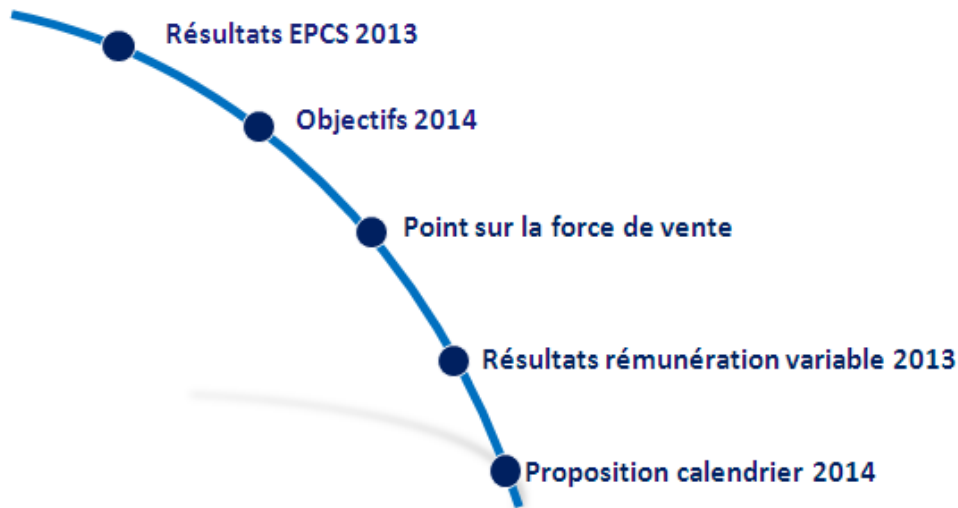




Jean Louis Trintignant présente l'ordre du jour



### **1-Résultats EPCS 2013**

Eric Brion présente les résultats de l'EPCS en 2013. On note une inversion de tendance dans les résultats avec une CA à -5,5% vs 2012 et une amélioration des résultats de 20 millions d'euros. Un constat est également fait sur le marché et l'évolution des parts de marchés du e-commerce.

### **2-Objectifs 2014**

Présentation des axes stratégiques de l'Epcs pour 2014-01-22

- S'affirmer comme un spécialiste de l'EPCS (formation vendeur, nouveaux concepts, assortiment...)
- Améliorer notre image prix (test en cours sur la région lyonnaise avec alignement de prix sur les concurrents)
- Promotion impactante en quantité limitée (moins de produits en catalogue mais avec des prix plus agressifs)

Avec pour ambitions :

- Conserver notre position de leader sur les marchés historique de l'hypermarché
- Augmenter notre prix de vente moyen su les marchés déflationnistes
- Se positionner fortement sur les marchés en croissance
- 

Dossiers en cours sur 2014

Le nouveau concept du mural TV est cours de déploiement et un test est en cours sur l'encastrable.

Réorganisation de la LAD, avec un passage sur 3 prestataires, déploiement prévu sur le premier semestre.

Point sur le marché radiotéléphonie ( voir documents annexés)

### **3-Points sur dossier force de vente**

*Eric Brion fait le point à date sur le dossier présenté lors la commission du 9 novembre 2012.*

*Les engagements pris ont été tenus :*

- *Accompagnement des magasins* par des managers régionaux
- *Création d'une école de vente*
- *Formation*
- *Développement des gammes accessoires*
- *Refonte de l'offre des garanties.*

Les premiers résultats sont probants. Le développement des ventes des accessoires et des garanties ont généré 3,5 m€ de marge supplémentaire par rapport à 2012 et permis de générer 283 000 euros de primes supplémentaires pour les vendeurs.

### **l'école de vente :**

Un point spécifique est fait sur l'école de vente le et le parcours de formation réalisé par les vendeurs sur 2013

Compte tenu de l'ensemble des remontées et de son impact positifs sur le résultat de ventes, l'entreprise a décidé de démultiplier ce parcours de formation (70 heures) sur l'ensemble des magasins en 2014

### **Les rendez vous de la force de vente pour 2014 (voir annexes) :**

- Déploiement de l'école de vente sur les 80 magasins restants
- Organisation des managers régionaux, on a beaucoup parlé de services, on va aussi parler de la marchandise
- Test sur la validation des dossiers crédit lors de la vente
- Partenariat avec Samsung
- Négociation de l'accord vendeur

### **4-Présentation résultats rémunération vendeurs :**

Jean Frémont présente les évolutions de la rémunération variable des vendeurs sur l'année 2013.

Année 2013 :

- ✓ Le CA EPCS à -6,5% par rapport à N-1 et 1,5 par rapport au prévu
- ✓ L'évolution de la masse totale de prime versée sur 2013 est en phase avec les résultats économiques avec une progression à -0,9%
- ✓ La prime moyenne des vendeurs sur l'année 2013 est de 560 euros contre 520 en 2012

### **Pour les rayons 40 à 44**

- Sur **1021** vendeurs présents sur N et N-1 sur la période:
  - **59%** ont une prime plus élevée que sur N-1

Pour le rayon 45

- Sur **268** vendeurs présents sur N et N-1 sur la période:
  - **75%** ont une prime plus élevée que sur N-1

Ce résultat très favorable sur le rayon R45 est lié au développement des ventes de mobiles nus sur l'année 2013

Le constat est de nouveau fait que la mise en place de l'accord de 2012, dans une période difficile économiquement, a eu un impact positif dans la rémunération variable des vendeurs.

L'évolution favorable des résultats sur les garanties est accessoires a permis de distribuer 283 k€ de primes supplémentaires par rapport à

2012 et a compensé en partie la baisse des primes liées à la régression des volumes.

---

**5-Précisions sur la méthodologie de calcul de complément de rémunération variable en cas d'heures de réunion, formation ou délégation :**

Jean louis TRINTIGNANT fait un rappel du process mis en place lors du dernier accord permettant de déterminer la compensation de prime dans le cadre d'heures effectuées hors vente pour formation, réunion ou délégation.

Tous les mois il est calculé le montant de prime moyen par heure réalisé par chacun des vendeurs. Le vendeur bénéficie alors d'un complément de prime.

Ce complément de prime apparait sur deux lignes au niveau de la fiche de paye du salarié

- Indemnisation complémentaire.
- Complément d'indemnisation.

Le système de paye sera à compter du paiement de la prime de Mars paramétré de façon à ce que ces deux lignes correspondent aux compensations suivantes :

La ligne indemnisation complémentaire représentera les compléments versés au titre des heures de délégation.

La ligne complément d'indemnisation représentant elle les compléments liés aux heures de formation et réunion.

Le total de ces deux lignes représente le complément de prime dont bénéficie le vendeur au titre des heures passées en réunion, formation, délégation.

Pour connaître le montant de prime réellement payé sur le mois le vendeur doit donc additionner les trois lignes suivantes :

**La prime + L'indemnisation complémentaire + le complément d'indemnisation.**

Pour les vendeurs non signataires de l'accord ne bénéficiant pas du déplafonnement de la prime, ce total ne peut être supérieur au plafond de prime qui est à date de 563.45 euros.

Un contrôle sera mis en place permettant de vérifier que le paiement de ces compléments de primes plus la prime ne dépasse pas ce plafond, si il est tout à fait légitime que le vendeur ne subisse pas de préjudice sur ses primes du fait de la prise d'heures de formation, réunion ou

délégation, par contre il ne serait pas logique que cela lui permette de dé plafonner sa prime mensuelle.

.

### **-Proposition de calendrier :**

Présentation du calendrier 2014 en vue de la négociation de l'accord vendeur

- Le 21 Mars 2014 : Lancement projet d'accord
- Le 2 Avril 2014 : 1<sup>er</sup> tour de négociation
- Le 9 Avril 2014 : 2<sup>ème</sup> tour de négociation
- Le 29 Avril 2014 : Proposition accord définitif
- Le 19 Mai 2014 : Présentation accord en commission

### **Questions évoquées en cours de réunion :**

**Q : Comment les magasins ont-ils été classés dans les différentes typologies pour la téléphonie**

*R : le choix a été effectué par les magasins permettant ainsi de tenir compte du contexte local*

**Q : Dans certains magasins la polyvalence est mise en place sans formation préalable**

*R : La formation est une étape indispensable pour mettre en place la polyvalence*

**Q : Serait-il possible de fixer des préconisations sur les taux d'affectation des vendeurs dans REMU**

*R : Compte tenu des situations des magasins trop différentes il n'est pas envisager d'imposer une répartition aux magasins*

**Q : dans le cas du travail du dimanche est il normal que les temps de présence soient supérieurs à 100 % dans REMU, car cela vient pénaliser les vendeurs dans l'atteinte de leurs objectifs et pourquoi y a-t-il des pratiques différentes entre les magasins.**

R : Les temps de présence saisis dans remu doivent être le reflet de ceux saisis dans pléiade afin de calculer les objectifs de chacun des vendeurs en fonction du temps de travail réellement effectué. Cela n'est en aucun cas pénalisant dans l'atteinte des objectifs mais préserve l'équité des objectifs entre vendeurs volontaires ou non pour le travail du dimanche.

La règle doit être applicable sur l'ensemble des magasins.

**Q ; Dans le cadre du test validation crédit par le vendeur est-il prévu d'installer un poste de travail assis permettant de conserver la confidentialité dans les échanges vendeur-client**

R : le test permettra d'évaluer la pertinence de cette demande

**Q ; Avec la mise en place du 6 6 10 on note une pression accrue sur les résultats**

R : Il semble normal qu'en raison de l'investissement fait en matière de formation, l'entreprise attende en retour une évolution positive des résultats et un engagement fort des vendeurs, et comme évoqué précédemment leur rémunération a progressé fortement sur ces items.

En fin de réunion, les membres de la commission constatent qu'il n'y a pas eu de concertation avec les vendeurs sur le choix des tenues qui ne leur semblent pas adaptée à leur métier.

---

## **Réponses aux questions posées par courrier par la FGTA FO**

**. Quelle sera la stratégie pour le secteur E.P.C.S. en 2014 ?**

Les points clés ont été présentés lors de la commission.

**. Sur quels critères objectifs, sérieux et matériellement vérifiables, vous basez-vous pour établir les objectifs ?**

Les objectifs sont basés sur les historiques ainsi que sur les tendances de marché fournis par les industriels et les panelistes et en fonction de choix stratégiques de l'entreprise

.

***. Quels moyens humains, matériels, financiers et commerciaux prévoyez-vous afin d'atteindre ces objectifs ?***

Depuis maintenant 15 mois l'entreprise a fait le choix d'investir sur sa force de vente (formation, structure d'accompagnement) et ses magasins (concepts tablettes, mural TV réimplantation et remodeling, ..... ) avec des résultats probants sur 2013, l'entreprise poursuit sur 2014 cette démarche.

***. Comment pensez-vous enrayer les irrespects et dérèglementations orchestrés par des Directeurs de magasins ?***

***. Modifications, mutations, délocalisation du plateau E.P.C.S. du magasin EURALILLE.***

*Pour le cas du magasin de Lille, étant donnée la nature des travaux il y aura des informations faites auprès des instances du magasin*

***. Non respect de l'accord vendeurs et du contrat individuel de travail au magasin de LAVAL.***

Rappel les accords et le contrat de travail doivent être respectés,

***. Objectifs inatteignables et arbitraires dans une multitude de magasins.***

Comme précisé précédemment, les objectifs sont basés sur les historiques ainsi que sur les tendances de marché fournis par les industriels et les panelistes et en fonction de choix stratégiques de l'entreprise

***. Force est de constater, que bien que la main ait été redonnée pour les volumes commandés, les ruptures subsistent encore et des produits catalogues restent inexistantes en livraison. Comment pensez-vous solutionner ce problème récurrent ?***

Un accompagnement des managers dans la reprise en main des engagements afin de les optimiser est mis en place sur cette année.

***. Des changements majeurs sont intervenus sur les modes de vente en rayon Radiotéléphonie. Les signataires de l'accord n'ont pas été informés du retrait à la vente de certains produits et services qui ont pour effet de pénaliser la rémunération des vendeurs par perte de chances. Qu'est ce qui vous permet, de manière arbitraire, de créer des clans spécifiques sur ?***

***1) vente téléphones en libre service = 0 vendeur !!!???***

***2) vente de téléphones déliés + libre service (voire carte SIM en plus).***



### **3) Offres complètes.**

#### **. Comment pensez-vous pérenniser le métier de vendeurs Radiotéléphonie ?**

Le marché de la radiotéléphonie a évolué fortement sur 2013 avec l'arrivée de nouveaux opérateurs comme Free.

Carrefour se doit d'adapter son offre en fonction de cette évolution

Les magasins se sont positionnés sur la typologie d'offre qui leur semble la plus adaptée sur leur zone.

Les vendeurs de produits et services vendant actuellement de la téléphonie doivent pouvoir bénéficier d'une polyvalence permettant la vente d'autres produits et services du magasin

#### **. Malgré l'effort de formation réalisé en 2013, nous constatons encore que des vendeurs sont imposés et objectivés sur d'autres rayons sans avoir reçu de formation adaptée ?**

Il est important que tout vendeur reçoive les formations adaptées aux produits qu'il va être amené à vendre.

Pour rappel un plan de formation ambitieux est prévu sur 2014 pour la deuxième année consécutive et qui doit permettre de répondre aux attentes des vendeurs.

#### **. Que pouvez-vous faire pour améliorer le service livraison à domicile ?**

Les process de livraison à domicile vont être entièrement revus sur 2014. Trois prestataires seront mis en place afin d'améliorer le service

Le dossier complet sera présenté en magasin courant Février pour un démarrage prévu sur le premier semestre.

#### **. Les vendeurs sont de plus en plus sollicités pour des tâches annexes non répertoriées conventionnellement (S.A.V. bornes photo, encaissement, billetterie, point service...). Nous vous demandons de faire respecter et appliquer l'accord vendeurs et de suppléer à ces tâches par des embauches.**

#### **. Nous garantissons-vous, à date, le respect et l'application dans les magasins, de votre organisation Modèle Gagnant II ?**

L'activité principale des vendeurs doit être la vente, il est toutefois possible sur des périodes où l'activité est réduite que le vendeur puisse être amené à réaliser des tâches annexes, la priorité restant de s'occuper des clients. En ce qui concerne le dossier Modèle gagnant celui-ci concernait l'organisation du secteur EPCS sans entraîner de modification du contrat de travail du salarié.

