



## Négociation Annuelle Obligatoire 2008

par Christiane Chauveau

# Un pouvoir d'achat en chute libre !

La Négociation Annuelle Obligatoire (NAO) est une obligation juridique (Art L132.12 du Code du Travail) de négocier annuellement les salaires. Les organisations syndicales (OS) se réunissent au moins une fois par an pour négocier la rémunération (uniquement individuelle).

**Le projet d'accord vient de tomber.**

**La CFE-CGC dit NON !**

**Pourquoi ?** Alors que les résultats FT SA 2007 sont exceptionnels, faire le choix d'engraisser l'actionnaire par une augmentation du dividende d'environ 9% et bloquer les augmentations salariales à un niveau inférieur à l'augmentation du coût de la vie (inflation hors coût du tabac et coût du logement) est une véritable insulte.

### Contenu annuel des rétributions

Il existe à FT plus d'une quinzaine de type de rétribution. On peut les regrouper par grands thèmes :

✦ **La rémunération individuelle** : salaire fixe (responsabilité et compétences), seul objet de la NAO + part variable (résultats et performance).

✦ **La rémunération collective** (sous réserve du périmètre) : Intéressement (performance collective locale c'est-à-dire société par société) + Participation (performance collective du groupe).

✦ **ASC** : Activités Sociales et Culturelles, restauration, logement.

✦ **Autres** : Épargne d'entreprise + Prévoyance + Autres avantages (produits et services de l'entreprise) + Retraite (abondement perco ou supplémentaire), actions gratuites, stocks options...

En multipliant les types de rémunération, la Direction entend brouiller la lisibilité de « l'augmentation » du pouvoir d'achat et s'autoriser des opérations de propagandes fallacieuses (ex : l'intéressement a augmenté de 25%...)

### L'accord National salarial 2007

La Direction a refusé de transmettre un bilan transparent sur l'accord 2007, accord rappelons-le, signé par la CFDT et FO alors qu'il ne prévoyait à l'époque qu'une augmentation moyenne de 2,3% (pour une

inflation officielle 2007 de 2,6%). La CFE-CGC avait à l'époque solennellement dénoncé cet accord qui constituait une véritable trahison des salariés.

Ainsi, les RH n'ont pas voulu communiquer les éléments précis réclamés par la CFE-CGC, en matière de bilans locaux et nationaux 2007, par exemple. Ces éléments sont pourtant indispensables à une vraie réflexion qui seule permettrait de construire un nouvel accord pour 2008.

### Un profond désaccord

L'augmentation moyenne proposée de 3% ne couvre même pas l'augmentation de l'inflation réelle qui tient compte de l'envolée du coût du logement (plus de 4,5% de mars 2007/mars 2008). La Direction refuse obstinément le principe d'une augmentation minimale pour tous, préférant maintenir les mécanismes totalement individualisés pour les cadres, qui permettent toutes les dérives « à la tête du client », à « l'humeur du chef » ou au « respect des quotas », avec pour conséquence entre autre, « d'aider » les départs des personnes jugées indésirables, en bloquant leur salaire. Ainsi, l'unique certitude que le mécanisme de moyenne apporte, c'est que plus de la moitié des personnels devra se contenter d'une révision de salaire inférieure à l'augmentation du coût de la vie, voire nulle ou presque pour beaucoup, et donc verra encore son pouvoir d'achat baisser.

### Des pratiques courantes à dénoncer :

✦ Ne pas donner d'augmentation individuelle aux cadres et non cadres refusant de partir en retraite ou bien à ceux qui partent en cours d'année, ni aux cadres et non cadres des Espaces Développement. Ne pas donner la moyenne du bonus variable à des cadres ayant atteint leurs objectifs

✦ Une date d'effet pour l'augmentation des salaires qui ne commence pas le premier janvier mais à la date anniversaire du contrat de travail.

✦ Une augmentation à tiroirs qui ne permet pas de distinguer les mesures concernant l'augmentation par la performance, des autres

types d'augmentations, début de carrière, correction de sous-positionnement...

### Les exigences de la CFE-CGC

- **Avant les négociations**, la présentation en CE des bilans des promotions, Part Variable Vendeur, Part Variable Managériale, ainsi que des bilans locaux par Établissements Secondaires, et **au moment de la négociation**, la fourniture des enveloppes d'augmentations et des promotions, de même que la possibilité de négocier les montants de la PVM et P VV...

- la fourniture d'un **bilan annuel individuel des rétributions** qui renseigne chaque salarié sur la globalité (au-delà de la seule rémunération) de ce dont il a bénéficié chaque année

- **l'Attribution à tous** d'au minimum **la part collective** et l'introduction d'augmentations liées à l'ancienneté...

- L'établissement d'un **protocole séparé pour les fonctionnaires**, les structures statutaires étant profondément différentes. Pour rappel, Il y a deux ans la Direction s'était dite prête à ce que les fonctionnaires soient intégrés dans la négociation. La CFE-CGC dénonce à ce sujet la notion de rémunération globale (SGB) pour ces derniers et exige qu'il n'y ait pas de diminution possible du Complément France Télécom

- l'attribution d'une **prime de transport** pour tous, la réévaluation de la participation pour la **restauration**, **l'augmentation de la Prévoyance** sans celle des cotisations et son extension aux fonctionnaires...

Compte tenu de l'environnement économique actuellement favorable à France Télécom SA, annonçant la fin des années de rigueur, cet accord 2008 aurait du donner la priorité au pouvoir d'achat des salariés et au rattrapage des sacrifices antérieurs.

**La CFE-CGC déplore ce simulacre de négociation que la Direction n'organise que parce que la Loi l'impose.**

**Les organisations syndicales signataires de cet accord où l'augmentation moyenne est inférieure à l'inflation se sont décrédibilisées.**

# Agences Entreprises : attention danger !

Votre lettre syndicale du mois dernier avait fait le point sur la réorganisation du marketing et des services Client du marché Entreprises, entre Orange France et France Télécom.

**Simultanément la Direction veut réorganiser l'activité commercialisation ;**

### Les objectifs officiels affichés :

- Augmenter la pression commerciale sur les clients à potentiel.
- Augmenter les ventes réactives (sur le modèle du 1016).
- Généraliser le recours aux réseaux indirects.

### Les caractéristiques du projet :

La Direction a décidé de lancer deux pilotes au sein des AE : Les agences AERM (Agence Entreprises Rhône Méditerranée) de la DT Sud Est et ISE (Ile de France Sud Est) de la DT Paris.

Ce pilote, si l'on peut dire, a pour vocation à être généralisé à l'ensemble des AE.

La Direction part du constat que notre environnement évolue : la disparition de la concurrence a stoppé la baisse des prix et a permis au marché Entreprises France de renouer avec la croissance. Les années à venir vont néanmoins être, encore plus que par le passé, marquées par le tout IP : le taux de pénétration des ventes sur le domaine IP est effectivement passé de 10% en 2006 à 35% en 2008 et passera probablement à 100% en 2010.

**Comment l'entreprise compte-t-elle répondre à ce défi ?** Selon la Direction : « En se focalisant sur le vrai potentiel de croissance des clients en créant une nouvelle segmentation bâtie sur des critères clients (CA externe de l'entreprise, nombre de salariés et de sites, dimension internationale) assorties de données internes » et « **en améliorant notre efficacité commerciale, ce qui implique une évolution de notre modèle de vente [...] avec une meilleure répartition des clients et plus de vendeurs en face à face** ».

La nouvelle segmentation commerciale censée tenir compte à la fois du

potentiel de vente et des critères tels que le nombre de salariés, le caractère multi-sites et le niveau d'activité internationale, est en réalité un découpage à la hache tant les frontières entre Bas, Milieu et Haut de Marché sont souvent difficiles à cerner et à établir de manière pertinente.

✦ Le haut de Marché dit HDM reprend près du quart des clients Grandes Entreprises et fonctionne en équipe intégrée (type Direction des Grands Comptes).

✦ Le milieu de marché dit MDM reprend tous les clients nécessitant une relation en face à face, avec une sous-segmentation : Les « standards » et les « critiques » selon leur niveau d'engagement à notre égard ;

Deux nouveaux profils de vendeurs apparaissent en lieu et place d'un Vendeur Responsable de Comptes (VRC) assisté de Vendeurs Spécialisés (VS) : **le VIP (l'Intégration) et le VOP (la convergence) ; Ils travaillent sur le même portefeuille de clients main dans la main et partagent le résultat du CA ;** des mouvements de vendeurs sont en cours pour alimenter cette nouvelle catégorie.

✦ De plus sur le marché des PME, il revient à la Direction des Ventes Indirectes de confier une délégation accrue à des partenaires externes.

**Cette externalisation rampante des services commerciaux est profondément choquante.**

Le début de la mise en mouvement de ce pilote a été planifié le 1er avril pour les 2 agences pour, selon la Direction, « tester ce nouveau modèle de vente et mesurer les impacts opérationnels notamment en terme de nombre de vendeurs, de soutien, de formation, et de gestion des portefeuilles... et en vue d'une généralisation en France »

Participent à cette phase pilote, les VRC, VS et managers vente des Bouches du Rhône (pour l'AERM) et les VRC, VS, VSI et managers pour l'agence Entreprises ISE, avec une règle, celle du « maintien au mieux de

la continuité vendeurs/client avant et pendant la simulation », règle dont nous dénonçons l'irréalisme.

**En n'associant pas les vendeurs à la réflexion, ni sur les aspects process ni sur les aspects cibles, la Direction s'est privée de leur précieuse expertise. Regrettable !**

### Les conséquences prévisibles du projet :

France Télécom fait, en apparence, des économies de frais commerciaux mais en réalité ce projet entraînera une augmentation des coûts globaux liée à la (re)formation des vendeurs, à une déresponsabilisation dont ils vont faire les frais, à une déperdition d'énergie dans la compétition interne qu'ils vont devoir se livrer entre eux et à la perte en ligne dans le processus.

Du coup, on peut craindre une réelle démotivation des vendeurs, et ce d'autant plus que **la nouvelle Part Variable Vendeur se caractérise déjà par une diminution des montants distribués.** En effet, désormais France Télécom ne paye plus la fidélisation dans son plan puisqu'elle considère avant tout la Part Variable Vendeurs comme une charge à réduire... au détriment des vendeurs.

Autre risque : la rupture de la relation de partenariat avec le client. Le premier vendeur qui passe VIP ou VOP placera son produit phare sans s'occuper des besoins réels du client, plutôt en tenant compte, très prosaïquement, de ses propres « besoins » en PVV. Que se passera-t-il quand nous allons avoir (demain) des produits de « full-convergence » (fixe-mobile-data), qui va vendre la gamme : le VIP ou le VOP ?

On peut légitimement se demander comment se fera l'analyse des besoins des clients (formation sur laquelle nous avons beaucoup investi) alors qu'aucun des vendeurs ne maîtrisera nos solutions.

Vue « de l'œil du client » notre organisation va sembler encore plus obscure et perdre de son avantage relationnel. Regrettons également l'amointrissement de la couverture client, amoindrissement fort dommageable puisqu'il constitue un des éléments les plus importants pour la vente...

## Mais ce sont les conséquences en termes humains qui nous semblent les plus préoccupantes :

Les transferts entre segments de marché vont donner lieu à des redéploiements drastiques, incluant des suppressions de postes, surtout chez l'encadrement intermédiaire (Middle Management). 20 à 30% des acteurs commerciaux vont devoir se trouver un point de chute, **soit entre 600 et 900 acteurs sur la France**. Même fourchette de 20 à 30% pour le nombre d'équipes de vente et de managers qui devraient être supprimés. Sur les sites distants, les assistantes commerciales ne seront pas non plus épargnées.

En filigrane de cette réorganisation, s'inscrit donc la création de plateformes de vente sur le Bas de marché Entreprises entraînant la mise sur la touche d'un bon nombre de vendeurs.

## Un changement massif de la relation commerciale est ainsi opéré sans une véritable analyse du risque :

✚ le binôme de vente (VIP et VOP) met à mal la notion d'interlocuteur unique ;

✚ Le renforcement de la vente indirecte non seulement remet en cause les emplois mais pire, nous éloigne du client qui, est censé être au cœur de nos préoccupations ;

✚ Les nouveaux modèles de ventes ne sont ni documentés ni cadrés

France Télécom prend le risque de voir se dégrader ses indices de satisfaction, et nos clients se tourner vers de nouveaux concurrents Intégrateurs. Par exemple, nous sommes la seule entreprise à avoir 3, voire 4 personnes face au client : le VRC, le VS et le soutien technico-commercial et parfois un IA. La création des VIP et autres VOP ne fait qu'ajouter au problème.

## La CFE-CGC demande instamment à la direction :

✚ d'assurer une transparence amont auprès de tous les acteurs impactés et pas seulement auprès des Directeurs d'Agence Entreprise...

✚ de prendre en compte les situations individuelles et de stopper les départs forcés en particulier pour les quinquagénaires, la force de l'expérience n'étant plus considérée comme un atout par l'entreprise

✚ de mettre en place une véritable politique de développement des compétences ;

✚ de véritablement associer les CHSCT à cette démarche, et ce le plus en amont possible ;

✚ de mettre un terme à la politique d'externalisation de la vente auprès de tiers ;

Soulignons également le manque d'informations évident, au niveau national au moins, auprès des représentants élus du personnel et des organisations syndicales ;

Toute cette absence de cohérence globale se fait au détriment des acteurs du terrain et de nos clients qui au final seront seuls juges !

**Cette réorganisation massive qui met en péril la relation commerciale avec nos clients est uniquement dictée par une volonté de réduction des coûts commerciaux. Cette vision court-termiste sera lourde de conséquence sur le chiffre d'affaires.**

## Le Kiosque Salariés : Un miroir aux alouettes

par Didier Coquille et Christian Simon

**Les offres produits faites aux salariés sont l'un des quinze types de rétribution (cf. article page 1 sur la NAO). Ils sont une source de pouvoir d'achat.**

Compte tenu des évolutions technologiques avec la montée en puissance de la VoIP, le remplacement de la Boutique des Salariés par le Kiosque Salariés était une opportunité pour remettre à plat le système actuel de la ligne de service à forfait et des autres réductions tarifaires accordées aux salariés.

Rappelons que, en tant qu'avantage en nature, la ligne de service à forfait (**abusivement appelé le « téléphone gratuit »**) est non seulement soumise aux cotisations sociales salariales, mais aussi intégrée dans le revenu imposable (soit un coût de 50 à 100 € par an pour le salarié).

Précisons également qu'une entreprise ne peut accorder à ses salariés une réduction tarifaire de plus de 30% par rapport au prix public. Au-delà elle est contrainte de payer des charges sociales à l'URSSAF, la réduction consentie étant alors requalifiée d'avantage en nature.

## Quelles sont les principales évolutions?

✚ Jusqu'à 6 abonnements mobiles par foyer.

✚ Une extension du nombre de produits à -30%.

Depuis plusieurs années et de façon incompréhensible, les salariés ne pouvaient plus bénéficier des offres en allant en boutique. Il a été mis fin à cette absurdité.

## Qu'en conclure ?

✚ N'ayant accès qu'à deux abonnements mobiles par foyer, de nombreux salariés avaient pris des abonnements SFR ou Bouygues pour leurs enfants ou leurs parents. FT tente maintenant de les reconquérir...

**Important** : les salariés disposant de plus de deux abonnements mobiles Orange au sein de leur foyer doivent prendre contact avec leur service client pour étendre le bénéfice des réductions tarifaire au-delà de leurs deux premiers abonnements.

✚ A l'heure des offres multi-play, la remise à plat de la boutique des salariés telle qu'elle a été faite est inapte. Il fallait inclure la ligne de service salarié dans la refonte. En effet pour 7 € par mois (10 € -30%), il est possible, grâce à la voix sur IP, d'avoir les appels fixes illimités (alors que ce n'est pas le cas de la ligne de service). Notons que ce montant est inférieur aux charges sociales et aux impôts payés par les salariés sur leur ligne de service à forfait.

La ligne de service aurait du être remplacée par un forfait « financier » que le salarié peut librement consommer en fonction de ses besoins réels. Non seulement le salarié y aurait gagné en pouvoir d'achat mais la Direction aurait diminué les charges sociales qu'elle paie à l'URSSAF. En effet la valorisation de l'avantage a été faite par l'URSSAF lors du redressement farouche de 2001. Avec l'effondrement du prix des télécommunications, ne serait-il pas temps pour la Direction de renégocier cette valorisation? C'est plus de 150 millions d'euros d'économie de charges sociales et d'impôts pour les salariés qui sont en jeu, soit un montant supérieur à l'augmentation annuelle des salaires (cf. page 1 NAO)!

A l'heure de la convergence, les salariés doivent avoir accès dans les meilleures conditions possibles aux offres innovantes du groupe pour être les ambassadeurs des produits de l'entreprise. Il est navrant de constater que la Direction a encore une fois raté son objectif.

**La CFE-CGC réclame une nouvelle fois de la Direction la mise en place d'une politique intelligente concernant les offres faites aux salariés, non seulement source de pouvoir d'achat mais aussi d'économie pour le groupe.**

La CFE-CGC exige aussi l'accès au kiosque des salariés pour tous les salariés des filiales du groupe et en particulier celles d'Orange Business Services qui aujourd'hui en sont encore exclues.

# Emploi : la déloyauté de la Direction !

Rappel : La négociation de la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC) est inscrite dans la loi de programmation pour la cohésion sociale du 18 janvier 2005 dite loi **Borloo** (loi n°2005-32) qui a pour objectif d'éviter toute gestion « à chaud » et brutale des restructurations dans les entreprises.

Devant le refus de la Direction de s'engager sur la situation de l'emploi après 2008, compte tenu des articles de presse, faisant état de 12 à 15 000 suppressions d'emploi supplémentaires, les Organisations Syndicales, la CFE-CGC en tête, ont toutes les raisons d'être inquiètes.

Après l'échec de la négociation GPEC en 2006, où seule la CFTEC ayant signé l'accord particulièrement désavantageux, la Direction avait appliqué la « Décision 46 » de façon unilatérale, les négociations tant attendues pour la GPEC à France Télécom ont été ouvertes le 7 février 2008. Il aura fallu 4 journées de travail dans un climat délétère, pour aboutir seulement à l'établissement d'un protocole qui définit les modalités de la négociation. Que contient-il ?

✦ **Le champ d'application** retenu après moult débats est le périmètre du Groupe dont France Télécom SA détient au moins 50% du capital, et à l'exception de Sillicomp qui avait déjà engagé une négociation d'un accord GPEC.

Pour la CFE-CGC, il est illusoire de vouloir mettre en place le même accord à France Télécom que dans les filiales. La population, les métiers, les perspectives d'activité sont autant de critères qui nécessitent l'adaptation des mesures envisagées. Ni la Direction, ni les autres Organisations Syndicales n'ont voulu entendre la voix de la raison. Les salariés des filiales en seront encore les victimes.

✦ **Dans le chapitre relatif à la méthodologie** l'entreprise s'est engagée à fournir des informations sur toute une série de bilans (Décision 46 du 12 juin 2006, évolution des métiers, sous-traitance, délocalisations...) ainsi que des données prospectives sur la stratégie et son impact sur l'emploi, notamment dans les bassins d'emploi.

**Hélas ces données prévisionnelles manquent au dossier.** Le texte prévoit que leur fourniture sera assurée dans « les meilleurs délais ».

La CFE-CGC ne peut que s'interroger sur la bonne foi de l'entreprise. Si vraiment, et c'est la raison pour laquelle elle ne peut nous les communiquer, la direction ne dispose pas de scénarii organisationnels avec leurs impacts sur l'emploi, cela signifierait le pilotage à vue par des marins d'eau douce du grand vaisseau France Télécom. Barre à droite ou à gauche toute, selon comment tourne le vent, gardons le cap, mais sans instruments ni itinéraire... c'est difficilement croyable !

**Rappelons donc qu'une négociation GPEC comporte une obligation : celle d'être loyale !**

✦ **Or les thèmes à négocier** sont vagues et semblent étrangement oublier qu'un plan de réduction massif des effectifs est en cours. Quant à l'après 2008, il se résume à : « il n'y aura pas de plan social en ... 2008 » !

✦ **et les déclarations de la Direction** à l'extérieur de l'entreprise laissent entendre le contraire. Après NEXT, l'évolution de l'entreprise vers « une nouvelle expérience de l'audiovisuel » sera associée à des licenciements **dès cette année !**

**Au nom de tous les personnels cadres et non cadres, la CFE-CGC exige que l'accord soit :**

✦ **Loyal** avec une vraie gestion prévisionnelle négociée,

✦ **Efficace** avec des moyens et des dispositifs permettant à chacun de pouvoir donner le meilleur de lui-même et être reconnu,

✦ **Juste** avec des conditions de mobilité interne ou externe à la hauteur des bénéfices engrangés par l'entreprise,

✦ **Adapté** avec des possibilités de négociations locales pour tenir compte des réalités terrain,

✦ **Suivi** pour s'assurer que les accords seront appliqués.

Pour la CFE-CGC un accord GPEC digne de ce nom doit permettre à chacun de trouver une place reconnue dans l'entreprise, et construire une véritable carrière professionnelle.

**La nouvelle promesse adoptée par l'entreprise** « together we can do more », (ensemble, nous pouvons faire plus) pour soutenir ses messages publicitaires, **apparaît dans ce contexte comme une véritable provocation** vis-à-vis les milliers de salariés laissés au bord du chemin.

## Élections à EGT : 65% des voix pour la CFE-CGC

**Encore un succès pour la CFE-CGC France Télécom-Orange !**

Avec plus de 65% des voix aux élections, la CFE-CGC rafle la majorité des sièges dans le CE et DP d'une filiale Orange Business Services, implantée à Paris (Levallois), Lyon, Nantes et Toulouse en faisant élire des cadres et des non-cadres. La CFE-CGC démontre une nouvelle fois, à cette occasion, sa représentativité.

**Cadres et non cadres, toutes vos lettres et plus d'infos sur : [www.cfecgc-ft-orange.org](http://www.cfecgc-ft-orange.org)**

Lettre de l'épargne d'entreprise et de l'actionnariat salarié France Télécom - Orange

✦ Lettre d'Information de l'Observatoire du Stress et de la Mobilité Forcée chez France Télécom

## Vos correspondants CFE-CGC

**Sébastien Crozier**

au 06 86 27 32 72

**Pierre Morville**

au 06 62 22 78 35

**Patrice Seurin**

au 06 86 48 05 96

**24h/24 et 7j/7 Ligne S.O.S Salariés**

**N° Indigo 0 825 057 241**

0,15 € TTC / MN

Cette lettre est éditée par la section CFE-CGC de l'UES France Télécom - Orange.

10 rue Saint Amand - 75015 Paris

Tel : 01 40 45 52 83

Responsable de la publication : Pierre Morville

Coordination éditoriale :

Frédérique Limido. Tel : 01 44 37 64 94

Maquette : Hélène Marcy

Comité éditorial : Jaime Alfonso, Laurence

Dalboussière, Patrice Seurin, Louis Gibault

Sébastien Crozier...

Pour recevoir cette lettre par voie électronique, écrivez à : [secretariat@cfecgc-ft-orange.org](mailto:secretariat@cfecgc-ft-orange.org)