

# COMPTE RENDU DE LA REUNION DE CCE EXTRAORDINAIRE DU 12 FÉVRIER 2019

Début de réunion 13h50

Changement de mandature après la démission de 2 membres du CCE de RPO, Mr LAMAURY (CGT) est désormais titulaire du CCE et Mr GERARD (CGT) est suppléant.  
Le RS pour CFE/CGC est Mr LELIER.

Déclaration **CFDT** :

Madame,

La **CFDT** Carrefour Market est très inquiète, après avoir passé une année 2018 très compliquée d'un point de vue social, l'année 2019 ne s'annonce apparemment pas mieux, voire pire...  
Plusieurs facteurs nous inquiètent plus particulièrement, et notamment :

1. Vous avez décidé des changements d'organisation de travail aux seins de nos magasins sans information/consultation des instances représentatives du personnel, sachant que ces modifications ont souvent un impact direct sur les conditions de travail des salariés (changements d'horaires, changements de postes de travail, changements de fonctions, voir même changement de contrat de travail pour les gestionnaires de stock et les approvisionneurs...etc.) pourquoi ne respectez-vous pas la législation en oubliant d'informer et de consulter notamment les CHSCT ?  
La **CFDT** n'est pas contre un changement d'organisation de travail, afin de sortir une bonne fois pour toute de « Tous Commerçants », mais ne nous pouvons tolérer que les IRP ne soient pas impliqués à ces changements.
2. Vous avez décidé de réduire une fois de plus les frais de personnel à tous les niveaux : employés, encadrement, agents de sécurité ainsi que des agents de nettoyage mais avez-vous pensé aux conséquences... : surcroit de travail, dégradation des conditions de travail et donc augmentation des arrêts maladie et des accidents de travail, détérioration de la vie professionnelle/vie familiale, problème d'insécurité et d'hygiène et donc insatisfaction de notre clientèle...  
Sans oublier le non-respect des niveaux de classification des salariés, on ne peut demander à un niveau 2 de faire le travail d'un niveau 4 ou à un agent de maîtrise de faire le travail d'un cadre...  
La **CFDT** restera vigilante sur la question.
3. Vous dites vouloir continuer la politique de franchise qui a commencé depuis quelques années, mais jusqu'où comptez-vous aller ? Quel est votre projet concret sur ce sujet, est-ce d'arriver sur un parc totalement franchisé comme la plupart de nos concurrents ?  
Une fois de plus la **CFDT** déplore de n'avoir aucune visibilité sur cette question, et qu'une fois de plus ce sont les salariés qui auront du pouvoir d'achat en moins...
4. La **CFDT** constate de plus en plus de lenteur et un manque de réactivité au niveau des réparations et des remplacements du matériel, cela engendre souvent de l'insécurité, un

manque d'hygiène et parfois un manque de chiffre d'affaire aux seins de nos magasins.  
Que comptez-vous faire pour résoudre ce problème ?

La **CFDT** ne pourra tolérer de voir se dégrader les conditions de travail des salariés CSF, et agira en conséquence, avec tous les moyens possibles, si tel en était le cas... !!!

**✚ Information en vue d'une consultation sur les orientations stratégiques de l'entreprise et réponse aux questions des membres du CCE (intervention de la présidente de CSF Mme Caroline DASSIÉ)**

Mme DASSIÉ nous présente les points qui ressortent du contexte économique et social sur le marché en France, en 2018 le Drive est en hausse de 7% et les populations qui font plus appel à ce service sont les moins de 35 ans (+2,5% en an).

Les ventes de MDD sont en baisse constante depuis plusieurs années et représentent 31,7% des ventes dans les magasins, le plan Bompard a pour objectif 33% des ventes afin d'améliorer la compétitivité prix notamment.

Enfin la baisse du Non-Alimentaire plombe les magasins avec l'essor du e-commerce dans le domaine. Les rayons qui performant (PGC, PFT et Vins) ne réussissent pas à inverser la tendance sur le CA.

En 2018 CSF a été pris en tenaille par 2 grands concurrents du hard discount (Lidl et Aldi) d'un côté le e-commerce surtout pour le Non-Al et la guerre des prix menée par Leclerc, Intermarché et Super U sans compter sur la montée des spécialistes que sont Picard et Biocoop. Mais le modèle du Supermarché est un format de croissance (+1,8%) même si la Proxi et le e-commerce progressent plus.

Par rapport à nos principaux concurrents nous perdons des clients et du panier moyen et notre CA au m2 est bien plus bas (5800€ du M2 pour CSF quand Intermarché est à 7500€/m2 et Lidl 8000€).

Le baromètre client était au plus bas (en moyenne 110) avec une remontée à 114 en Novembre. Le début d'année s'annonce mieux à ce niveau avec une note à 115.

Les rayons ayant une croissance au-dessus du marché pour CSF sont le Bio (+21%), le Drive avec 170 magasins équipés en plus sur 2018 soit 59% de taux d'équipement sur le parc (+16,5% soit +9% en comparable) et les trafics à +0,3%.

CSF a fini l'année à -0,4% avec un PGC à -0,3%, un PFT à -0,2% et un Non-Al à -1,4%.

Pour 2019 CSF doit sécuriser son CA et sa marge et poursuivre les actions opérationnelles du Plan de Transformation. Il sera aussi question de retravailler la politique commerciale et l'ajustement du plan.

**Les élus CFDT** demandent si les MDD seront mieux implantées afin d'être plus visibles, comme c'était le cas auparavant.

Caroline DASSIÉ indique que pour faire évoluer les ventes de MDD en effet les produits seront retravailler autant sur leur emplacement en rayon que sur leur positionnement dans les Trafics en améliorant notamment leur présentation.

Les principaux enjeux sont d'avoir un PFT irréprochable, la refonte des assortiments, l'amélioration de l'image prix que ce soit en rayon comme pour les promos, la croissance de la MDD, la croissance du Bio et du e-commerce et améliorer la productivité à tous les niveaux (FP, frais de généraux, horaires de livraison des marchandises par les entrepôts...).

Mme DASSIÉ nous apprend qu'un magasin sera en test avec un rayon Poissonnerie externalisé.

**Les élus CFDT** remontent qu'il y a quelques années les magasins pouvaient travailler avec des fournisseurs directs dans les rayons PFT ce qui permettait d'avoir de la marchandise de

qualité et parfois moins cher qu'en entrepôt et que les magasins qui passent en LG se remettent à travailler avec des fournisseurs directs.

CSF veut être un acteur majeur de la transition alimentaire, avec un prix le plus juste possible.

Nouveau programme de fidélité avec 5 primes fidélités (Prime Bio, Prime Famille, Prime Bébé, Prime Animaux et Prime Promo +), des hôtesseS iront dans les magasins promouvoir ce programme et aideront les clients. Les journées Market seront maintenues ainsi que les offres catalogues et les coupons fidélités.

Ce nouveau programme participera à la remontée de la MDD.

Mme DASSIÉ annonce l'arrivée au 1<sup>er</sup> Mars de l'opération Tupperware.

CSF va continuer d'ouvrir des Drive, 165 pour 2019. Pour l'instant seul les DO Rhône-Alpes et IDF sont en PPC et il n'est pas question d'ouvrir des PPC ailleurs.

**Les élus CFDT** remontent qu'il faut donner les moyens au Drive pour réussir, par exemple le Drive autonome du magasin Paris Alesia est ouvert depuis Juin et ne dispose pas d'ordinateur ni d'imprimante or la directrice a fait le nécessaire pour avoir le matériel, du coup elle a dû acheter une imprimante et un téléphone portable (et faire des notes de frais) afin que les salariés aient un minimum de matériel.

Les magasins vont devoir mieux travailler leurs FP et leurs frais généraux, certains magasins ont des FP très corrects et Mme DASSIÉ ne comprend pas pourquoi d'autres dépassent beaucoup plus. Les FP chez CSF sont en moyenne de 14% quand ils sont de 10% pour les magasins en LG.

Les élus CCE insistent que les magasins dont les FP sont justes ne soient pas impactés car actuellement le message est que tous les magasins sont concernés.

Mme DASSIÉ en convient.

Les élus CCE insistent que les heures de gardiennage ont baissés afin de faire baisser les FP et que les clients vont s'en rendre compte très rapidement et que cela va circuler dans les villes et les quartiers, il faut aussi penser aux femmes qui ferment les magasins la nuit qui ne se sentent plus en sécurité.

La réunion se termine à 18h10 sans que le premier point soit terminé.

La suite sera abordée lors du prochain CCE ordinaire des 27 et 28 Mars 2019

**Vos délégués CFDT**



web

<http://www.cfdtcarrefourmarket.fr>

ou sur

<https://www.facebook.com/cfdtcarrefourmarket>