

ou Comité d'Information et de Concertation Européen

Qui le compose ?

Présidé par Anne Carron (DRH Groupe) le comité est composé par des représentants de la direction du groupe Carrefour, dont Georges Plassat le PDG, et des représentants du personnel de tous les pays européens dans lesquels Carrefour a des magasins et des sièges. Michel Enguelz en est le secrétaire.

La délégation FORCE-OUVRIÈRE

Jésus Sanchez
Antonio Tarantino
Martine Saint Cricq
Dorota Rowicki
Jean-Marc Robin

Les pays

France : 12 membres
(5 FGTA/FO – 1 CFE CGC – 3 CFDT – 2 CGT)

Belgique : 3 membres
(BBTK – LCB)

Espagne : 8 membres
(CC.OO-FECOHT – UGT – FETICO)

Italie : 3 membres
(FISASCAT – UILTUCS – FILCAMS)

Roumanie : 1 membre
(FRATIA)

Pologne : 2 membres
(SOLIDARNOC)

Un représentant du syndicat Européen UNI (dont la FGTA/FO est membre) siège également au comité en qualité d'observateur.



Le Comité

Créé en 1996, le Comité d'Information et de Concertation Européen Carrefour répond avant tout à une obligation légale, mais a pour but de participer activement au dialogue social dans l'entreprise et ce au niveau Européen.

Une réunion plénière est organisée tous les ans durant 3 jours (la première demi-journée étant consacrée à la réunion préparatoire). Cette année, c'est à Strasbourg qu'ont eu lieu les débats du 7 au 9 octobre 2014, au sein même du Palais de l'Europe siège du Conseil de l'Europe.

Le Conseil de l'Europe

C'est une organisation distincte de l'Union européenne, même si les 28 États membres de ceux-ci sont également membres du Conseil de l'Europe.

C'est une organisation intergouvernementale regroupant aujourd'hui 47 États membres. Il a été créé par le traité de Londres du 5 mai 1949, signé par 10 États (Belgique, Danemark, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suède). Il apparaît comme l'organisation des États attachés à la démocratie libérale et au pluralisme politique. Ainsi, ses objectifs principaux sont :

- de défendre les droits de l'homme et la prééminence du droit ;
- de rechercher des solutions aux problèmes de société ;
- de développer la stabilité démocratique en Europe ;
- favoriser la prise de conscience et la mise en valeur de l'identité culturelle de l'Europe et de sa diversité.





L'ORDRE DU JOUR (1/3)

Stratégie Groupe

Présentation et mise en œuvre des nouvelles « Politiques Carrefour ».

« La pérennité, l'indépendance et la croissance régulière de Carrefour sont fondées sur le travail des femmes et des hommes du Groupe. Tous s'efforcent d'apporter, chaque jour, une réponse complète et harmonieuse aux attentes de nos clients et de tous nos partenaires. »

Fort de ce constat et du recentrage de l'activité de nos magasins autour de nos clients, les politiques Carrefour sont axées autour de 4 thèmes :

Les femmes et les hommes

Une organisation décentralisée simple et réactive
Des rapports sièges-magasins faciles à comprendre

Les actifs

Nos surfaces de vente

Les marchandises

La synergie produits/services
L'emploi des technologies digitales
La gestion des stocks

L'argent

La pertinence des systèmes d'information

Les différents DRH européens ont décliné les Politiques en développant les problématiques et les adaptations pour chacun de leur pays.

Les Politiques Carrefour pour la France

Basée sur la compréhension par les équipes des Politiques Carrefour. Avec une attention particulière portée sur la communication à tous les niveaux de la chaîne opérationnelle en partant du top management jusqu'aux équipes en magasin (DM, MDR et employés) par le biais de réunions et d'échanges avec les cadres supérieurs (Retour des cadres : Echange Partage / Implication / Bonne humeur), et des formations pour les équipes magasin (à ce jour, 80 000 collaborateurs ont été formés).

Retour encadrement : "Un vrai moment de partage, de convivialité et d'échanges sur nos pratiques"

"C'est bien, toute la hiérarchie est mobilisée, cela devrait apporter de la cohérence et l'exemplarité de tous dans les actions. »

Retour Employés :

" La formation est ludique, on y participe avec plaisir"
Je me retrouve avec des collègues d'autres métiers, les actions à mener sont connues de tous. Cela nous donne une vision commune sur ce que l'on attend de nous, c'est rassurant.

RSE

Responsabilité Sociétale Entreprise - Développement Durable Groupe

- Définition RSE : Agir à court terme et voir loin.
- Service Eco systémique
- Plan Antigaspi : Limiter l'utilisation des ressources
- Biodiversité : respecter la planète dans nos actes d'achat

Accompagner les partenaires et les collaborateurs de l'entreprise dans la démarche de développement durable.

Diversité

EGALITE FEMME / HOMME

INFORMATION SUR L'AVANCEMENT DU PROGRAMME WOMEN LEADERS

Engagement de Georges Plassat en faveur de l'égalité, en novembre 2013 signature des principes d'égalité de l'ONU Femmes, lors d'une Convention regroupant plus de 90 cadres dirigeants Carrefour.

Actions concrètes mise en œuvre au sein des pays en 2014 :

Carrefour Argentine se mobilise :

Signature des UN WEPS, Présentation à tous les DM du plan d'action détaillé de Carrefour Argentine et signature de la charte de réunions par tous les membres du Comex. Pays en évolution sur le sujet, pour preuve 2 femmes sont directrices de magasin aujourd'hui contre 0 précédemment. Mesures pour inciter les femmes à revenir au travail après un congé maternité

Brésil : Formation sur la diversité

Roumanie : Mise en avant des parcours de carrière réussis : interviews des femmes leaders de Carrefour Roumanie dans les magazines internes et site intranet.

Italie : - Lancement d'un programme mentoring dédié aux femmes : 22 femmes managers, chefs de secteur ou DM, sont accompagnées par des mentors (dont 5 membres du Comex)

- Formation diversité

- Comités Carrières : 24 femmes identifiées évolutives pour de futurs postes D/SD

- Communication pour faire évoluer les mentalités sur le sujet

France : Obtention du Label Egalité Professionnelle par Carrefour Market

Une norme officielle AFNOR : Label attribué par l'Etat, et ressortant de la compétence du ministère des Affaires sociales de la santé et des droits des Femmes



L'ORDRE DU JOUR (2/3)

Présentation par Alan Roberts de l'Accord au Bangladesh (On Fire and Building Safety in Bangladesh)

Le 24 avril 2013, un immeuble nommé Rana Plaza, qui abritait plusieurs ateliers de confection, s'est effondré malgré des consignes d'évacuation données la veille. 2700 victimes sont à déplorer dont près de 1200 morts. Il a été décidé par divers organismes de mettre en place un Accord. Celui-ci se doit d'être indépendant et juridiquement contraignant entre les marques et les syndicats, il a été établi dans le but d'avoir une industrie du prêt-à-porter bangladaise qui fonctionne dans le respect des normes de santé et de sécurité au travail.

Articulés autour de 6 éléments clés

- Un accord juridiquement contraignant entre les marques et les syndicats
- Un programme d'inspection et de contrôle indépendant impliquant les travailleurs
- La divulgation des rapports d'usines, des rapports d'inspection et des mesures correctives
- L'engagement à apporter un soutien financier en cas de besoin et à maintenir les relations d'approvisionnement
- Des comités santé et sécurité librement élus dans les usines
- Un programme de responsabilisation et de formation des travailleurs

Sont concernés par l'Accord :

- 189 entreprises du Bangladesh
- 3 marques ont signé
- 2000 000 de travailleurs couverts
- 1600 entreprises inspectées entre février et octobre (3 inspections chacune : structure, incendie et électricité)

Premiers constats :

- 80 000 problèmes signalés sur l'ensemble des rapports d'inspection, ce chiffre ne faisant qu'augmenter
- Multiplication par deux du nombre de problèmes structurels à résoudre (normes incendie, normes électriques...)
- 130 usines avec un niveau de risques rouge /orange
- 400 plans de mesures correctives (PMC) développés
- 51 accords d'échanges de données établis et soumis pour validation, 57 en cours de réalisation
- 450 représentants des marques figurant sur la liste de diffusion de l'Accord qui travaillent à la mise en œuvre de cet accord et du partage des compétences.
- 26 cas dans lesquels des conclusions critiques ont été rendues : ces sites garantissent désormais aux travailleurs une embauche régulière, et le paiement d'un salaire et d'indemnités de licenciement.

Une équipe de 70 personnes, dont un certain nombre d'ingénieurs, qui vérifient en amont des inspections si les actions correctives sont enclenchées. Il y a donc un suivi des inspections et des problèmes signalés.

Actions d'information des Travailleurs et des Syndicats

14 conseils et fédérations industrielles du prêt-à-porter bangladais.

14 personnes ressources IBC recrutées sur le terrain pour soutenir la communication des travailleurs au niveau des inspections et de la remise en état des usines.

Un coordinateur de formation recruté pour développer la participation des travailleurs et le programme de formation

Ressources matérielles : Guide de poche et vidéo d'information destinés aux travailleurs et aux membres des syndicats.

Création d'un comité SST (santé et sécurité au travail) : formation, et supervision d'élections démocratiques

Mise en place d'un système de doléances pour que les travailleurs puissent déposer plainte en toute sécurité et de manière anonyme.

Un plan à long terme

Années 1 et 2	Années 2 - 5	Années 2 et 3	Année 2 - 5
Information et communication	Formation et engagement des travailleurs	Mise en place des comités Santé Sécurité	Plaintes

Engagement total de transparence complète, avec une communication sur l'action menée au jour le jour via notamment la publication des rapports et la mise à jour du site dédié.

CARREFOUR travaille de son côté avec 42 usines, dont aucune n'a été fermée. Deux usines ont fait l'objet de remarques suite aux inspections.

L'ORDRE DU JOUR (3/3)

Activités Pays

Présentation de l'évolution et de l'adaptation des organisations dans les différents pays d'Europe.

France, Roumanie, Pologne, Italie, Espagne et Belgique

La proximité Carrefour en France

La proximité concerne surtout la France, mais se développe également en Europe et ailleurs

Les points clés :

- Le concept
- La pertinence de l'offre
- Le juste prix
- Les services
 - . Amplitudes
 - . Rapidité
 - . Livraison
- La tenue
- La relation client

Un format adapté aux évolutions sociodémographiques

- Vieillesse de la population
- Augmentation du nombre de célibataires, de couples sans enfant et de familles monoparentales
- Renouveau des centres-ville et apparition du nouveau rural
- Recherche de l'optimisation de la gestion du temps
- Gestion du budget au quotidien

A ce jour 3594 magasins pour un CA 2013 : 4,4Mds€, 750 employés Carrefour Proximité et 15 000 employés des franchisés au service de nos clients

Ambition Carrefour :

La référence du commerce de Proximité

Gestion et développement des activités immobilières de Carrefour

Trois sociétés gèrent le parc immobilier à travers le monde (un peu moins de 3000 sites dans 14 pays) : Carrefour Property, Camila et Propertydivision.

Gérer l'immobilier c'est :

- Avoir le contrôle de l'immobilier Carrefour
- Obtenir une tranquillité sur le long terme pour soi, ses partenaires, sa clientèle
- Consolider les positions des hypermarchés
- Conforter l'attractivité des sites

Les métiers :

Asset management : Optimisation de la valeur des actifs.

Développement : Définition des projets de création ou d'extension et Pilotage des intervenants

Maîtrise d'ouvrage déléguée : Mise en forme des projets et élaboration des cahiers des charges.

Commercialisation : Mise en œuvre de plan de commercialisation et établissement d'un mix merchandising équilibré ;

Property Management : Gestion immobilière des sites et gestion locative.

Marketing : Conception et déploiement d'actions marketing et communication créatives

Direction de Centre : Mise en œuvre de la commercialisation et l'établissement d'un mix merchandising.

Présentation des réalisations : Plan de rénovation, transfert et extension, construction de Retail Park et projets en France, Espagne, Roumanie, Turquie...



Les membres FGTA-FO du comité

(de gauche à droite)

Michel Enguelz
(secrétaire du comité)

Jean-Marc Robin
Martine Saint-Cricq
Dorota Rowicki
Jésus Sanchez
Antonio Tarantino



Intervention Georges Plassat (PDG du Groupe Carrefour)

Georges Plassat a souhaité participer au comité afin de présenter les grands enjeux du groupe et de réaffirmer son ambition pour le développement et le redressement de Carrefour à travers le monde.

Après nous avoir fait un point sur la situation qui est « globalement » dans les objectifs fixés, il nous affirme qu'il n'y a pas de problème de résultat. Il nous présente les objectifs à moyen terme, ce qui passera par la rénovation des réseaux tout en nous rappelant son attachement au multiformat et souhaite donner à chacun d'entre eux les moyens de réussir. Pour le format hyper : PRIX et CHOIX alimentaire et non alimentaire : ajustement d'une politique tarifaire, retour des assortiments « entrée de gamme », relance progressive du non alimentaire et une formation des managers à la reconstruction des gammes, mais également à la formation de leurs équipes. Le délai est de 2 à 3 ans pour que l'ensemble du groupe réponde à tous ces objectifs.

Continuer la décentralisation VERS les magasins, les équipes magasins qui doivent assumer de plus en plus les fonctions de compréhension et de réaction de leurs clients, pour répondre à leurs exigences en LOCAL. Ce processus prend du temps, mais la démarche est bonne, voire indispensable. Les systèmes de défense de l'entreprise doivent se démultiplier et s'adapter au marché local. Il est incontournable de s'assurer que sur le plan des RH, le groupe ait une politique juste tant au niveau des effectifs, des rémunérations et de la formation. Cela passe par la rationalisation des sièges qui doivent se moderniser, et favoriser l'organisation des magasins (rémunération plus orienter vers le service et vers les clients). Cela passera par la réorganisation de la gestion administrative. Le contrôle de gestion est toujours une priorité, les postes épargnés seront dédiés aux clients (ressources/emplois) et à l'environnement concurrentiel. Envoyer une partie des salariés des sièges (notamment les jeunes) dans « nos affaires »....

Dans un environnement européen difficile (mais pas meilleur en Amérique du Sud ou Asie), la situation économique n'est pas brillante y compris en France. Plus personne ne peut compter sur la croissance telle que nous l'avons connu auparavant. Tout faire pour préserver la compétitivité de la société (à la veille d'une déflation non connue à ce jour) en préserver la qualité sociale, la formation et le développement des collaborateurs. Monsieur Plassat nous rappelle son attachement au triptyque :

OFFRE - CLIENT - MARCHÉ

A ce jour il y a une pression sur les prix, le groupe doit y faire face grâce à une meilleure organisation, car la concurrence s'organise, on l'a vu avec les alliances Auchan et Système U ainsi que Casino et Intermarché. La deuxième étape : REDUIRE NOS DEPENSES ET PRIVILIGIER NOS INVESTISSEMENTS (y compris l'humain, car l'humain n'est pas une dépense mais un investissement...). En France, nous restons les leaders du marché sur le multi format. Les assortiments ont considérablement évolué. Il est incontournable de développer le plan informatique, et les systèmes d'information.

Il existe également un enjeu considérable sur le plan des RH, notamment sur l'avenir des métiers de services, car les nouvelles technologies vont générer des pertes d'emplois et créer du chômage.

La délégation FO interpelle Georges Plassat sur plusieurs items :

- Les ouvertures du dimanche, rappelant ainsi notre attachement au repos dominical :

Il nous répond que "les choses changent, Carrefour s'inscrit en phase de réalité très simple". Sur les magasins de proximité la demande est forte. Ce serait une aberration de rester fermé dans les gares et les aéroports, si ce n'est pas Carrefour qui ouvre le dimanche, ce sont les autres qui le feront. Nous sommes confrontés à la concurrence. Exemple en Italie, qui était fermement opposée à l'ouverture du dimanche, ce n'est plus le cas aujourd'hui on peut même ouvrir 24/24. En Allemagne, c'était le Samedi après-midi, que les magasins devaient rester fermés. Sur un plan européen, mais également Français, M. Plassat nous affirme sa volonté de profiter de toutes les possibilités offertes pour développer les créneaux d'ouverture des magasins du groupe.

- Concernant la structure juridique des différents formats. Quelle est la volonté du groupe sur le sujet : développer les magasins "intégrés" ou optimiser les passages à la franchise (ou location gérance) ?

Le groupe souhaite assoir sa simplification juridique notamment en France. Georges Plassat nous rappelle son attachement à redonner plus de moyens aux magasins pour faire du commerce et de "décentraliser" certaines fonctions. Quant aux passages à la franchise, ce n'est pas une priorité à ce jour.