

Réseau de Distribution : ce qui doit changer

■ La direction du Groupe l'affirme haut et fort, le nouveau contrat social est en marche ■ Au réseau de distribution, on attend toujours ■ Si quelques embauches sont venues soulager la situation dans certaines boutiques, on est très loin du compte ■ Nombre de mesures qui auraient dû améliorer la situation sont détournées ■ Les 15 minutes de prise de service se transforment ainsi ici ou là en brief ou ne sont pas appliquées ■ Mais, surtout, la valo heure par heure ou quotidienne reste l'essentiel des leitmotiv des directions ■ Et tout le monde le sait, ça dérape allègrement ■ A tel point que la direction de DVD ouvre le parapluie en rappelant les bonnes pratiques professionnelles et les sanctions disciplinaires et pénales... dans un mémorandum mémorable ■

Au réseau de distribution, on lave plus blanc que blanc.

Après avoir passé des heures à nous expliquer pourquoi le noir et l'orange étaient fun, en lien avec la marque (le branding), la direction nous passe...au blanc. Sans aucune info préalable, nul le part, comme d'hab. Les vêtements noirs donneraient-ils le blues aux équipiers ?

Des coups de blues à répétition générés par les agressions verbales et physiques, par les pressions incessantes sur les résultats, par les horaires tardifs, par la flexibilité horaire et les heures supp non comptabilisées, par le phoning à tout va, par le non respect des clients qui apporte son lot de mécontentements et de réclamations.

Ajoutons à cette longue liste les pressions pour travailler de plus en plus de samedi, le manque de personnel permanent et un système d'information qui n'en peut plus des adaptations incessantes.

Le rapport du Cabinet Technologia a souligné, sans surprise pour nous, à quel point l'ensemble du personnel du réseau de distribution, vendeurs, responsables, était particulièrement touché par les dégâts des méthodes en place.

La direction doit prendre en compte cette situation et cesser de balayer d'un revers de main nos alertes et les revendications que nous portons.

Sortir de la caricature du dialogue social à DVD

Ces derniers mois, plusieurs réunions se sont tenues entre la direction du réseau de distribution et les organisations syndicales dans le cadre des négociations sur le stress.

De stress, il n'en fut guère question, l'essentiel de la volonté de la direction étant centrée sur ses objectifs de business, encore et toujours. Ainsi, nous avons fait un

préalable important de la question de l'emploi. On ne peut pas espérer améliorer les conditions de travail en restant en permanence sur le fil du rasoir, avec un recours aussi important au travail précaire, aux heures supplémentaires, à la flexibilité, en gérant les effectifs sur la base de la valo dégagee dans la boutique.

La nouvelle PVV, au delà de ses effets pervers catastrophiques a tout justifié dans l'année écoulée. Et en particulier, l'idée développée par la direction que s'il n'y a pas de valo, c'est qu'il y a sureffectifs. Ainsi, des boutiques ont été déclarées en « surstaffing », comme ils disent, ...et des emplois supprimés.

Les négociations salariales se sont avérées particulièrement éclairantes en matière de lecture de la politique de l'emploi du réseau de distribution : si 189 personnes supplémentaires sont arrivées en management opérationnel (Adjoint-e, RB, RS), **996 vendeurs ont bel et bien disparus des chiffres de PVV restitués cette année**, donc entre 2008 et 2009. Certes quelques boutiques ont fermé en 2009, de nombreux CDITP n'ont pas été maintenus, mais ce n'est pas suffisant pour expliquer ce delta de 996 vendeurs en moins.

Personne ne peut accepter l'idée que les boutiques soient gérées sur la seule prise en compte des clients transformés. Et les autres clients, et toutes les tâches non prises en compte dans l'activité quotidienne ?

Pour déterminer les effectifs, les directions doivent impérativement prendre en compte le travail réel, c'est à dire tous les flux et toutes les activités, les amplitudes d'ouverture de services, la conciliation vie personnelle/vie professionnelle. SUD exige le comblement immédiat des postes vacants dans toutes les boutiques par des emplois permanents.

Réponse de la direction : « nous parlons emploi à condition que nous puissions d'abord discuter de tableaux de service construits sur la base de 3 sa-

medi minimum sur 4 ou de 4/4 et également du travail du dimanche ». Ce chantage inacceptable a été très majoritairement rejeté par les organisations syndicales qui ont rappelé les engagements de la DRH Groupe à rediscuter globalement les questions de contraintes des samedis, dimanche, et des horaires tardifs.

Une logique à remettre en cause

Toutes les organisations syndicales ont souligné l'isolement managérial dans le réseau, et l'explosion folle des durées de travail des cadres.

La réponse ne s'est pas faite attendre : une adjoint-e dans chaque boutique (si peu de temps après en avoir viré). Cela pourrait être une bonne chose. Toute la question est pourquoi faire, et c'est là que le bât blesse. Le rôle de l'encadrement n'est pas de surveiller les salarié-es, de contrôler, l'oeil rivé sur les résultats qu'ils sont eux mêmes sans cesse sommés de justifier. Et pourtant en exigeant 80% du temps des adjoints en présence sur la surface de vente, c'est bien ce qui est sous jacent.

L'encadrement doit être repensé. Il s'agit d'abord de disposer de l'autonomie et des moyens pour organiser le travail, en lien avec l'équipe, et de soutenir et d'accompagner l'activité, le rôle de contrôle n'étant que très limité et préventif. Aujourd'hui, on en est à des années lumière.

Même chose sur la formation : alors que la direction prétendait nous parler de formation, il s'est agi de dérouler le contrat de performance !

Agacée des levées de bouclier des organisations syndicales, la direction a décidé de rompre unilatéralement les discussions.



Fédération SUD PTT
25/27 rue des Envierges 75020 Paris
Téléphone : 01 44 62 12 00
Télécopie : 01 44 62 12 34
Site public : www.sudptt.fr

Union
syndicale
Solidaires

Gogo, Valo et ...Bobo

« *Pas d'état d'âme* », « *Tous les coups sont permis* », « *Nous allons livrer une bataille sans merci* », « *Tous à vos postes, que la bataille commence* ». Et d'autres mots si violents - ou parfois vulgaires - que nous n'osons même pas citer.

Ces mots sont lus et entendus dans les boutiques, dans les road shows à l'intention des responsables en contradiction complète avec les principes rappelés en formation école de la distribution.

Les gogos de client-es, il faut les habiller pour l'hiver. Il faut faire de la valo, coûte que coûte. Mais attention, hein, si ça dérape, pan, enquête disciplinaire, mise à pied ou licenciement pour faute. Alors le mémorandum dont s'est fendu la direction nous fait doucement rigoler.

Oui, il faut respecter les client-es, oui, il ne faut pas leur mentir, on le dit depuis des années. C'est, de plus, totalement contreproductif y compris pour l'entreprise : les clients ne nous feront pas confiance éternellement s'ils ne cessent de se faire arnaquer.

Mais quand on systématise une politique de mise à l'index, de « vidage » de vendeurs qui ne vendraient pas assez », qui ne rebondissent pas, qui ne placent pas systématiquement les options. Quand on ne cesse de donner des consignes très limites, pour ne pas dire plus, ça craint.

Les pressions sont aujourd'hui d'une telle intensité qu'elles induisent de fait tous les dérappages.

Qui a inventé les PAI? Qui nous pond aujourd'hui le contrat de performance? Qui balance les objectifs sans aucune médiation, qui invente les challenges et les usines à gaz autour de la PVV ?

La direction de DVD est emblématique de ce qui se passe à France Télécom-Orange et que SUD ne cesse de dénoncer : elle a à sa main tout le pilotage opérationnel, au plus fin, jour par jour et heure par heure, et ne cesse de demander des comptes sans donner de moyens.

Elle ferme les yeux sur ce qui se passe et cogne quand ça commence à faire désordre. Le mémorandum est exemplaire de cette attitude.

Pour SUD, ces méthodes d'organisation du travail sont inacceptables. Les moyens considérables consacrés aujourd'hui au reporting, au contrôle, à la standardisation doivent être réduits au strict minimum. Et c'est à celles et ceux qui sont confrontés au travail réel que les moyens de travailler doivent être donnés.

Nous rhabiller en blanc, ça ne sera pas suffisant

Ni les clients allègrement roulés dans la farine, ni les salarié-es ne s'y trompent : il ne suffit pas de ripoliner les murs pour en cacher les trous.

Pour Sud, il y a nécessité et des possibilités réelles de changer la situation. Cela passe par :

- des créations d'emploi en CDI à la hauteur des besoins et pas du chronométrage d'activité dans les boutiques (nous estimons au minimum le besoin à 800 emplois à temps plein)
- la création d'une brigade de remplacement par département ou par secteur avec reconnaissance particulière de leurs contraintes (300 emplois)
- l'arrêt de l'exploitation des apprentis trop souvent peu encadrés, peu soutenus et utilisés comme des « bouche trous » pour la tenue des plannings, les apprentis ne doivent pas combler les emplois non pourvus mais être réellement accueillis pour apprendre un métier.
- la reconnaissance des qualifications avec le D/II.3 pour toutes et tous
- un samedi sur deux maximum excepté pour les salarié-es qui souhaitent expressément travailler plus souvent le samedi et dans ce cas une réduction du temps de travail supplémentaire
- la possibilité de travailler en 4 jours ou 4,5 jours sans condition pour toutes celles et ceux qui le souhaitent
- une réelle reconnaissance des contraintes en particulier du travail tardif
- l'arrêt des pressions permanentes sur l'atteinte des résultats, de l'incitation aux pratiques non déontologiques, des modifications incessantes d'objectifs, de l'exigence du phoning
- la reconnaissance du travail réel et pas seulement des clients « transformés »
- l'attribution d'une prime plancher de 300€ par mois pour l'ensemble des salarié-es du réseau, progressivement intégrée au salaire ou au CFT
- une simplification des offres, un calendrier raisonnable de sortie d'offre et la prise en compte des possibilités du SI
- le développement des espaces services sur l'ensemble du réseau et l'arrêt des pressions à la vente sur les espaces services

Un SI catastrophique ? Et si on posait les bonnes questions !

Un SI catastrophique : oui, mais pour quelles raisons ? C'est toujours étonnant d'entendre les directions métiers se répandre sur le mauvais SI que nous aurions, du style, « avec tout le fric qu'on met dedans, on se demande comment on est aussi mauvais ». Toujours sympa comme commentaire !

Mais si on posait les bonnes questions : à Sud, on n'a pas la même appréciation. Nous nous étonnons plutôt qu'il marche encore, le SI ! Parce qu'une chose est claire, c'est le business, le marketing et le pilotage métier qui mènent la danse : la multiplicité des offres toutes les 6 semaines, les injections de nouveaux services, les exigences de pilotage et de contrôle des directions métiers (à travers le SI), c'est tout ça que le SI doit ingurgiter sans cesse. Et peu importe les moyens !! Quant à l'utilisateur final, et toutes les m... auxquelles il sera confronté, ce n'est pas la priorité de celles et ceux qui fixent les enjeux de business.

Alors améliorer le SI, oui, mais en posant les vraies questions, ça nous irait mieux !

Arche à peine imaginée, déjà coulée ?

En pleine négociation stress, la direction DVD nous sortait Arche des eaux. Il s'agissait sur le papier d'un projet pour mieux prendre en charge tous les clients en boutique, en particulier les réclamations, les problèmes de mise en service, de facturation. Les clients seraient mieux servis, les salarié-es seraient moins stressés par l'absence de solution. Sud était plutôt favorable à ce projet mais s'inquiète de l'absence de moyens.

Au départ, l'ambition affichée était de créer des espaces clients dans les grosses boutiques et des N2 par téléphone pour les autres. Mais depuis cette annonce, gros souci, les moyens nécessaires à la mise en place du projet ne sont pas exposés. Et en particulier les emplois. Les dernières réunions avec la direction métier nous laissent perplexes, il semble déjà que tout ça va tout doucement couler vers des plateaux téléphoniques de niveau 2 vers qui les vendeurs orienteront les client-es. En gros, les client-es seront pris en GDFa au lieu d'être renvoyés vers le 3900. Mais à part ça, ça change quoi ?