



## Compte rendu de la bilatérale « Évolution des métiers de la vente » du 28 juin 2010

*La Direction des Ventes « SNCF Voyages » a organisé une série de bilatérales avec les fédérations syndicales de cheminots représentatives, afin de les informer de ses projets d'évolution de la politique de distribution. Ces orientations impactent l'ensemble des métiers de la vente. Lorsqu'il s'agit d'expliquer le bien fondé de la politique d'entreprise, nous trouvons portes ouvertes et nécessité du dialogue social ! En ce qui concerne les dossiers pénibilité et code prime, nous constatons moins d'entrain, du mépris et la « fermeture » à toute discussion.*

La délégation CGT a tenu à rappeler que la forte mobilisation des cheminots des chantiers commerciaux gares, le 24 juin dernier, ne resterait pas sans suites. En préalable à tout échange sur l'évolution des métiers, il faut que l'entreprise donne des signes de reconnaissance du travail accompli, à travers le classement en « pénibilité avérée » des métiers vente, et que la progression de la prime de travail vers l'équivalent du code prime 3 soit validée.

Les agents commerciaux vivent depuis de nombreuses années d'importantes évolutions tant technologiques que dans les méthodes de travail, subissent un management agressif et ne peuvent même plus se projeter dans l'avenir. Cette souffrance au travail grandissante génère frustration et révolte, et ne peut rester sans réponse.

La délégation CGT a mis en garde la Direction : une entreprise ne peut bâtir de projet viable sans un minimum d'adhésion du personnel à sa stratégie. Nous avons rappelé que l'ambition du travail, c'est d'abord et avant tout la construction collective d'un édifice social, donc un ciment et des liens, des soudures et des articulations. Si l'on touche à la santé et à la qualité de ces éléments, l'édifice collectif peut se fissurer, voire pire s'écrouler.

### **QUESTIONS POSEES PAR LA DELEGATION AVEC REPNSES DE LA DIRECTION**

***L'évolution du métier de Vendeur, Télévendeur et Téléconseiller dépend étroitement des choix de l'entreprise en matière de distribution. Quelles évolutions envisagez-vous dans la répartition des différents canaux de distribution ?***

Si la Direction réaffirme la complémentarité des canaux de distribution, elle souhaite positionner Internet en « tête de gondole » appuyé par les bornes automatiques et les différentes applications Internet mobiles (smart phone). L'entreprise se fixe

pour objectifs principaux l'amélioration et le développement de ces outils.

***Quels seront la place et le rôle des agents commerciaux dans cette répartition ? Quelles en seront les conséquences en termes d'effectifs et évolutions métier ?***

Le discours traditionnel (arrivée de la concurrence, maîtrise des coûts de distribution et de la masse salariale) ressort du chapeau plus vite que le lapin du magicien ! Pour la Direction, les attentes des usagers consistent en une assistance pour l'utilisation des bornes automatiques ou en du conseil après-vente internet. Ces choix de stratégie commerciale et économique vont nécessiter un redimensionnement du réseau de vente. En clair, c'est une diminution en nombre et en superficie des points de vente. Le chiffre de 15% de vente pour le canal humanisé est prévu pour 2015 contre 60% pour Internet fixe et mobiles, et un maintien des agences à 20% ! Comme pour le discours gouvernemental sur le système de retraite, le caractère inéluctable de cette évolution nous a été rappelé et c'est la seule recette économiquement et socialement acceptable pour enrayer la baisse d'activité des canaux humanisés. La Direction reconnaît qu'une baisse des effectifs sera effective, mais elle se veut rassurante en évoquant la création de missions nouvelles pour les agents commerciaux. La relation client, l'offre de services et l'après vente sont des notions qui seront plus développées.

***Quels sont les évolutions technologiques, outils nouveaux ou les partenariats que l'entreprise souhaite développer dans les exercices futurs ? Quelles sont les perspectives d'évolution des missions des points de vente sur la base des choix de distribution et choix économiques de l'entreprise ?***

Le choix de développer le prépayé et les partenariats avec d'autres enseignes est confirmé. Les espaces de vente des grandes gares conserveront une « vitrine », car ils constituent l'image de marque de l'entreprise. Ailleurs, le concept d'un module plus réduit en surface et situé dans les flux, est à l'étude. Un ou deux postes de vente avec un espace libre service (écrans TFT tactiles), animé par un agent commercial, constituent la première piste de réflexion.

La possibilité de ventes et de relations commerciales mobiles en gare, la mise en service de nouveaux outils fondés sur la technologie web... autant d'évolutions envisagées qui présument des changements majeurs dans les organisations du travail et le fondement du métier. Demain peut-être le Téléconseiller ou Télévendeur visible sur la Webcam (en télé travail à domicile ?) ou le vendeur circulant avec son i pad !

Ajoutons des solutions de reclassements évoquées du même tonneau qu'au fret, par la volonté de définir des parcours professionnels intra et inter métiers.... Imaginons le choix de critères de performance et de rémunération associés et nous sommes au top.

---

#### **COMMENTAIRES DE LA DELEGATION CGT**

---

Nous contestons ces choix d'évolution métiers qui ne constituent pas une réponse aux besoins des usagers. C'est la résultante d'une étude peu significative réalisée sur un panel de quelques dizaines de voyageurs et d'agents triés sur le volet. Aucun forum de discussion, certainement plus représentatif en volume, n'est ouvert.

Nous contestons le caractère inéluctable de cette évolution du mix de distribution et rappelons le choix fait depuis des années par la Direction d'orienter l'utilisateur vers les canaux déshumanisés. Ce n'est pas un choix de l'utilisateur mais une contrainte qui lui est imposée d'utiliser des automates, par entre autres, la fermeture ou réduction d'amplitudes d'ouverture des points de

vente et le développement de tarifs non disponibles au guichet.

Nous rappelons que l'arrivée de la concurrence n'impose pas systématiquement une baisse des coûts en première réflexion, mais plutôt sur la réponse aux besoins et la qualité de service attendue par les usagers. Par ailleurs, la courbe de croissance exponentielle d'Internet, des automates et de chute des autres canaux envisagée par la Direction, intègre t-elle pas une évolution forte ou une quasi stabilité du chiffre d'affaires ?

En fonction de ces deux hypothèses, les réponses apportées ne peuvent être semblables !

Nous demandons si ces évolutions concernent uniquement le périmètre de SNCF Voyages ? La Direction annonce que « Proximités » travaille de son côté actuellement et qu'il y aura croisement des pistes retenues à l'automne.

Nous avons exprimé nos inquiétudes sur l'impact prévisible sur les parcours professionnels des agents. La Direction reconnaît qu'il faudra y réfléchir, mais n'a pas souhaité répondre sur ce point. C'est, selon elle, prématuré !

Nous sommes restés sans précision sur le nombre des emplois impactés et sur le contenu des missions. La Direction considère cette première rencontre comme une information sur un sujet non ficelé et qui nécessite de la réflexion. Le point d'impact de la comète se situant en 2015 voire 2017, il est encore trop tôt !

Sur notre préalable, à savoir la reconnaissance en pénibilité avérée et l'attribution du code prime : la Direction reconnaît que l'évolution des métiers vente impose une discussion mais ne s'engage pas au-delà.

La CGT a insisté sur le fait que les frustrations s'accumulent dans ces métiers et qu'il faut dès aujourd'hui donner un signe fort de reconnaissance par la majoration de la prime de travail, et la satisfaction des revendications en matière de pénibilité.

### **La délégation CGT a conclu cette bilatérale sur cette mise en garde :**

**Ne jouez pas avec le calendrier et n' imaginez pas négocier la transformation du métier de vendeur contre le code prime et la pénibilité !**

**Si certains partenaires privilégiés de la Direction voient une aubaine à travers un dangereux donnant-donnant, la CGT ne joue pas à ce jeu et met en œuvre dès aujourd'hui les conditions nécessaires à créer un rapport de forces pour imposer d'autres choix !**