

Intéressement 2

Une Impression de Déjà VU



Après une première réunion prometteuse où la direction semblait attentive à nos arguments, **le deuxième tour de négociation a fauché nos espoirs d'obtenir un accord qui redistribue au mieux la richesse engendrée par les salariés** au regard de leur performance, et de leur activité réelle.

En effet, alors que **nous demandions d'abandonner l'indicateur économique Résultat Opérationnel Courant (ROC) au profit de l'EBITDA plus compréhensible**, et surtout, vanté par cette même direction lors de la négociation compétitivité comme étant l'indicateur le plus fiable pour mesurer la contribution des magasins, la direction nous a opposé une fin de non-recevoir, **prétextant que l'indicateur ROC était plus suivi par les salariés. Nous avouons que nous avons loupé les conversations des salariés en salle de pause sur le ROC...**

Au niveau de l'indicateur Omnicanal, la direction s'est abritée derrière le jugement de ses experts qui affirment que l'activité omnicanal (fnac.com, Clic and collet, etc.) **va stagner et donc aurait pour conséquence de nous priver d'intéressement** pour les prochaines années. Quand on connaît la politique sociale de la Fnac actuellement, **une telle sollicitude a de quoi éveiller les soupçons.**

Nous nous dirigeons donc vers un accord d'intéressement assez proche du précédent, où le résultat opérationnel des magasins et de la société relais conjugués aux NPS vont faire l'essentiel de la somme perçue par les salariés. La performance **Omnicanal restera quant à elle un booster.** Seule consolation, ce dernier point va être amélioré et pourrait être déclenché par la moitié des magasins de la société.

L'enveloppe totale devrait elle aussi être assez similaire aux précédents exercices (à peu près 1 200 000 euros) et comme le dit la direction, **il y a maintenant moins de salariés pour se la partager...**

En bref, même si cet accord est une version améliorée du précédent, on ne peut que **regretter que le discours ambitieux qui place le savoir-faire des salariés de la Fnac au centre des débats soit réservé exclusivement aux campagnes de Pub.**