

A minima



Agitateur par le passé, les mots « A MINIMA » définissent beaucoup mieux ce qu'est devenu la Fnac aujourd'hui. A ce titre, pas un seul compartiment de notre activité ne peut désormais échapper à ce qualificatif que **tous les anglicismes foireux du monde ne peuvent camoufler**. Par contre, point de convergence avec la stratégie du groupe c'est bien **tous les jours (everyday) que nous subissons les effets de cette politique**.

A minima, c'est d'abord une manière de gérer le personnel.

Les divers services de la Fnac ont connu **des coupes drastiques dans les effectifs**, laissant ainsi les survivants se débrouiller avec un nombre de tâches quotidiennes impossible à réaliser. Dans les plus petits magasins, **cette baisse d'effectif est synonyme de longues journées solitaires** pour les salariés de certains départements. Cette volonté de non remplacement s'introduit même dans les périodes de repos des travailleurs qui doivent bien souvent remettre la pose de leurs congés payés ou morceler ces derniers pour assurer la bonne continuité des services.

A minima, c'est aussi une façon de gérer la prévention des risques.

La période de pandémie que nous subissons a démontré que la Fnac **voulait bien s'occuper de la santé de ses salariés à condition que cela ne coûte pas trop cher**. Les renforts dans les domaines de la sécurité et du ménage n'ont en effet pas été augmentés suffisamment en regard des événements. Et il suffit **d'évoquer la gestion calamiteuse des masques** ou le refus de fermer certains magasins, pourtant déclarés officiellement cluster, pour **affirmer que la Fnac traite la santé de ses salariés de manière minimaliste**.

A minima, c'est surtout une politique salariale.

Ce ne sont pas les récentes NAO, et primes d'intéressements et de participations qui vont contredire ce fait. **Le travail des salariés n'est pas reconnu à sa juste valeur**.

En demandant toujours plus à ses travailleurs, pour une rémunération de misère, la Fnac indique clairement la porte de sortie à la plupart d'entre nous. Il faut bien avouer que cela marche, **car la seule chose qui ne baisse pas dans notre enseigne se sont bien les départs (Démission, abandon de postes, ruptures conventionnelles, licenciements pour inaptitudes et autres)**. Mais paraît-il, la stratégie « everyday » doit remettre le vendeur et ses compétences au centre du projet, en restera-t-il d'ici quelques années... ?

Face à cette spirale infernale que nous subissons tous, **il faut que les salariés reprennent leur destin en main**. Nous ne pouvons plus nous laisser dépecer sans rien dire.

On se revoit en Septembre ?

contacts

CGT Fnac: <https://cgtfnac.com/> - 06 25 89 02 00 / **Sud Fnac:** sudfnacrelais@gmail.com - 06 72 35 48 88