

COMPTE RENDU COMITE DE GROUPE 5 ET 6 JUILLET 2023

L'équipe FO : Djemel Smaili (Secrétaire), Nathalie Denis, Dominique Moualek, Sylvie Dubois, Hicham Ouaziz, Isabelle Sabard, Manu Mateo, Nathalie Jarnolle, Fabrice Arbaud, Nadia Ayad, Sonia Ben Amara, Sabine Lanois et Jean-Marc Robin (représentant syndical).



Intervention de Rami Baitieh, Directeur Exécutif Carrefour France

Déclaration liminaire FO :

« Les événements violents qui secouent l'ensemble du territoire ont un impact important sur les salariés des points de ventes. Nous tenons à souligner la réactivité de notre direction, suite à nos revendications, pour réorganiser la vie des magasins afin d'éviter le pire à nos collègues.

Le sentiment d'insécurité actuel est exacerbé par la situation sociale de l'entreprise. L'accélération des projets qui s'enchaînent, tel que la maximisation, la volonté d'Alexandre Bompard d'être un meilleur franchiseur, la restructuration des Sièges, Atacado, Supeco, H Market, un projet TOP à bout de souffle ainsi que les objectifs de mutualisation, de simplification, d'optimisation et d'accélération de la digitalisation sont autant de facteurs anxiogènes pour les salariés du groupe, tout statut confondu.

À cela, s'ajoutent les objectifs d'économie de 4 milliards d'euros sur les prochaines années. Cela a, et aura, inévitablement des conséquences sur l'emploi, les conditions de travail et la santé des salariés.

À l'occasion du Comité de Groupe de juin 2022, FO interpellait la direction sur le gel des embauches et le manque de moyens qui en découlaient. À la vue des excellents résultats économiques de

Carrefour France, nous nous interrogeons sur la pertinence de cette politique, ils auraient pu être bien meilleurs si les équipes avaient eu les moyens de remplir leurs missions, quelle que soit l'entité. »

Monsieur Baitieh a abordé plusieurs sujets :

- Point sur les émeutes
- Point à date de son bilan depuis 3 ans :

Les équipes ont travaillé sur 3 volets :

- Changer la culture de notre société (l'hyper était mort...), a mis en place la pyramide inversée au centre de nos priorités en plaçant le salarié en haut de la pyramide et le responsable hiérarchique en bas.
- Stratégie satisfaction client, émancipation des salariés, RSE...
- Évolution des résultats

Retour sur la mise en place des différents 555

Culture :

555 Appropriation : Esprit d'entrepreneur, Manager de Proximité et Esprit Client

555 Bienveillance : Équilibre de vie, Dialogue et Appropriation

555 Salariés : La Confiance, Le Service et la Proximité

La stratégie

5555 volumes rentables : Marge / PDM, Productivité, Automatisation et Disruption

555 Direction des Achats Non Marchands

555 de la transformation Digital : Renforcer, Développer, Réinventer

555 Client : La confiance, le Service et l'Expérience

L'exécution

555 Maxi

555 Supply

555 Caisses

555 Cote d'Amour

555 TOP

La direction n'a aucune volonté d'infléchir la progression des passages des magasins intégrés en modèle location gérance ou franchise. D'ailleurs, Monsieur Baitieh ne distingue pas le type de gestion du magasin quand il effectue ses visites, seul le rapport aux clients l'importe. Ce qui contraste avec le discours qu'il tenait à son arrivé en priorisant le modèle intégré.

Question Hicham Ouaziz : *FO attire l'attention de la direction sur les problèmes de surstocks dans les magasins intégrés, ce qui entraîne une baisse des coûts de production et une dégradation du service client. Il semble qu'il y ait une forme d'indulgence en la matière dans les magasins en instance de passé en LG.*

Réponse : Ce à quoi Rami Baitieh répond que nous sommes victimes des problèmes d'inflation et une baisse du pouvoir d'achat de nos clients, pour autant il y a une réelle volonté d'écouler le stock, car c'est de l'argent qui dort. Des problèmes structurels d'écoulement des marchandises entre les ports et la surface de vente sont maintenant en partie réglés.

Question Dominique Moualek : *Vous avez évoqué dans votre intervention que : « Une stratégie, si elle n'est pas bien exécutée, il n'y a pas de résultat derrière ».*

En parallèle, nous pensons qu'une organisation, si elle n'est pas bien exécutée, il n'y a pas de résultats... Non plus.

Le projet TOP, lancé il y a près de 3 ans, s'essouffle dans de nombreux hypermarchés et supermarchés par manque de moyens humains, que ce soit au niveau des employés, mais aussi au niveau du management.

Faute de ces moyens, manquants, le Guide Pratique mis en place par l'Entreprise s'empoussièrera dans les tiroirs.

Sur le terrain, les salariés qui subissent aussi les flux de marchandises, doivent parer au plus pressé ce qui entraîne une dégradation des conditions de travail, générant, au passage, une augmentation de l'absentéisme et la démotivation des salariés.

Vous avez évoqué dans votre intervention l'amélioration des résultats et des parts de marché. Vous avez aussi évoqué le problème de l'absentéisme.

Ne pensez-vous pas que donner les moyens suffisants et nécessaires améliorerait les conditions de travail et diminuerait donc l'absentéisme tout en continuant de faire progresser les résultats et les parts de marché ?

Réponse : Pour la direction, il n'y a pas de problème majeur avec le projet TOP. Rami Baitieh nous répond « oui vous avez raison sur les moyens ». C'est l'essence même du concept de s'adapter à la situation du magasin et de ses effectifs. Par contre M. Baitieh nous indique que si un directeur à un meilleur concept de travail, il n'hésitera pas à lui laisser le champ libre pour la mise en application.

Question Nadia Ayad : *Au sujet des émeutes, FO a interpellé immédiatement la direction, vous avez été réactifs et vous avez pris vos responsabilités et les décisions qui s'imposent dans cette situation d'urgence comme celle de fermer plus tôt et de renforcer les équipes sécurité ... etc.*

Combien de salariés, toute confidentialité gardée, ont pris contact avec Stimulus ou avez-vous mis en place d'autres formes de prise en charge psychologique, les salariés ayant été choqués de constater leurs postes de travail saccagés, avec les craintes et les peurs face à ce type d'agressions ?

Réponse : Rami Baitieh nous indique qu'avec Alexandre Bompard, ils ont été réactifs et ont rendu visite aux magasins impactés afin d'y garantir rapidement la reprise des activités commerciales. Il est certain que des salariés peuvent être en état de choc. Pour l'heure, nous n'avons pas encore de retour sur le nombre. Nous constatons que nous n'avons aucun blessé à déplorer, ce qui était ma principale inquiétude. Nous n'avons pas constaté d'absentéisme non plus.

Questions Djemel Smaili : *Aujourd'hui, Carrefour forme nombre de salariés qui réussissent leurs examens à l'école des Leaders, beaucoup ne sont pas promus, notamment les employés qui n'évoluent pas au niveau 4 dans leur magasin. On leur indique "qu'il n'y a pas de poste vacant" pourquoi former des salariés pour ne pas les promouvoir ? Pourquoi autant de temps pour qu'ils puissent évoluer ? Que comptez-vous pour solutionner ce problème ?*

Réponse : M. Baitieh nous répond qu'il n'a pas le même retour, même s'il ne nie pas que cela peut exister.

Quel avenir pour H MARKET et SUPPECO ?

Réponse : Rapprochement avec H Market, Frères Tang et Hyper Casher regroupement des achats au sein de la centrale Carrefour

Dans un nombre non-négligeable de magasins, beaucoup de caméras ne fonctionnent plus, cela a un impact sur la démarque. Comment allez-vous résoudre ce problème ?

Réponse : Face à cette problématique, Rami Baitieh nous annonce le lancement d'un audit dans les magasins pour trouver des solutions.

Présentation comptes annuels 2022

Les faits marquants en France : Excellente dynamique en 2022

Chiffre d'affaires :

La croissance comparable atteint +3,4%, avec une progression de +4,4% LFL en alimentaire et une baisse de -3,5% LFL en non-alimentaire.

Part de marché Carrefour :

Elle progresse en France sur l'année de +0,2 point en valeur et de +0,3 point en volumes selon Nielsen. En volumes, Carrefour surperforme ainsi l'ensemble des acteurs de la distribution alimentaire française en 2022, se plaçant en tête des gains de parts de marché. Le Groupe continue de surperformer au sein de chacun des formats de référence : Hypermarchés, Supermarchés et Proximité.

E-commerce : Il est en croissance de +13% en 2022.

Résultat opérationnel courant (ROC) :

Il progresse de +10,2% (+77 M€) à 834 M€, contre 757 M€ en 2021.

Dans un contexte de forte inflation, notamment des coûts de distribution, la bonne performance commerciale et la forte dynamique de baisse de coûts ont permis de faire progresser la marge opérationnelle de +7pbs, à 2,2% contre 2,1% en 2021.

La marge en France s'améliore ainsi pour la quatrième année consécutive.

CARREFOUR démontre la force de son modèle au niveau monde

- ✓ Forte progression du chiffre d'affaires en 2022, avec une hausse de +16,1% en données publiées et +8,5% en comparable (LFL)
 - Gains de parts de marché dans tous les pays clés en 2022
 - Progression de +26% de la GMV e-commerce, à 4,2 Md€ en 2022
- ✓ Intégration rapide de Grupo BIG au Brésil
 - 59 magasins convertis aux enseignes Carrefour à fin 2022
 - Finalisation du programme de conversions en 2023
 - Mise en œuvre des synergies en ligne avec le plan ; objectif 2,0 Md BRL à horizon 2025
- ✓ Résultat Opérationnel Courant (ROC) en hausse de +8,3% (+182 M€), à 2 377 M€.
 - La marge opérationnelle, hors Grupo BIG, est stable par rapport à 2021
 - En France, le ROC progresse de +10,2% (+77 M€) à 834 M€, soit une marge opérationnelle de 2,2% (+7pbs).
- ✓ Progression de +14% du Résultat Net Ajusté par Acton, à 1,63€ en 2022 contre 1,43€ en 2021.
- ✓ Croissance du cash-flow libre net à 1 262 M€ en 2022, après 1 227 M€ en 2021 Hausse des investissements à 1 861 M€ en 2022 contre 1 558 M€ en 2021.

Hugues Marsault, expert-comptable du Comit es

Objectifs du plan stratégique CARREFOUR 2026

- Poursuite des gains de parts de marché par des investissements dans la compétitivité grâce notamment aux ressources générées par le plan d'économies de 4 Md 
- Objectif de croissance régulière du Résultat Opérationnel Courant, d'augmentation du rythme des investissements annuels à 2 Md  (après des plus bas historiques), de forte croissance du cash-flow libre à 1,7 Md  en 2026, d'augmentation du dividende de + 5 % l'an, de poursuite des programmes de rachat d'actions

Plan stratégique CARREFOUR 2026 dans le prolongement du Plan de transformation CARREFOUR 2022 avec une amplification et une accélération des objectifs :

- Croissance des produits à marque CARREFOUR : 33 % du CA alimentaire en 2022 => objectif 40 % du CA alimentaire en 2026
- Croissance du volume d'affaires E-Commerce : 4,2 Md  en 2021 => objectif 10 Md  en 2026 et du Résultat Opérationnel Courant des activités E-Commerce de + 200 M  en 2026 vs 2021
- Développement du modèle omnicanal : 11 % des clients en 2021 => objectif 30 % des clients en 2026
- **La franchise au cœur du modèle commercial**, notamment en Europe :
 - Quasi-totalité des ouvertures réalisées en franchise
 - Poursuite des passages de magasins en franchise et location gérance
- **Renforcement et déploiement des formats Discount :**
 - Hypermarché : « recentrer les magasins sur les besoins clés des clients en fonction de chaque zone de chalandise » (projet Maxi) se traduisant, pour l'offre alimentaire, par une réduction de 20 % des assortiments et, pour l'offre non alimentaire, par le développement de la part des produits à marque propre et la réduction des assortiments pour le permanent.
 - Accélération de l'expansion d'Atacadao avec un parc de plus de 470 Atacadao au Brésil en 2026 (+ 200 vs 2022) et lancement d'Atacadao en France à l'automne 2023
 - Poursuite du développement de SUPECO, notamment en Espagne, pour atteindre 200 magasins à l'horizon 2026
- **Poursuite de l'expansion de la proximité** : objectif + 2 400 ouvertures de magasins de proximité d'ici 2026 (en franchise)
- Accélération dans le domaine du **Retail Media** avec la création d'une joint-venture avec PUBLICIS, détenue à 51 % par CARREFOUR
- **Nouveau plan d'économies de coûts de 4 Md  à l'horizon 2026**, dans le cadre de la « transformation de tous les processus opérationnels grâce au digital et à une organisation repensée ». Les économies visées représentent 1 Md  par année et s'appuient sur 3 principaux leviers : la centralisation et la négociation des achats au niveau européen, le développement

des marques propres, la réduction des frais généraux (magasins et sièges) et des achats non marchands.

- **Nouvelle organisation « plus simple et plus efficace »** : mutualisation des fonctions expertises et support à l'échelle européenne, s'accompagnant, dès 2023, de la réorganisation et de la réduction des effectifs sièges et supports
 - Mutualisation de l'offre et des achats Marchands à l'échelle européenne (création d'une centrale d'achats)
 - PGC européenne EURECA pour les grands fournisseurs internationaux)
 - Mutualisation des achats non marchands à l'échelle européenne
 - Refonte des processus opérationnels

***Question Sabine Lanois** : Inquiet sur l'avenir de l'entreprise suite aux présentations des orientations stratégiques et la volonté de continuer à passer des magasins en Location Gérance, pour autant FO s'interroge sur l'avenir des métiers de l'encaissement face au développement des systèmes numériques ?*

La direction ne partage pas cette inquiétude, les métiers de la caisse répondent aux attentes des clients avec des modes d'encaissement différents. Nous sommes actuellement sur une stabilité du métier.

*Ce à quoi, **Dominique Moualek**, répond à Madame Chavigny : je tiens à apporter une précision suite à votre réponse sur notre intervention sur les évolutions et l'avenir des métiers de Caisses. La présentation faite le 04 Juillet 2023 lors de la Commission Nationale Caisse ne nous permet pas d'avoir la même vision que celle que vous évoquez dans votre réponse et de réitérer nos craintes et nos interrogations.*

En effet lors de cette réunion la Direction nous a été présenté le Plan d'action pour simplifier les métiers caisses et les 5 chantiers (incluant 70 axes) que l'entreprise souhaite mener à bien d'ici fin 2023, ayant pour objectif la simplification, la mutualisation, l'optimisation et l'accélération de la digitalisation.

Notre inquiétude et notre questionnement sur l'évolution et l'avenir des métiers n'en est donc plus que légitime.

Information sur le projet de transformation des sièges : Noël Prioux

Parmi les orientations présentées dans le plan stratégique Carrefour 2026, figure la volonté du groupe d'implanter sur le territoire français le concept Atacadao lorsque celui-ci est adapté à un contexte local.

Le groupe s'est donc rapproché du groupe LabelVie qui maîtrise parfaitement le modèle Atacadao pour l'avoir implanté au Maroc en vue d'exploiter le premier magasin Atacadao en France dans le cadre d'une franchise participative.

Il est rappelé que le groupe LabelVie exploite sous l'enseigne Carrefour, via la société Retail Holding, Aulnay, le magasin d'Aulnay-sous-Bois dans le cadre d'une location-gérance. A titre informatif, l'exploitation du magasin sous l'enseigne Atacadao se fera dans le cadre d'une franchise participative (prise de participation minoritaire du groupe Carrefour dans la société Retail Holding Aulnay).

Atacadao est une enseigne de vente en libre-service, entre l'hypermarché et le cash and carry, tournée vers deux types de clientèle : les familles d'une part et les professionnels d'autre part, qui viennent y chercher des volumes à des prix accessibles. Le modèle mise sur l'efficacité pour proposer des prix bas.

Un concept de magasin moderne avec une offre de produits qui répond :

- Aux habitudes de consommation du quotidien de toutes les familles
- Aux besoins des petits commerces comme des collectivités

Les forces du modèle : une équation simple et inédite : parvenir au trafic d'un distributeur classique tout en atteignant le panier moyen d'un professionnel :

- Une proposition de valeur originale et puissamment attractive
- Un modèle opérationnel bien spécifique, à la fois simple et fonctionnel

Le marketing, c'est le prix

L'assortiment ciblé sur les produits essentiels

Approvisionnement

Une offre produit diversifiée des gammes spécifiques

Les capacités de stockage

Une culture entrepreneuriale

Le Marketing, c'est le prix :

- Des prix bas toute l'année (10 % à 15 % moins chers que la moyenne du marché)
- La possibilité d'achat en lots (un vrai atout pour faire des économies)
- Des prix dégressifs (Plus vous achetez, plus vous économisez)

Un assortiment ciblé sur les essentiels : produits de marque distributeur, de grande consommation, frais, du monde, Bio / Vegan, non-alimentaire et saisonnier.

Question 1 de Nathalie Denis : *Vous nous dites que l'approvisionnement se fait par l'industriel en camion complet, ou par les entrepôts CARREFOUR ? Pouvez-vous nous dire quel entrepôt CARREFOUR et nous dire si les entrepôts ont été informés ?*

Réponse : Nous on prend la marchandise là où elle se trouve. Cela ne changera rien, et n'aura aucun impact sur les réseaux existants.

Question 2 de Nathalie Denis : *Vous nous présentez le modèle économique et commercial. Pour FORCE OUVRIERE, vous n'évoquez pas le volet social et notamment l'impact sur l'emploi et l'accompagnement social prévu pour les salariés qui ont déjà subi le passage de l'intégré vers la Location Gérance et qui vont être une nouvelle fois victime de la stratégie de l'entreprise. Carrefour ne peut pas s'exonérer de sa responsabilité sociale et doit permettre et être garante de la mise en place de mesures sociales d'accompagnement adaptées.*

Réponse : Le magasin étant déjà en location gérance géré par la société LabelVie, ce sont les partenaires sociaux de cette entreprise qui négocieront le volet social. Noël Prioux nous explique que tout modèle commercial est bon à être testé compte tenu de l'environnement concurrentiel.

Question Isabelle Sabard : *Qu'envisagez-vous pour les magasins concernés, si ce concept ne fonctionne pas en France. Je prends exemple de l'hypermarché d'Avignon qui lui a accueilli le concept « Essentiel ».*

Réponse : De temps en temps il faut essayer d'autres formules, concernant Atacadao le magasin aura un positionnement prix excellent sur sa zone de chalandise en limitant les coûts. Si cela ne fonctionne pas, on fera autre chose.

Intervention Manu Mateo : *Au niveau du Carrefour groupe 10% des femmes sont potentiellement concernées par l'endométriose, soit 3741 salariées.*

Carrefour propose une RQTH pour l'endométriose alors qu'elle est très difficile à obtenir pour cette maladie. La démarche du diagnostic dure en moyenne 7 ans à partir des premiers symptômes. Nous vous demandons de transformer les 12 jours proposés en 1 compteur d'heures, ne pas bloquer les jours à 1 par mois pour laisser la possibilité à une femme de se libérer au moment nécessaire puisque les douleurs peuvent arriver à n'importe quel moment.

Déclaration FORCE OUVRIERE

Contesté à Sevrans, le groupe Carrefour avait renoncé au mois de mars dernier à ouvrir sa première franchise de hard discount dans le centre commercial Beau Sevrans en Seine-Saint-Denis, indiquant alors être « toujours en phase d'étude de différents sites » et avancer « sur plusieurs autres pistes, en lien avec les municipalités concernées ».

Nous venons d'apprendre par la presse, que Carrefour devrait installer le premier « Atacadao » de France à Aulnay-sous-Bois avec une ouverture envisagée début 2024 sans qu'aucune information préalable n'ait été, une nouvelle fois, donnée aux partenaires sociaux du magasin.

Quand Alexandre Bompard présentait en novembre dernier ce nouveau modèle commercial comme « la meilleure solution anti-crise pour le client », il en oubliait, à n'en pas douter, les conséquences pour des salariés utilisés comme variable d'ajustement. Nous rappelons toutefois que Carrefour a un devoir de vigilance auprès de l'ensemble de ses partenaires, ce devoir inclus le respect des droits humains et sociaux y compris en France.

Après la location gérance, FO conteste et s'oppose au passage en franchise de tout magasin.

Pour FO, ce nouveau modèle commercial doit être testé dans le format intégré afin de préserver les acquis sociaux des salariés et maintenir des conditions de travail satisfaisantes.

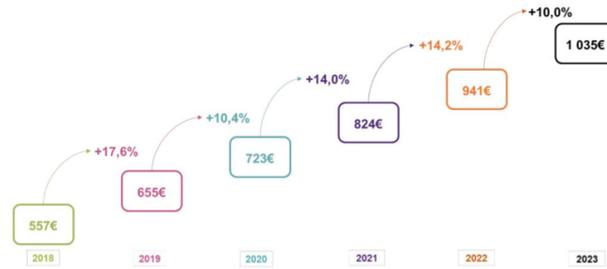
Information sur les actualités de l'épargne salariale

Prime Intéressement et Participation Groupe :

Pour rappel FO avait fait grève en 2018 et demandé la renégociation de l'accord et la mise en place d'une prime Intéressement Groupe qui vient compléter la Prime Participation en fonction des résultats opérationnels du Groupe.

Ci-dessous l'évolution des primes moyennes depuis 2018.

Des primes moyennes en progression de plus de 85% depuis 2018



Intervention Manu Mateo : Dans votre présentation vous nous indiquez qu'il y a 2 groupes de salariés épargnants Cadres d'un côté et Employé et Agents de maîtrise de l'autre. Pourriez-vous nous fournir les chiffres d'épargne salariale (y compris Carrefour Invest) pour la seule catégorie des employés.

Réponse : nous reviendrons vers vous avec les chiffres demandés.

Information sur les actualités et les résultats des régimes frais de santé et prévoyance

Frais de santé :

Contexte et analyse des résultats

Points impactant le compte en 2022 :

- > **Évolutions réglementaires :**
 - Augmentation de la base de remboursement des couronnes dentaires du panier libre
 - Création du forfait patient urgence
- > **Evolution de garanties :** Création du dispositif « Monpsy » au 1er avril 2022

Cotisations (rappel) : Le taux d'appel appliqué sur la cotisation des actifs depuis 2018 s'élève à 3,10% du PMSS (dans la limite de 13% du salaire. Le PMSS n'ayant pas évolué en 2022, la cotisation (hors limitation à 13% du salaire), est maintenue à 106,27 € par mois (53.13/53.14).

	2019	2020	2021
Résultats	-18 M€	7.1 M€	0.6 M€
Ratio de sinistralité	101.9%	92.5%	99.4%

Résultats	2022
Cotisations brutes	99.6 M€
Taxes	11.7 M€
Frais de gestion	6 M€
Cotisations nettes	81.9 M€
Charges	0.7 M€
Résultats	-2.7 M€
Ratio de sinistralité	103.3 %

Perspectives 2023

Premières observations relatives à la consommation :

- Forte hausse de la consommation sur le mois de janvier (+14%), moins importante sur la fin du trimestre (+2,7%).
- A ce stade, une retombée de la consommation est constatée sur avril (-11%).

Prestations par poste :

- Hausse des postes soins courants (+10%), consultations (+9%), hospitalisation (+11%) et pharmacie (+3%) sur la période entre 2022 et 2023
- Stabilité du poste dentaire, légère baisse en optique (-1%)

Au global, l'évolution sur la période étudiée s'élève à **+3,8%**.

Accord frais de santé Cotisation frais de santé - 2023

Le plafond annuel de la Sécurité sociale 2023 est fixé à 43 992 €, soit une augmentation de 6.9%.

Lors de la CNUP du 12/12/2022, il a été convenu d'étaler cette augmentation de cotisation en 2 fois :

au 1er janvier 2023 : + 3,72 €
+ 1,86 € pour le salarié
+ 1,86 € pour l'employeur
soit 54,99 € par mois pour le salarié

au 1er juillet 2023 : + 3,67 €
+ 1,83 € pour le salarié
+ 1,84 € pour l'employeur
soit 56,82 € par mois pour le salarié.

Prévoyance :

Accords prévoyance Cotisation prévoyance - 2023

POUR RAPPEL : Rééquilibrage du régime par **accords du 31/12/2021** prévoyant une augmentation échelonnée des cotisations et une adaptation des garanties :

1 / Augmentation des cotisations en 2023

Employés	
Taux 2022	1,69 %
2023	1,76 %
2024	1,80 %
Cadres/AM	
Taux 2022	1,95 % TA + 2,29 % au-delà TA*
2023	2,04 % TA + 2,39 % au-delà TA*
2024	2,08 % TA + 2,44 % au-delà TA*

2 / Aménagement des garanties à partir de 2023

Baisse des capitaux pour les célibataires - veufs - divorcés sans enfant

- 220 %** pour les cadres ; (vs 310%** actuellement)
- 100 %** pour les non cadres. (vs 140%** actuellement)

Suppression de la majoration accident

*TA = Tranche A du plafond mensuel de la Sécurité Sociale
**du traitement de référence TA TB TC TD

Question Sylvie Dubois : Nous avons appris en juin que la Sécurité Sociale veut baisser ses remboursements sur le dentaire pour un montant de 500 millions € par an. Est-ce que cela a été pris en compte, et quel impact sur le régime frais de santé.

Réponse : Effectivement la baisse du niveau de prise en charge du dentaire par la Sécurité Sociale a été intégré dans les perspectives 2023.

Actualités diversité

Création d'une Direction Diversité et Inclusion rattachée à la Direction de l'Engagement dirigée par Carine Kraus (membre du COMEX)

Quelques actions de Carrefour :

- Journée internationale de la diversité le 24 juin 2022
- Publication semestrielle indice RSE (17 indicateurs, assortis d'engagement, pris en compte dans la RVA) dont 2 spécifiquement à la Diversité et l'Inclusion à l'horizon 2025 : 35% de femmes parmi le C200 et 4% de salariés en situation de handicap.
- Village de la solidarité à Massy et Évry : mise en avant des actions « Solidarité »
- Fresque de la Diversité
- Octobre rose
- LGBTQ+ : signature de la Charte « Autre Cercle »
- Rapport PaQte : actions de sensibilisation, d'inclusion et d'accompagnement de publics fragiles et nos initiatives en faveur des achats responsables

Handicap :

Pour Carrefour, c'est une « grande cause » du plan stratégique 2026.

Engagement de l'entreprise : passer le nombre de salariés en situation de handicap de 10000 à 15000 à l'échelle du groupe.

Semaine paralympique du 3 au 8 octobre 2022

Partenariat avec l'association Arpejeh dans le cadre de la journée internationale de la Langue des signes

Heures silencieuses et espace calme dans les magasins

La SEEPH (semaine du 14 novembre 2022) : Vidéo témoignage, jeu en ligne, pièce de théâtre.

Égalité professionnelle :

Index égalité professionnelle Carrefour 2022 : 93 / 100.

Une progression de 4 points depuis 2019.

La note moyenne de Carrefour est supérieure de 7 points par rapport à la moyenne des sociétés françaises.

Labellisation GEEIS

En juillet 2022 : Certification Internationale dédiée à l'égalité des genres au sein de l'entreprise, 9 pays labellisés (au moins 3/5 dans toutes les entités Carrefour, 2 entités ayant étendu leur certification au label GEEIS Diversity (Brésil en 2021 et Italie en juillet).

Conférence annuelle LEAD Network

Conférence du 13 et 14 octobre 2022 : Réseau inter-entreprise européenne dédié à l'égalité professionnelle spécifique secteur CPG partenaire de Carrefour.

Diffusion d'un guide de la Parentalité

Avec la charte de la parentalité, Carrefour s'engage : à faire évoluer les représentations liées à la parentalité, à créer un environnement favorable aux salariés-parents, en particulier pour la femme enceinte, et à respecter le principe de non-discrimination dans l'évolution professionnelle des salariés-parents.

Contre les violences faites aux femmes

Soutien aux partenaires associatifs : ONU Femmes France et FNSF (avec une sensibilisation en interne)

Signature d'un partenariat avec la FNCIDFF en réponse à un appel du ministère chargé de l'Égalité entre les Femmes et les Hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances en faveur l'emploi de femmes en situation de violence.

Lutte contre le sexisme

Nomination et formation de référents harcèlement sexuel, mise en place d'une procédure interne et campagne de sensibilisation.

Campagne : Chacun sa chance – JeVeuxJepeux 2022

15 témoignages de collaborateurs illustrant les dispositifs, engagements emblématiques de notre politique RH. Focus Évolution professionnelle, Égalités pro F/H, Handicap et LGBTQ+ en 2022

JeVeuxJepeux 2023

Paris 2024 et JeVeuxJepeux, un état d'esprit et des valeurs communes.

Des projets en 2023 :

- Lancement #UnEgalUne
- La santé au féminin
- Grand sondage diversité d'origine
- Handicap : concours de start up – Viva Tech
- Le « Commerçant locomotive » avec les magasins inclusifs

Intervention Nathalie Denis : *Pour une initiative autour de la santé au féminin. Lancement le 19 avril 2023 d'un dispositif : FO n'est pas d'accord avec le terme employé "dispositif" !*

Notre organisation syndicale depuis 2020 interpelle la direction sur ce sujet, nous avons revendiqué dans différents accords "Égalités Femmes / Hommes" et l'accord "Santé". Sans être entendu par la direction, et là pour un "coup de pub médiatique", vous vous attribuez le sujet.

Aujourd'hui, si le dispositif était en place, vous devriez être capable de nous donner des éléments chiffrés sur le nombre de personnes concernés ?

A ce jour, vous demandez que la salariée soit reconnue RQTH pour pouvoir bénéficier des jours de repos supplémentaires. Nous avons contacté des médecins qui nous confirment qu'ils n'attribuent pas de RQTH pour des personnes souffrant d'endométriose.

Grâce à notre intervention auprès de la direction, une négociation est ouverte afin de caler un accord sur l'endométriose, la PMA et la fausse-couche.

FO dénonce la communication initiale d'Alexandre Bompard, qui par cet effet d'annonce a fait un coup médiatique.

Nous sommes d'accord avec vous sur le fond, mais pas sur la forme.

Réponse : la direction a la volonté d'avancer sur le sujet d'endométriose, ainsi que sur celui de la PMA et la fausse-couche avec les partenaires sociaux. Il ne faut pas non plus occulter l'évolution de la législation en la matière.

Intervention Djemel Smaili : *Je vous remercie pour la présentation, Mme Chavigny, nous regrettons l'absence de Mme Kraus pourtant inscrite à l'ordre du jour.*

Dans la BU des hypermarchés lorsqu'un salarié revient de maladie et à une prescription médicale, il devrait y avoir une plate-forme mission handicap. Malheureusement, dans beaucoup de nos magasins, elles n'ont pas lieu. Ça serait bien que de la présentation sur Slide, l'entreprise passe à l'acte. Cela nous engage collectivement et notre responsabilité peut être engagée. Il faudrait refaire passer le message auprès de nos directeurs et RH.

Je vous demande de bien vouloir faire respecter l'accord Santé au Travail des Hypers qui est a été signé par toutes les organisations syndicales, afin qu'il ne reste pas devant les portes de nos magasins.

M. Bompais, je prends avec autant de sérieux le problème du harcèlement sexuel.

Mme Chavigny, de nombreux élus référents n'ont pas suivi la formation "Harcèlement Sexuel", pourriez-vous nous fournir les chiffres de la participation à ces formations. Sur ce sujet notre responsabilité collective est également engagée.

Information sur le Mécénat de compétences

Le mécénat de compétences, c'est la mise à disposition de salariés sur le temps de travail au profit d'un projet d'intérêt général.

Pourquoi engager les collaborateurs?



De nombreux groupes le font



Information sur le projet de transformation des sièges : Passerelles 2023

La raison d'être du groupe Carrefour : la transition alimentaire pour tous

Le modèle : Digital Retail Compagny

2 piliers : S'engager pour que tous nos clients accèdent au meilleur et Inventer le Groupe de demain.

Les 3 objectifs du projet :

- Rendre nos sièges plus efficaces et plus agiles
- Mettre les fonctions supports aux services opérations (magasins et entrepôts)
- Améliorer notre compétitivité prix

Les leviers du projet :

- Simplifier et optimiser les organisations et les fonctionnements
- Mutualiser au niveau des pays, et dès que possible, au niveau européen
- Digitaliser et automatiser les activités de production

Calendrier social

- Du 5 au 15 juin : Accord de méthode
- Du 23 juin au 12 juillet : Accord portant Rupture Conventionnelle Collective
- Du 26 juin au 12 septembre : Procédures d'information et de consultation sur les organisations cible.

Jérôme Nanty s'engage : si les objectifs fixés ne sont pas atteints par le principe du volontariat, il n'y aura pas de dispositif contraint et la RCC ne sera pas prolongée.

Information sur le partenariat des Jeux Olympiques Paris 2024

Carrefour est un des 5 partenaires Premium des JO de Paris 2024

Carrefour est le 1^{er} partenaire de la grande distribution dans l'histoire des JO, avec 3 promesses clés de la marque :

- Promouvoir le mieux-manger pour tous
- « Ce sont vos Jeux » : Rendre les jeux accessibles à tous
- Laisser un héritage en prenant des engagements puissants sur le handicap

1 an de visibilité pour la marque, d'opérations commerciales avec un mot d'ordre « nourrir tous les espoirs » qui s'installe dans la durée, des animations régulières, le lancement de « Porter tous les espoirs » sur les conditions Textile, campagne sur les FL à 0,99€. Opportunités d'engagement pour les salariés.

Les enjeux marchandises alimentaires et non alimentaires :

- Pousser les familles sur-consommées
- Animer nos magasins
- En nous appuyant sur les partenaires (Coca-Cola, PG, Danone)

Organisation d'un « Grand Tournoi » qui va permettre de faire gagner 2500 places pour les JO Paris 2024.

Question de Hicham Ouaziz : Je vous remercie pour votre présentation. On ne peut que se réjouir que cet événement au rayonnement international se déroule en France avec les retombées notamment économiques à envisager.

Cependant, de nombreuses perturbations sont à prévoir et plus précisément en matière de déplacement avec une prévision de près de 185 km de routes dédiés aux personnes accréditées, aux transports et aux secours en Ile de France (A1, A4, La Francilienne, l'A13, l'A12 et les ¾ du boulevard périphérique).

Quel dispositif avez-vous prévu pour les salariés en proximité des sites olympiques ou devant empruntés des circuits les menant sur leur lieu de travail ?

Prévoyez-vous des aménagements d'horaires durant cette période par exemple ?

Réponse : Carrefour souhaite se rapprocher du COJO pour évoquer le sujet du déplacement en Ile de France durant cette période, y compris les livraisons. Une analyse sera faite sur les problématiques, Carrefour prendra les mesures nécessaires. Mais à ce jour la direction manque d'éléments pour répondre à cette question.

Bilan Social France 2022

La direction nous a présenté les chiffres 2022 du bilan social, ce qui n'a pas manqué de soulever un certain nombre de questions posées par FO, pour la plupart il n'y a pas eu de réponse juste quelques reprises de chiffres déjà présent dans le bilan à des rubriques différentes.

Intervention de Djemel Smaili : De plus en plus de réserves d'accident du travail sont constatés dans nos entreprise par les différentes Direction, notamment quand il n'y a pas de témoins.

Pouvez-vous nous fournir les données chiffrées des réserves émises sur l'année 2022 sur l'ensemble du groupe ?

Intervention de Sylvie Dubois :

Chapitre Effectif

Nous avons perdu 15.49 % de l'effectif total en 2 ans :

*- 10.89% par rapport à 2021
-5 26% de cadres pour – 11.83% d'employés*

- 29% de contrat d'apprentissage pour 54% de contrats pro en plus, c'est l'inverse de l'année dernière, nous avons plus de contrats d'apprentissage que de contrats pros, quelle est l'explication ?

Nous constatons qu'il y a de plus en plus de salariés qui ont moins d'1 an d'ancienneté.

*Presque 42% de l'effectif employés a – de 5 ans d'ancienneté. **Quid des compétences ?***

+ 25% d'embauches en CDI par rapport en 2021, mais quelle est la part d'embauches des étudiants dans ces 25% ?

Nous constatons d'ailleurs une légère augmentation des contrats de – 22 h, certainement liée à l'embauche des étudiants.

Quel est le taux de transformation en CDI des embauches de salariés de moins de 25 ans ?

+ 23.3% d'augmentation des démissions par rapport à 201. C'est davantage qu'avant la crise sanitaire. C'est un phénomène qui touche l'ensemble des secteurs d'activité et toutes les régions. A cela s'ajoute des difficultés de recrutement, l'augmentation des arrêts de travail, qui pénalisent les organisations de travail et détruisent les conditions de travail, et en même temps, comment donner envie aux employés de rester, quand on ne les forme pas et quand ils ne peuvent voir d'évolution dans leur carrière, ça n'aide pas à améliorer l'image de l'entreprise.

Quel est le taux de démissions chez les étudiants, il était de 35% l'année dernière.

Le nombre de licenciement pour autres causes est en légère augmentation, + 0.5%.

16 716 fins de contrats pour 16 765 embauches en CDD, autant dire que personne n'a été gardé.

+ 19.8% de départs au cours de la période d'essai par rapport à 2021, à qui revient le plus souvent l'initiative de ces départs, aux salariés ou à l'employeur ? Si c'est à l'initiative du salarié, il faut peut-être s'interroger sur l'accueil de ces salariés.

Promotions :

Pour obtenir une promotion, il vaut mieux être dans l'encadrement, 6.17% des cadres ont été promus pour 4.21% des employés.

Absentéisme :

Le nombre de jours d'absence pour maladie augmente +1,30 jours chez les employés et de presque 1 jour dans l'encadrement par rapport à 2021. Visiblement, la sensibilisation des collaborateurs n'a pas encore porté ses fruits en 2022. Au-delà de cette sensibilisation, l'entreprise va sans doute devoir s'attaquer aux raisons plus profondes de ces arrêts qui a des impacts très lourds, et mettre en place une réelle politique de prévention, notamment sur les troubles psychologiques qui seraient devenus la première pathologie à l'origine des arrêts de travail de longue durée.

Le nombre de jours d'absence pour accident du travail diminue au prorata du nombre de salariés, c'est un indicateur qui va dans le bon sens, par contre, le nombre de jours d'absence pour accidents de trajet est en légère hausse, cela avait déjà été relevé l'année dernière.

Le nombre de jours d'absence total est en augmentation d'1 jour 23 par salarié.

Formation professionnelle continue :

Le nombre de salariés formés est divisé par 2 par rapport à 2021.

Seulement 38.43% des salariés ont reçu une formation, les grands perdants sont les employés, 28.21% ont reçu une formation pour 68.43% des cadres.

Les employés ont bénéficié de 3.52 heures de formation alors que les cadres ont bénéficié de près de 15 heures.

Déclaration Sylvie Dubois :

La formation renforce et développe les compétences, améliore les performances, donne plus de facilités à évoluer, et motive les troupes. L'entreprise ne peut que bénéficier d'un retour sur cet investissement.

A quoi est liée cette disparité ?

Combien de salariés ont évolué par le biais de l'école des leaders sur les 1200 qui ont intégré l'école des leaders ?

Les dépenses de sécurité ont augmenté de 54%, quelles ont été ces dépenses, et sur quelle entité ? A l'indicateur 119, dans la répartition de l'effectif selon une structure de qualification au 31 décembre, le total de tous les niveaux ne correspond pas au total de l'effectif, y'a-t-il des salariés qui n'ont pas de qualification ? (142 en 2022, 87 en 2021, 177 en 2020).

Pour FO, la lecture de ce bilan social n'est pas de nature à nous rassurer, la diminution constante des effectifs, l'augmentation des démissions, l'augmentation des jours d'absence, le peu de promotions et le peu de formations chez les employés nous inquiète au plus haut point, car elles génèrent des conditions de travail dégradées, et une démotivation de plus en plus profonde de tous les salariés, de plus, le plan Bompard 2026 ne présage pas d'amélioration dans ces indicateurs.

Bilan 2022 Action Logement

LE GROUPE ACTION LOGEMENT



ACTION LOGEMENT, UN ACTEUR UNIQUE, RECONNU D'UTILITÉ SOCIALE



VISION
Faciliter l'accès au logement pour favoriser l'emploi



MISSIONS
Proposer des aides et services pour accompagner les salariés
Construire et financer des logements sociaux et intermédiaires



IMPLANTATION
Des directions régionales et agences locales implantées au cœur des territoires
50 filiales immobilières

EN FACILITANT L'ACCÈS AU LOGEMENT POUR LES SALARIÉS, LE GROUPE SOUTIEN L'EMPLOI ET LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES, ET CONTRIBUE AU DÉVELOPPEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET À L'ÉQUILIBRE SOCIAL DES TERRITOIRES

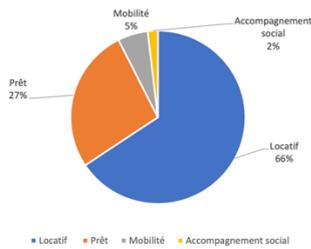
BILAN 2022

FAIRE DES TRAVAUX		
PRÊT TRAVAUX	40	413 664,00 €
AIDE POUR LES TRAVAUX DE PERFORMANCE ÉNERGETIQUE	4	57 181,00 €
	44	470 845,00 €
BOUGER		
AIDE MOBILI-PASS* (Subvention)	98	204 500,00 €
AIDE À LA MOBILITÉ	319	319 000,00 €
AIDE MOBILI-JEUNE*	292	350 400,00 €
	709	873 900,00 €
SURMONTER DES DIFFICULTÉS		
ASSISTANCE DES SALARIÉS EN DIFFICULTÉ	170	
PRÊTS ALLÈGEMENT DE CHARGES DE LOGEMENT	33	63 423,00 €
PRÊTS REFINANCEMENT DE PRÊTS IMMOBILIERS	2	74 000,00 €
SUBVENTIONS dont Hébergement d'urgence	56	97 785,00 €
Accompagnement Social COMPLEMENTAIRE (partenaires Ingénierie Sociale)	61	58 155,00 €
	322	293 363,00 €

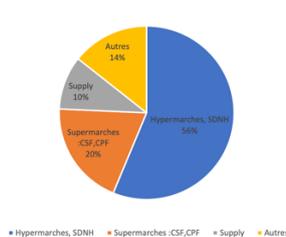
BILAN 2022

LOUER		
DEMANDE DE LOGEMENT EN COURS	2352	
MÉNAGE LOGÉ LOGEMENT PÉRENNE	825	10 112 000,00 €
MÉNAGE LOGÉ LOGEMENT TEMPORAIRE(4)	23	115 000,00 €
AVANCE LOCA-PASS*	143	86 214,00 €
GARANTIE LOCA-PASS*	0	
VISALE - Certification VISA	948	
VISALE - Émission du contrat de cautionnement	376	
	3720	10 313 214,00 €
ACHETER		
PRÊT ACCESSION	78	3 120 000,00 €
PRIME ACCESSION	64	640 000,00 €
CONSEIL EN FINANCEMENT(4)	139	
	281	3 760 000,00 €

REPARTITION PAR AIDES



Répartition de la collecte

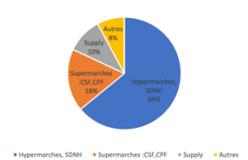


REPARTITION DES DEMANDES ET DES RESERVATION LOCATIVES

Demandes de logement

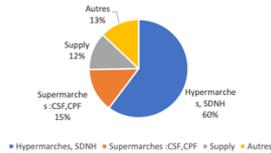


Reservations

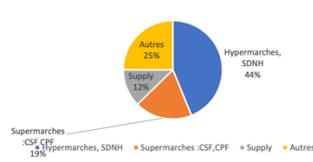


REPARTITION DES SERVICES PAR FORMAT

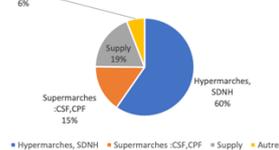
Prêt (achat + travaux)



Aide à la mobilité

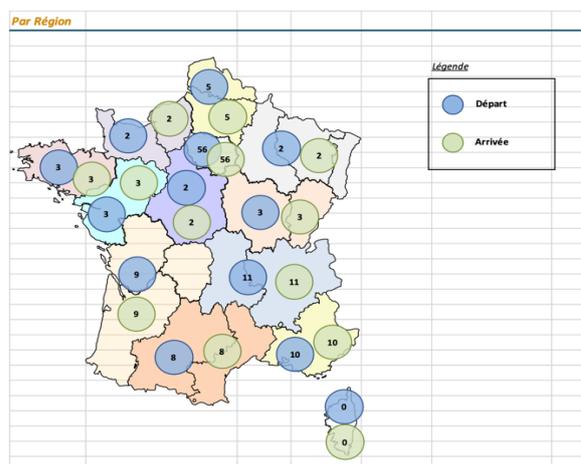


Accompagnement social



Question Nadia Ayad : Vous nous présentez 94 dossiers DALO en cours, il faut souligner qu'il s'agit de demandes et qu'action logement n'a pas pouvoir de valider ces demandes prioritaires car c'est la préfecture qui les valide et parfois les refuse malgré des critères encourageant pour effectuer ces demandes-là.

Réponse : En effet, nous avons obligation de présenter 25% de logement en commission d'attribution, l'état va réquisitionner nos appartements, nous avons tout intérêt à présenter des salariés Carrefour.



Synthèse

	Parc Privé	Parc Intermédiaire	Parc Social	Total
Nombre de salariés accompagnés	32	43	39	114
Nombre de Recherches réalisées	12	13	6	31
Nombre de Recherches annulées	3	4	3	10
Nombre de Recherches en cours	17	26	30	73

Détail Réalisation

Logement	Parc Privé	Parc Intermédiaire	Parc Social	Total
Action Logement			3	3
USH (Bailleurs Sociaux)			2	2
CDC HABITAT		8		8
Bien Ici	8			8
Agence Immobilière Locale	1	1		2
LocService	1	2		3
Autres (Le bon coin, bouche à oreille)	2	2	1	5
Total	12	13	6	31

Services Optionnels	Nombre de dossiers	Réalisés	En cours	Annulés
Box Internet	22	11	3	8
Financement Immobilier	13	2	7	4
Déménagement Personnel	15	4	2	9
Énergie (Électricité / Gaz)	37	23	5	9
Assurance habitation	21	10	4	7
Travaux	4	1		3

	Statut des salariés : Panel de 93 salariés
Employés	84%
Cadres	16%

Présentation des accords Groupe du 1^{er} semestre 2023

Accords signés par FO notamment :

- Avenant n°1 au règlement du Plan d'Épargne de Groupe Carrefour France
- Accord d'anticipation et d'accompagnement de la transformation sociale
- Accord de méthode accompagnant la transformation des sièges

Accords en cours de négociation :

- Accord d'aménagement des dispositifs de fin de carrière existants au sein du groupe Carrefour
- Renégociation de l'accord instituant un Congé de Fin de Carrière pour les salariés dont le magasin hypermarché ou supermarché Carrefour serait concerné par un projet de mis en location gérance ou de passage en franchise
- Renégociation de l'accord collectif de groupe relatif à l'instance paritaire de dialogue et de concertation sur la location gérance et la franchise chez Carrefour
- Accord collectif sur la rupture conventionnelle collective accompagnant le projet de transformation des sièges 2023
- Accord sur la Santé au féminin
- Accord PERO