



# CFE-CGC/UNSA France Télécom - Orange

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

Tél : 01 40 45 53 23 - Fax : 01 40 45 51 57

E-mail : [secretariat@cfecgc-uns-ft-orange.org](mailto:secretariat@cfecgc-uns-ft-orange.org)

Réf. : FL/PH/NM/22-09-2011

Affaire suivie par : Florence LE LEPVRIER  
et Philippe HALLAERT

Orange France  
196 avenue Henri Ravera  
92220 Bagneux

A l'attention de **Monsieur Patrice LOZÉ**  
Directeur Vente et Distribution

Paris, le 22 septembre 2011

**Objet** : Les Agences Distribution

Monsieur,

La CFE-CGC/UNSA vous alerte sur la situation injuste et illogique des objectifs de ventes du T3/2011 qui pèse sur l'ensemble des vendeurs et responsables des boutiques de votre réseau de distribution en particulier en Ile de France :

**Des objectifs surdimensionnés de plus de 20% par rapport au même trimestre en 2010 !**

Aucune appréciation économique du marché ne peut justifier d'avoir imposé une telle croissance. Ces objectifs sont dignes d'une fin d'année.

**Des ventes moins nombreuses dûes au report des ventes de l'iphone 5 !**

A la même période l'année dernière nous avons bénéficié de l'effet Iphone 4. Le report de la sortie de l'Iphone 5 pèse sur les ventes.

**Une baisse de fréquentation des boutiques allant jusqu' à -15% !**

La conjoncture économique et sociale éloigne nos clients des centres commerciaux et de nos boutiques. Cette situation malheureusement durable, jette encore plus le discrédit sur la pertinence des objectifs de ventes. L'intégration des boutiques PhotoService et PhotoStation rend encore plus floue la situation.

**Dégradation de la rentabilité des acteurs de la distribution physique et concurrence accrue**

Le développement des ventes en ligne par internet contribue aussi à la baisse des ventes en boutique, et l'arrivée de Free dans la téléphonie mobile ne va pas arranger la situation. Rappelons que Free réalise 20% des abonnements sur l'ADSL sans disposer de boutique...

Le passage sous la marque Orange de la quasi-totalité des boutiques France Télécom, des boutiques « PhotoService et PhotoStation » et des boutiques en franchise « Mobistore » pose de nombreux problèmes.

En effet les boutiques « PhotoService » et « PhotoStation » ne disposent pas des outils leur permettant d'assurer le SAV et les vendeurs renvoient les clients vers de « vraies » boutiques Orange provoquant l'insatisfaction des clients et des conflits entre boutiques.

Et si la marque Orange fait croître le chiffre d'affaire des boutiques PhotoService et PhotoStation c'est au détriment des boutiques historiques de France Télécom. Dès lors pour les vendeurs de ces boutiques les objectifs sont plus difficiles à atteindre et les parts variables en baisse.

/...

L'arrivée médiatisée de Free Mobiles incite de nos nombreux clients à reporter leurs projets d'acquisition de nouveaux forfaits mobiles. L'annonce de Shosh par Orange, concurrence notre propre canal de vente directe.

### **... et augmentant la précarité potentielle des personnels**

Enfin, la proximité de certaines boutiques conduit à des évolutions d'implantations, avec des impacts non négligeables sur le personnel, de l'augmentation des temps de trajet à la suppression de postes.

Le niveau de précarité en boutique reste beaucoup trop important : CDD, CDI à Temps partiel, Contrat d'apprentissage et intérim sont encore monnaie courante malgré les efforts de la Direction ces derniers mois, largement insuffisants pour rétablir une situation satisfaisante en la matière.

Cela conduit souvent à faire supporter la nécessaire formation aux autres vendeurs ou aux responsables de boutique, entravant par là même la capacité à atteindre les objectifs

### **Une situation amplifiée en Île-de-France**

Cette région souffre en première loge de tous ces facteurs et se trouve en Résultats sur Objectifs entre 80 et 90% alors que les vendeurs et responsables de boutiques excellent avec un R/R supérieur à 100% ! Comme vous le savez nous ne pouvons qu'anticiper ces effets sur les autres régions de France à commencer par les grandes villes régionales dès le T4/2011.

Les vendeurs et responsables de boutiques se retrouvent avec des parts variables diminuées de moitié pour une surperformance commerciale proche du même T3/2010 ! Grande reconnaissance en effet. Incompréhension, découragement et désarroi se généralisent.

Nous vous demandons donc de corriger cette situation par une baisse des objectifs du T3 de 20%. Nous vous suggérons de rétablir une autonomie locale de gestion des objectifs afin de parer à cette crise et de redonner à vos directeurs d'unité l'autonomie budgétaire et managériale de la rémunération de leurs salariés

Dans l'attente de votre réponse, nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos respectueuses salutations.

Robert AMATU, délégué syndical coordinateur DO IdF  
Amel SAIDANE, déléguée syndicale ADPP/DO IdF  
Karim MELBOUCI, délégué syndical AD IdF Centre/DOIdF  
Laure ALCALA, déléguée syndicale ADPP/DOIdF  
Philippe NICOLLET, délégué syndical ADPP/DOIdF

Copies : Inspection du Travail  
Madame Dominique DABNEY  
46/52, rue Albert  
75640 Paris Cedex 13

Monsieur Frédéric CAILLÉ  
DO Sud – AD SOM  
BP 35121  
31512 Toulouse Cedex 5

Monsieur Jérôme BARRÉ  
Directeur Orange IDF  
10, rue de Madrid  
75008 Paris