



**Compte Rendu Succinct  
De la Commission Vendeur de produits et de service  
du 30 Novembre 2010**

La direction est représentée par Stéphane Buron, Jean- Louis Trintignant et Jean Frémont.

La direction déclare que cette réunion de première négociation ressemblera plus à un état des lieux. Elle reprendra les résultats, le bilan de l'accord. Ensuite auront lieu des échanges sur les souhaits d'évolution de l'accord.

**Résultat sur le chiffre d'affaire :**

Le secteur EPCS est en positif par rapport aux prévisions de 30 millions €. Le chiffre d'affaire prévu est de 1,7 M €.

Il est cependant difficile de tenir les marges sur un marché déflationniste et très concurrentiel. L'impact sur le prix moyen est visible. La concurrence est agressive, les hypermarchés, les spécialistes, internet qui grignote des parts de marché. Tous les marchés sont en régression en prix de vente moyen.

EBIT négatif de 100 millions€ pour -96 millions en prévision.

La concurrence accrue, les promotions, le contexte économique, la durée de vie des appareils de plus en plus courte, le prix de vente moyen en baisse sont les principaux facteurs de ce résultat.

**Parts de marché :**

Le marché est éclaté entre les Hypers, les GMS, les Trad, le e-commerce et les Supermarchés. Carrefour représentait en 2007 : 8,6% du marché EPCS, en 2008 : 8,8%, en 2009 : 8,4% et enfin 8% en 2010.

**Résultats EPCS**

L'EPCS c'est 320 000 contrats d'assurance vendus en 1 an, soit 1000 contrats par jour. C'est 10 millions € de commissions pour Carrefour et 6.1 millions de commissions versées.

C'est 295 millions € de CA crédit avec un TRC à 5,5%, soit 60 millions € en crédits payants et 235 millions € en crédits gratuits 12 000 CPU ouvertes par les vendeurs soit 24% des ouvertures.

**Vente assistée :**

2245 Vendeurs

3 millions d'heures de vente, 4 millions de bons de vente, plus d'un Milliard de CA soit 60% du CA EPCS réalisé avec des bons de vente (le différentiel étant du libre service) et 158 millions € de marge commerciale.

*Force ouvrière dénonce la volonté de la direction de mettre de plus en plus de produit en vente libre service.*

### **Résultats Force de Vente :**

37,9% découverte des besoins des clients soit +21,4 points  
13,6% proposent un financement soit -13,6 points  
- 22,2% proposent une garantie de remplacement ou assurance soit -1,8 points

### **Objectifs 2010-2012 :**

Les actions « marge » pour amener l'équilibre par la vente d'accessoires, le développement de la MDD, des services (garanties, Crédits, Téléphonie), de la dérive de ventes et baisse des stocks (flux, assortiment).

### **Deux axes essentiels :**

**Axe Merchandising :** Libre touché / libre service. Activité promotionnelle (Promo Libre). Mise en avant des Marques. « Time to Market » (présenter les nouveautés plus rapidement). Actions fidélité. Le multi canal.

**Axe management :** Management de la force de vente au quotidien sur des objectifs communs et définis, les services, les accessoires, le crédit...

### **Actions Marge :**

Services présents sur BSN (Boutique Service Numérique)  
Le multi canal pour que les clients prennent connaissance de l'ensemble des assortiments Carrefour et qu'ils trouvent le produit qui leur corresponde.

### **Actions Clients :**

#### **Zones d'expérience :**

Des tables ou des TG de nouveautés  
Un secteur sur un seul niveau de hauteur de 1,50m.

#### **Axe Management :**

Les services, les accessoires, le crédit.

#### **Suivre les performances :**

Les Benchmarks

#### **Animer la force de vente :**

Extension, TRC, CPU, 3G, Taux d'activation au rayon Radio Tél à 95%.  
Vente d'accessoires, Cross Merch, Panières, Opération Box, Ventes liées (sacoques 65%, Office 10%, Souris 20%).

### **Suivre la Performance :**

Les Benchmarks (mesure de performance) sur :  
Les services, les ventes d'actes spot, les taux d'attache, les taux d'activation.

### **Bilan de l'accord en termes de rémunération**

Pour rappel début de l'accord vendeur pour les rayons 40 à 44 le 1<sup>er</sup> Février 2008, pour le rayon 45, le 1<sup>er</sup> Septembre 2008 et le 1<sup>er</sup> Octobre 2009 pour les magasins Hyparlo.  
L'accord est signé pour une durée de 3 ans et 2 mois.

Pour rappel la grille est composée de plusieurs items. Chiffre d'affaire, Marge et Local.  
CA = mensuel et trimestriel  
Marge = € pièce, 1% CA du crédit, 12% de la massede marge des extensions...  
Priorités locales.

### **Bilan de l'accord :**

En 2008, 65% des vendeurs ont gagné plus par rapport à l'année précédente.  
En 2009, 50% des vendeurs ont gagné plus.  
En 2010, 61% des vendeurs ont gagné plus.

Prime moyenne par année :

En 2007 : 517€. En 2008 : 595€. En 2009 : 60€. En 2010 : 557€.

Répartition des primes moyennes :

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Local	48	68	75
Accessoires	11	10	10
Crédit	33	20	12
Service	82	75	58

### **Synthèse :**

Une évolution de la rémunération variable des vendeurs est constatée malgré un contexte économique défavorable et un CA à -18 sur les trois dernières années.  
20% sur le CA, 70% sur la Marge, 10% sur le Local.

### **Synthèse des points forts :**

Visibilité EEG

Suivi détaillé de la prime via l'outil informatique

Vision de tous les items

Règle sur la répartition des ventes des démonstrateurs au rayon Radio Téléphonie

Fiches techniques accompagnant l'accord (règles de fonctionnement)

### **Points à améliorer :**

L'animation de la grille sur les accessoires, crédit, services et CPU.

Une rémunération pourrait évoluer en fonction des évènements.

L'application de la gestion des animateurs / démonstrateurs au rayon Radio Téléphonie.

**Echanges sur les souhaits d'évolution de l'accord.**

Force Ouvrière constate que cet accord signé par FO a donné satisfaction à la majorité des vendeurs. FO souhaite que les paliers, pour atteindre la prime sur objectif soient revus à la baisse avec un démarrage plus bas à 96%, suivi d'un palier à 100% et le dernier à 102%.

Un lissage sur la prime des priorités locales (il serait question que le gouvernement supprime les soldes flottants) et porter cette prime à 150 € mensuel.

Garder la prime produits sur les accessoires et lui adjoindre une prime sur objectif par palier.

Porter le salaire fixe équivalent au Smic.

Revoir à la baisse le prix de vente des extensions de garanties.

Fin de la Réunion

Les membres de la commission :

**Christine Raymond (Aix en Provence)**

**Jean Janssens (Reims Cernay)**

**Guy Bullot (Venette)**

*Rédacteur : Guy Bullot*