










# Compte-rendu du Comité d'Etablissement du 16 mai 2014

			
<b>Céline MILLOT</b>	<b>Anne-Sophie BREHAT</b>	<b>Armelle BOLIVARD</b>	<b>Majid GALLA</b>
Collège Exécution	Collège Exécution	Collège Exécution	Collège Exécution
Région Ile-de-France	Région Ile-de-France	Région Grand-Centre	Région Sud-Ouest
celine.millot@edf.fr	anne-sophie.brehat@edf.fr	armelle.bolivard@edf.fr	majid.galla@edf.fr

				
<b>Marie-Christine NADEAU</b>	<b>Carine DANTON</b>	<b>Franck BANNHOLTZER</b>	<b>Emmanuel DUFOUR</b>	<b>Jean-Pierre LETRON</b>
Collège Maîtrise	Collège Maîtrise	Collège Maîtrise	Collège Maîtrise	
Région Ile-de-France	Région Ile-de-France	Région Est	Région Nord-Ouest	Représentant syndical CGT
marie-christine.nadeau@edf.fr	carine.danton@edf.fr	franck.bannholtzer@edf.fr	emmanuel-e.dufour@edf.fr	jean-pierre.lettron@edf.fr

**Ordre du jour**  
*(CTRL + clic pour accéder au sujet souhaité)*

Déclaration	3
Projet IROISE (pour avis)	6
Stratégie Commerce : Ambition Commerce 2020 (pour information)	7
Bilan économique 2013 de la Direction Commerce (pour information)	8
Analyse des coûts commerciaux (pour information)	9
Evolution de l'emploi à la Direction Commerce : Bilan 2013 et perspectives 2014-2016 (pour avis)	12
Programme SMART (pour information)	14

En préalable, le président du CE a donné les informations suivantes sur les mesures prises pour régler les problèmes posés ces dernières semaines sur la qualité de communications téléphoniques (contac14) et sur la gestion de données clients (CRM7).

Contact 14 : H. LAFONTAINE est en contact avec le Président de SFR. Il obtient des engagements de son homologue, qui doit être par ailleurs occupé par l'avenir de son groupe qui doit intégrer Numéricable...

CRM7 : H. LAFONTAINE mobilise les collègues de la DSI et Accenture qui a 7 ou 8 actions à mener pour régler les problèmes d'ici 2 à 4 semaines.

Le Président comprend la gêne occasionnée pour les clients et le personnel... c'est déjà ça ! Mais il engage le personnel, ses représentants à faire front en faveur de l'entreprise ! Pour la CGT, la situation est la conséquence directe de l'externalisation d'activités structurantes pour la qualité de fonctionnement de l'entreprise. Alors qu'elle rationalise les organisations en ayant recours à des systèmes d'information subtiles, la direction a fait le choix de confier les clés des outils informatiques à des prestataires qui eux aussi préfèrent rémunérer leur actionnaire qu'investir dans leur outil industriel, ce qui réduit la qualité de prestation vendue à ses clients... en l'occurrence EDF COMMERCE !

*Prochain Comité  
d'Etablissement  
Le 19 juin 2014*

## Déclaration

Certaines pièces du dossier remis aux élus pour la tenue de ce Comité d'Etablissement appellent une réaction de notre part. Je cite :

Dans le dossier perspectives Emploi 2014-2016, on lit : « ***Ces projets nécessitent certes des efforts d'adaptation, mais ils constituent des opportunités que nous devons saisir pour défendre EDF et la Direction Commerce et nous mettre plus encore au service de nos clients. J'ai toute confiance dans la capacité des agents de Commerce et de son management de réussir cette nouvelle transformation.» Henri LAFONTAINE.***

***Pour réaliser cette ambition, vous vous fixez cinq objectifs à horizon 2020 DONT***

***Puis dans le document Ambition Commerce 2020, le défi 7 ambitionne : « Etre numéro 1 pour l'engagement des salariés au service de nos clients. Cette ambition sera un des leviers principaux de notre réussite et un atout supplémentaire, pour donner la pleine mesure de nos talents, et pour attirer les meilleurs et les plus dynamiques. »***

***Ensemble, nous ferons d'EDF Commerce notre fierté. (fin de citation)***

Attirer les meilleurs c'est bien -même si on ne comprend pas bien ce que veut dire cette notion très contestable- mais les garder et professionnaliser les autres, c'est mieux !!!

Les élus CGT sont très inquiets du message induit par votre communication. Nous vous rappelons qu'il y a peu de temps, c'est toute l'entreprise EDF qui était au service du client puisque ses missions de Service Public étaient inscrites dans la Loi de Nationalisation de 1946. Or, aujourd'hui EDF est devenu une SA qui dégage des profits pour rémunérer ses actionnaires. L'investissement dans son outil industriel et son personnel devient secondaire, ce qui est un vrai recul de notre point de vue.

Comment attirer et fidéliser les salariés quand rien ne permet de desserrer l'étau dans lequel se trouve les managers de première ligne qui n'ont absolument pas les moyens de fidéliser les salariés qui contribuent à la réussite de notre entreprise ? Il suffit de s'attarder un instant sur les dernières négociations salariales, sur les taux d'avancements et de reclassements qui ne sont pas du tout à la hauteur pour une juste reconnaissance de l'implication du personnel ! Pire encore, lorsque nous comparons les situations entre agents avec expérience dans nos établissements à ceux recrutés en provenance de l'extérieur. Si nous nous félicitons de ces reconnaissances d'expérience, les différences de rémunération sont trop importantes comme si, pour vous, l'expérience acquise au sein de nos entreprises avait moins de valeur.

La réussite de ces mutations d'organisation passe sans nul doute par de la formation, mais aussi et surtout par l'implication et le partage. Puisque vous utilisez le NOUS, alors le personnel doit être associé à ce qu'il est possible d'envisager comme évolution des organisations, et nécessaire en terme de plans de formation et

d'évolutions de parcours professionnels. Si la Direction entend changer les fonctions, elle doit mettre en œuvre ce qui va permettre au personnel d'accomplir ses nouvelles tâches en toute sérénité. Ce n'est semble-t-il pas le cas, puisqu'il est proposé des mutations à des dizaines de kilomètres avec changement d'activité au même GF ! La réussite de vos projets est indissociable d'une juste reconnaissance.

Et ce ne sont pas les attaques en règles contre les avantages statutaires (cf pers 793) ou la volonté manifeste de fiscalisation du Tarif Agent par le gouvernement et le patronat que l'entreprise parviendra à devenir plus attrayante.

Cette notion de reconnaissance ne sous-entend pas seulement la rétribution de l'investissement personnel, de la contribution de tout un chacun sous sa dimension de réciprocité. C'est, là aussi, le retour, le petit mot ou le petit geste qui permet de valider un travail bien fait sans pour autant tomber dans le scolaire.

La reconnaissance dont nous parlons, c'est celle qui est capable de répondre à la hauteur de l'investissement des salariés. A ces maux révélateurs de l'engagement de ces derniers, autant sur le plan physique que psychologique. Celle qui empêche l'apparition de certains troubles, en particuliers ceux correspondant aux TMS (Troubles Musculo-Squelettiques).

Les femmes et les hommes sont la vraie valeur de l'entreprise. Vous ne les voyez plus que comme une ressource. Or, nous vous rappelons que ceux-ci demeurent « libres ». Ainsi on ne peut imposer l'implication des salariés, ce sont eux qui s'impliquent.

L'entreprise a la responsabilité de créer les conditions favorables à cette implication. Comment ? A notre étonnement, aucun élément n'apparaît dans les éléments des dossiers présentés.

Si l'implication ne suffit pas pour atteindre ses objectifs, sans elle, les projections envisagées ne seront pas au rendez-vous.

Pour la CGT, l'entreprise a tout intérêt à mettre en place une véritable politique de reconnaissance, négociée et partagée pour que le corps social s'investisse au mieux dans son travail. Pour la CGT, la reconnaissance est le corollaire de la performance.

Il vous faut considérer nos interventions et proposer les pratiques adaptées permettant de donner du sens au quotidien, dans le travail lui-même, dans ce qu'il représente pour chacun, dans les relations professionnelles qui y sont nouées, dans l'identité professionnelle qu'il permet.

De notre point de vue, la reconnaissance se joue d'abord dans les situations de travail : il faut en finir avec la pression incessante sur les objectifs, améliorer l'autonomie et l'initiative qui permettent la réalisation personnelle, valide la confiance qui leur est faite, la responsabilité qui leur est confiée, la considération qui leur est accordée. Il ne s'agit pas bien sûr de nier l'importance des aspects de rémunération mais de les mettre à leur place.

Ainsi pour la CGT, ambition commerce 2020 se résume en un tryptique indissociable à articuler répondant à cette obligation indispensable de reconnaissance : Salaire, emploi et qualité du travail !!!

Sans réorientation de vos objectifs, sans requalification de vos priorités, il n'y aura rien d'étonnant à perdre définitivement la valeur « travail » et à accélérer la

démotivation et le désengagement des salariés qui n'auront pas le choix pour préserver leur santé physique et mentale. Et la responsabilité en reviendra principalement à vos pratiques d'employeur. Et de la qualité de dialogue social que vous mettrez en place.

Nous récusons les méthodes infantilisantes qui obligent managers, conseillers à se déguiser pour chanter des slogans sur les plateaux.

Nous respectons le besoin de convivialité dans le travail, nous l'appelons même de nos vœux. Mais en l'occurrence, il nous semble que ces pratiques d'entreprise relèvent plus du chantage social qui vise à mettre ce qu'il y a de mieux dans l'humain au service exclusif de ses résultats.

Si la direction entend améliorer vraiment la Qualité de Vie au Travail, elle serait bien inspirée d'améliorer la transparence sur les rémunérations de base et complémentaires, l'évaluation collective des résultats par équipe et non plus seulement par agent, le respect des textes réglementaires.

Quand les salariés ne sont plus en concurrence, ils sont plus sereins et travaillent mieux.

[➤ SOMMAIRE](#)

## Projet IROISE (pour avis)

Ce dossier constitue la suite de la présentation en CE du 13 Mars 2014. Il nous présente un retour sur les expérimentations du premier trimestre 2014, la répartition par entité, les ressources pour les équipes support opérationnel du second semestre 2014 à fin 2016, ainsi que le plan de formation.

Le retour sur les différents tests effectués à différents moments de la relation client a mis en évidence des scénarii plus efficaces que d'autres, voire même l'arrêt de certains qui auraient pu présenter un risque juridique. La Commission de Régularisation de l'Energie (CRE) a déjà testé la démarche d'EDF commerce pour vérifier que le message donné se limite strictement à l'information sur la fin des tarifs jaune et vert, le risque étant la mise à disposition de notre fichier client à nos concurrents. L'actualité nous rattrape sur ce sujet avec la mise en accusation de GDF SUEZ sur l'utilisation abusive de son fichier client sur la fin des tarifs réglementés du gaz pour les pros. Affaire qui pourrait avoir des répercussions.

Dans le domaine juridique les moyens sont là. Pour ce qui est du reste, il nous faudra attendre le vrai démarrage pour valider la modélisation présentée. D'où l'importance d'un modèle le plus souple et réactif possible avec un outil de pilotage le plus proche de la réalité et capable de faire des modélisations qui répondent aux besoins réels.

Cela nous amène aux modalités de rattachement et aux marges de manœuvres régionales. Là encore deux modèles nous sont présentés, les régions ont le choix. Chacun à ses avantages et ses inconvénients que seul le fonctionnement en pleine charge validera ou pas. Mais la vérité des uns ne sera pas celle des autres, les réalités régionales seront différentes, confirmant la nécessité d'être flexible.

Pour cela il faut être formé correctement. Ce dossier nous parle d'auto formation, d'auto évaluation alors pourquoi pas, mais pas que ! L'analyse d'écart entre les compétences et le niveau attendu est plus qu'intéressant. Il serait bon d'avoir un état des lieux initial pour déterminer les besoins en formation et post-formation pour adapter aux mieux la qualité de celles-ci.

Force est de constater que le défi est immense et que nous sommes dans l'obligation de réussir sous peine de disparaître. Les agents vont encore devoir s'adapter, se former et s'investir ! Ils le feront n'en doutons pas, mais les outils de mesure de compétences et la réalisation des objectifs devront obligatoirement conduire à la reconnaissance au travers de reclassements et d'avancements !

L'hypothèse envisagée, les choix stratégiques et d'organisation mis en place sont de la responsabilité de l'employeur, choix que nous considérons défensifs. C'est pourquoi nous donnerons un avis négatif. Par contre, nous avons proposé à la Direction un rattachement transitoire de ressources au sein des entités concernées car nous avons confiance dans l'intelligence des salariés, nous donnerons donc un avis favorable sur cette partie du dossier.

### Demande d'avis :

1/ l'avis du CE est sollicité sur la répartition de ces ressources au sein des régions et entités concernées :

Contre : CGT FO

Abstention : CFE CGC CFDT

2/ l'avis du CE est sollicité sur les modalités de rattachement transitoire de ces ressources au sein des entités concernées sur la période 2014-2016 :

Pour : CGT

Contre : FO Abstention : CFE CGC CFDT

[➤ SOMMAIRE](#)

## Stratégie Commerce : Ambition Commerce 2020 (pour information)

Voir la déclaration liminaire

Pour la Direction, en 2020 la concurrence sera plus forte :

- les tarifs jaunes et verts auront disparu,
- le prix du tarif bleu aura augmenté
- la vague LINKY va faire émerger un autre type de concurrence aval compteur et la crise sera terminée (sic !) mais laissera des traces...
- à cela s'ajoute la volonté des pouvoirs publics d'affaiblir la part prépondérante d'EDF par des dispositions réglementaires telles que ART 2012, Loi NOME et prix de l'ARENH... etc.

Dans ce contexte, l'ambition de la Direction est de maintenir 70 % de part de marché électricité et de doubler les ventes gaz par rapport à 2013... objectif assez peu précis et on peut comprendre pourquoi...

Au cours de l'échange, le Président Lafontaine a indiqué que l'essentiel de la **concurrence se fera autour du prix dont l'écart entre les offres des différents opérateurs est estimé à 3 ou 4 % !**

Le résultat obtenu par la mise en concurrence de l'électricité qui devait faire baisser les prix pour les clients est bien mince voire inexistant sur la facture finale. **Il ne justifie en aucun cas les énormes investissements financiers consentis par l'entreprise et les efforts réalisés par le personnel sur les réorganisations, les adaptations perpétuelles aux outils, processus, environnement réglementaires et la précarisation de l'emploi d'une partie importante du cœur de métier....**

Comme l'écart de prix sera minime entre les concurrents, la variable d'ajustement reste les coûts commerciaux maîtrisés ainsi que la satisfaction client.

L'avantage concurrentiel reste pour EDF la solidarité et les boutiques. Finalement, l'avantage pour EDF dans la concurrence, c'est les missions de Services Publics. Autant l'assumer et revenir à une entreprise de monopole public !

➤ **SOMMAIRE**

## Bilan économique 2013 de la Direction Commerce (pour information)

Comme les années précédentes, le bilan économique 2013 n'indique pas l'Ebitda en électricité, sous prétexte que son volume est largement réalisé par les tarifs régulés et que le calcul se fait donc au niveau d'EDF SA. Votre information montre un marché élec plutôt stable alors que la hausse des volumes liée au climat et l'effet prix cachent toutefois une perte d'1.2 TW/H de contrats domestiques et 2.6 TW/H de contrats SUP7, soit une perte de 3.8 TW/H, qui s'ajoutent aux 3.3 TW/H perdus l'année précédente. Les recettes sont donc réduites de 322 millions d'euros.

Pour le marché gaz, la part de marché est de 4,4 %, soit en progression de 0.1% par rapport à l'année précédente. En 2013, la Direction nous avait donné un volume de 4% de part de marché, identique à 2012. Ce delta de 0,3 % montre que les chiffres peuvent être ajustés en fonction du message que veut passer la direction. Si les chiffres donnés ne sont pas calculés sur les mêmes références d'une année à l'autre, il est impossible de faire des analyses comparatives et du coup cela fausse la qualité de l'information donnée au CE.

Il en est de même sur les données du Chiffre d'Affaire qui est passé de 1 075 M€ à 1 230 M€, et pour la marge brute qui évolue de 92 M€ à 104 M€. Cela diminue largement la part de marché gagnée, son Chiffre d'Affaire, et sa marge brut pour cette année, donc le travail fourni par les salariés.

Quant aux ventes de services, l'Ebitda (Marge brute moins les coûts commerciaux) continue sa descente, entre autre due à l'affaire Solaire Direct qui a coûté 14 millions d'euros à Commerce pour soi disant abus de position dominante.

En conclusion, une baisse en électricité, une progression minimisée en gaz, et des ventes de services qui nous coûtent 3 millions. Pas de quoi remonter le moral des troupes qui se battent pour maintenir l'activité Commerce. Et ce ne sont pas les chiffres d'EDF du premier trimestre qui vont changer la donne, ni la fin des tarifs jaune et vert. Pourtant, la Direction n'a pas manqué de vanter l'externalisation d'activités cœur de métier comme la relation client (Part et Pro) pour redonner des couleurs à Commerce. La diminution des coûts induite par ce biais allait permettre de reconquérir des marchés et augmenter nos marges. Ce n'est pas le cas. Pas plus que l'ouverture des marchés n'a fait diminuer les prix, contrairement à ce qu'annonçaient les tenants du libéralisme. La sous-traitance n'est faite que pour mettre les salariés en concurrence et supprimer des emplois en ligne avec les pertes de clients, quel esprit offensif ! Or, il faut regarder du côté de notre principal concurrent, qui après avoir fortement externalisé la relation client, ré internalise une partie de son activité car la satisfaction clientèle et son image en ont pris un sérieux coup. La Direction ne peut pas indéfiniment caresser l'espoir que l'image acquise pendant les années de service public nationalisé reste flamboyante si elle malmène ses agents et ses clients. Pour réussir, une entreprise doit investir dans les moyens humains et sa politique sociale.

➤ **SOMMAIRE**



## Analyse des coûts commerciaux (Pour information)

### ZOOM SUR LES FRAIS DE PERSONNEL (la Direction ne vous dit pas tout...)

#### LA VERITE DES PRIX

Il est étrange de lire les contradictions entre l'évaluation des coûts commerciaux qui indiquent que les salariés de Commerce représentent une charge trop lourde par rapport à notre environnement et les enjeux de la direction commerce et les ambitions commerce 2020 qui salue les efforts communs consentis pour permettre à commerce de parcourir un chemin considérable en peu d'année.

Les Salariés de Commerce ne coûtent pas trop cher, ils rapportent puisqu'ils travaillent et permettent de tenir les objectifs et obtenir des résultats. Les augmentations éventuelles des coûts est en fait, comme nous la CGT en a fait la démonstration en 2012, la résultante des choix politiques de la Direction. Dans ce dossier, elle essaie de **culpabiliser les salariés** de Commerce en leur faisant croire qu'ils coûtent trop cher en pointant l'augmentation des coûts commerciaux de 10,3%, soit 21 millions d'euros, entre autre par une hausse des coûts de main d'œuvre. Mais que cachent réellement ces chiffres et comment était constitué le budget prévisionnel 2013 ?

**La direction avait prévu un budget de 920 millions de frais de personnels, et n'a dépensé que 898 millions, donc elle fait une économie de 22 millions d'euros alors que le personnel a tenu la barre.**

Idem pour les couts induits budgétisés à 574 M€ pour une dépense réelle de 549 M€, qui amène encore une économie de 25 M€. Sur les Achats, 662 M€ de prévision pour un réel de 606 M€, soit toujours une économie de 56 M€. Par contre, les APCO (Autres produits et Charges Opérationnelles), si l'estimation était de 259 M la réalité, due en partie à une hausse des irrécouvrables, est de 334 M€, soit une charge supplémentaire de 75 M€. Idem pour les impôts et taxes qui devaient représenter 37 M€ mais qui sont de 41 M€, soit 4 M€ de plus. Total des opérations, le budget 2013 prévu était de 2 452 M€ et les dépenses sont de 2 428 M€. L'économie globale réalisée est donc de 24 Millions d'euros.

En regardant plus précisément les frais de personnels qui sont inférieurs au budget prévisionnel, le montant est de 898 Millions, (885 M€ en 2012) ce qui fait toutefois une augmentation de 13 M€, à quoi est-il dû ? En partie à l'augmentation des cotisations patronales mais de combien ? La direction va nous le dire. En plus : 8 M€ sur les salaires, 5 M€ de cotisations patronales, 1 M€ pour les retraites, 4 M€ de rémunération complémentaire, 10 M€ de rémunération pour les non statutaires. En moins : 1 M€ au titre de l'intéressement, 14 M€ sur Autres (inconnus).

Creusons maintenant sur la partie salaire de + 8 M€.

Pour 2012, 885 Millions d'euros répartis sur 12 647 salariés, cela fait 69 977 euros de salaire moyen. Pour 2013, 898 Millions d'euros répartis sur 12 732 salariés, cela fait 70 530 euros de salaire moyen.

**553 euros de plus par an par salarié, soit une augmentation de 0.8%, c'est bien loin des chiffres annoncés par la direction de + 4%, et c'est bien loin de compenser l'inflation.**

**Maintenant, permettons-nous de nous comparer par rapport à la moyenne d'EDF SA.**

- L'augmentation des effectifs est de + 2.86% à EDF SA pour + 0.67% à Commerce
- La rémunération moyenne mensuelle des cadres est de 6 096 euros pour 5 716 euros à Commerce (inférieur de 6.2%).
- La rémunération moyenne mensuelle des maîtrises est de 3 663 euros pour 3 183 euros à Commerce (inférieur de 13.10%).
- La rémunération moyenne mensuelle des exécutions est de 2 605 euros pour 2 028 euros à Commerce (inférieur de 22.1%).

Pour contrer en amont quelques arguments de la Direction qui tenterait de nous faire croire que cet écart viendrait de l'ancienneté dans l'Entreprise, de la moyenne d'âge, ou d'un renouvellement plus important qu'à EDF, c'est faux. 53% des agents ont moins de 15 d'ancienneté à Commerce pour 50 % à EDF, 20% ont plus de 30 d'ancienneté à Commerce pour 23% à EDF. La moyenne d'âge à Commerce est égale à celle d'EDF, et il en est de même pour le renouvellement du personnel qui lui, est inférieur à Commerce. Par contre, et cela serait-il une des raisons du niveau inférieur des salaires, Commerce est une direction qui compte 60 % de femmes pour 31% à EDF.

Et la Direction ose montrer du doigt les salariés de Commerce ! De quel droit ?

Les élus CGT sont choqués par la démonstration que tend à faire la direction qui vise à pointer le coût du personnel qui est en total contradiction avec la page 1 de l'Ambition Commerce dont la sincérité est finalement un peu écornée.

Après avoir démontré que les salariés de Commerce n'avaient aucunement à rougir de leurs frais de Personnel et qu'ils avaient perdu du pouvoir d'achat, ayons un zoom sur ce que nous apportons à EDF, approche que n'a pas la Direction.

Au-delà du fait que la vente de Services (choix politique de l'employeur) coûte 2 fois plus que l'augmentation des salaires, que la vente gaz rapporte 21 Millions d'euros et que pour l'électricité la Direction ne sait pas si nous sommes rentables, il y a une chose que la Direction pourrait nous dire, **c'est combien les commerciaux ont fait économiser de pénalité à EDF SA par les CEE : 800 Millions € ou 1 Milliard ?**

La responsabilité de la gestion de l'entreprise revient à la direction. C'est un fait. Les salariés ont gagné par leurs luttes des droits d'intervention dans la gestion de l'entreprise dont ils sont partis prenantes puisqu'ils en assurent le fonctionnement par leur travail, qu'ils soient agent d'Exécution, Maîtrise ou Cadre. Le producteur EDF a besoin que l'énergie produite soit transportée, distribuée, commercialisée et optimisée par le conseil sur les usages. L'éclatement des métiers d'EDF est dû, rappelons le, à l'organisation de la concurrence et à la privatisation de l'entreprise dont la mission principale pour les administrateurs est de séduire les marchés financiers... ces mêmes marchés qui ont conduit le monde dans une crise financière, économique et sociale particulièrement inquiétante.

Mais la technologie et les gestions de crise nécessitent une maîtrise des coûts et une très bonne relation avec la clientèle quelque soit le segment de marché. Alors, les élus CGT au CE COMMERCE, vous demande Monsieur le Président, de faire valoir la qualité du travail

fourni par les agents d'EDF COMMERCE, le rôle impérieux pour la pérennité de ses missions auprès des collectivités territoriales, des industriels et professionnels, ainsi qu'auprès des clients domestiques qui sont par ailleurs des citoyens et des salariés qui eux-mêmes, participent au fonctionnement de la collectivité dans leur domaine.

Ceci doit être dit au Comex d'EDF SA pour qu'enfin Commerce et ses Agents soient reconnus pour le travail réalisé et la valeur ajoutée produite, plutôt que de véhiculer cette idée que nous serions une charge pour EDF.

➤ **SOMMAIRE**

## **Evolution de l'emploi à la Direction Commerce : Bilan 2013 et perspectives 2014-2016 (Pour avis)**

La direction Commerce nous présente ce jour les perspectives de l'emploi sur la période 2014-2016.

**Pour la CGT, nous en retenons avant tout qu'il s'agit d'une diminution de 500 agents statutaires (11731 en 2013, 11218 en 2016).**

Ce dossier donne une vision de l'évolution des principaux éléments de l'emploi, à la maille des métiers et des marchés. Il s'inscrit dans le cadre de l'accord GPEC 2013-2015 du 19 février 2013.

La trajectoire des ressources de 2013-2015 présentait une hausse de 0,9%. Cette évolution résultait d'un certain nombre de facteurs et de projets en cours de finalisation sur l'année 2014.

Suite à certaines évolutions, la Direction Commerce souhaite revoir un certain nombre de ses modèles d'organisation et de repositionner ses pratiques commerciales pour la période 2014-2016. Aussi, le cycle haussier de 2013-2015 laissera place à un cycle à la baisse pour la période de 2014-2016.

Les principales évolutions pour la période 2014-2016 sont :

- Stabilisations des effectifs des conseillers clientèles sur le marché PART, diminution du nombre de ressources de professionnalisation, augmentation du nombre de managers liés au projet MAO.
- Accroissement temporaire des effectifs sur 2014-2016 sur les marchés Entreprises & Pros, Collectivités dans le cadre du projet IROISE.
- Diminution des effectifs du marché Part sur les « Proxipart » suite au projet AMBREE, avec une diminution des effectifs Vente, Pôle Projet et Partenariat Marché d'Affaires sur la période 2014-2016.
- Finalisation de la ré internalisation à la DSI sur 2014 avec 30 entrées.
- Poursuite du Projet AGILE
- Poursuite des évolutions engagées sur les filières de Professionnalisation et d'Expertise.
- Fin du programme ARPEGE.
- Mise en œuvre d'un programme de redéploiement de compétences accompagné avec le projet OMER.

Face à ces évolutions, la Direction EDF Commerce se dit « pleinement consciente des conséquences des transformations induites dans ses projets » et se dit « prête à accompagner les salariés lors de ces changements ».

*La CGT sera très attentive à ce dernier point.*

Concernant l'évolution des effectifs, entre fin 2013 et fin 2016, la tendance d'évolution de la courbe d'effectifs s'inverse, et suit désormais une décroissance progressive, ce que nous ne pouvons pas partager tant les enjeux sont importants. Nous défendons l'idée d'une réelle politique commerciale offensive en mettant des moyens humains supplémentaires et la ré internalisation de la relation client. Nous avons fait la preuve que les salariés créaient de la valeur ajoutée grâce au travail fourni et ne coûtaient pas si cher. Les économies réalisées par les salariés doivent permettre des améliorations sociales et l'embauche de postes opérationnels pour satisfaire au mieux nos clients. Nous ne pouvons donc donner qu'un avis défavorable sur la politique de perspective de l'emploi 2014/2016. Ré internaliser notre cœur

de métier et améliorer les conditions sociales de nos salariés pourrait nous faire changer de position.

Demande d'avis :

Avis sur le Bilan 2013 :

Pour : CFE CGC      CFDT                      Contre : CGT    FO

Avis sur les perspectives de l'emploi 2014 – 2016 :

Contre : CGT    FO    CFE CGC              Abstention : CFDT

[➤ SOMMAIRE](#)

## Programme SMART (Pour information)

La direction nous présente ce jour un nouveau programme : Le programme SMART. Celui-ci va se traduire par le développement du comptage communicant pour l'électricité et le gaz sur les 3 marchés de la Direction Commerce. La Direction nous indique qu'il s'agit d'une nouvelle étape dans la digitalisation de la relation client et de nos clients.

Suite à la directive européenne 2009/72, le gouvernement Français a choisi d'équiper 80% des clients de compteurs communicants (électricité) et évolués (gaz) d'ici 2020.

Concernant le comptage communicant C5, un premier déploiement de 3 millions de compteurs est prévu d'ici 2016, avant un déploiement au fil de l'eau des 30 millions restants sur une période de 4 à 6 ans.

Pour les compteurs de gaz, ils seront 11 millions à être déployés d'ici fin 2020 après une nouvelle phase de pilote sur fin 2015-2016.

Enfin, le déploiement de ces compteurs PME PMI CE C4 se fait également au fil de l'eau pour le renouvellement du parc.

Pour la Direction d'EDF Commerce, la mise en place de ces nouveaux compteurs constituent une opportunité pour répondre à plusieurs enjeux pour ses 3 marchés (DMCP, DMEP, DCM) qui sont :

- Fidéliser les clients
- Renforcer la maîtrise de l'énergie
- Développer l'effacement

La direction met en lumière un système « gagnant-gagnant ». En effet, pour l'entreprise, de nouvelles perspectives, des gains en agilité et en rapidité grâce à la gestion des flux de données.

La CGT prend note des améliorations générées pour la relation client : les données seront plus précises sur les usages, informations instantanées sur l'index conso, tarif, période tarifaire... la facture mensuelle sera éditée non plus sur l'estimation mais la consommation réelle.

Par contre, les élus CGT, à partir de leur expérience, alerte la direction pour que les équipes projet privilégient notre métier de base : facturation, conseil et ne partent vent debout sur des projets très onéreux, type machine à gaz et invendables. Il s'agit d'être présents certes mais avec efficacité et surtout sans altérer les coûts commerciaux et la charge de travail pour les agents. La Qualité du SI est bien sûr incontournable.

➤ **SOMMAIRE**