



Le COURT ENTRAL

CSEC 20 juillet 2021



La place du con...



C'est la forme olympique pour le groupe Fnac Darty. Les ventes sur Internet bondissent et battent des records en atteignant déjà les objectifs de 2025. La trésorerie affiche une belle santé, les actionnaires ont été gratifiés en pleine crise sanitaire, et la course au cash va encore s'accélérer afin de les récompenser encore plus. Dans cette « championnate » à la compétitivité, les magasins Fnac occupent la peu reluisante place du con, celle de toutes les frustrations. Les investissements sont très orientés sur la logistique et les outils informatiques pour soutenir les énormes ambitions digitales. La médaille de bronze de l'investissement n'est pas pour autant acquise, c'est plutôt celle en chocolat qui sera réservée aux boutiques, car pour « compenser chaque année, les effets de l'inflation », il faudra réduire la voilure des coûts opérationnels. « Everyday » exige pourtant que les magasins soumis à cette drastique diète,

fonctionnent à plein régime avec une rentabilité à 100% sur tout le parc. Dans le tandem de l'omnicanal, c'est toujours les mêmes qui pédalent. Les salariés de Relais vont devoir ramer pour aller chercher toute la marge qui se ne fait pas sur le net. La relation à sens unique touchera son paroxysme quand les magasins cèderont des heures de travail à Fnac.com pour que leurs vendeurs, en chattant, casent des services en ligne. Pour quel gain, en local ? Sur les galettes de Fnac.com qu'on délivre, les magasins ne récupèrent que des miettes (une commission de 7%). Avec ces 15 à 20% de CA supplémentaire qui passent entre nos mains et sur lesquelles des ventes additionnelles sont attendues, les magasins seraient remis en selle. Les choix de gestion (très contestables) n'arbitrent jamais en notre faveur. Au palmarès des contraintes, les magasins tiennent la pole position, il y a des premières places dont on se lasse !



Leader cheap

La capacité d'adaptation est devenue la nouvelle religion du moment. Au nom de l'agilité, la stratégie Everyday s'apparente à un chamboule-tout des organisations et fait voler en éclats, nos métiers. **Les salariés sont censés résoudre n'importe quel problème des clients, tout en étant d'éminents experts.** Des deux volontés, l'une va prédominer sur l'autre. Dans une file d'attente, le « en même temps », faute du don d'ubiquité, ne s'appliquera pas simultanément, il faudra choisir. **Les tâches souvent mal définies tombent comme à Gravelotte, prière de troquer le gilet Fnac contre un costume de super-héros.** Un(e) vendeur(se) PT devra concilier à la fois ses objectifs de vente, l'encaissement, la délivrance des produits, le tchat vidéo avec la France entière, et la glorieuse incertitude du SPOR (single point of resolution qui prévoit un rayonnement sur tout le magasin). Everyday ne se contente pas de ce « plus vite, plus haut, plus fort » quotidien, et vous a prévu une vraie conversion- bourrage de crâne- à une nouvelle

culture d'entreprise avec le programme « Tous leaders », basé sur les compétences comportementales. On ne sait pas encore si la boîte prévoit de faire un quizz pour savoir si tu es ou pas, ce fameux « soft skill » * si recherché en ces temps de l'agilité reine. Avec la faible latitude de décision dont on dispose, il devra être vachement balèze, le leader pour viser plus loin, oser l'audace ou résoudre des problèmes complexes. **Bien entendu, le charisme du leader ne se traduira pas sur sa feuille de paie... Leader cheap !**

Les soft skills, soit les compétences non-techniques en français, font référence à des qualités humaines liées à la personnalité*





« Everyday » s'évertue donc à vouloir dynamiser les schémas d'organisation habituels et à faire péter un maximum de « cloisons » qui séparait les départements. Sur les magasins dits « non rentables », la direction envisage de fondre trois métiers en un seul, avec la création du pôle service. (Service client, SAV, Logistique). Comme dans les mauvaises télé-réalités, c'est la voie off pour ceux qui ne voudront pas s'inscrire dans ce nouveau modèle. Au milieu

de ce fatras de projets bâtis dans la plus grande confusion, les « pools » n'y retrouvent plus leurs petits. La délivrance PT/PE devrait augmenter les effectifs PE de 0,5 à 1,5 ETC (équivalent temps complet). Les passerelles n'ont pas pour principe d'augmenter les effectifs, mais de les répartir autrement. On renforce un endroit pour en affaiblir un autre. **Tout le service client, dès Septembre, sera désigné volontaire pour assurer son tour de garde de « Welcomer », sacrifice exigé pour préserver l'emploi dans ce service.** De façon générale, la direction prétend avec Everyday, « offrir » l'employabilité sur un plateau, en s'appuyant sur une polyvalence accrue. Dans cette œuvre de déconstruction, dès qu'il s'agira d'assurer la rentabilité des magasins, la Fnac ira encore piocher dans les frais de personnel, le seul outil sur lequel les établissements ont encore la main. Les problèmes ratios (Frais de personnel/ chiffre d'affaires) sont un puits sans fond et une spirale vicieuse, le niveau de productivité des salariés va donc encore atteindre des pics. Décidément, les « Loft Story » seront toujours des histoires de daube, les gagnants de l'affaire ne sont pas ceux qui contribuent au succès !

This is not a method...

Quand les élus abordent les orientations stratégiques, la principale question qui les taraude, c'est les conséquences sur l'emploi et sur les futures conditions de travail, or cette consultation « Everyday » n'évoque aucunement les perspectives sociales et économiques. En guise d'effectifs prévisionnels, la direction nous a refilé la copie de 2020 dont on sait déjà au bout d'un semestre qu'elle est complètement à côté de la plaque. Comme si, après tant d'années, on pouvait encore croire à une stabilité sur une année pleine. Les prévisions de la GEPP (gestion des emplois et des parcours professionnels) n'ont cessé de faire un yoyo particulièrement indécent, les premières présentations très sombres sur l'emploi seraient, selon la direction, l'inéluctable résultante si la Fnac n'avait rien entrepris. Les dernières estimations affichent cependant un -11% sur le volume d'emplois Relais sans qu'on sache précisément si les effets de la stratégie ont bien été pris en compte. Dans le cadre d'un prochain avis, les élus étaient en droit d'attendre autre chose qu'un restrictif discours de la méthode sur la GEPP. Une telle désinvolture avec nos carrières et nos vies, démontre, une fois de plus, le mépris.



« This is not a method »

