

— Juin 2023 —

Le magazine des adhérents de la Fédération Commerce
Services et Force de Vente

IMPULSION

N°80

FOCUS

Élections du CSE
La CFTC en ordre
de bataille

HCR

McDonald's
se met au verre...

COMMERCE

Ces enseignes qui ne
connaissent pas la crise

SERVICES

Téléperformance :
100 % de télétravail

Pour chacun, pour tous, pour la vie



Logo of MUTUALITÉ FRANÇAISE
MEMBRE DE LA
Groupe VYV, Union Mutuelle de Groupe soumise aux dispositions du Code de la mutualité,
n° Siret 532 461 832, n° LEI 6950050161114042, DirCom Groupe VYV - © Gettyimages - 04/20.

Le Groupe VYV est le 1^{er} acteur global de santé et de protection sociale.

Le Groupe VYV œuvre au quotidien pour être utile à tous et à chacun tout au long de leur vie. Il protège plus de 11 millions de personnes dans l'ensemble de son écosystème et propose des solutions adaptées aux employeurs publics et privés. Acteur engagé, il innove et anticipe pour construire une société plus équitable et socialement responsable. Le Groupe VYV s'affirme comme un véritable entrepreneur du mieux-vivre.

www.groupe-vyv.fr

GRUPE
vyv

Entrepreneur du
mieux-vivre



IMPULSION N°80

Le magazine des adhérents
de la Fédération Commerce Services
et Force de Vente

Juin 2023



06

Actus

Retrouvez tout ce qui fait l'actualité
et les chiffres clés



08

HCR

McDonald's
se met au verre...



09

Commerce

Ces enseignes
qui ne connaissent
pas la crise



12

Agroalimentaire

Nestlé a toujours fait le choix
de la rentabilité



14

Vos droits

Quizz impulsion
été 2023



17

Focus

Élections du CSE
La CFTC en ordre de bataille



26

Services

Téléperformance :
100 % de télétravail

A smiling man with a beard, wearing a blue button-down shirt and a grey herringbone apron, stands in a workshop or store. He is looking directly at the camera with a warm expression. The background is filled with shelves of various items, including bags and boxes, creating a busy, creative atmosphere. A red rectangular frame is superimposed over the left side of the image, containing text.

**SANTÉ
PRÉVOYANCE
ÉPARGNE
SERVICES FINANCIERS
RETRAITE**

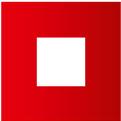
**SE SAVOIR
ENTOURÉ,
ÇA CHANGE
LA VIE**

Nous nous engageons au quotidien
à vous accompagner dans vos projets.
Car nous savons que se savoir bien entouré
est nécessaire pour avancer.

Et ça change la vie !

groupe-apicil.com

APICIL Transverse - Association de moyens du Groupe APICIL régie par la loi du 1er juillet 1901, enregistrée sous le n° SIREN 417 591971, ayant son siège social au 38 rue François Peissel 69300 Caluire et Cuire. GRESHAM Banque - Société anonyme à directeur et conseil de surveillance au capital de 8 997 634 € immatriculée au RCS de Paris sous le n° 341 911 576, établissement de Crédit N°14.120, dont le siège social est situé 20 rue de la Baume - CS 10020 - 75383 Paris CEDEX 08. APICIL Asset Management - Société anonyme au capital de 8 058 100 € enregistrée au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le n° 343 104 949, agréée en qualité de Société de Gestion de Portefeuilles par l'Autorité des Marchés Financiers sous le n°GP98038, et dont le siège social est situé 20 rue de la Baume, 75008 Paris. Communication non contractuelle à caractère publicitaire - IN20/FCR005- 05/2020. Photo : @shutterstock

 GROUPE
APICIL

« VOICI VENU LE TEMPS DES CASSEROLES... »

Après plusieurs mois de mobilisation, la réforme des retraites n'a toujours pas été négociée ni votée. Malgré ce déni de démocratie, celle-ci s'impose de force aux salariés dès le 1^{er} septembre 2023 ! Et pourtant, l'adoption de cette réforme, à l'aide de l'article 49.3, ne passe pas, et surtout, la grande majorité des Français en veut le retrait. Encore une fois, la CFTC n'a pas l'intention de tourner la page des retraites et de cette réforme injuste et injustifiée ! En effet, les motifs qui ont conduit à sa promulgation sont de fallacieux mensonges ! Voici venu le temps des casseroles, lesquelles sont devenues une arme contestataire envers le pouvoir.

Pour renouer le fil du dialogue social, l'exécutif a mis le sujet du travail sur la table qui aurait dû être un préalable à cette réforme des retraites. Nous espérons revenir sur le CHSCT (comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail) et les représentants de proximité qui sont aujourd'hui facultatifs. Comme vous le savez, le CHSCT a été remplacé par une commission sous tutelle du CSE avec des prérogatives très affaiblies. La confédération va également défendre un dossier pour renforcer la couverture santé des salariés au même titre que les cadres qui ont déjà un contrat de prévoyance collective obligatoire. C'est dans la lignée des valeurs de la CFTC que de défendre la personne humaine.

Saviez-vous qu'en France deux salariés meurent chaque jour à cause du travail ! La France porte même le bonnet d'âne en la matière à l'échelle européenne. Sans compter que dans cette période difficile et inflationniste de nombreux Français sautent un repas. Quant aux étudiants, ils vont à la banque alimentaire pour manger puisque le Parlement a rejeté le repas à un euro pour tous les étudiants. Vous avez dit 6^e puissance au monde ?

Que dire encore sur l'inflation et les salaires. À ce sujet, une loi devrait stipuler que si le SMIC augmente de 3 %, par exemple, alors tous les salaires devraient suivre la même courbe pour garder les écarts hiérarchiques. Si on continue sur cette voie, le nombre de smicards risque de doubler.

Enfin, pourquoi le CSE n'aurait-il pas un droit de regard sur l'utilisation des fonds publics concernant les aides accordées aux entreprises sans contrepartie ? Interrogeons l'entreprise : « Quelles sont les actions que vous financez avec cet argent ? »

Je voudrais vous raconter l'histoire d'un ancien travailleur et syndicaliste de Michelin ; il s'appelle Jean-Michel Frixon, et après 43 ans passés chez le fabricant de pneus à Clermont-Ferrand, il vient de publier « Michelin, matricule F276710 ». Un livre dans lequel il raconte sa dure vie d'ouvrier. Son histoire est un peu la nôtre aussi. Une belle occasion de lire pendant les vacances que je vous souhaite les plus belles possibles !

Patrick Ertz,
président de la CSFV-CFTC
06 80 21 29 12
patrick.ertz@csfv.fr





RÉFORME DES RETRAITES : LES SYNDICATS REDORENT LEUR IMAGE !

Selon un sondage Elabe, publié en avril 2023, 52 % des Français estiment que les syndicats sont un « élément de dialogue de la société ». Un chiffre en hausse de 12 points depuis 2020. Ils ne sont plus perçus comme des éléments de blocage (46 %, en baisse de 13 points par rapport à 2020). La perception positive est même devenue majoritaire au sein de toutes les catégories de population, hormis chez les retraités qui conservent majoritairement un jugement négatif.

INFLATION

LES PLUS PAUVRES CONTRAINS DE SAUTER DES REPAS

Selon une enquête récente menée par l'Ifop sur l'inflation, plus de quatre Français sur dix (42 %) vont jusqu'à sauter des repas pour pouvoir faire face à la hausse significative des prix (+5,6 % en mars sur un an, selon l'Insee, et +15,8 % dans l'alimentaire). Sans aller jusqu'à sauter des repas, plus d'un Français modeste sur deux (53 %) dit avoir réduit les portions consommées lors des repas. Ces comportements de privation concernent toutes les catégories de ménages les plus précaires : étudiants, retraités, familles, célibataires... Manger sainement est-il devenu un privilège ?



MORTS AU TRAVAIL UN SCANDALE FRANÇAIS

En France, en 2021, environ un millier de personnes sont mortes en travaillant. La situation des travailleurs français est la pire au sein de l'Union européenne. C'est l'affligeant constat qui se dégage de plusieurs analyses rendues publiques le 28 avril, journée internationale de la sécurité et de la santé au travail, une date symbolique choisie par l'Organisation internationale du travail. Syndicats et associations ont dénoncé une situation déplorable en Europe et catastrophique en France.

CONSOMMATION

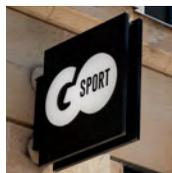
-1,3 %

ce chiffre marque le recul de la consommation des ménages en mars 2023. Selon l'Insee, « cette nouvelle baisse s'explique par la diminution de la consommation alimentaire (-2,4 %) mais aussi par le recul des achats de biens fabriqués (-1,2 %) ».



LE MORAL DES FRANÇAIS RESTE EN BERNE

Toujours inquiets de leur situation financière, les ménages français sont prêts à vouloir épargner davantage. Selon l'enquête de l'Insee de février 2023, ces derniers conservent une opinion très négative sur l'évolution passée et à venir du niveau de vie en France. Ils sont aussi peu nombreux à considérer qu'il est opportun de faire des achats importants (automobile et gros électroménager principalement). Un mauvais signal pour la consommation et la croissance française !



RACHAT DE GO SPORT PAR INTERSPORT

Le suspens a pris fin pour les 2 150 salariés de Go Sport : le groupe en difficultés financières, va être repris par la coopérative Intersport. Dans son projet, cette dernière s'est engagée à reprendre 72 magasins Go Sport, et préserver 90 % des emplois en boutique. Mais 9 autres magasins ferment définitivement leurs portes. Intersport a déboursé 35 millions d'euros pour acquérir l'enseigne et plaide pour « un projet industriel ambitieux ».

ATOUT SÉNIOR !

Pour une fois, la discrimination à l'embauche s'inverse. C'est le cas en Mayenne, à Laval, où un jeune patron de 23 ans qui dirige une entreprise de rénovation du bâtiment a décidé de miser sur l'expérience. Il a embauché 5 séniors en CDI pour conjurer leur mise à l'écart.

EMPLOI

LES PÉNURIES DE MAIN-D'ŒUVRE PERSISTENT EN FRANCE

Sur 56 % d'entreprises ayant des objectifs de recrutement, 29 % ont des difficultés à recruter selon la Grande consultation des entrepreneurs (GCE) menée par Opinion Way. Du coup, l'embauche de nouveaux salariés se transforme parfois en parcours du combattant. Entre les départs précipités, l'inadéquation entre les candidatures reçues et les profils recherchés, le déficit d'attractivité dans certains secteurs, les entreprises mettent parfois des mois, voire des années à trouver le bon profil. Et la situation est loin de s'arranger en France...

LE SMIC REVALORISÉ

Au 1^{er} mai 2023, le Smic va atteindre **1 747,20 euros bruts** par mois, soit 1 383,08 euros nets pour 35 heures hebdomadaires. Il s'agit d'une hausse de 2,22 %, car chaque hausse d'au moins 2 % de l'indice des prix à la consommation est automatiquement suivie d'un relèvement du Smic dans les mêmes proportions.

INFLATION

5,9 %

c'est le **taux d'inflation**
sur un an en France
en avril 2023

« En 18 mois, on va avoir
22-23 % d'inflation sur l'alimentaire,
sur les produits de grande
consommation »

Michel-Édouard Leclerc

SALAIRES

LA PYRAMIDE EN FRANCE

2012 euros. Selon l'Insee, c'est le salaire mensuel net médian (qui correspond à celui pour lequel 50 % des Français gagnent plus et 50 % des Français gagnent moins), avant impôt sur le revenu, en équivalent temps plein (ETP), des salariés du secteur privé (+0,3 % seulement sur un an) en France, d'après les données de l'année 2021. Cette année-là, les salaires nets des Français n'ont pas suivi le rythme de l'inflation qui a atteint 1,6 %. Résultat, à 2 524 euros par mois, le salaire net moyen (qui correspond à « la moyenne de l'ensemble des salaires de la population considérée », en ETP dans le privé a baissé de 1,3 % en euros constants sur un an.

LES FRANÇAIS S'ENNUIENT AU TRAVAIL

Selon une étude de QAPA, la solution digitale d'Adecco, les trois quarts des Français jugent leur travail ennuyeux, un chiffre en augmentation de 5 % en un an. Plus que l'ennui, le manque d'intérêt pointe : à peine plus de la moitié des répondants jugent leur profession utile, contre 68 % en 2022.

HCR

McDonald's se met au verre...



©McDonald's

DEPUIS LE 1^{er} JANVIER 2023, L'ENSEIGNE DE RESTAURATION RAPIDE S'EST MISE EN CONFORMITÉ AVEC LA LOI ANTI-GASPILLAGE POUR SERVIR SES REPAS DANS DE LA VAISSELLE LAVABLE ET RÉUTILISABLE. UNE INITIATIVE POSITIVE POUR L'ENVIRONNEMENT.

« J'ai commencé chez McDonald's à 17 ans, et, aujourd'hui, en tant que coordinatrice, je gère 8 restaurants sur les volets marketing, communication et culture de service. Pour nous, l'environnement, c'est du sérieux ! Depuis 2019, nous sommes sur le projet de la vaisselle réutilisable pour que notre parc de restaurants soit au rendez-vous de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire qui a pris effet au 1^{er} janvier 2023 », explique Anne Nussol, DS McDonald's Corporation.

Les chiffres des fast-foods

Les fast-foods servent en France

6 milliards

de repas par ans dans

30 000 points de vente,

générant **220 000 t**

de déchets chaque année



Désormais, dans les fast-foods, la vaisselle jetable, c'est fini ! Ces restaurants devront recourir à de la vaisselle réutilisable pour les repas et les boissons commandés sur place : gobelets, couvercles, assiettes, récipients ou couverts.

UNE VAISSELLE AU LOOK RÉSOLUMENT MODERNE

Pour Anne Nussol, McDonald's n'a pas attendu la loi pour diminuer ses impacts sur l'environnement tout en restant productif. Avec 2 millions de clients qui se rendent chaque jour dans ses restaurants en France, l'enseigne va ainsi réduire considérablement sa consommation de carton. Ainsi, 100 % de ses emballages en carton des burgers vendus sur place ou à emporter, sont désormais remplacés par du papier alimentaire. « Pour notre vaisselle, nous avons ainsi déployé des contenants en plastique recyclé rouges, des gobelets en Tritan (une marque de polyester, exempt de bisphénol A) et des couverts réutilisables. Mais le parcours de cette vaisselle ne s'arrête pas au service à table ; elle sera rapportée par les clients et nettoyés directement par un service de plonge », précise-t-elle.

Le rôle des clients est primordial : ils devront vider leurs boissons, leurs restes alimentaires et serviettes, puis leurs emballages et enfin la vaisselle et les couverts dans une poubelle munie de plusieurs bacs de tri et recyclage. « On s'est aperçu que les Français ne sont pas prêts à jeter la vaisselle dans la poubelle », note Anne Nussol.

Du coup, ils la posent un peu partout ou ne débarrassent plus. On est en train de réfléchir pour faire évoluer ce modèle. »

McDO VICTIME DE SON SUCCÈS !

Très rapidement, certains clients ont commencé à emporter ces objets réutilisables, jugés collecteurs. « Nous sommes victimes de notre succès et à ce titre d'un record de vols, tellement la vaisselle plaît à nos clients. Beaucoup ont l'habitude de partir avec leur boisson. C'est tout nouveau pour eux, alors il faut faire un effort d'information pour leur expliquer que l'on recycle et réutilise nos vaisselles, alors s'il vous plaît ne les emportez pas ! Ces objets possèdent une puce RFID, mais ils ne sont pas destinés à dissuader les éventuels voleurs. Ce dispositif permet seulement à chaque restaurant de vérifier ses stocks de vaisselle et d'optimiser les approvisionnements. »

Souvent présente en salle pendant les rushes, Anne Nussol prend soin d'observer les clients et d'écouter leurs remarques. « J'ai vu une petite mamie avec son caddy qui remportait plein de vaisselle. Finalement, j'ai réussi à lui faire comprendre avec humour qu'il ne fallait pas car on recyclait la vaisselle pour qu'elle puisse revenir le lendemain. Le but, c'est l'environnement ! », conclut-elle.

Contact

Anne Nussol
DS McDonald's Corporation
06 83 88 28 51
anne.nussol@orange.fr

PIMKIE, KOOKAI, CAMAIEU... POURQUOI CES MARQUES DE PRÊT-À-PORTER SONT-ELLES EN DIFFICULTÉ ? ALORS QUE D'AUTRES COMME PRIMARK OU PROMOD S'EN SORTENT, ET PROGRESSED MÊME. COMMENT FONT-ELLES ?



Ces enseignes qui ne connaissent pas la crise

C'est l'hécatombe ! Après Camaïeu, Go Sport, San Marina, André, Kookai, d'autres marques sont sur la sellette. Comment expliquer cette succession de liquidations et de redressements judiciaires, trois ans après le début de la crise du Covid ? Les raisons avancées par la plupart des experts sont nombreuses : crise sanitaire, inflation, concurrence d'Internet... Contraintes de baisser le rideau, toutes ces enseignes laissent sur le carreau des milliers de salariés. Si elles disparaissent aujourd'hui, c'est d'abord parce qu'elles n'ont pas su s'adapter. Dans les années 90 et 2000, elles étaient plébiscitées grâce à leurs prix abordables, aujourd'hui, trop nombreuses, elles sont concurrencées par des entreprises très compétitives sur le bas de gamme et le pas cher.

Ces entreprises de moyenne gamme sont aussi les plus touchées pour la simple raison qu'elles paient un positionnement peu clair en cherchant à plaire à tout le monde, et, au final, elles ne plaisent vraiment à personne. Mais aujourd'hui, à un moment où beaucoup de consommateurs font très

attention à leurs budgets, ce sont les sites Internet qui ont la cote. Selon une étude publiée par l'Institut français de la Mode (l'IFM) et le panéliste Kantar en mai 2022, un cinquième des ventes de vêtements en 2021 s'est fait en ligne, contre seulement 6 % en 2009. Sans compter que les attentes des consommateurs ont aussi changé. La tendance du *fast-fashion*, avec le renouvellement ultra rapide des collections, a également mis à mal ces enseignes.

À son tour, le marché de la seconde main s'est imposé dans les habitudes de consommation avec l'avènement d'un nouvel acteur arrivé sur le marché français en 2014, Vinted. Selon une enquête récente, le budget des Français alloué aux articles de mode de seconde main a augmenté de 15 % sur un an. À travers ces nouveaux comportements, les consommateurs se révèlent de plus en plus sensibles à l'impact de leur mode de consommation sur l'environnement et, en même temps, restent très attentifs à leur pouvoir d'achat. Face à l'inflation, les Français sont obligés de faire des arbitrages.

PRIMARK®

en chiffres

L'enseigne compte

80 000 collaborateurs

à travers 350 magasins

répartis dans 13 pays

dont les États-Unis

Primark France : 24 magasins

6 000 collaborateurs

PRIMARK : LES RAISONS D'UN SUCCÈS

Et pourtant, il existe des enseignes qui s'en sortent malgré les crises. À commencer par le groupe Primark qui a su traverser la pandémie de Covid-19 et la récession et tenir bon. Pour Thiago Paegle, DSC Primark, « notre filiale de prêt-à-porter d'Associated British Foods (ABF) a su revenir plus forte grâce à la solidité financière de notre groupe Primark. Aujourd'hui, ABF va augmenter ses investissements en France



Ces enseignes qui ne connaissent pas la crise



et continuer d'ouvrir des magasins sans avoir besoin de s'endetter. Mais je crois surtout que c'est la conjonction de plusieurs éléments liés à des erreurs stratégiques qui ont mis en difficulté certaines enseignes. » En pleine crise sanitaire, le groupe britannique avait dû appliquer des augmentations de prix, tout comme il doit s'y résoudre encore aujourd'hui face aux pressions inflationnistes croissantes sur les matières premières, les produits de base, la chaîne d'approvisionnement et l'énergie.

« Malgré une légère hausse de nos prix, il n'y a pas eu d'impact négatif sur nos résultats et les clients ont continué d'acheter. De même que la concurrence du e-commerce n'a pas eu d'effet sur les ventes de Primark qui résiste et n'en fait toujours pas une priorité à court terme. Aujourd'hui, nous avons deux sites en ligne pour que les clients puissent voir nos collections et les tendances, mais pas pour acheter », insiste Thiago Paegle.

La hausse des prix à la consommation a davantage incité les consommateurs à se rapprocher de Primark qui propose des produits moins chers que les enseignes où ils avaient l'habitude d'aller.



L'ÉTHIQUE SELON PRIMARK

À ce jour, le groupe Primark s'appuie sur 485 fournisseurs dans les 5 continents tout en restant très attentif aux cahiers des charges dans ces pays. « Une équipe Ethical Trade & Environmental Sustainability s'assure de la conformité de nos fournisseurs en effectuant chaque année près de 3 000 audits fournisseurs. Notre code éthique précise que : "nous attendons de tous nos partenaires qu'ils respectent son code de conduite, qui liste aussi bien la tolérance zéro face au travail des enfants que le nombre maximum d'heures de travail par semaine ou le droit d'appartenir à un syndicat". »

Pour faire la différence, Primark se doit d'être plus attractif que le concurrent grâce au prix, mais pas seulement : « Il faut être fashion aussi et tendance. On change nos produits dans les magasins très régulièrement de place. Il faut que ça bouge et que nos points de vente regorgent de nouveautés tout le temps. En parts de marché, l'enfant a fait un bond important depuis le Covid-19, ainsi que la femme, la cosmétique et la maison. Le phénomène Primark n'est pas prêt de s'arrêter et nous restons solide en Europe. »

L'inflation aurait-elle eu un effet positif sur les ventes de Primark ? « La hausse des prix à la consommation a davantage incité les consommateurs à se rapprocher de Primark qui propose des produits moins chers que les enseignes où ils avaient

l'habitude d'aller. Du coup, nous avons pris une partie du marché dans l'habillement et notre chiffre d'affaires a augmenté », se félicite Thiago Paegle.

LA LIGNE DISNEY

Autre point important : Primark n'est autre que l'enseigne aux produits Disney pour toute la famille. On comprend mieux pourquoi a chaîne de magasins, importée tout droit d'Irlande, est rapidement devenue une référence pour les accros du shopping et des bonnes affaires. « Primark détient plusieurs licences importantes parmi lesquelles tout ce qui est l'univers Disney, c'est vraiment notre force ! se réjouit Thiago Paegle. Aussitôt que Disney sort un film, Primark dédie toute une collection d'objets à cet événement du cinéma. La folie Disney continue d'animer les rayons de nos magasins et permet à Primark de surprendre et de faire plaisir à nos clients. Plutôt que d'aller payer un produit chez Disneyland à 150 euros, ils ont l'identique chez nous à 25 euros ! »

Après avoir obtenu 57,82 % lors des dernières élections du CSE en octobre 2021, les équipes CFTC continuent d'afficher leurs valeurs et une identité forte : « On organise un concours interne Top Chef Primark pour savoir qui cuisine le mieux dans chaque magasin, et un final aura lieu à Paris où ils devront cuisiner devant un grand chef pour désigner le lauréat. À l'initiative de ces événements, la CFTC essaie toujours de créer du lien pour renforcer la solidarité qui nous unit ! » conclut Thiago Paegle.



PROMOD : UNE STRATÉGIE GAGNANTE

« Produire moins mais mieux, avec moins de magasins, moins de produits et des collections conçues au plus près des besoins des clientes dans des matières plus durables, c'est la nouvelle stratégie de la chaîne de prêt-à-porter féminin qui porte ses fruits ! »

Pour Joséphine Borgies, DSC Promod, « l'enseigne se maintient en limitant les charges grâce à une gestion des stocks et une stratégie bien en place. Après nos deux PSE en 2016 et 2020, la direction a changé de modèle pour faire rebondir la marque qui a renoué avec les bénéfices en 2022, ce qui ne s'était plus produit depuis sept ans. »

Promod a réduit le nombre de ses références de 20 % et s'efforce d'acheter mieux, avec des matières écoresponsables. L'autre différence de la marque est de concevoir ses collections en interne et de les dessiner au plus près des besoins de ses clientes qui sont sollicitée sur leurs envies.

Résultat : cette stratégie a permis de diminuer de moitié les invendus et ainsi d'améliorer la marge.

Cette enseigne du Nord, dont le siège est à Marcq-en-Barœul, compte environ 2 100 salariés et 300 magasins sur la France. « Certaines marques sont en crise car elles n'ont pas su réagir à la période de crise qui touche l'économie et les Français. Les conséquences de l'inflation se ressent sur le porte-monnaie des ménages qui sont contraints de faire des choix dans leurs dépenses délaissant parfois l'achat d'un vêtement », note Joséphine Borgies.

Sur le marché de la seconde main, Promod cherche aussi son modèle depuis plusieurs années déjà. « C'est une bonne chose pour nos clientes et bon pour une mode responsable, se réjouit Joséphine Borgies. En parallèle, Promod a mis l'accent sur le digital depuis 1996 et lancé un nouveau site marchand. À ce jour, le e-commerce représente 5 % des ventes, et 9 % si on y inclut l'activité omnicanale. »

”
Les conséquences de l'inflation se ressent sur le porte-monnaie des ménages qui sont contraints de faire des choix dans leurs dépenses délaissant parfois l'achat d'un vêtement.

Promod c'est aussi une histoire et un style partagées par beaucoup de femmes.

Pour autant, la CFTC n'en oublie pas ses priorités pour défendre les salariés : « Le SMIC reste un salaire de misère, reconnaît Joséphine Borgies, comment peut-on s'en sortir quand, le 10 du mois, il ne vous reste que 100 euros pour vivre ? »



promod

en chiffres

Le réseau de magasins est tombé

de 1 000
en 2016
répartis dans 44 pays

à 410 en France

dont 16 dans les Dom Tom
Le reste en Belgique,
Luxembourg et Suisse.

branchez-vous santé

Économiquement
vertueux, socialement
indispensable



Ensemble, relevons le défi

d'une culture prévention pour tous
et à chaque étape de la vie.

- 4 français sur 10 ne vont pas chez le dentiste. Pourtant, la santé bucco-dentaire est au cœur de la santé globale ⁽¹⁾
- 160 000 cancers évitables sur un total de 400 000 diagnostiqués chaque année ⁽²⁾
- 15,2 % des 3 millions de travailleurs non-salariés en risque d'épuisement professionnel ⁽³⁾



Sources :

(1) UFSBD,

(2) e-cancer 2017,

(3) Étude BPI France Observatoire Amarok

Plus d'information sur
www.ag2ramondiale.fr/branchez-vous-sante
bgbranchezvousante@ag2ramondiale.fr

Nestlé a toujours fait le choix de la rentabilité

LE GROUPE SUISSE RECHERCHE EN PERMANENCE DE LA CROISSANCE FINANCIÈRE. ENTRETIEN AVEC PASCAL CIBIL, DSC NESTLÉ FRANCE SAS

Nestlé est l'un des principaux acteurs de l'industrie agroalimentaire de la planète. Comment présenter ce groupe ?

Nestlé, c'est 344 usines dans 77 pays, 275 000 employés dans le monde, et plus de 2 000 marques. La France compte 17 usines et près de 10 000 salariés en France.

Derrière ces chiffres, on ne peut passer sous silence que le monde industriel est sous « tensions ». Nous avons dû faire face à des années Covid-19 « compliquées », entre 2019 et 2022, où le personnel présent en première ligne a effectué d'énormes efforts pour produire encore plus, et parfois en flux tendu, afin de répondre à une forte demande de fabrication. Sur les 4 sites industriels de Nestlé France SAS, Boué, Challerange, Dieppe et Pontarlier, les élus ont constaté et rapporté une forte dégradation de la situation sociale et des conditions de travail.

Comment l'expliquez-vous ?

Il faut comprendre que la mondialisation et l'Europe exposent nos usines à un *benchmark* permanent et international, basé uniquement sur la performance industrielle avec une digitalisation oppressante qui impose une adaptabilité à l'ensemble des salariés. L'impératif de la compétitivité des coûts renforce leur besoin de flexibilité. L'organisation même de la production en est impactée et la vie familiale des salariés en subit les contrecoups.

Nestlé a décidé de la fermeture de l'usine Buitoni à Caudry, dans les Hauts-de-France. Qu'en est-il du PSE ?

Tout d'abord la CFTC a accordé un soutien sans failles aux familles et victimes touchées directement, et puis c'est un choc immense pour les salariés de l'usine, laquelle avait été mise en cause dans « la retentissante affaire » des pizzas contami-

nées. À la réouverture du site, les ventes étaient en chute libre. La direction a pris la décision d'une fermeture de l'usine avec la mise en place d'un PSE, et, en même temps, un projet de reprise serait envisagé visant une production culinaire prochaine. Évidemment, la CFTC a transmis son désaccord profond à la fermeture de cette usine dans une région déjà durement touchée par les crises successives industrielles.

Comment peut-on envisager l'avenir chez Nestlé, en sachant que le groupe suisse délocalise à tour de bras ?

Concernant les délocalisations, même en Europe, Nestlé a toujours fait le choix de la rentabilité en transférant certaines activités vers des unités de production à l'étranger où la différence sociale de rémunération est inférieure de moitié à la France. À noter que la chute des barrières douanières a fortement facilité la mise en place d'une Europe capitaliste et peu sociale, ainsi que la réelle dégradation de l'activité syndicale du fait des nombreuses lois et réformes non-sociales mises en place par les gouvernements successifs. Les élus par le biais des instances CSE, CSEC ne peuvent accepter de laisser dépouiller progressivement l'héritage industriel du marché Français et de ses salariés.

Rien n'est inéluctable, et, nous pouvons tenter d'améliorer le quotidien de toutes et tous afin de redonner du sens au travail.

Comment se positionne la CFTC ?

C'est clairement de remettre l'humain au centre de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et de faire preuve de tolérance en acceptant tout simplement que n'importe quel salarié(e) « travaille pour vivre et non pas l'inverse ! » Vaste programme pour les générations futures, mais j'ai encore et toujours de l'espoir !



Nestlé

Dans le monde: **344** usines

dans **77** pays

275 000 employés

dans le monde

2 000

marques

En France: **17** usines

10 000 employés

Contact
 Pascal Cibil
 DSC Nestlé France SAS
 06 85 30 59 04
pascal.cibil@fr.nestle.com



QUIZZ IMPULSION ÉTÉ 2023

Avec l'arrivée du soleil et des vacances, notre Fédération vous propose de tester vos connaissances juridiques en répondant à ces questions relatives aux congés payés.

1 VRAI > Les salariés à temps partiel acquièrent le même nombre de jours de congés payés que les salariés à temps plein. Ainsi, un salarié qui travaille 2 jours par semaine bénéficie de 5 semaines de congés payés. Lorsqu'il prendra une semaine de congés payés, il devra poser autant de jours de congés qu'un salarié à temps plein soit 5 jours ouvrés ou 6 jours ouvrables.

2 FAUX > Durant ses congés payés, le salarié ne doit ni travailler pour un employeur ni avoir une quelconque activité rémunérée. En effet, ce temps de congé ne doit être consacré qu'au repos de ce dernier. Une seule exception : les contrats de vendange, mais le salarié devra tout de même obtenir l'accord de l'employeur ou préalable. (Article L718-6 du Code rural)

3 FAUX > La journée de solidarité ne peut pas se traduire par la suppression d'un jour de congé légal. En revanche, la journée de solidarité peut prendre la forme de la suppression d'un jour de congé conventionnel supplémentaire tel qu'un jour de congé d'ancienneté prévu par la convention collective par exemple.

Le salarié reste néanmoins libre, en accord avec l'employeur, de poser un jour de congé payé, un jour de congé conventionnel ou un jour de RTT pendant la journée de solidarité.

ATTENTION : l'employeur ne peut exiger du salarié en congé qu'il revienne effectuer la journée de solidarité dans le cas où celle-ci coïnciderait avec la période de prise de congés.

4 FAUX > Depuis une décision du Conseil Constitutionnel de mars 2016, le salarié bénéficie bien de l'indemnité compensatrice de congés payés même s'il est licencié pour faute grave ou lourde. La gravité de la faute prive uniquement le salarié d'une indemnité de licenciement.

5 VRAI > Les dates de congés payés des salariés peuvent être modifiées jusqu'à un mois avant le départ du salarié, même si elles ont été validées par l'employeur. (C. trav., art. L. 3141-16) Elles peuvent même être modifiées quelques jours avant le départ du salarié si l'employeur est en mesure de démontrer qu'il y a des circonstances exceptionnelles nécessitant cette modification de date de dernière minute. La loi ne définit pas les circonstances exceptionnelles : il a été jugé que le décès d'un salarié ou l'ouverture d'une procédure collective constituaient des circonstances exceptionnelles.

6 VRAI > Le salarié en arrêt pour maladie professionnelle ou accident du travail continue d'acquiescer des congés payés pendant son arrêt, dans la limite d'un an. Si l'arrêt se prolonge au-delà d'un an, il cesse d'acquiescer des droits à congés, mais conserve ceux qu'il a acquis avant et pendant son arrêt.

NOTEZ-LE !

depuis un arrêt du 3 juillet 2012, la jurisprudence applique cette règle également aux arrêts dus à un accident de trajet.

7 FAUX > Contrairement à l'arrêt maladie, le temps passé par le salarié en congé maternité est assimilé à du travail effectif. Aussi, le salarié continue d'acquiescer ses congés payés durant toute la période du congé maternité. Il aura la possibilité de les prendre à son retour de congé même s'il revient après la période de référence.

8 VRAI > La renonciation à ces jours supplémentaires dus au fractionnement peut être prévue SOLI par accord d'entreprise, d'établissement ou à défaut par accord de branche ; SOLI par un accord écrit individuel et expressé du salarié. (Art. L3141-23 CT)

9 VRAI > Le salarié peut considérer sa demande de congés payés comme acceptée si l'employeur ne lui a communiqué aucun refus entre la demande du salarié et son départ en congé. En effet, si l'employeur a l'obligation de fixer l'ordre des départs des salariés, il a également l'obligation de les communiquer.

ATTENTION : un arrêt récent est venu apporter une exception à ce principe : s'il existe une note de service ou un point dans le règlement intérieur imposant que le salarié sollicite une autorisation préalable et expresse de la direction, le salarié ne pourra pas se prévaloir d'un accord tacite de son employeur pour partir en congés. (Cass. soc., 6 avr. 2022, n° 20-22.0551)

10 VRAI > Les salariés ayant moins de 21 ans au 30 avril de l'année précédente bénéficient de 2 jours de congés supplémentaires par enfant à charge sans limite dans le cumul, c'est-à-dire qu'ils s'ajoutent aux congés légaux même si le salarié a déjà ses 30 jours ouvrables de congés (ou 25 jours ouvrés). Toutefois le salarié n'aura droit qu'à 1 jour de congé supplémentaire par enfant si les congés payés acquis durant la période de référence n'excèdent pas 6 jours.

Pour les salariés ayant plus de 21 ans au 30 avril de l'année précédente bénéficient de 2 jours de congés supplémentaires par enfant à charge sans que le cumul de ces congés supplémentaires et des congés payés ne puisse excéder la durée maximale du congé annuel légal. Aussi, un salarié présent toute l'année ne peut prétendre à ces 2 jours supplémentaires dans la mesure où il bénéficie déjà d'un droit à congés complet. Ces dispositions visent plutôt un salarié arrivant en cours d'année ou ayant eu des absences (maladie, congé sans solde...) impactant l'acquisition de ses congés.

FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

6 FAUX VRAI
7 FAUX VRAI
8 FAUX VRAI
9 FAUX VRAI

10 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

11 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

12 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

13 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

14 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

15 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

16 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

17 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

18 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI
 FAUX VRAI

« En quête de vie ? »

Avec le programme Branchez-vous santé, réalisez votre bilan de prévention individuelle « En quête de vie » en ligne, pour vous aider à rester en bonne santé.

Connectez-vous :
<https://www.eqdv.fr/>



**branchez-vous
santé**



AG2R LA MONDIALE
Prendre la main
sur demain

Élections du CSE

LA CFTC EN ORDRE DE BATAILLE



GAGNER SA REPRÉSENTATIVITÉ, MAIS AUSSI POUVOIR AGIR AU SEIN DU CSE ET PORTER LES ATTENTES ET LES REVENDICATIONS DES SALARIÉS : L'ENJEU EST DE TAILLE ! À L'ÉPREUVE DES ÉLECTIONS DU CSE, LA CFTC MET AINSI TOUTES SES FORCES DANS LA BATAILLE EN S'APPUYANT SUR SES VALEURS ET UN ÉTAT D'ESPRIT CONSTRUCTIF. POUR CRÉER UNE SOCIÉTÉ MEILLEURE.



2023

est une année électorale avec 63 % des entreprises qui vont organiser leurs élections des représentants membres du comité social et économique (CSE), lors de ce nouveau cycle 2021-2024. Elles sont donc d'une grande importance pour la représentativité syndicale au sein de l'entreprise, mais aussi pour la mesure de l'audience des organisations syndicales (OS) au niveau national et interprofessionnel et des branches professionnelles. Pour gagner leur représentativité, les OS doivent donc recueillir au moins 8 % des suffrages exprimés, et 10 % en entreprise. Lors de la troisième édition du cycle 2017-2021, la CFTC a obtenu un résultat honorable de la mesure d'audience avec 9,5 % des voix (quasi-stabilité par rapport à 2017). Qu'en sera-t-il lors de la quatrième édition de la mesure d'audience ? C'est tout l'enjeu de cette nouvelle bataille qui se joue au sein de l'entreprise portée par des militants toujours debout ! On l'aura compris : ce temps fort démocratique s'anticipe et se prépare collectivement au sein des sections syndicales. À la CFTC, c'est le dialogue qui est privilégié tout en fondant les actions sur des valeurs comme le respect, la solidarité, l'exemplarité, la liberté et la justice sociale. Plus que jamais, la voix de la CFTC compte et les salariés continuent d'accorder leur confiance à tous ses élus de terrain qui sont à leurs côtés et toujours à l'écoute.



SWISS LIFE EN CHIFFRES

6,9 Mds€ de chiffre d'affaires

2 337 collaborateurs

1 500 000 clients



Pour que l'humain trouve toute sa place en entreprise, les hommes et les femmes de la CFTC, dans un esprit constructif, innove en permanence pour faciliter le dialogue social. Au premier rang des préoccupations : la préservation de la santé, la sécurité et les conditions de travail des salariés. C'est pourquoi la CFTC réclame le retour des CHSCT qui avaient le mérite d'être une instance séparée et entièrement dédiée à ces questions de sécurité et de conditions de travail. Par ailleurs, la crise sanitaire a révélé des modifications profondes dans l'organisation du travail. C'est par exemple le cas du télétravail, ou d'autres formes hybrides. Enfin, plus que jamais, les questions environnementales sont aussi sur le carnet de route des organisations syndicales. Et, à ce titre, la RSE (responsabilité sociale et environnementale) est devenue un vrai enjeu pour la CFTC.

Ils ont voté pour élire leurs représentants au CSE chez Swiss Life, Lidl et Kiabi, respectivement dans les secteurs de l'assurance, de la distribution et du prêt-à-porter.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

SWISS LIFE : L'ASSURANCE D'ÊTRE BIEN DÉFENDU

« Après nos dernières élections de mars, nous restons toujours la première organisation syndicale de l'entreprise après avoir obtenu, 29,38 % des suffrages, malgré un taux de participation sensiblement en baisse, passant de 65 % à 55 %. Notre particularité est d'avoir 4 collèges électoraux : 2 pour les administratifs, cadres et non-cadres, un collège pour les commerciaux cadres et



TOUJOURS BASÉE SUR LE VOLONTARIAT, L'ÉVOLUTION VERS LE TÉLÉTRAVAIL A RECUEILLI L'ADHÉSION DE 95 % DES SALARIÉS

les inspecteurs, et un dernier pour les non-cadres commerciaux », explique Alain Duquesnoy, DSC Swiss Life. Cette baisse de participation peut s'expliquer pour différentes raisons ; tout d'abord, une campagne électorale durant la période de mobilisation contre la réforme des retraites où malheureusement les syndicats n'ont pas été entendus. À cela, il ne faut pas oublier la période Covid 2020-2021 qui a généré un ensemble de conséquences défavorables aux missions « syndicales » en éloignant clairement les salariés des représentants du personnel en place (élargissement du télétravail chez Swiss Life à tous les salariés de l'entreprise durant les périodes de confinement). « Depuis, l'organisation du travail a été revue et l'accord télétravail en place prévoit dorénavant jusqu'à 135 jours en télétravail par an, soit en moyenne 3 jours par semaine, précise Alain Duquesnoy. Toujours basée sur le volontariat, cette évolution a recueilli l'adhésion de 95 % des salariés. Aujourd'hui, nous avons un taux d'occupation des bureaux de l'ordre de 70 % par rapport au nombre des salariés et certains jours, il n'y a que peu de monde sur les différents sites de l'entreprise, lundi et vendredi notamment. »

Par ailleurs, durant ces quatre dernières années, Swiss Life a également connu de nombreux départs naturels en retraite remplacés ou non par de jeunes diplômés en quête d'évolution de carrière et moins attirés par les activités syndicales et sociales. Selon Alain Duquesnoy, « ils ont pour habitude de travailler seul avec leur ordinateur, essentiellement en télétravail, et au bout de 3 à 4 ans, ils quittent l'entreprise pour continuer leur carrière professionnelle ailleurs. Enfin, nous ne pouvons pas négliger cette perte de confiance mêlée à la crise inflationniste ». Pour toutes ces raisons, la campagne des élections CSE s'est avérée plus compliquée que lors de la précédente mandature, mais grâce à une équipe rajeunie, motivée et dévouée, la CFTC a pu l'emporter, reprendre les commandes du CSE avec la CFE-CGC et relancer immédiatement toutes les activités sociales pour le plus grand bonheur des salariés... « Aujourd'hui, par exemple, nous sommes axés à fond sur la RSE qui



SwissLife





constitue un défi important pour les entreprises qui sont amenées à revoir leurs manières de penser, de décider et d'agir, note Alain Duquesnoy. Nous venons d'ailleurs de recevoir le dernier rapport complet de la direction dédié à ce sujet. Pour la CFTC, c'est une priorité car nous pouvons mieux défendre les intérêts des salariés tout en contribuant à l'innovation sociale et à la valorisation de notre organisation syndicale. C'est le cas notamment avec la construction de notre nouveau siège social prévu pour novembre 2024, où la qualité de vie au travail fait partie des sujets débattus en commission spécifique à laquelle nous participons activement. »

Aujourd'hui, la place du travail dans la vie des salariés n'est plus aussi importante et certains préfèrent désormais gagner moins d'argent mais avoir plus de temps libre. « Je l'observe lors des phases de recrutement à travers les questions posées : "A-t-on droit au télétravail chez Swiss Life ? Y a-t-il de la souplesse dans les horaires". En fait, ces nouveaux candidats recherchent davantage la qualité de vie sachant qu'ils ne font plus carrière dans une seule entreprise. Ils veulent avoir du temps pour eux, ne pas subir la pression dont ont souffert leurs parents, et agir pour l'environnement », reconnaît Alain Duquesnoy.

Swiss Life, c'est 2 450 salariés sur toute la France. Alain Duquesnoy aime à rappeler que le télétravail permet à l'entreprise de réaliser des économies très importantes en matière de frais généraux et notamment durant la période Covid. Selon une étude, cette forme de travail a permis de faire des économies d'énergie pouvant aller jusqu'à 30 % pour les entreprises, sauf que ces frais sont de fait reportés chez les salariés. « Durant cet épisode, nous avons eu une progression du chiffre d'affaires phénoménale alors que personne n'était au bureau. La direction a pu se rendre compte que les salariés étaient souvent plus productifs chez eux qu'au bureau. Malgré les efforts consentis en travaillant différemment, les salariés ont jugé injuste l'absence de reconnaissance qui, selon eux, aurait dû passer par des augmentations de salaire et une prise en compte plus importante des indemnités de frais pour le télétravail. Lors des négociations annuelles obligatoires (NAO) sur les salaires en 2022, nous avons créé une intersyndicale et organisé des débrayages de nos outils informatiques à raison de trois quarts d'heure sur des périodes déterminées. Ces actions ont permis d'obtenir après deux mois des revalorisations de salaires plus intéressantes avec notamment une augmentation générale pour compenser en partie le



phénomène de l'inflation », se félicite Alain Duquesnoy. L'optimisme est de mise au sein de la section CFTC de Swiss Life qui confirme sa position de leader lors de ses dernières élections du CSE. « Ce succès est dû à la répartition très homogène de mes équipes entre les populations administratives (cadre et non cadre) et les populations commerciales (conseillers commerciaux et inspecteurs). Néanmoins, il a fallu reconstruire une équipe et recruter des jeunes qui travaillent en groupe de 4-5 sur des thèmes où ils ont des compétences. Enfin, on essaie d'être pédagogique en ciblant notre communication en fonction des populations à atteindre », conclut Alain Duquesnoy.

LIDL : LA CFTC MONTRE L'EXEMPLE !

Chez Lidl, l'enseigne allemande qui a inventé le « hard discount », la CFTC a, une nouvelle fois, su faire entendre sa voix. Depuis Lidl a changé de modèle pour devenir une marque tendance alors que la section CFTC continue de prôner ses valeurs pour un monde plus juste et plus humain : « Nous avons bouclé le premier tour de nos élections CSE, le 30 mai 2023, en gagnant notre représentativité dans un contexte difficile avec 15,62 % de suffrages sur 38 000 électeurs, se réjouit Christophe Lefèvre, DSC Lidl. Avec nos 25 directions régionales et

LIDL PÈSE 100 MILLIARDS !

Le discounter allemand peut se targuer d'être le sixième employeur de l'Hexagone, avec ses 45 000 employés dans toute la France et le recrutement de 2 000 à 2 500 personnes pour la seule année 2022. En début d'année, l'enseigne comptait plus de 1 591 magasins dans le pays. Pour la première fois en 2021 (les comptes sont arrêtés à février 2022), Lidl a passé la barre des 100 Mds€ de chiffre d'affaires (100,8 Mds€ pour être précis, + 4,6 %) dans le monde. Lidl est 4^e du classement des enseignes de grande distribution en France avec 79 % de parts de marché.

2 sièges, on peut se féliciter du travail de l'ensemble de nos sections dont les femmes et les hommes ont œuvré sur tout le territoire malgré un tel morcellement. »

Un seul mot d'ordre : le terrain, rien que le terrain ! On ne compte plus les déplacements pour se rendre dans toutes les régions afin d'y rencontrer les futurs candidats et parler stratégie. De l'information, de la mobilisation, sans oublier l'utilisation des réseaux sociaux qui sont développés aussi en régions. « *Malgré le travail accompli depuis quatre ans, nous avons perdu 2 points d'audience. Cependant, le scrutin a été vraisemblablement entaché d'irrégularités de vote qui ont généré un véritable chamboulement dans la hiérarchie des organisations syndicales, se désole Christophe Lefèvre. Malgré la sécurisation du vote électronique, il faut croire que certaines organisations syndicales (OS) chez LIDL ont trouvé la faille en reprenant quasiment 7 points, et passant en première position alors qu'un syndicat leader est déclassé en 5^e position. Face à la voracité de certains syndicats, on peut véritablement parler de mafia électorale, c'est affligeant ! »*



FACE À LA VORACITÉ DE CERTAINS SYNDICATS, ON PEUT VÉRITABLEMENT PARLER DE MAFIA ÉLECTORALE, C'EST AFFLIGEANT !

Heureusement, la CFTE, fidèle à ses valeurs de respect, de transparence et d'exemplarité prône « *un syndicalisme pour les autres et pas pour soi-même. »*

De plus, ces élections professionnelles se sont déroulées en plein mois de mai avec son lot de jours fériés et d'actions publicitaires, le tout dans un contexte peu favorable en matière de conditions de travail : « *Il a été très difficile de toucher nos salariés et de faire passer des messages électoraux lors de cette campagne électorale. Les employés sont sous tension, en sous-effectifs, ils veulent des bras supplémentaires et des horaires non modifiés au quotidien. Ils n'en peuvent plus de rentrer le soir à plus d'heures ou commencer à 5 heures du matin... On comprend mieux l'importance de notre turnover (27,5 %) qui nous fait perdre nos compétences et nos anciens salariés »*, note Christophe Lefèvre.

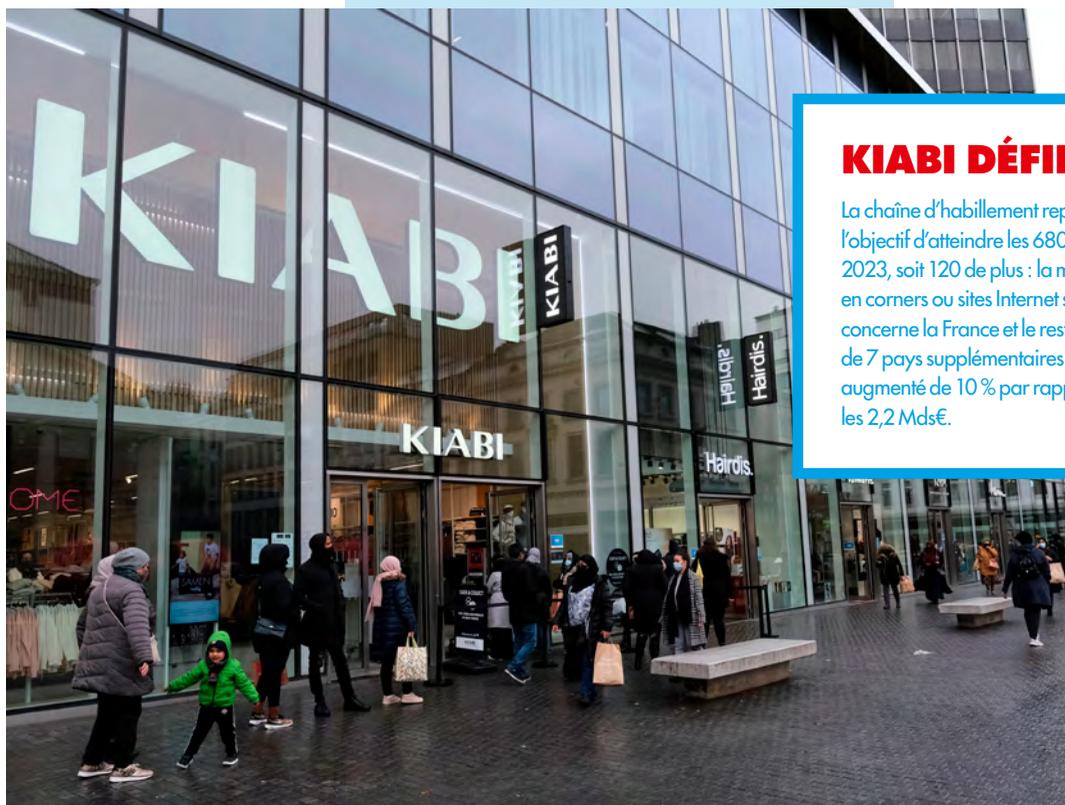
Face à la dégradation des conditions de travail, c'est le calvaire au travail pour beaucoup de salariés, avec des magasins organisés sous la pression des coûts, avec des objectifs de performance journalière entraînant une très forte pressurisation du personnel. « *Il est dommage que l'action syndicale ne les intéresse pas non plus. Au sein de l'entreprise, on n'arrive même pas à se regrouper en intersyndicale, et nos actions séparées n'inquiètent même pas l'entreprise qui se frotte les mains »*, avertit Christophe Lefèvre.

Aujourd'hui, avec ses 45 000 employés, Lidl représente 79 % de parts de marché, et se retrouve en 4^e position dans la chaîne des supermarchés en France. « *De cette division encouragée par la direction, il est temps de faire entendre notre voix, d'unir nos expériences et nos idées pour construire ensemble un avenir meilleur*, rappelle Christophe Lefèvre. *Alors, au quotidien, battons-nous pour une meilleure qualité de vie au travail ! »*

KIABI : LE PRÊT-À-GAGNER EN MODE CFTE

L'enseigne nordiste Kiabi, qui habille toute la famille avec sa gamme à petits prix, progresse de 10 % par rapport à 2021 mais aussi par rapport à 2019. Laisant les années Covid dans son rétroviseur, elle relance son expansion. Dans cette entreprise de la galaxie Mulliez qui ne connaît pas la crise, la CFTE fait carton plein ! « *On a gagné haut la main nos élections du 5 avril 2023, annonce d'emblée Gilda Roig, DSC Kiabi Europe (qui concerne en fait la France). Avec 4 000 personnes, nous avons atteint le score de 49 %, alors qu'on faisait 34 % il y a encore quatre ans. Au sein des services centraux (650 personnes), qui représente l'international et*





KIABI DÉFIE LA CRISE

La chaîne d'habillement reprend son expansion avec l'objectif d'atteindre les 680 points de contacts fin 2023, soit 120 de plus : la moitié en magasins, le reste en corners ou sites Internet supplémentaires. La moitié concerne la France et le reste l'étranger, avec l'ouverture de 7 pays supplémentaires. En 2022, ses ventes ont augmenté de 10 % par rapport à 2021, atteignant les 2,2 Mds€.



s'appelle Bunsha, on est à 34 %. Enfin, à la logistique (600 personnes), nous avons fait une alliance avec FO pour avoir nos 10 %, mais on a obtenu seulement 9,56 % ; ça va venir ! »

Avec ce score record, la CFTC compte aujourd'hui 12 postes au CSE, contre 8, il y a quatre ans. « Ce succès a été possible avec une équipe très soudée qui compte beaucoup plus de jeunes et fait énormément de travail de terrain, souligne Gilda Roig. Moi-même, je me suis déplacée dans le Sud-ouest, la Normandie, Paris et ma région, les Côtes-d'Armor. Et mes collègues se sont partagé les autres régions pour rencontrer les filles par 2 ou 3 dans les magasins afin de faire le point avec elles et échanger selon leurs demandes. »

Chez Kiabi, le sous-effectif dans les magasins est chronique. « Aujourd'hui, on voit des permanents qui font des heures à n'en plus finir, de l'ouverture à la fermeture du magasin, mais le salaire ne suit pas la même courbe. Résultat : de plus en plus de salariés se plaignent de fatigue mentale. Depuis deux ans, des primes assez importantes sont versées, mais le salaire de base n'évolue

pas beaucoup. L'année dernière, on avait négocié 4,2 % d'augmentation, mais ça reste bien en deçà de l'inflation », reconnaît Gilda Roig.

Face au manque de salaire, les cadres n'hésitent plus à aller voir ailleurs pour améliorer leur situation financière et leurs conditions de travail. « Les départs des cadres sont de l'ordre de 26 %, un taux identique à celui des employés, souligne Gilda Roig. Les jeunes n'ont plus l'ADN de l'entreprise comme on pouvait avoir le travail dans nos gènes, c'est désormais une époque révolue. Il faut désormais faire avec un turnover important et beaucoup de temps partiel choisi. »

Aujourd'hui, le succès de la CFTC ne se dément pas et s'explique par des accords gagnant-gagnant. « Nous avons réussi à remettre de la prime de performance Kiabi (PPK) tous les 3 mois car seuls les cadres en bénéficiaient jusqu'à présent, avoue Gilda Roig. Par ailleurs, nous échangeons toute l'année avec les représentants du personnel qui sont disséminés dans 140 magasins. On passe beaucoup de temps à informer, accompagner et écouter les salariés car nous croyons beaucoup au dialogue et à l'humain. »

KIABI
la mode à petits prix

« Les Français accordent de moins en moins d'importance au travail »

Flora Baumlin ←
directrice de clientèle de
l'Expertise Corporate &
Work Experience

EN PLEINE RÉFORME DES RETRAITES, LES SALARIÉS QUESTIONNENT DE PLUS EN PLUS LEUR RAPPORT AU TRAVAIL. DANS SA NOUVELLE NOTE, « JE T'AIME, MOI NON PLUS : LES AMBIVALENCES DU NOUVEAU RAPPORT AU TRAVAIL », PUBLIÉE PAR LA FONDATION JEAN-JAURÈS, L'IFOP FAIT LE CONSTAT QUE LES FRANÇAIS APPRÉHENDENT LA VIE DIFFÉREMMENT ET SEMBLENT PLUS DISTANTS DE LEUR TRAVAIL.



PAROLE D'EXPERT

Pourquoi cette étude sur le nouveau rapport au travail ?

Flora Baumlin — Notre travail quotidien, au sein de l'Ifop pour l'Expertise Corporate & Work Experience, est axé sur le vécu au travail principalement et les évolutions qui impactent en profondeur l'écosystème du travail. Au fur et à mesure des études que l'on a menées ces dernières années, on s'est aperçu que des choses bougeaient, et, au travers de différentes sollicitations, on s'est dit qu'il serait pertinent d'agrèger tous ces grands enseignements dans une seule note pour essayer de tirer quelques conclusions. On est allé chercher les résultats des enquêtes publiées afin de traduire cette évolution que l'on observe tous les jours dans nos travaux.

Fin 2022, vous observez dans cette nouvelle note un recul de la place du travail dans la vie des Français et, en parallèle, des symboles de réussite traditionnelle qui sont en perte de vitesse. Quelles en sont les origines ?

F. B. — Le point de départ de cette note est de reposer la place du travail dans la vie des Français, et, en effet, en trente ans la part de ceux qui considèrent le travail comme « très important » a été divisée par 3 ! Ils étaient 60 % dans les années 90 et ils ne sont plus que 21 %. On aura compris que les Français accordent de moins en moins d'importance au travail. C'est une évolution qui concerne toutes les catégories de métiers et toutes les tranches d'âge, les hommes comme les femmes. Au final, cette dynamique concerne tous les salariés, y compris les plus âgés et le discours qui prétend que les jeunes seraient les seuls concernés est faux, ce n'est pas qu'un effet générationnel.



des Français considèrent le travail comme « très important » contre 60 % dans les années 90

Une chose est sûre : la crise du Covid-19 a servi de déclencheur à ce phénomène générant une coupure nette pour beaucoup. Bien sûr, les premières et deuxièmes lignes n'ont pas du tout partagé le même vécu que les cadres qui ont connu le télétravail et le chômage partiel. Pour autant, tous ont partagé une véritable remise en question. ●●●

PAROLE D'EXPERT

Ce recul de la place du travail se traduit aussi par un renversement des symboles de réussite hérités des Trente Glorieuses, et qui ne sont plus les mêmes. Ils concernent trois grands domaines : le temps de travail, l'espace de travail et la culture managériale et la hiérarchie. Le rapport au temps de travail a évolué : on l'observe à travers l'indicateur de la préférence entre l'argent et le temps libre qui a été complètement inversé sur une dizaine d'années. Alors qu'en 2008, une large majorité des salariés Français (62 %) affirmait préférer gagner plus d'argent au détriment du temps libre, ces proportions sont rigoureusement inverses aujourd'hui : 61 % d'entre eux préfèrent désormais gagner moins d'argent, mais avoir plus de temps libre. Les années sarkozystes avec le slogan « travailler plus pour gagner plus » (2007) font moins recette depuis la crise du Covid-19 qui a permis à certains de redécouvrir ce qu'était le temps personnel. Un signe des temps : cette évolution impacte même certains salariés de la banque d'investissement Goldman Sachs – pourtant archétype de l'entreprise capitaliste – qui ont demandé, en 2021, à réduire leurs horaires de travail pour pouvoir passer de 98 heures par semaine à 80 heures, tant le fait de ne pas compter ses heures avait été porté dans cette entreprise à un paroxysme jugé désormais insoutenable. Un mouvement similaire a vu le jour en Chine en 2021, avec le Tang ping, qui signifie « s'allonger à plat ». Il est principalement porté par de jeunes Chinois qui décident de rejeter la pression sociale liée à la culture du travail et de revoir à la baisse leurs ambitions professionnelles. En France, l'exemple des cadres notamment qui valorisaient le fait d'être débordé tout le temps et partout, d'être sur-sollicité, ont dû reconstruire un nouveau récit de valorisation au moment du covid où ils se sont retrouvés en chômage partiel. Du coup, cette illusion d'être toujours pressé s'est dégonflée, et a permis, en même temps, à beaucoup de gens de se rendre compte qu'il y avait d'autres moyens de se réaliser que d'être en permanence sur-sollicité.

Alors, le nouveau slogan c'est travailler moins pour vivre plus ?

F. B. — Aujourd'hui, les Français sont encore très engagés dans leur travail en dépit d'un manque de reconnaissance qui est caractéristique du management français. Pour autant, ils veulent remettre le travail à sa juste place, et, pour la majorité, un emploi, c'est d'abord une contrainte nécessaire pour subvenir à ses besoins, et moins un but en soi. D'ailleurs, les Français ont senti le besoin de mettre une limite afin de ne pas se faire grignoter par la charge de travail. En effet, l'équilibre entre vie privée et professionnelle est essentiel pour ne pas se sentir perdant dans son rapport au travail. On parle alors d'un contrat social de travail dégradé pour la moitié des Français qui se considèrent comme perdants dans leur rapport à l'emploi. Ce chiffre a quasiment doublé en l'espace de trente ans !

On observe aussi un autre facteur explicatif avec la mise à distance du rapport à l'entreprise. Aujourd'hui, on ne fait plus carrière dans une société comme il y a vingt ou trente ans où certains salariés pouvaient commencer et terminer leur parcours professionnel dans la même entreprise. Dorénavant, il est plus fréquent



En France, les cadres qui valorisaient le fait d'être débordé tout le temps et partout, d'être sur-sollicité, ont dû reconstruire un nouveau récit de valorisation au moment du covid.

BIO

Flora Baumlin est Directrice de clientèle au sein de l'expertise Corporate et Work Experience de l'Ifop.

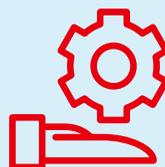
Elle travaille sur les thématiques de vécu au travail et d'égalité professionnelle et a notamment co-écrit avec Romain Bendavid

« **Les Chemins de l'égalité : les femmes, les hommes et le travail** » aux Éditions de l'Aube.

de changer d'employeur, ce qui se traduit le plus souvent par une distanciation vis-à-vis de son entreprise. En 2005, 38 % des gens étaient fiers d'appartenir à leur entreprise et, aujourd'hui, ils ne sont plus que la moitié, soit 20 %. Aujourd'hui, les gens qui sont sur le marché de l'emploi, et, notamment, la frange la plus jeune, ont grandi entre les vagues de crises financières et de désindustrialisation, et du coup, leur image de l'entreprise n'est plus celle de l'entreprise paternaliste ou providence qu'ont pu connaître leurs parents ou grands-parents à une certaine époque. Leurs trajectoires ont plutôt été jalonnées par l'image de sociétés qui déposent le bilan, procèdent à des licenciements économiques ou encore qui peuvent être prises dans des scandales financiers par exemple.

Avec la crise sanitaire, on a pu observer la diminution des déplacements et des interactions sociales avec pour conséquence un individualisme plus poussé. Du coup, les mentalités ont-elles évolué vers une quête de sens pour vivre le travail autrement ?

F. B. — En effet, cet épisode a permis de remettre les choses en perspective, mais selon nos indicateurs on s'aperçoit que ces idées étaient déjà en gestation. Quand on teste la part du travail dans la vie des Français, au même titre que les loisirs, la famille, les amis ou la religion, on s'aperçoit que, sur la même période, l'importance dévolue aux loisirs augmente sur le « très important », soit +8 points en



des actifs déclarent
que leur **charge de travail**
a augmenté ces cinq
dernières années

trente ans, mais le travail ne décroît pas du tout dans les mêmes proportions. Ce n'est pas un mouvement symétrique où l'on remplace le travail par les loisirs. Et cette progression n'est pas égalitaire en fonction des catégories de métiers : en 2022, 39 % de Français considèrent que les loisirs sont très importants dans leur vie, mais c'est 44 % des cadres et 34 % des catégories populaires.

La Grande démission et le fameux « quiet quitting », qui ont fleuri ces derniers mois outre-Atlantique pour désigner les maux qui agitent le monde du travail post-covid, ont fait couler beaucoup d'encre. Qu'en est-il en France ?

F. B. — A l'Ifop, on veut être un peu précautionneux par rapport à toute cette sémantique, et, notamment, sur le *quiet quitting*, où l'on observe une certaine ambivalence. Et pourtant, cette démission silencieuse de certains salariés – qui décident de s'en tenir au strict minimum de leur fiche de poste, sans faire plus que l'attendu – ne concernerait donc qu'un salarié sur cinq (21 %). Ils sont en revanche 77 % à en faire en général plus que ce qui est attendu d'eux dans leur poste actuel. Cela signifie que cette massification du *quiet quitting* est un mythe, tout comme la Grande démission que l'on n'a pas vu dans nos enquêtes. En revanche, ce phénomène du *quiet quitting* reste l'expression du besoin de chercher un rééquilibrage dans ce que l'on donne à son travail et ce que l'on en retire afin de savoir couper au bon moment. Dès lors, cette notion-là prend plus de place aujourd'hui dans l'esprit des Français et redéfinit aussi le nouveau rapport au travail. Quant à l'envie de démissionner, elle est de plus en plus présente à l'esprit, mais dépasse peu le stade de l'intention. Autre paramètre à prendre en compte : selon une enquête menée par l'Institut Montaigne, 60 % des actifs déclarent que leur charge de travail a augmenté ces cinq dernières années. Cette recherche de toujours plus de productivisme sur l'emploi

fait peser une charge et une pression sur les salariés qui les conduit à se détacher ou remettre le travail à sa juste place dans leur vie.

Cette démotivation au travail n'est pas autant perçue en Europe. Est-ce une spécificité française ?

F. B. — C'est un mouvement international, mais pour autant il y a des spécificités françaises et notamment dans les motifs de cette prise de recul par rapport au travail. Ce que l'on note, c'est le manque de reconnaissance qui est le talon d'Achille du management français que l'on ne retrouve pas dans d'autres pays. Quand 77 % des Français considèrent faire plus qu'attendu dans leur travail, il y en a 42 % qui disent que leur manager ne le remarque pas. Ce phénomène explique le désengagement vis-à-vis du travail. En France, on n'est pas dans une culture du *feed-back* qui est pourtant un outil important du management puisqu'il est un moyen de transmettre un « retour » à une personne sur ses actes. C'est dommage car cela crée une frustration chez les salariés.

Contribuer utilement à la société est le premier objectif pour 31 % des jeunes diplômés des grandes écoles... C'est surprenant ?

F. B. — Historiquement les avancées sociales dans les entreprises étaient effectivement plutôt venues des mouvements ouvriers, et, aujourd'hui, on se rend compte que même ces jeunes

diplômés, qui sont amenés à former l'élite, refusent certaines conditions, et demandent aux entreprises d'être plus responsables sur les questions environnementales ou sociales.

Les ouvriers sont-ils plus insatisfaits de leur vie professionnelle que les cadres ?

F. B. — Ce que l'on observe, c'est que les cadres sont souvent plus satisfaits de leur situation professionnelle que la moyenne des salariés, pourtant nos enquêtes les plus récentes montrent que cette satisfaction s'érode. Les trois quarts d'entre eux ont recours au télétravail alors qu'un tiers des salariés en France y a accès et le pratique. Depuis deux ans, dans ce différentiel entre types de métiers, nous observons une population qui est capable de rééquilibrer sa vie personnelle et sa vie professionnelle avec le télétravail, qui bénéficie d'une grande flexibilité horaire dans les attentes de son travail, et, de l'autre côté, nous avons des gens qui vont travailler soit avec des horaires postés, c'est-à-dire qu'ils changent de tranche horaire chaque semaine ou chaque mois, ou des horaires définis et qui, de fait, ne peuvent pas se permettre cette flexibilité pour accommoder leur vie personnelle avec leur vie professionnelle. Il faut donc s'interroger sur ces notions d'équité au sein du salariat français.

En conclusion, les salariés ont de plus en plus besoin d'être et de se sentir utile...

F. B. — La place du travail est moins importante dans la vie des salariés, mais l'emploi reste la source de revenu et l'on ne peut pas imaginer autre chose. Le travail reste nécessaire, mais pour autant je pense qu'il y a tout à réinventer, que ce soit dans les manières d'organiser le temps de travail, le lieu de travail, d'interagir dans les équipes... Il y a vraiment cette recherche de l'horizontalité pour mettre fin à la culture du chef et de cette ascension très verticale. Les entreprises et les salariés ont tout à gagner à réfléchir ensemble pour construire ce futur du travail ensemble.



TÉLÉPERFORMANCE : 100 % DE TÉLÉTRAVAIL

LE LEADER MONDIAL DES CENTRES D'APPELS N'A PAS REÇU
LE MESSAGE DE LA CFTC QUI DIT NON À L'ISOLEMENT DES
TRAVAILLEURS ET À L'ABSENCE DE RELATION AVEC LES IRP.
AVEC COMME SEUL OBJECTIF, LE PROFIT.

« Aujourd'hui, sur 13 centres de Téléperformance, répartis sur toute la France, un grand nombre est en télétravail à 100 % depuis plus de deux ans, explique Charles Nzamba, DS Téléperformance Asnières. Seul un petit groupe d'environ 8 salariés retourne sur notre site deux fois par semaine selon les consignes du client et donneur d'ordre. » Le télétravail est une longue histoire chez le leader mondial des centres d'appels. Mais c'est surtout l'épisode Covid qui lui a donné un vrai coup d'envoi : « Sur Asnières, ce sont les élus et les salariés qui ont demandé à être en télétravail pour éviter de prendre des risques en prenant les transports ou en se retrouvant en présentiel », se rappelle-t-il. « Ensuite, nous n'avons pas réussi à trouver un accord d'entreprise au niveau national pour cadrer le télétravail, et la direction a imposé une charte télétravail unilatéralement. Celle-ci fixe un cadre et formalise les règles applicables au télétravail. » Avec le 100 % télétravail, les salariés n'ont plus le choix d'alterner télétravail et présentiel afin de palier à l'isolement dont les conséquences ne sont pas négligeables. En revanche, les avantages sont nombreux pour Téléperformance qui réduit ses coûts tout en gagnant en efficacité. Ensuite, Téléperformance casse la relation entre des

« ON DIT NON
AU TÉLÉTRAVAIL
À 100 % QUI EST
UN CALVAIRE
AVEC UNE
ABSENCE DE
LIEN SOCIAL. »

salariés isolés et les instances représentatives du personnel (IRP), même si la direction a finalement accepté de créer un système où l'on pourra contacter les salariés via la boîte mail interne. « Au final, ça permet d'enrichir les actionnaires avec des profits colossaux », dénonce Charles Nzamba. « Désormais, la notion de centres va disparaître puisque tout va être mutualisé et digitalisé. Hier, nous avions 13 directeurs de centres, aujourd'hui, nous n'en avons plus que la moitié. Téléperformance a même mis en place un service informatique qui intervient à distance. Quant à la communication avec les managers, elle se fait via des applications comme Teams. »

LA MAISON EST DEVENUE UN ESPACE DE BOULOT À PART ENTIÈRE

Électricité, chauffage, eau, repas... Les frais supplémentaires engendrés par le télétravail peuvent être importants. Mais que rembourse l'employeur ? « Chez Téléperformance, tout ce que nous utilisons au domicile est pris en charge sur la base de 2,50 euros par jour travaillé, c'est le montant que prévoit la loi », précise-t-il.

Au fil des ans, la maison est devenue un espace de boulot à part entière. « À la fois, l'employeur dit que l'on peut revenir travailler sur le site, mais il ne met pas les moyens pour le permettre », avertit Charles Nzamba. « En fait, ils veulent faire disparaître à terme tous les centres pour imposer le télétravail à 100 % et le travail en box-office. La personne qui veut travailler en box-office sera finalement pilotée à distance. C'est la folie, et pourtant on n'est pas dans un roman de science-fiction ! À la CFTC, on dit non au télétravail à 100 % qui est un calvaire avec une absence de lien social. »

Contact
Charles Nzamba
DS Téléperformance
06 66 96 63 49
ndilounzamba@yahoo.fr

#OCIRPAIDANTS

La garantie sur-mesure pour le salarié aidant

- > Aide financière
- > Accompagnement social
et services dédiés dès l'adhésion



OCIRP - Organisme commun des institutions de rente et de prévoyance régi par le Code de la Sécurité sociale.

OCIRP.FR

Assureur à vocation sociale au service du salarié et de sa famille

L'OCIRP, Union d'institutions de prévoyance à but non lucratif et à gouvernance paritaire, innove en collaborant avec ses membres pour protéger le salarié et sa famille en les aidant à faire face aux conséquences d'un décès ou de la perte d'autonomie. 6,6 millions de garanties OCIRP ont été souscrites pour couvrir ces risques lourds. 1,5 million d'entreprises et leurs salariés nous font confiance. Nos contrats collectifs négociés au sein des entreprises ou des branches professionnelles garantissent le versement d'une rente ou d'une aide financière ponctuelle, un accompagnement social et des services dédiés.

VEUVAGE - ÉDUCATION - HANDICAP - DÉPENDANCE - AIDANTS

OCIRP
protéger. agir. soutenir

PROFESSIONNELS
DES MÉTIERS DE
SERVICES,
VOUS PASSEZ TOUT
VOTRE TEMPS
À PRENDRE SOIN
DES AUTRES.



ET VOUS ?
QUI PREND SOIN
DE VOUS ?

Complémentaire Santé – Prévoyance – Retraite

C'est parce que nous connaissons si bien les métiers de la santé, du conseil, de la restauration, de l'hôtellerie, du transport, et des commerces de proximité que nous sommes en mesure de vous apporter les solutions les plus adaptées à vos besoins. KLESIA, au service des entreprises de service depuis plus de 65 ans.

KLÉSIA
PROTECTION ET INNOVATION SOCIALES