

## Boulettes de macro

#analysemacro #GEPP #cartographie des emplois #effectif payés #effectif reel #alternance #chargé de travail



Par le passé, avec les « vues d'hélicoptère », on a souvent reproché à la direction d'être trop éloignée des perceptions du terrain. Pendant des années, on nous a raconté que la masse salariale était mécaniquement ajustée au CA. La machine a dû méchamment s'enrayer, le CA annuel de certains magasins a dépassé celui de 2019, et malgré ces performances, les effectifs ont continué à baisser. La cartographie des emplois, à horizon 2025, issue de l'accord GEPP (gestion de l'emploi et des parcours professionnels), s'appuie sur une analyse complètement lunaire. Pour une méthodologie qui voulait prendre de la hauteur afin de déterminer les ressources humaines nécessaires, le résultat ne vole pas bien haut. A la Fnac, perdre des effectifs est (a priori) une question de

méthode ! Ne prendre en compte comme seul indicateur, que l'effectif payé tous contrats confondus, c'est s'appuyer sur une donnée déconnectée de toute réalité. L'effectif payé à date n'a jamais correspondu aux forces en présence sur le terrain. Comme prérequis, on a vu plus pertinent ! Top boulettes de ce raisonnement macro. Première faille, la Fnac fait l'amalgame entre l'effectif pérenne et celui des précaires. Un CDI ne travaille pas forcément à temps plein, plus de 25% des CDI bossent à temps partiel. La cartographie comptabilise certes des hommes et des femmes, mais pas impliqués à la même échelle horaire. Inutile d'appartenir à la « Strategic Workforce Planning » (le bidule qui a pondu le diagnostic), pour mesurer les dégâts d'une telle approche. En intégrant les CDD dans cette comptabilité, se crée une approximation supplémentaire. Ces contrats, majoritairement des alternants, ne sont pas présents à plein temps sur l'année. Si l'ambition d'un tel outil pourrait porter sur la constitution d'un futur vivier de compétences, chacun sait que l'immense majorité des alternants ne sont que de passage. A partir de données aussi faussées, faut-il préciser que la modélisation des futurs effectifs n'est aucunement en lien avec la charge de travail ? Cette cartographie GEPP se situe donc à des années lumières de nos préoccupations et nos problématiques quotidiennes !

## Toujours plus avec toujours moins

#everyday #perspectives #cible des effectifs #disquaires

Cette méthode de calcul hors-sol s'accompagne de perspectives hors contexte. Cette cartographie des besoins à horizon 2025, ignore allègrement la kyrielle de nouveaux projets et les forces nécessaires pour essayer de les faire vivre. Le paramètre « Everyday » n'a pas été considéré. Déconnexion, toujours et encore ! Pire, les perspectives prévoient « une baisse des volumes selon les prévisions du plan strat » sur les tous rayons. Quelle est donc le réel impact du « rutilant » plan stratégique qui devait être porteur de renouveau et qui ambitionnait un parc de magasins 100% rentables ? La cartographie des emplois, bizarrement déconnectée (encore !) des prévisions annuelles d'emploi annoncées stables, se montre beaucoup plus pessimiste sur l'avenir des magasins avec 11% des effectifs en moins sur Relais. La direction, en intégrant l'évolution naturelle des effectifs (départs en retraite) insiste sur les besoins de recrutements, mais les mathématiques sont implacables, le recul des effectifs reste, lui, très factuel. Au bout de deux ans (2020-mi 2022), 70% du chemin a déjà été parcouru avec la perte de 182 personnes sur les 258 prévues. Aux produits techniques, les effectifs sont déjà inférieurs à la cible. Bien évidemment, les alternants viennent compenser les départs. Au service client, le but de la direction est déjà atteint. Dans cette filière, comme dans les autres, les alternants colmatent aussi. Classée en métier sensible, la situation des disquaires (encore -45% entre mi-2022 et 2025) demeure inquiétante. La promesse RH « d'ouvrir de nouvelles opportunités » paraît encore très nébuleuse. Si la trajectoire des effectifs est la seule donnée précise, que de zones d'ombres avalisées par la signature de cet accord GEPP (CFTC + CFE-CGC) ?



# L1242-1... sans préliminaires !

#inspectiondutravail #codedutravail #alternance #permanents #politiqueRH #RPS #travaildissimulé



Ce CSEC du 13 Décembre sur la politique sociale restera dans les annales. L'inspectrice du travail était présente. A l'écoute du rapport et des débats, et sans préliminaires, elle a dégainé l'article L-1242-1 du Code du travail «*Un contrat de travail à durée déterminée, quel que soit son motif, ne peut avoir ni pour objet, ni pour effet de pourvoir durablement un emploi lié à l'activité et permanente de l'entreprise*».

Une manière sans détour de rappeler à la Fnac que les emplois temporaires n'ont pas vocation à se substituer aux emplois pérennes pour faire du travail

permanent. L'inspection du travail n'a pas manqué de relever que les alternants pouvaient représenter jusqu'à 30% des effectifs sur certains secteurs. Les apprentis ou les stagiaires ne doivent en aucun cas constituer un effectif d'appoint ou devenir un levier de flexibilité, or, pour la Fnac, le recours massif à ces alternants, est devenu un mode de gestion. Au regard du poids de l'alternance dans les effectifs, par un glissement des tâches, les apprentis occupent de fait, des emplois permanents. Cette cynique politique RH de la masse salariale à bas coût (parfois gratuite avec certains stages) entraîne de lourdes conséquences sur la (dés)-organisation du travail. En ne remplaçant jamais les départs au un pour un, les permanents subissent une surcharge de travail croissante pour composer avec les carences des jeunes en apprentissage. L'inspectrice a aussi insisté sur les effets induits d'une telle stratégie d'entreprise en termes de RPS (risques psycho-sociaux): sens des métiers, sentiment de dévalorisation, conception du travail. Forte du L-1242-1, l'inspection du travail n'a pas manqué de mentionner que ces pratiques étaient punissables d'une amende et pouvaient faire l'objet d'un procès-verbal pour travail dissimulé.

## Les marques de la dépendance effective (9 décembre)

#challenge #indépendance #chartecadeauxavantages #équité #avantage

Comme un but refusé après plusieurs ralentis, l'encadrement des challenges à la Fnac est souvent très litigieux. A ces jeux, tout le monde a-t-il la chance de gagner ? L'esprit de Coubertin n'est pas garanti, car pour participer, encore faut-il savoir qu'une compétition a été lancée ! Appartenir à certaines filières constitue un sérieux handicap pour décrocher la timbale. Les objectifs ne tiennent pas compte, non plus, de la durée du contrat de travail. En termes d'équité, les dés sont pipés. Le challenge Samsung, organisé pour les équipes des produits techniques, propose des lots bien supérieurs à la fiche de paie des intéressés. Un avantage qui passe comment auprès de



l'URSSAF ? La direction se défait sur le fournisseur, organisateur du concours. La Fnac s'en remet complètement à son contrôle interne, sorte de VAR qui valide ou non le côté licite de la chose. Au tour de la CGT de lancer son grand quizz. Qui a écrit en 2017, puis à nouveau en 2021? «*elles (sollicitations des partenaires) peuvent, d'une façon insidieuse et même parfois inconsciente, chercher à porter atteinte à l'indépendance de l'entreprise*». Réponse: Enrique Martinez dans les préfaces des chartes cadeaux et avantages. Quand on gagne une télé représentant deux payes, ou des places pour assister à la ligue des champions, l'inconscient est insidieusement mis à contribution. A priori, la VAR locale n'a pas lu Enrique Martinez dans le texte, qui rappelle que notre identité repose sur l'intégrité et l'indépendance vis-à-vis des fournisseurs. Quitte à organiser des challenges, les représentants du personnel préfèrent les dénouements type «L' école des fans» où tout le magasin profite des gains. Pour la CGT, la meilleure récompense du travail effectué reste la (belle) augmentation de salaire.

## La nouvelle arène de l'info CSEC

résumé de chaque « comité social et économique Centralisé »

CGT Fnac. On ne peut qu'adhérer.



cgtnac.com

facebook.com/cgtnac/

twitter.com/CgtFnac

instagram.com/cgt\_fnac/

cgtnac

