

Côté boutiques, y'a comme un hic !

Mars 2019 – IL – Groupe France

Entre 2012 et 2018, le nombre de boutiques du Groupe Orange (dont Générale de Téléphone) est passé de 1 123 à 603 en métropole, soit une réduction de 53%. La « rationalisation » du réseau de distribution physique s'accélère d'année en année. Les fermetures se poursuivent, tandis que les ambitions de satisfaction - le fameux « enchantement clients » - restent très élevées. Les personnels des boutiques restantes, en sous-effectif chronique, sont soumis à de fortes tensions.

► Du maillage au détricotage

En 2012, Orange lançait un « **plan de réorganisation du réseau de distribution physique** ». Il s'agissait avant tout de diminuer les coûts commerciaux via :

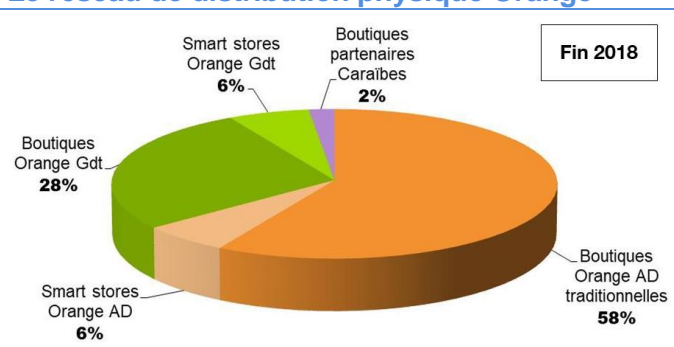
- ◆ la fermeture de 150 boutiques à l'horizon 2015 ;
- ◆ la promotion des parcours digitaux incitant notre clientèle à réaliser elle-même les actes à faible valeur ajoutée.

Les boutiques franchisées Mobistore, qui étaient encore 200 à l'été 2016, ont disparu, comme le réseau des boutiques dites « tri opérateurs » ([fermeture de The Phone House en 2013, de Tel and Com en 2015...](#)). En janvier 2017, Orange déréférençait les points de vente Auchan, Cora et Coriolis...

En 2018, 36 boutiques Orange et 19 boutiques Générale de Téléphone cessaient leur activité. 40 boutiques devraient fermer en 2019.

Erigeant le digital en « Saint Graal », la Direction aura finalement fermé 4 fois plus de boutiques qu'annoncé en 2012. La marque Orange disparaît du paysage, notamment dans les villes petites et moyennes.

Le réseau de distribution physique Orange



- ◆ 396 boutiques Orange AD, dont 138 *smart stores* (35 %).
- ◆ 207 boutiques Orange Gdt, dont 38 *smart stores*.
- ◆ 12 boutiques partenaires Caraïbes.

► Impacts mal évalués

Défini par les Directions nationales, le maillage des boutiques est censé adhérer aux zones de chalandise, à l'évolution du marché, des flux, du chiffre d'affaires (valo), des opportunités

foncières... Il est ensuite révisé localement afin de vérifier la pertinence de l'ensemble du réseau de distribution physique.

Pourtant, la CFE-CGC Orange constate que :

- ◆ **Des boutiques s'avérant stratégiques sont fermées**, et nos concurrents s'empressent de réinvestir l'espace. Sur Amboise par ex., SFR a stoppé sa fermeture et a ainsi récupéré une grande partie de nos parts de marché !
- ◆ **L'impact sur les pertes de clients ou le CA additionnel réalisable en boutique par rapport aux ventes en ligne n'est pas mesuré.** Par ex., 60% des ventes Orange Bank sont réalisées en boutique, très au-delà des prévisions.

La Direction doit approfondir les études menées avant toute fermeture, et les partager avec les représentants du personnel, pour s'assurer de leur bien-fondé !

Croissance de la Générale de Téléphone

Désormais, 52% des boutiques Orange sont sous la bannière de la GdT, dont le poids ne cesse de croître. Si l'intention de la Direction est de ne garder que les Très Grandes Boutiques et de filialiser toutes les autres, qu'elle le dise clairement ! Il est vrai que les accords d'entreprises de la GdT sont beaucoup moins généreux en termes de rémunération et de temps de travail, ce qui allège les coûts.

Mais les collègues de la GdT ne bénéficient pas des mêmes moyens pour satisfaire les demandes. Certains services, comme l'assurance, sont commercialisés différemment, et la formation des conseillers pro vient seulement de démarrer...

La Direction a peu de considération pour leur parcours professionnel, non piloté par les DO. Noyau sur le gâteau, quand une boutique GdT ferme, Orange n'en recrute les équipes qu'en leur proposant des boutiques AD très éloignées de leur domicile.

► Clientèle mal traitée

La Direction prétend que le parcours client digital absorbe une grande partie des flux. **La réalité du terrain est tout autre !**

Allongement des déplacements et de l'attente

Lorsque des boutiques ferment, notre clientèle est soumise à un accroissement de ses déplacements pour atteindre la boutique la plus proche, mais aussi à un allongement des files d'attente (souvent plus d'une heure). A telle enseigne que la

Direction s'est vue obligée d'enclencher le projet « sans attendre », pour qu'un client n'attende pas plus de 15mn en boutique, via le « click & collect » ou la prise de RDV en ligne.

Normes de sécurité non respectées

Autre conséquence : le nombre maximum de personnes pouvant se trouver simultanément dans une boutique selon les normes de sécurité, particulièrement dans les centres commerciaux, est régulièrement dépassé. Les vendredis, samedis, lundis, comme à l'heure du déjeuner ou en fin de journée, c'est mission impossible de respecter les normes !

Réduction des horaires d'ouverture : un sabotage programmé ?

Depuis bientôt un an, la Direction a décidé de réduire les horaires de certaines boutiques, désormais fermées le lundi, à l'heure du déjeuner, et dès 18h30, pour limiter les coûts. Mais contrairement à ce que pense la Direction, il n'est pas possible « d'éduquer » les clients aux nouveaux horaires : ils se rabattent sur d'autres boutiques, Orange... ou concurrentes ! C'est du CA perdu et une accélération du déclin.

Nous avons demandé un bilan d'impact, qui ne nous a pas été transmis. Mais comme par hasard, les premières fermetures annoncées pour 2019 concernent justement des boutiques dont les horaires d'ouverture ont été réduits.

Conseils déportés, clients déboussolés

Les boutiques étant sommées de se concentrer sur la vente, une partie des conseils, accompagnement et dépannage, sont déportés sur le web ou le 3900. Beaucoup de clients ont du mal à comprendre pourquoi, alors qu'ils ont un contrat avec Orange, ils ne peuvent obtenir les mêmes services dans toutes les boutiques qui portent notre enseigne. Souhaitons que le déploiement du SI Orange dans les boutiques Générale de Téléphone courant 2019 améliore la situation : l'impatience et l'incompréhension engendrent l'agressivité, et les incivilités augmentent. Nos personnels trinquent, comme en témoignent les remontées au niveau national.

► Personnels en danger

Mauvais accompagnement des fermetures...

Contrairement aux promesses, l'entreprise n'accorde pas les moyens censés maintenir les boutiques jusqu'à leur fermeture (ex : pas de remplacement des Conseillers Commerciaux qui trouvent un poste ailleurs). Les équipes s'organisent tant bien

que mal, mais nombre de boutiques ferment finalement avant la date prévue, perturbant un peu plus les boutiques alentours.



Dialogue social en panne

Pour améliorer les conditions de travail des équipes, la CFE-CGC a proposé une solution permettant aux vendeurs de permuer entre boutiques afin de rapprocher leur lieu de travail de leur domicile. La DRH et la Direction Juridique ont refusé !

... et des personnels

Trop de conseillers ont des contrats précaires, et leur parcours n'est pas piloté pour leur permettre d'évoluer au sein d'autres équipes commerciales (Agences ProPME, Services Clients Orange...). L'expérience face au client est pourtant une richesse, que l'entreprise ne sait pas exploiter.

Les managers des boutiques qui ferment se voient désormais proposer 3 postes ou... la porte ! Il n'est pas rare qu'ils se retrouvent en position d'adjoint ou adjointe dans un smart-store ou un mégastore, avec des responsabilités et des marges de manœuvre réduites.

Boutiques éphémères : fausse bonne idée ?

Lors des fermetures « sèches », la Direction prétend y pallier par des boutiques éphémères. Si l'idée peut séduire, la mise en œuvre pêche ! Il faut des personnels qualifiés pour y travailler, mais on manque de volontaires : les prévisions « business » sont mal faites, et les vendeurs n'y trouvent pas leur compte en termes de PVC.

A suivre dans nos prochains tracts :

- la Part Variable Commerciale
- Orange Bank

La CFE-CGC Orange revendique

- L'arrêt des fermetures de boutiques sans une vraie réflexion sur l'aménagement du territoire.
- Une politique de recrutement et de rémunération à la hauteur des ambitions affichées par Orange.
- L'ouverture d'un vrai dialogue permettant d'améliorer le fonctionnement des boutiques en mode gagnant / gagnant.



Vos experts Distribution

Florence Le Lepvrier – 06 89 73 50 07
Ludovic Dalpiaz – 06 45 19 14 09
Emilie Gall – 06 42 61 60 28
Denis Gawlik – 06 79 72 99 52

cadres ou pas, vous pouvez compter sur nous !



www.cfecgc-orange.org
abonnements gratuits : bit.ly/abtCFE-CGC
tous vos contacts : bit.ly/annuaireCFE-CGC

