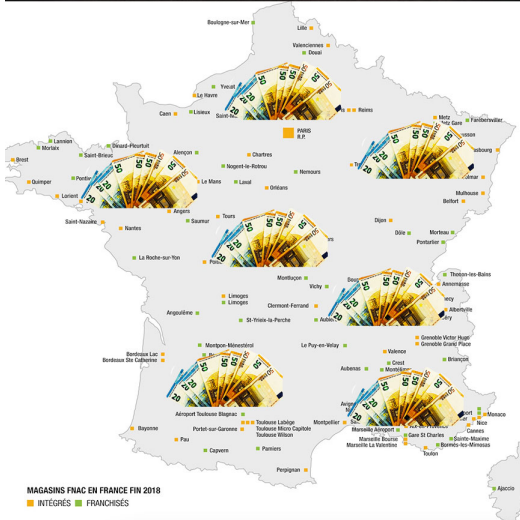


LE PLAN B



Le dernier CSEC a été l'occasion pour la direction de présenter en détail un projet de réorganisation commerciale, dont les grandes lignes avaient déjà été dévoilées en amont aux organisations syndicales. Pour faire simple, **les régions commerciales vont désormais être géographiquement plus resserrées, mais dans ces dernières au nombre de 7, vont se côtoyer des établissements appartenant à plusieurs sociétés.** En gros, le directeur régional qui devient pour l'occasion directeur régional des ventes, va intervenir commercialement sur des magasins Relais, Périphérie et franchisés.



Si le discours de la direction s'est voulu rassurant en nous expliquant que malgré cette petite révolution rien ne changeait, et que bien sûr cette réorganisation ne faisait pas tomber les accords existants dans les sociétés, un doute nous assaille.

Tout d'abord, et même si les filières Ressources humaines ne sont pas touchées par ce changement, **on voit mal, comment un cadre dirigeant va animer des équipes régit par des textes différents.** Il est impossible que ce directeur régional des ventes ne fasse pas le comparatif entre un magasin périphérie où la polyvalence a été poussée à son paroxysme, et où vient d'être signé un accord sur la modulation du temps de travail ignoble, et un magasin Relais où le statut social des salariés est plus protecteur. On sait par avance vers quel modèle notre direction va vouloir aller...

Ensuite, si la Fnac a affirmé ne vouloir changer l'actuelle structure CSEC/CSER qu'à la marge, entendez par là **qu'elle va modifier la carte électorale pour tenter d'avoir une représentation syndicale plus conforme à ses attentes,** on voit mal comment les futurs élus vont pouvoir exercer leurs prérogatives économiques. **En effet, les élus vont intervenir sur des périmètres qui n'auront plus aucune existence économique.**

Enfin, cette annonce **intervient juste après l'échec de la négociation compétitivité.** Et si on peut se réjouir du sursis que l'arrêt de cette négociation apporte aux neufs magasins concernés, on ne peut pas faire l'impasse sur le fait que la stratégie du groupe vise toujours la rentabilité de tous ses magasins. Or, même si parler de rentabilité d'un établissement dénué de toute autonomie dans un groupe omnicanal est un non-sens absolu, l'objectif est toujours présent. **À ce titre, cette réorganisation a tout du plan B qui permettra à terme de basculer un établissement vers une autre société ou vers une franchise, comme c'est le cas chez Darty.**

Les Prochaines années vont être socialement agitées