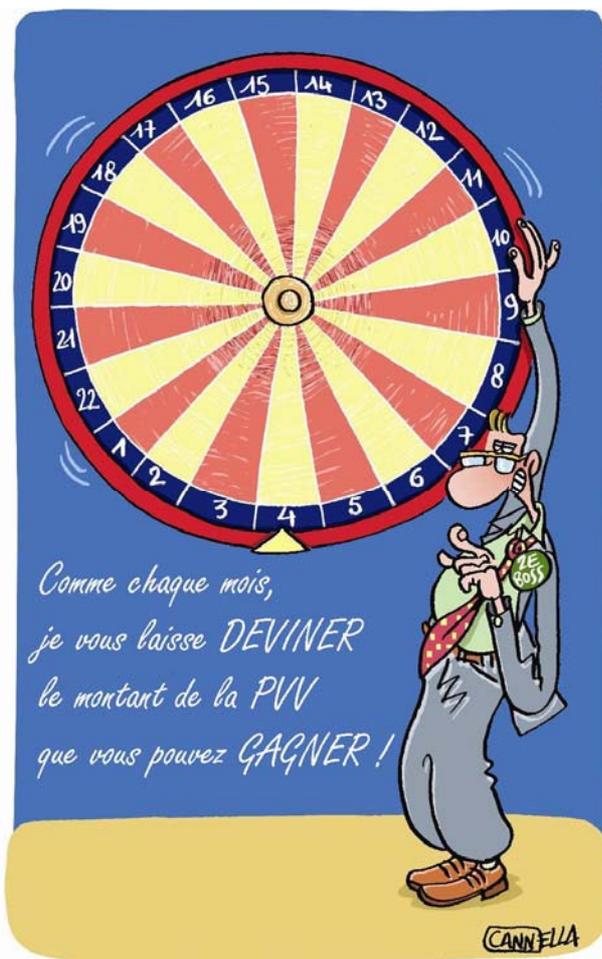
- Une part individuelle vente évaluant la performance commerciale, sur la base d'indicateurs mal pesés : ils sont parfois tout à fait inatteignables, d'autres fois immédiatement dépassés.
- Les indicateurs commerciaux sont constitués par famille de produits prioritaires variant d'un mois à l'autre, et peuvent concerner jusqu'à 7 familles de produits et jusqu'à 10 items par famille.
- Dans chaque famille de produits, il faut atteindre les objectifs au minimum à 70%. En dessous de ce seuil, la PVV quantitative est purement et simplement annulée, quel que soit le nombre de placements effectués. La PVV peut également être minorée en fonction des coefficients de performance et de satisfaction client.

**Ces seuils couperets et ces coefficients minorants sont, à juste titre, considérés comme des sanctions.**

- La part performance et la part satisfaction clients (Scorange excellence ou Scorange proactif) peuvent intégrer des critères locaux ou managériaux, qui **laissent une part trop importante à la subjectivité**. Les critères pris en compte sont différents selon les canaux de vente (flux) et peuvent varier d'un mois sur l'autre.

- Les « boosters » collectifs permettent à chaque vendeur de toucher 20% de plus sur sa PVV lorsque les objectifs sont atteints sur au moins 2 ou 3 familles de produits prioritaires. Mais les boosters changent d'un mois sur l'autre, et dans la plupart des cas, ne sont pas atteignables.

**Ils sont donc contreproductifs, perçus comme arbitraires et démotivants.**



### Trop de dysfonctionnements constatés !

- La notification de la PVV s'effectue souvent en **cours de période**, ce qui ne laisse pas le temps aux équipes de s'approprier les priorités commerciales.

- **Les conseillers clients sont dans l'impossibilité de calculer le montant de leur PVV**, le mécanisme étant trop complexe.
  - **La mise en concurrence entre conseillers, et entre équipes engendre une ambiance délétère** : la répartition du travail et de la PVV entre ceux qui détectent, apportent ou traitent les affaires est trop complexe et mal pesée.
  - **Les objectifs à atteindre sont en constante augmentation**, jusqu'à en devenir irréalistes, et **les montants des PVV sont en baisse constante**.
  - **Les résultats des indicateurs qualité client ne sont pas conformes à la réalité** et dépendent de l'action de traçage des vendeurs dans Mercure. Un vrai dilemme pour les vendeurs : prendre du temps pour tracer les actions commerciales et optimiser leur PVV, ou consacrer ce temps à l'optimisation de la relation clients ?
  - **Un décalage trop important entre la vente, la validation de la vente et la mise en paiement de la PVV** sur une série de produits, tels les installations téléphoniques, rend très difficile et lourde le suivi des affaires pour les conseillers.
  - **Les objectifs ne tiennent pas compte du poids réel des journées d'absence** : toutes les absences inférieures ou égales à 3 jours abaissent le seuil d'atteinte des objectifs, qui passe de 70% à 60%. Une modulation au prorata des absences devrait être la règle.
- **Le droit non respecté et un manque d'équité**
- Beaucoup d'anomalies sont constatées concernant la prise en compte de la PVV dans le calcul de l'indemnité de congés payés (ICP) pour les salariés de droit privé, tandis qu'elle n'est pas du tout prise en compte pour les fonctionnaires, ce qui est aussi une injustice

## La CFE-CGC/UNSA revendique

- ➔ **Une négociation d'accords de PVV métier par métier, afin de coller aux réalités commerciales de chaque équipe de vente.**
- ➔ **Une présentation et une notification des objectifs commerciaux en début de période.**
- ➔ **Une simplification des règles de calcul de la PVV, actuellement beaucoup trop complexes pour permettre leur bonne appropriation par les équipes. Il faut des objectifs simples, précis, réalistes et atteignables, et une réduction du nombre d'items concernés.**
- ➔ **Une PVV payée dès le premier placement, au lieu des seuils couperets et des coefficients minorants qui génèrent trop souvent une PVV à zéro, totalement injuste et démotivante pour les équipes.**
- ➔ **Un déplafonnement des PVV.**
- ➔ **Des objectifs individuels strictement proportionnels au temps de travail effectif.**
- ➔ **La possibilité pour les conseillers d'échanger leurs objectifs au sein d'une équipe, pour renforcer la cohésion d'équipe et la motivation des vendeurs, au bénéfice global de l'entreprise.**
- ➔ **La prise en compte de la PVV dans le traitement des fonctionnaires pendant leurs congés annuels, au même titre qu'elle est, selon le droit du travail, prise en compte dans le calcul de l'indemnité de congés payés pour les salariés de droit privé.**
- ➔ **Une mise en paiement plus rapide de la PVV, qui doit se faire sur le mois de la prise de commande ferme.**

### Vos correspondants CFE-CGC/UNSA

Hélène Germani – 06 86 58 77 78

Marc Duca – 06 72 76 77 13

Ludovic Landois – 06 89 98 70 57

**24h/24 et 7J/7 ligne SOS salariés**



### Cadres et non cadres, plus d'infos sur :

[www.cfecgc-uns-ft-orange.org](http://www.cfecgc-uns-ft-orange.org)

nos lettres : • Comprendre & Agir  
• Épargne & actionariat salariés

pour vous abonner : [secretariat@cfecgc-uns-ft-orange.org](mailto:secretariat@cfecgc-uns-ft-orange.org)

nos blogs : • [www.telecoms-media-pouvoir.net](http://www.telecoms-media-pouvoir.net)  
• [www.adeas-ftgroup.org](http://www.adeas-ftgroup.org)