

**COMPTE RENDU SUCCINCT  
DU COMITE DE GROUPE FRANÇAIS  
CARREFOUR  
DES 24 ET 25 NOVEMBRE 2015**



**Les membres du CDG (délégation FO)**

En préambule, **Isabelle CALVEZ** - Présidente du CDG précise qu'en accord avec **Martine SAINT-CRICQ (FO)** - Secrétaire du CDG, l'ordre du jour a été modifié pour évoquer les mesures prises concernant la sûreté dans le groupe Carrefour.

L'ensemble des participants du Comité de Groupe a observé une minute de silence et rendu hommage avec en toile de fond la photo du jeune rédacteur souriant, qui travaillait pour une société prestataire de Carrefour, ainsi qu'aux autres victimes et blessés des attentats.

**Approbation des procès-verbaux  
des réunions du 8 et 9 juillet 2015**

Les procès-verbaux ont été approuvés à l'unanimité.

**FO** fait une déclaration spécifiant que malgré le fait que tous les voyants étaient aux verts et que le parcours client s'améliore, les salariés sont inquiets de l'impact des résultats et de l'arrivée d'ERTECO sur la participation. F.O. demande que celle-ci soit au moins égale à celle de l'an passé pour l'ensemble des salariés.

Isabelle Calvez prend note de la demande.

**Jean-Luc DELENNE** - DRS France et Groupe et Directeur des ressources humaines.

**Jean-Luc DELENNE** rappelle qu'une fois par an, la Direction de chaque société concernée établit une cartographie des métiers propres à son activité en fonction de la typologie définie dans l'accord GPEC du 30 juin 2015.

Ces informations consolidées pour l'ensemble des sociétés du Groupe font ensuite l'objet d'une communication au Comité Emploi et GPEC.

**CARREFOUR HYPERS** : **Pascal MONIN** souligne la stabilité des effectifs des hypermarchés. Cependant, les métiers de la boucherie et de la parapharmacie sont en tension. De plus, les métiers de la paie sont jugés sensibles.

**CONTACT RH** : **Fabienne CHABOCHE** précise que le nouveau logiciel de paie recentrera les payeurs sur leur cœur de métier. En revanche, aucune nouvelle activité de paie ne sera externalisée.

**CARREFOUR MARKET** : **Marie-Hélène CHAVIGNY** évoque les supermarchés. Les effectifs sont stables. Cependant, les métiers de la boucherie sont en tension. Des actions de formation, de reconversion et de recrutement sont donc lancées. Des communications visent aussi à résoudre le manque d'attractivité de ces métiers. En 2015, les supermarchés ont aussi été concernés par la réorganisation des services clients d'Evry et de Mâcon. Des solutions de repositionnement restent à définir pour quelques personnes.

**FO** indique qu'à la lecture des différents tableaux présentant la cartographie des métiers, et en les comparant, nous pouvons constater qu'il n'y a aucun métier identifié comme « stable » uniquement chez Market. Contrairement aux hypers et SNDH, les métiers du Drive ne sont pas listés « en évolution ».

**Marie-Hélène CHAVIGNY** : effectivement le reste des métiers non évoqués sont considérés comme « stables ».

**FO** : Ce qui implique qu'il n'a pas de métiers du Drive car les postes sont occupés par les employés commerciaux du magasin.

**FO** : nous avons constaté un écart entre certains chiffres, notamment sur la ligne supers. Vous nous présentez un effectif total de 31076 alors que dans le bilan social de CSF, il apparaît 30021, soit un écart de plus de 1000 salariés.

**Marie-Hélène CHAVIGNY** : le chiffre présenté au comité de groupe est celui présenté dans le bilan social CSF + quelques petites sociétés intégrées (magasin en partage). Par la suite, ces chiffres intégreront ceux des supermarchés Guyenne et Gascogne.

**LOGISTIQUE** : **Raphaël PODEUR** indique que les effectifs de la supply-chain devraient augmenter d'environ 900 personnes en raison de l'intégration de l'activité logistique d'ERTECO. De plus, le métier de coordinateur de santé au travail sera créé dans tous les entrepôts. Enfin, une vigilance concerne le métier de chauffeur, sachant que les salariés ne sont pas remplacés à leur départ.

**FO:** Pour les chauffeurs qui ne sont pas remplacés, est-ce que cela suppose que vous allez faire appel à une société extérieure.

**Raphaël PODEUR :** Tout le transport n'est pas géré par Carrefour. Il y a 200 chauffeurs en CDI. Ce n'est pas le métier de Carrefour. Notre métier est de faire de la logistique et non faire du transport.

**ERTECO :** Cédric LODA indique qu'il y aura une augmentation des effectifs d'ERTECO par les transformations de magasins. De plus, des GPEC ont été menées dans cette entité pour les métiers de comptabilité et de trésorerie. Des solutions ont été trouvées pour presque toutes les personnes concernées.

**E-COMMERCE :** Christophe VANDENHAUTE souligne que les effectifs du Siège sont stables, sauf à CSI, qui intégrera plusieurs prestataires informaticiens. Quelques métiers évoluent, en particulier, à CMI, celui d'assistant de service client, en raison du développement du commerce en ligne.

L'acquisition de Rue du Commerce, prévue en janvier, pourrait d'ailleurs avoir quelques conséquences. Ce développement du commerce électronique concerne aussi Ooshop et Carrefour Voyages, qui recrute des infographistes et des responsables de sites Internet. A Ooshop, une procédure de consultation est lancée pour créer un nouveau métier d'agent d'exploitation logistique. En revanche, aucun projet de fusion d'Ooshop et des Drive n'est envisagé.

**FO:** Quel est le devenir des salariés du E.Commerce suite au rachat de « Rue du commerce » ?

**Christophe VANDENHAUTE :** il existe des passerelles communes entre le « e.commerce » et « rue du commerce ». Il existe des métiers complémentaires. A aujourd'hui, il n'y a pas d'annonce. Dans l'assortiment, il existe des produits différents et complémentaires. Nous sommes dans la phase où tous les métiers sont pris en compte. Il n'y a pas d'annonce avant le 1<sup>er</sup> janvier et il n'y a pas d'inquiétude à avoir.

**FO:** vous ne nous avez pas présenté la cartographie des métiers de Guyenne et Gascogne, supermarchés et hypermarchés.

**Jean-Luc DELENNE:** la Guyenne et Gascogne est intégrée dans le Groupe depuis le 1<sup>er</sup> juin 2015. Les supers deviennent Superadour, les hypers passent en hyperadour, et les entrepôts en Logidis. Concernant le siège, nous sommes dans une logique PDV qui vous sera présentée ultérieurement.

## 2. Projets en cours

Il est rappelé que le projet Caravelle vise à disposer d'entrepôts multi-métiers et multi-formats, et générera des économies de transports. Son déploiement se poursuit. Il s'adapte notamment à l'intégration de la logistique d'ERTECO, dont quatre des huit entrepôts seront conservés. Les salariés des autres entrepôts d'ERTECO seront reclassés.

**FO:** Pour les nouveaux sites, sont-ils intégrés ou prestés ?

**Raphaël PODEUR :** la Courneuve intégré et Montélimar presté.

**FO :** Pouvez-vous nous diffuser (par exemple au km) le gain financier du déploiement du projet ?

Raphaël PODEUR : d'un aspect financier, ce projet déployé permettra d'absorber des coûts de transport garantissant ainsi un coût constant aux magasins durant 3 ans.

**FO :** le gain économique était de 20%.

Raphaël PODEUR : il y a des coûts de mise en œuvre, les amortissements des magasins augmentent donc nous avons des coûts d'immobilier plus importants.

Fabienne CHABOCHE indique ensuite que le projet Contact RH concerne la mise en place d'un outil de paie commun à toutes les entités. Il a concerné 236 personnes, dont 144 ont refusé les mobilités, parmi lesquelles 88 ont été reclassées et 42 ont rejoint des services RH. Des solutions ont été trouvées pour 10 autres personnes. 4 situations restent donc à résoudre. Le déploiement du projet se poursuit. Des formations sont notamment organisées.

Marie-Odile MIGLIORINI signale qu'une procédure d'information-consultation concerne la cessation d'activité du siège de Guyenne et Gascogne, dont les autres activités sont déjà transférées. Des postes de CSP ont été proposés à 15 des 46 personnes concernées. Les autres salariés pourraient rejoindre le futur hypermarché de Bayonne, dont le statut reste à définir.

Thierry ROGER souligne enfin l'évolution du site [Enviedebouger.carrefour.fr](http://Enviedebouger.carrefour.fr), dont l'accessibilité et le contenu seront améliorés, afin notamment de faciliter les mobilités. Les salariés en seront informés fin décembre. S'agissant des demandes de mobilités, elles seront traitées en premier par l'espace Emploi.

**F.O. :** comment les salariés seront informés de ce nouveau site. Il est très difficile d'obtenir une mutation et nous aimerions que la mobilité vive.

Thierry ROGER : l'information sera donnée avec le bulletin de salaire de décembre. Les BU sont rentrées méthodiquement et ça arrive directement à l'espace emploi.

**F.O. :** Les salaires seront ils affichés, car toutes les BU n'ont pas les mêmes niveaux.

Thierry ROGER : les salaires ne seront pas renseignés. Un n° vert est mis en place pour répondre à leurs questions directement. Les fichiers sont trop lourds par rapport aux différentes conventions collectives.

## STRATEGIE CLIMAT CARREFOUR - COP21

Bertrand SWIDERSKI - Directeur du développement durable.

Bertrand SWIDERSKI rappelle que Carrefour mène déjà de nombreuses actions afin de réduire de 40 % sa consommation d'énergie d'ici 2025. L'éclairage au LED est ainsi généralisé et le HFC est remplacé par le CO2 dans les centrales de production de froid. Différentes techniques sont aussi utilisées afin de réduire de 30 % les émissions de CO2 liées au



transport, notamment en optimisant le remplissage des camions. De nombreuses actions permettent en outre de lutter contre le gaspillage alimentaire.

La politique de Carrefour permet même de modifier le marché et les modes de production, par exemple en incitant des éleveurs de poulet à ne plus leur donner d'antibiotiques.

Ces politiques ont permis au Groupe de se positionner comme un partenaire légitime de la COP 21. Dans ce cadre, **Georges PLASSAT** s'adressera aux chefs de gouvernement. Le Groupe présentera aussi un document résumant les solutions employées par des entreprises françaises.

En outre, il participera à des conférences et des tables rondes.

## ACTIVITES ET PERSPECTIVES ECONOMIQUES ET STRATEGIQUES DE CARREFOUR EN FRANCE

**Noël PRIOUX - Directeur Exécutif France.**

**Noël PRIOUX** indique que le contexte se caractérise par la crise économique, le développement du commerce en ligne, l'essor du modèle porté par Uber et la guerre des prix menée par de nombreuses enseignes, qui a provoqué une déflation de 2 %.

Le Groupe réagit notamment en modernisant son parc, en améliorant le parcours client, en créant un nouveau site Internet et en proposant de nouveaux produits et formules. Il continue aussi son expansion, tout en luttant contre le gaspillage et la destruction de l'environnement.

De nombreux chantiers se poursuivent aussi, de Caravelle à l'amélioration des relations avec les fournisseurs. Des efforts devront aussi porter sur la politique de prix, le repositionnement sur certains marchés et le développement de circuits courts.

**Noël PRIOUX** estime dans l'ensemble que si le contexte français est difficile, et aggravé par les récents attentats, le Groupe saura se montrer combatif afin de réussir.

**FO** : Vous nous parlez des perspectives économiques attrayantes et de l'environnement dans lequel on travaille, mais avez-vous connaissance du potentiel extraordinaire que l'on ne pourra jamais développer si la situation de nos réserves ne s'améliore pas rapidement. D'autant plus, que la situation actuelle, en termes de sécurité pour pouvoir évacuer les issues de secours reste un énorme problème. L'asphyxie est proche, et nous connaissons depuis de nombreuses années des difficultés en termes de rangement, d'écoulements de marchandises, et de décalage de réception.

Outre le problème de manque de personnel, c'est aussi un souci de flux marchandises et un manque de place. L'équilibre n'a pas été trouvé, et les heures travaillées sont improductives.

Les salariés passent trop de temps en réserve au détriment du service client.

Certes la main a été redonnée aux magasins concernant les commandes, c'est une bonne chose mais qui reste très insuffisante pour retourner ou même modifier la situation.

Nous ne comprenons pas pourquoi, vous n'arrivez pas à faire en sorte de briser ce cycle qui en termes économique et de sécurité est incompréhensible pour tous les acteurs de

nos magasins. Une réflexion s'impose pour palier à ce constat, des solutions existent et des solutions doivent être prises très rapidement.

Noël PRIOUX répond que des efforts permettront d'optimiser les achats, afin notamment de pouvoir en effectuer au dernier moment. Le nombre de promotions devra aussi diminuer.

**FO** Vous nous avez fait un exposé plutôt rassurant et encourageant...avec un certains nombres de voyants au vert, comme la bataille des prix, la Modernisation des magasins, la promotion des entreprises françaises, la création de nouvelles gammes « bon ap, veggio, tex...), ou encore de nouveaux services...

Et l'indicateur qui confirme tout ça c'est le Parcours clients qui s'améliore

J'ai noté aussi que nous avons une croissance un peu meilleure que le marché, et tous les formats qui progressent

Malgré tout ça, les salariés et nous même sommes inquiets quand aux résultats de l'entreprise et l'impact de ceux ci sur la participation aux bénéfiques, d'autant que l'arrivée de Erteco va peser lourdement dans le calcul. Pour autant, les salariés n'ont pas démerité.

Certaines mesures règlementaires permettent de distribuer un abondement à la participation. Au nom de Force Ouvrière, nous vous demandons d'utiliser ces mesures afin que la participation aux bénéfiques distribuée au titre de 2015 reste au minimum dans les mêmes niveaux que l'année précédente.

Et on optimisme dans ce sens...

Noël PRIOUX assure qu'il veut à la fois maintenir des avantages et améliorer les résultats.

**FO** : la loi Macron vient d'élargir les possibilités d'ouvertures le dimanche. Devez-vous y aller obstinément, parce que vous pouvez y aller ?

Les résultats du 27 septembre étaient bien en dessous du seuil de rentabilité d'un jour d'ouverture, souvent inférieur à 50% !

Les résultats sont fragiles, faut-il les creuser et les dégrader par des ouvertures « aveugles » qui creuseront les résultats ?

Ouvrir le dimanche coûte et se fait avec un minimum de salariés. Est-ce que le client du dimanche doit être traité différemment de celui du lundi ? C'est loin de la philosophie des sessions « tous orientés 100% clients ». Quels sont vos objectifs ?

Noël PRIOUX explique que ces ouvertures sont décidées en fonction de plusieurs critères, notamment l'intérêt financier et l'attitude des concurrents situés près de chaque magasin.

**FO** : Quelle est la stratégie vis-à-vis de Cora ?

Allons-nous continuer le partenariat car actuellement, tous les produits ne sont pas concernés. On a l'impression de travailler dans du secret d'état.

Noël PRIOUX : il n'est pas question d'élargir sur d'autres fournisseurs. Cora est une entreprise familiale, ce sont eux qui décident. Vis-à-vis de la réglementation, on ne peut pas faire ce que l'on veut. Il y a des échanges tous les trimestres. Nous préférons l'avoir comme partenaire, nous sommes à leur côté.

**FO** s'enquiert des intentions du Groupe en matière de passage à la franchise. Effectivement dans cette même instance, Georges Plassat a affirmé que ce n'était pas le modèle recherché. Le fond de la question, c'est de savoir quel est la limite que l'entreprise s'est fixée dans le rapport franchise/intégré ?

Noël PRIOUX souhaite seulement que chaque magasin soit rentable. Aucun systématisme n'existe donc, sachant toutefois que le Groupe sait mal gérer certaines tailles de magasins et doit faire des choix commerciaux. Il n'a aucune volonté de passer tout le parc à la franchise.

## REORGANISATION ET RELANCE DES ACTIVITES D'ERTECO FRANCE

**Gérard LAVIGNAY** - Président d'ERTECO France.

**Gérard LAVINAY** rappelle que le modèle de Dia, racheté en décembre 2014, s'avérait inadapté à la France. Un plan de relance a donc été établi. 160 magasins doivent être cédés, dont 56 en raison d'une décision de l'autorité de la concurrence. Les 647 autres magasins sont destinés à prendre une enseigne du Groupe. 115 magasins sont déjà transformés. Ces évolutions nécessitent une hausse des effectifs, la création de métiers centrés sur la clientèle et l'organisation de formations. Certains magasins, dont la situation était très mauvaise, ont été intégrés, souvent dans la perspective d'un passage à la franchise.

Les activités logistiques d'ERTECO rejoindront aussi le Groupe, le 1er avril 2016. Leurs salariés seront transférés dans de bonnes conditions sociales. Cependant, quatre des huit entrepôts devront fermer. Des solutions seront proposées à tous leurs salariés, notamment des emplois dans les magasins.

**FO** demande si le modèle intégré sera privilégié sur le modèle de la franchise. En effet nos salariés sont actuellement très interrogatifs sur le modèle d'exploitation de nos magasins pour les prochaines années. Plusieurs formats ont été choisis Market-Contact-City.

Pouvez-vous nous dire aujourd'hui si ces formats continueront à être exploités dans le modèle majoritairement intégré ?

Pouvez-vous nous dire si les salariés des sièges seront maintenus sur le lieu de travail actuel.

**Gérard LAVINAY** répond que certains magasins seront gérés en mode intégré, d'autres en location-gérance, et d'autres encore, peut-être, selon un mode hybride. Les magasins intégrés ne seront pas gérés par ERTECO, qui serait d'ailleurs destiné à fusionner à terme avec Carrefour.

Les activités logistiques d'ERTECO rejoindront aussi le Groupe, le 1er avril 2016. Leurs salariés seront transférés dans de bonnes conditions sociales. Cependant, quatre des huit entrepôts devront fermer. Des solutions seront proposées à tous leurs salariés, notamment des emplois dans les magasins.

## INFORMATION SUR LES ACTIONS EN COURS DE LA DIRECTION SECURITE FRANCE

**Jean-Pascal RAMON - Directeur Sécurité France**

**Jean-Pascal RAMON** expose les mesures prises par le Groupe à la suite des attentats terroristes du 13 novembre, conformément à une circulaire du gouvernement. Ces mesures s'appliquent différemment en Ile-de-France et dans le reste du pays. Elles portent notamment sur le contrôle des accès, la fouille des sacs, les exercices d'évacuation, la détection des véhicules suspects et des objets abandonnés. Ces mesures concernent aussi les entrepôts.

Dans l'ensemble, le Groupe a réagi très rapidement, en instaurant des mesures dès le 14 novembre. Dans chaque site, en outre, une liste exhaustive des coordonnées des salariés doit être établie. Les forces de police en ont besoin pour savoir comment intervenir. Or l'établissement de ces listes reste difficile.

**Jean-Pascal RAMON** rappelle la nécessité d'une grande vigilance. Des rappels sont réalisés régulièrement. Juridiquement, il faut attendre les feux verts pour mettre en place certaines procédures.

**FO** a dénoncé le flottement constaté dans la chaîne décisionnelle au lendemain des attentats pour assurer la sécurité des salariés et des clients dans les magasins Parisiens, notamment ceux de Paris Lyon et Paris Pyrennées situés à proximité des lieux des attentats. En effet sans notre intervention, il n'y aurait pas eu l'apport d'un ou deux agents de sécurité supplémentaires et la fermeture anticipée des magasins ouverts.

**FO** : pour les magasins de Province, les consignes énumérées sont-elles obligatoires ou existent-ils un plan plus allégé ?

**Jean-Pascal RAMON** : les consignes plus strictes correspondent d'avantage à l'IDF. Par contre des visites de Préfet avec caméras sont faites sans prévenir en amont.

**FO** précise que pour la région Toulousaine, dès samedi matin, des réunions d'urgence ont été programmées et la réactivité en termes de sûreté a été très rapide et rassurante pour les salariés et les clients, tant sur les parkings que par les filtrages à l'entrée des centres commerciaux et des magasins.

**FO**: au niveau des centres commerciaux Evry et Carré Senart, il y a eu des alertes d'attentat. Il y a eu des contrôles des sacs à l'entrée du centre commercial et non à l'entrée du magasin. Qu'en est-il ?

**Jean-Pascal RAMON** : il y a eu aussi des canulars.

**FO** s'enquiert des mesures d'assistance psychologique envisagées, notamment si un site de Carrefour était l'objet d'un attentat.



Jean-Pascal RAMON et Isabelle CALVEZ rappellent qu'un dispositif PSYA élargi pourrait être lancé. Des psychologues se rendraient dans les sites. Une réunion avec les DRH traitera de ces sujets le 27 novembre.

**FO** demande d'avoir connaissance des tâches qui doivent être effectuées par les agents de sécurité dans l'ensemble des magasins afin de pouvoir être sûrs qu'aucun risque ne peut être pris (ex : ramassage des paniers, poubelles, etc....)

## INFORMATION SUR LES ACTIONS EN COURS DE LA DIRECTION SANTE AU TRAVAIL

**Christophe LABATTUT - Directeur Santé au travail**

Christophe LABATTUT annonce que la convention avec la CRAMIF sur la prévention des risques professionnels dans l'activité Drive a été reconduite. Des études ergonomiques sont réalisées dans ce cadre, afin de définir des actions utiles.

La convention « animateur de prévention des risques professionnels » a aussi été reconduite avec la CRAMIF. Elle permet de développer un réseau de préventeurs. Les formations nécessaires se poursuivent, notamment à l'attention des managers RH et des responsables techniques.

Il indique que la CNAM a lancé un nouveau plan national d'actions coordonnées (PNAC) pour 2014 à 2017, sur le thème des troubles musculo-squelettiques. Dans ce cadre, des études porteront dans les magasins sur les postes des produits frais transformés et, dans les entrepôts, sur les postes de caristes.

**FO** demande des précisions sur le rôle du préventeur.

Christophe LABATTUT précise que ce sont les chefs de sécurité. Une réflexion est en cours pour SNDH. Pour l'instant, il est prévu que les directeurs de magasin assurent ce rôle.

## DESIGN ET CREATION DE VALEUR

**Philippe PICAUD - Directeur Design Groupe**

Philippe PICAUD indique que le Design est une activité permettant à une entreprise de mieux performer. Le métier comporte une forte dose d'empathie. Le designer intervient à la fois sur l'offre produit, l'expérience, la marque, le *process* et la vision de l'entreprise. L'engagement de Carrefour dans ce domaine est très récent. L'activité de design tourne autour de trois axes :

- éclairer le management sur les évolutions ;
- traduire la stratégie de l'entreprise ;
- la cohérence.

Philippe PICAUD montre des images du nouveau chariot développé par l'équipe Design de Carrefour.

Le chariot ne permet plus aux clients d'y installer leur enfant. Le chariot permettant le portage des enfants reste une demande récurrente mais d'utilisation très rare.

**FO** précise qu'Auchan avait testé un chariot du même type, mais à la place des sacs, l'enseigne avait prévu des bacs.

Philippe PICAUD estime que les bacs reviennent plus chers aux clients comparés aux sacs, et annonce le lancement de quatre nouvelles marques en non alimentaire : POSS, MANDINE, HYBA et KLINDO. Le Living Lab est un appartement Carrefour doté de caméras pour observer le comportement des clients.

**FO** souhaite savoir si Carrefour s'est rapproché de l'entreprise Caddie pour le développement du nouveau chariot. Il s'enquiert également de la réalité de l'obsolescence programmée des produits.

Philippe PICAUD indique que Caddie n'a pas souhaité être partenaire du projet. S'agissant de l'obsolescence programmée, il la qualifie de rumeur infondée.

## INFORMATION SUR LA CONJONCTURE ECONOMIQUE ET LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

**Isabelle HEBERT-JARDIN - Responsable Veille Marketing**

Isabelle HEBERT-JARDIN annonce que Carrefour reste dans le « top 3 » des distributeurs mondiaux du secteur. Elle pointe un contexte économique marqué par une timide reprise. L'inflation a poursuivi sa décélération en 2015. Le pouvoir d'achat des ménages devrait connaître une amélioration.

Le commerce de détail est en recul à cause de l'érosion continue des ventes en GSA. Le secteur du *Hard discount* est en pleine restructuration. LIDL tire parti de son revirement stratégique même si Carrefour maintient son leadership. Par ailleurs, en fin 2014, la plupart des distributeurs français ont conclu des accords de partenariat afin de peser dans les négociations à l'achat et optimiser leurs approvisionnements. La Proximité revient en force grâce à une adaptation des concepts. Quant au Drive, il entre dans une phase de maturité, optimise son offre et ouvre des perspectives.

L'E-commerce représente 9 % du commerce de détail hors alimentaire et 6 % du commerce de détail au global. Amazon espère faire la différence sur les conditions de livraison et les solutions de services innovants.

Il est constaté que le commerce pur est en net recul, même si la consommation effective des ménages a progressé de 27 % entre 2004 et 2014. Isabelle HEBERT-JARDIN confirme.

## LE SECTEUR DU TEXTILE/ CYCLES D'ACHAT, ACHATS SUR INTERNET, COMMERCE RESPONSABLE, CONCURRENCE...

**Françoise CLEMENT - Directrice Textile France et International**

**Françoise CLEMENT** rappelle que le Textile pèse 41 milliards d'euros en France. Carrefour se place 2<sup>ème</sup> en volume et 7<sup>ème</sup> en valeur. Ses concurrents directs sont H&M et Kiabi. La conjoncture économique reste défavorable, mais le groupe réaffirme son identité malgré une régression de son chiffre d'affaires.

**FO** pointe des problèmes de taille et de pointure dans le textile, sans compter le choix qui reste souvent très limité.

**Françoise CLEMENT** assure que Carrefour déploie des efforts sur le choix et les tailles, mais le sujet reste un vaste chantier. Elle ajoute que Carrefour s'emploie au développement de quelques produits exclusifs parmi lesquels le Sweat-Ecouteur, qui se lave à la machine sans risque de dommages.

Elle annonce que les achats « France » comptent pour plus de 500 millions de dollars. La valeur des achats internationaux s'établit à 486,3 millions. Elle insiste en outre sur l'engagement responsable de Carrefour, qui a remis un chèque de 128 618 euros à la Fondation pour la Recherche Médicale.

**FO** estime que les vidéos présentées en séance doivent être partagées avec les employés. Il s'enquiert en outre des résultats obtenus suite aux nombreuses initiatives dans le domaine du textile.

**Françoise CLEMENT** indique qu'en 2012, Carrefour avait perdu plus de 110 millions sur son ROC.

La perte n'est que de 20 millions d'euros désormais. Cette évolution tient aux initiatives prises.

## CONCLUSIONS

**La présidente Isabelle CALVEZ** souhaite de bonnes fêtes de fin d'année aux participants, espérant que la France ne revivra pas les mêmes événements tragiques de mi-novembre.

**La secrétaire Martine SAINT-CRICQ** estime qu'en matière de sécurité, la fatalité doit être bannie. Elle invite à une attitude responsable du Groupe en termes de développement durable. Dans le contexte actuel, la Secrétaire espère que la raison l'emportera sur la peur et souhaite de bonnes fêtes de fin d'année à tous.

**Rédactrice : Martine SAINT-CRICQ**