

Entre

Les sociétés CARREFOUR ; CARREFOUR Hypermarchés SAS; SOGARA France ; CARCOOP France ; GML France ; CARREFOUR Marchandises Internationales ; CARREFOUR Management ; CARREFOUR Europe ; CARREFOUR Formation Hypermarchés France ; S.N.S. ; La Ciotat Distribution ; Perpignan Distribution ; CONTINENT 2001 ; Riom Distribution
Représentées par Marie Hélène CHAVIGNY, Directeur des Relations Sociales

D'une part,

ET

Les Organisations Syndicales ci-dessous désignées :

▪ **LA CONFEDERATION AUTONOME DU TRAVAIL (C.A.T.)**

Représentée par M. François RIGOLETTI, Délégué National Hypermarchés, dûment habilité ;

▪ **LA CONFEDERATION FRANCAISE DEMOCRATIQUE DU TRAVAIL (C.F.D.T.)**

Représentée par M. Serge CORFA, Délégué National Hypermarchés, dûment habilité ;

▪ **LA CONFEDERATION FRANCAISE DES TRAVAILLEURS CHRETIENS (C.F.T.C.)**

Représentée par M. Patrick COURCIER, Délégué National Hypermarchés, dûment habilité ;

▪ **LA CONFEDERATION FRANCAISE DE L'ENCADREMENT / CONFEDERATION GENERALE DES CADRES (C.F.E. / C.G.C.)**

Représentée par Monsieur Gérard BASNIER, Délégué National Hypermarchés, dûment habilité ;

▪ **LA CONFEDERATION GENERALE DU TRAVAIL (C.G.T.)**

Représentée par Mme Claudette MONTOYA, Déléguée National Hypermarchés, dûment habilitée ;

▪ **LA FEDERATION GENERALE DES TRAVAILLEURS DE L'AGRICULTURE, DE L'ALIMENTATION, DES TABACS ET ALLUMETTES (F.G.T.A. / F.O.)**

Représentée par Mme Martine SAINT CRICQ, Déléguée Syndicale Centrale, dûment habilité ;

D'autre part,

Il a été convenu le présent avenant à l'accord interentreprises sur la rémunération variable des vendeurs produits et services du 26 novembre 2007

PREAMBULE

L'accord interentreprises du 26 novembre 2007 prévoyait en son article 10 les dispositions suivantes

Compte tenu de la poursuite des tests liés à la rémunération des vendeurs radiotéléphonie jusqu'au 31 décembre 2007, les parties signataires conviennent :

- ⇒ *De réunir une commission de suivi en janvier 2008 afin de présenter un bilan du résultat de ces tests.*
- ⇒ *D'engager une négociation, avant le 31 janvier de la même année, en vue de négocier un avenant, permettant l'extension du présent accord aux vendeurs radiotéléphonie.*

Suite à la réunion de la commission de suivi réunie le 15 janvier 2008 au cours de laquelle a été présenté le bilan des tests radiotéléphonie, il est proposé ce jour le présent avenant.

Article 1 : périmètre juridique d'application de l'accord :

L'accord du 26 novembre 2007 prévoyait l'application de l'accord à la société Riomoise de distribution, la dénomination exacte de la société est Riom Distribution.

Article 2 : L'article 3 - 3 de l'accord est modifié comme suit :

La partie variable de la rémunération est calculée sur les résultats de chaque mois et trimestre civil.

Elle est versée avec la rémunération mensuelle suivant le mois ou le trimestre de référence.

La grille de rémunération variable ainsi que les règles de calcul de celle-ci figurent dans les annexes du présent accord.

Annexe 1 : grille métier blanc et brun

Annexe 2 : grille radio téléphonie

Annexe 3-1 à 3-5 : Notice explicative des indicateurs figurant dans les deux grilles précédentes

A l'issue du bilan annuel présenté lors de la commission de suivi de l'accord, si les évolutions de l'activité économique devaient entraîner de façon durable une dégradation de la partie variable de la rémunération des vendeurs bénéficiaires du présent accord, les organisations syndicales signataires pourront obtenir la réouverture de négociations

Article 3 : L'article 6 - 1 de l'accord est modifié comme suit :

6-1) Calcul des objectifs :

- ⇒ Les objectifs devront être remis au vendeur la dernière semaine du mois, pour le mois suivant, au minimum à J - 7.
- ⇒ Le poids de vente assistée est propre à chaque magasin.
- ⇒ Il est calculé sur la base des données N-1 du magasin et peut être corrigé en fonction d'évènements commerciaux.
- ⇒ L'intégralité des objectifs du rayon est répartie sur les vendeurs produits et services carrefour
- ⇒ Les ventes effectuées par des personnels non vendeurs de produits et de services Carrefour sont saisies sur un code spécifique par les vendeurs de produits et de services Carrefour, et seront réparties sur ces mêmes vendeurs en fonction de leur temps de présence.

Article 4 : L'article 6 - 2 de l'accord est modifié comme suit :

6-2) Calcul des primes :

- ⇒ Le vendeur de produits et de services ne peut en aucun cas être rémunéré sur des ventes réalisées par une tierce personne (hors cas prévus pour la radiotéléphonie au présent titre article 6-1).
- ⇒ Le calcul de la prime se fera à la clôture du bon de vente.
- ⇒ Les montants de primes figurant sur la grille en annexe s'entendent pour des salariés dont la base contrat est au moins à 35 heures, le calcul des primes pour les salariés à temps partiel est proratisé.
- ⇒ La prime chiffre d'affaires est versée au meilleur des deux cas (collectif ou individuel).
- ⇒ Le calcul de la masse de marge servant de base au calcul de la prime produit tient compte du prix d'achat et du prix de vente de chaque magasin, il intègre donc les remises. Il peut varier chaque jour.

- ⇒ Occasionnellement, certains produits bénéficieront d'une prime nationale qui s'ajoutera à la prime produit normale.
Ces produits seront déterminés par les services achat national.
- ⇒ Le nombre de priorités locales (telles que définies aux annexes 1-4 et 2-4) est laissé à l'appréciation du Manager Métier.
Ces priorités locales sont disponibles pour l'ensemble des vendeurs.
- ⇒ Tous les remboursements et annulations de vente doivent être saisis sur l'outil de vente assistée avec le code du vendeur qui a réalisé la vente.
Ces remboursements seront déduits du CA et de la prime du vendeur pendant une période en conformité avec la charte remboursement Carrefour (soit 15 jours à la date d'application du présent accord)

Article 5 : L'article 8 de l'accord est modifié comme suit :

Article 8 : Mise en œuvre de l'accord

Afin de faciliter la mise en place et l'application du présent accord, chaque établissement concerné procédera aux formalités suivantes :

- ⇒ La commission de suivi, telle que définie à l'article 7 ci-dessus, sera réunie préalablement à la mise en oeuvre du présent accord.
Au cours de cette réunion, un bilan de la rémunération actuelle sera présenté.
- ⇒ information du comité d'établissement.
- ⇒ réunion d'information de l'ensemble des vendeurs concernés.
- ⇒ remise à chaque vendeur de la grille de rémunération ainsi que d'une notice explicative.
- ⇒ Pour permettre aux vendeurs bénéficiaires du présent accord de prendre en compte dans leur méthodologie de vente les nouvelles règles de calcul de prime, pendant les six premiers mois de mise en place de l'accord, soit du 1er février 2008 au 31 juillet 2008, la partie variable de rémunération du mois sera comparée à celle du mois N-1, le paiement étant effectué sur la meilleure des deux. Pour les vendeurs bénéficiaires de la grille radiotéléphonie la mise en place des nouvelles dispositions étant prévue au 01 avril 2008, cette période de comparaison se déroulera du 1 avril 2008 au 30 septembre 2008.
- ⇒ Un logiciel permettant aux vendeurs d'avoir une visibilité de leurs résultats sera présenté lors de la commission de suivi préalable à la mise en place de l'accord
- ⇒ Les partenaires et la direction se réuniront afin d'établir, préalablement à la mise en place de l'accord, une « notice technique » permettant d'éviter les interprétations.
- ⇒ Lors de la première année de mise en place de l'accord la commission de suivi se réunira à quatre reprises.

Article 6 : Dispositions finales

Paragraphe 6.00 : Modification de l'accord initial

L'ensemble des dispositions de l'accord du 26 novembre 2007, non modifiées par le présent avenant demeurent valables.

Paragraphe 6.01 : Date d'entrée en application

Le présent avenant entrera en vigueur le 1er avril 2008

Paragraphe 6.02 : Adhésion

Une organisation syndicale non signataire de l'accord initial ne pourra adhérer au présent avenant qu'après signature de cet accord initial.

Paragraphe 6.03 : Dépôt de l'avenant

Le présent avenant sera déposé, à la diligence de la Direction, en deux exemplaires, dont un sous format électronique, auprès de la Direction Départementale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle de l'Essonne (Evry) et en un exemplaire auprès du greffe du Conseil de Prud'hommes d'Evry.

A Evry, le 18 février 2008

Pour la Direction



Pour la Confédération Autonome Du
Travail (C.A.T.)

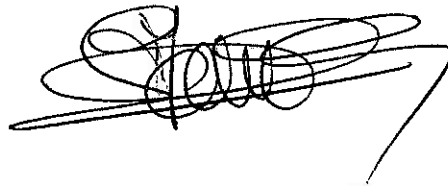
Pour la Confédération Française
Démocratique Du Travail (C.F.D.T.)

Pour la Confédération Française Des
Travailleurs Chrétiens (C.F.T.C.)

Pour la Confédération Française De
L'encadrement / Confédération Générale
Des Cadres (C.F.E. / C.G.C.)

Pour la Confédération Générale Du Travail
(C.G.T.)

Pour la Fédération Générale Des
Travailleurs De L'agriculture, De
L'alimentation, Des Tabacs Et Allumettes
(F.G.T.A. / F.O.)

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Annexe 1: GRILLE METIERS BLANC BRUN

1

2

1

2

3

4

Chiffre d'affaires rayon	Chiffre d'affaires vendeur	Chiffre d'affaires rayon	Chiffre d'affaires vendeur	Marge	Local
Prime / Objectif Collective Valeur/Prévision PLAFONNE	Prime / Objectif Individuelle Valeur/Objectif PLAFONNE	Prime / Objectif Collective Valeur/Prévision PLAFONNE	Prime / Objectif Individuelle Valeur/Objectif PLAFONNE	Prime / VENTE Individuelle % Rentabilité DEPLAFONNE	Prime / VENTE Individuelle PLAFONNE
si 98 % = 50 € si +100 % = 135 € si +105 % = 270 €	si 98 % = 50 € si +100 % = 135 € si +105 % = 240 €	si 98 % = 30 € si +100 % = 90 € si +105 % = 180 €	si 98 % = 30 € si +100 % = 90 € si +105 % = 180 €	€ pièce en fonction de la masse de marge du produit 1 % du montant du CA réalisé avec un crédit classique 12% de la masse de marge des EG et Technorisk 10% (rem Magasin Pay TV et FAI)	100 € maximum 200 € maximum les mois de soldes
ou		ou		6% de la masse de marge des accessoires lors d'une vente complémentaire	
MENSUEL	MENSUEL	TRIMESTRIELLE	TRIMESTRIELLE	MENSUEL	MENSUEL

MSL

Objectif Chiffre d'affaires collectif

Annexe
3-1

Prime Chiffre d'affaires collectif

L'objectif est mensuel et trimestriel

L'objectif de CA collectif est la prévision
Tableau de Bord du ou des rayons sur
lesquels le vendeur est objectif
(vente assistée+libre service)
L'objectif trimestriel étant la somme des
3 objectifs mensuels

3 paliers d'objectifs :
98, 100, 105%

Prime mensuelle et trimestrielle

Le CA collectif pris en compte est la
réalisation Tableau de Bord du ou des
rayons concernés (vente assistée+libre
service) sur lesquels le vendeur est
objectif
Le CA collectif trimestriel pris en compte
étant la somme des 3 réalisations
mensuelles des rayons sur lesquels le
vendeur est objectif

3 montants de primes maximum

MEC

MSC

Objectif Chiffre d'affaires collectif

Annexe 3-1

Prime Chiffre d'affaires collectif

Primes calculées au prorata de la base contrat

Primes calculées au prorata du temps de présence

Primes calculées au prorata de l'affectation du vendeur sur chacun des rayons

C'est la meilleure des 2 primes entre Collectif et individuel qui est versée

MC

SC

Objectif Chiffre d'affaires individuel

Annexe
3-2

Prime Chiffre d'affaires individuel

L'objectif est mensuel et trimestriel

L'objectif de CA vente assistée est la prévision mensuelle Tableau de Bord du ou des rayons sur lesquels le vendeur est objectif * poids de vente assistée de ces mêmes rayons

L'objectif trimestriel étant la somme des 3 objectifs mensuels sur le ou les rayons sur lesquels le vendeur est objectif

3 paliers d'objectifs :
98, 100, 105%

La prime est mensuelle et trimestrielle

Le CA mensuel individuel pris en compte est la réalisation des ventes du mois faites sur le ou les rayons sur lesquels le vendeur est objectif

Le CA individuel trimestriel pris en compte étant la somme des 3 réalisations individuelles mensuelles sur le ou les rayons sur lesquels le vendeur est objectif

Primes calculées au prorata de la base contrat

Primes calculées au prorata du temps de présence

ASC

Objectif Chiffre d'affaires individuel

Annexe
3-2

Prime Chiffre d'affaires individuel

Objectifs calculés au prorata de la base
contrat

Objectifs calculés au prorata de
l'affectation du vendeur sur chacun des
rayons

Objectifs calculés au prorata du temps de
présence

Primes calculées au prorata de
l'affectation du vendeur sur chacun des
rayons

3 montants de primes maximum

C'est la meilleure des 2 primes entre
Collectif et individuel qui est versée

NYC

07/20

Prime sur marge

Annexe
3-3

Prime sur marge

Euro pièces calculés en fonction de la masse de marge commerciale de chaque article
(Marge brute sur vente + ristournes)

Le vendeur est rémunéré sur toute vente en fonction de la masse de marge du produit quelque soit le rayon

Prime totale des produits versée mensuellement

Primes calculées sur les crédits payants: % sur le CA réalisés avec un crédit

Primes calculées sur FAI (Fournisseurs accès internet) et Pay TV (abonnement télévision) en fonction de la marge magasin

Primes calculées sur extensions de garantie, assurances, en fonction de la marge magasin

Primes calculées sur les accessoires ou consommables vendus en même temps qu'un produit hard

Prime totale des services et crédit versée mensuellement

me

815 C

AKC

Prime sur le local

Annexe
3-4

Prime totale des produits versée mensuellement et plafonnée

Un plafond de prime différent pour les mois de « soldes »

Primes produits sous forme d'euro/pièces pouvant se cumuler aux primes liées à la masse de marge

TISC



Annexe 2 : GRILLE RADIO TELEPHONIE

1

2

5

4

Chiffre d'affaires rayon	Chiffre d'affaires vendeur	Chiffre d'affaires rayon	Chiffre d'affaires vendeur	Ouverture de lignes/Service	Local												
Prime / Objectif Collective Valeur/Prévision	Prime / Objectif Individuelle Valeur/Objectif	Prime / Objectif Collective Valeur/Prévision	Prime / Objectif Individuelle Valeur/Objectif	Prime/Objectif Individuelle % rémunération magasin /Objectif	Prime/vente Individuelle												
PLAFONNE	PLAFONNE	PLAFONNE	PLAFONNE	DEPLAFONNE	PLAFONNE												
si 98 % = 50 € si +100 % = 135 € si +105 % = 270 €	si 98 % = 50 € si +100 % = 135 € si +105 % = 240 €	si 98 % = 30 € si +100 % = 90 € si +105 % = 180 €	si 98 % = 30 € si +100 % = 90 € si +105 % = 180 €	Objectifs individuels d'un nombre d'ouverture de lignes écartés par type de services	100 € maximum												
				<table border="1"> <tr> <td>Réalisations</td> <td>Forfait Bloqué</td> <td>Pré-paye</td> <td>Renouvellement</td> </tr> <tr> <td><100%*</td> <td>2.0%</td> <td>0.5%</td> <td>1.0%</td> </tr> <tr> <td>>=100%</td> <td>5.0%</td> <td>2.0%</td> <td>3.0%</td> </tr> </table>	Réalisations	Forfait Bloqué	Pré-paye	Renouvellement	<100%*	2.0%	0.5%	1.0%	>=100%	5.0%	2.0%	3.0%	200 € maximum les mois de soldes
Réalisations	Forfait Bloqué	Pré-paye	Renouvellement														
<100%*	2.0%	0.5%	1.0%														
>=100%	5.0%	2.0%	3.0%														
MENSUEL	MENSUEL	TRIMESTRIEL	MENSUEL	* % de la rémunération magasin 12% de la masse de marge des accessoires lors d'une vente complémentaire Options ou services payants 6 % Rem magasin Assurance CARREFOUR 12% Rem magasin	MENSUEL												

MSC

MSC

Objectifs sur ouvertures de lignes

Annexe
3-5

Primes sur ouvertures de lignes

Objectifs individuels par type de service

Objectifs individuels au prorata du temps de présence

Objectifs calculés au prorata de l'affectation du vendeur sur chacun des rayons

2 paliers d'objectifs

Prime totale par type de service versée mensuellement

Des primes différentes selon les types de services

2 niveaux de rémunération en fonction de l'atteinte des objectifs

Primes calculées sur les options payantes en fonction de la marge magasin

Primes calculées sur les assurances en fonction de la marge magasin

Primes calculées sur les accessoires ou consommables vendus en même temps qu'un produit hard

ATC

DSC