

## COMPTE-RENDU DE LA COMMISSION OBSERVATOIRE DE L'EMPLOI 3 NOVEMBRE 2005

*En présence de M.MASSUS (Directeur des relations sociales), de M.HANOTEAU (Directeur des ressources humaines de la branche hypermarché) et de M. DELMAS (Directeur de la branche supermarché).*

### **BRANCHE GEANT**

#### Grosses rénovations 2004 :

NEVERS qui est un succès et SABLES D'OLONNE qui redémarre doucement.

Rénovation ou agrandissements du 2<sup>ème</sup> semestre 2005 :

MILLAU, ANGERS ESPACE ANJOU, MONTPELLIER AUTOROUTE, MORLAIX, ISTRES, AIX LES BAINS, MONTCEAU, OYONNAX, BOISSY SAINT LEGER (Géant discount), FIRMINY, CHASSE SUR RHONE, TORCY et MARSEILLE VALMANTE.

Concernant le géant discount de Toulouse, les résultats ont une bonne tendance actuellement mais sont en dessous des objectifs.

	2003	2004	FIN SEPT. 2005
C.A REALISE	2,39%	-2,82%	-3,88%
A MAGASINS COMPARABLES	0,55%	-2,94%	-4,17%

	2000	2003	2004	sept-05
C.A./M2	7373	7856	7563	5131
CLIENTS	135077627	-0,69%	-1,40%	-1,03%

M. HANOTEAU dit que c'est la première fois que la branche se trouve dans une situation aussi difficile. Des tests sont réalisés un peu partout. Les magasins en HD 25 sont en observation.

#### Magasins en difficultés :

ALBA SUD MONTAUBAN, ARGENTEUIL, AVIGNON, BOISSY SAINT LEGER, CARCASSONNE CITE 2, DECAZEVILLE, LES CAILLOLS, MARMANDE, MONTCEAU LES MINES, ROUBAIX, SAINT BRIEUC, SAINT JEAN DE MAURIENNE, VALENCE 2, VILLENAVE D'ORNON.

Ces magasins ont tous une évolution clients négative et AVIGNON et MARMANDE sont vraiment dans le rouge.

#### Point sur les « caisses express » :

Il s'agissait d'appréhender les nouveaux modes de consommation. En 10 ans, les courses sont devenues une corvée pour plus de 50 % des Français. Il y a eu un test en 2004 et le déploiement sur 30 magasins en 2005 soit un total de 180 caisses installées. GEANT est leader en France dans ce domaine. Concernant le S.C.O.T., c'est un système qui a été rapidement adopté par les clients.

La C.F.D.T. a dit être choquée que l'on propose des contrats de professionnalisation à des jeunes filles alors que ce métier va disparaître. La Direction répond que le secteur caisse représente 30 à 35 % des emplois de la distribution et qu'elle n'est absolument pas d'accord que ce métier puisse disparaître ! La C.F.D.T. remarque que c'est un moyen d'avoir de la main d'œuvre à tarif réduit pendant huit mois, alors, qu'habituellement, dans les magasins les formations des caissières sont faites en 4 heures !

### Point sur le déploiement des agences banque casino en géant :

Il y a eu 46 postes à pourvoir sur 8 agences. Sur 32 salariés des espaces services : 17 ont accepté, 13 n'ont pas été retenus. Sur 13 salariés volontaires hors espace services : 10 n'ont pas été retenus pour manque de compétence et sur 3 propositions, 1 seul a accepté.

Il est noté une réelle performance de banque casino sur les produits financiers mais peu de différences sur la billetterie... par rapport aux espaces services.

En 2006, 14 agences devraient être créées avec un objectif de 1/3 des postes pour les collaborateurs sous forme de mutations.

## **BRANCHE SUPERMARCHE**

### Résultat à fin octobre 2005 :

C.A. AVEC ESSENCE	2551	2,80%
C.A. MAGASINS COMPARABLES	2341	-0,40%
C.A. SANS ESSENCE	2237	1,10%
C.A. SANS ESSENCE COMPARABLES	2055	-2%

La branche a perdu 2 fois plus d'argent que l'année dernière.

### Situation emploi/effectif :

	2004	2005	ECART
CDI	10171	9955	-216
CDD	861	801	-60

L'absentéisme est de 7.1 % pour 6.18 % en 2004. Il y a eu une intensification des contrôles des salariés en maladie dans la branche. Toutefois en valeur absolue, le nombre de salariés absents pour maladie n'augmente pas.

Un point sur OSER sera fait à la fin du déploiement vers février ou mars.

L'embauche encadrement est en progression. Le recrutement interne auprès des employés va être accentué. 30 Directeurs adjoints ont été nommés en alternance pour 2 ans en région parisienne dont 4 femmes.

### Orientations 2005 :

- poursuite de la baisse des prix MDD
- densification des marchandises générales
- prix bas sur les produits frais tous les jours.

Le nombre de magasins franchisés est en expansion.

Afin d'améliorer les résultats : expansion du réseau, étendre le projet OSER, réduire les stocks.

Concernant l'assortiment, l'objectif pour 2007 est de faire 50 % de volume en MDD et 1<sup>er</sup> prix, de développer l'assortiment premium en ultra frais, biscuits et parfumerie, ainsi qu'une gamme snacking compétitive et d'étendre le test EDLP en espace marché (actuellement 12 magasins sont en test).

M. DELMAS mentionne le bon positionnement des supers CASINO sur le marché de la distribution.

La C.F.D.T. a relevé l'augmentation de la productivité et la dégradation des conditions de travail dues au fait qu'il y a « moins de bras » pour plus de volume.

#### Sites en difficulté :

MONTBRISON / SAINT ISMIER / CHAGNY (Casino Discount) / CLERMONT SALINS / PANTIN / PARIS LA VILLETTE / LE CREUSOT / LE PUY / PORTES LES VALENCE / PONT DE CHOISY / PLOUDAL MEZEAU / CARHAIX / SAONE / VILLENEUVE LA GARENNE / TREGUNC / PLOUBALAY / MONTPON / MAISON ALFORT / PERS JUSSY / MARSEILLE PORTE D'AIX / NARBONNE.

#### Sites en très grosses difficultés :

CHATEAUROUX / GUEBWILLER.

Ces deux sites ont des problèmes récurrents.

23 magasins sont en observation. Des tests permanents sont réalisés sur ces sites pour essayer de les sauver. Chaque magasin est pris comme une entité à part, ils sont différenciés pour trouver des concepts propres à chacun d'eux.

#### Actualité :

La Direction affirme que l'ouverture des dimanches est un levier de progression de C.A. et correspond à une demande du consommateur. Les représentants du personnel remarquent que les magasins qui ouvrent le dimanche ont une contribution qui chute.

Il est fait mention des arrêtés préfectoraux qui interdisent la vente de marchandises générales. M. MASSUS répond qu'il ne comprend pas ces arrêtés car on n'interdit pas aux stations services de vendre des produits alimentaires le dimanche.

#### Point sur le discount :

6 magasins sont concernés. On note une progression des marques nationales de 39 %, des MDD de 49 % et les 1<sup>er</sup> prix de 12 %.

L'objectif est d'améliorer la productivité et les marges.

Les résultats sont encourageants à fin juillet 2005 et la rentabilité est en amélioration.

#### Expansion :

La branche continue son développement de M2.

#### Divers :

M. DELMAS présente un point sur les caisses automatiques et nous dit qu'environ 25 % des clients y passent. Des photos sont projetées concernant le concept d'hyper casino (supermarché un peu plus grand).