



INFORMATION

APRES PLUSIEURS ECHANGES AVEC LA DIRECTION NOS ACTIONS PORTENT LEURS FRUITS,
Nous vous laissons prendre connaissance de nos échanges ...

Responsable Véhicule : Nous sommes très vigilants sur ce sujet-là et agissons conformément à la réglementation. Nous ne pouvons pas nous permettre de traiter ces informations dans n'importe quel contexte. Le service juridique a validé la procédure, pris contact avec Arval et demandé des choses concernant les contrats. Tout est fait dans les règles de l'art. Pour l'instant, le service n'est pas activé. Aujourd'hui, si les collaborateurs ne remplissent pas les informations, celles-ci leur sont de toute façon demandées afin de les traiter. Grâce au nouveau système qui est mis en place, le temps de traitement des informations sera réduit.

Farad : Vous dites que le service juridique s'est appuyé sur les déclarations de la CNIL. Or, je vais vous lire un article de la CNIL concernant la dénonciation des infractions routières :

« Selon le principe de pertinence, de loyauté et de minimisation des données, la copie du permis de conduire ne saurait être collectée par le responsable de traitement. La CNIL rappelle que le Code de la route ne prévoit en effet que la transmission à l'ANTAI de « l'identité et l'adresse de la personne physique qui conduisait ce véhicule » (article L. 121-6). Il n'est en revanche pas fait mention du numéro de permis de conduire. Par conséquent, la collecte de la copie du permis de conduire s'avère inutile. »

Farad procède à la lecture d'une déclaration au nom de la FGTA FO :

« **La direction fait une demande illicite.**

En effet au moment du recrutement, l'employeur peut demander tout document au candidat.

En revanche pour un salarié en poste, aucune information personnelle n'est à demander.

Ainsi pour les amendes, il faut rester dans l'ancien système qui met le salarié en relation avec le service gouvernemental chargé des amendes.

En aucun cas l'employeur n'est habilité à réclamer quoi que ce soit sur des informations personnelles dont le permis de conduire fait partie. »

Direction : Je dis l'inverse. Je n'ajoute pas de pression aux collaborateurs. Les commerciaux auront du temps supplémentaire qu'ils pourront utiliser comme ils le souhaitent. Le but est qu'ils soient moins pressés et fatigués par les trajets.

Farad SEBA : Je connais très bien le territoire de Paris. Si vous présentez aux équipes ce que nous avons vu aujourd'hui, les merchandisers nous appelleront pour savoir ce qu'il se passe.



Direction : Il est possible de continuer à utiliser la cravate à condition de respecter les règles, c'est-à-dire l'obligation du port des gants lors des manipulations.

Farad : La cravate est surtout dangereuse pour les clients. Certains clients se sont blessés. Du coup, ils enlèvent la cravate. Faut-il continuer à utiliser la cravate ?

Direction : La cravate doit être remplie car dans ce cas-là, elle est moins dangereuse. Toutefois, il ne s'agit selon moi pas d'un matériel d'avenir.

Farad : Quel est l'intérêt de la laisser ?

Direction : Si nous enlevons mille cravates en France, nous aurons mille points de visibilité en moins.

Farad : La cravate peut être remplacée par d'autres outils, par exemple les joues de TG qui sont beaucoup moins dangereuses.

Direction : C'est pourquoi nous n'investirons plus dans les cravates, mais dans des matériaux plus pertinents au niveau du business.

Madani : En réalité, il ne s'agit pas d'une question d'organisation commerciale ni d'intérêt de l'outil. L'intégrité de l'entreprise est mise en jeu. Un consommateur qui se blesse pourrait en effet déposer plainte. Nous pourrions passer à la télévision, voire même en justice. De toute façon, les clients retirent la cravate quand ils se rendent compte de sa dangerosité.

Direction : Nous respectons des normes de sécurité. Or, la cravate n'est pas identifiée comme un objet très dangereux.

Madani : Nous avons entendu parler dans un autre CSE d'outils qui permettent de favoriser la commercialisation de nos produits et qui sont dangereux pour les consommateurs. Il ne s'agit pas d'un dialogue de sourds, mais de langue de bois ! Il sera notifié dans le PV qu'un danger pour l'entreprise a été remonté. Si demain le mécontentement de nos clients et indirectement celui des consommateurs augmente, chacun prendra ses responsabilités.

Direction : Arrêtez d'exagérer. J'ai pris note du point que nous approfondirons.

Farad : Je vous invite à aller voir une cravate en magasin et à la vider. Vous constaterez que des endroits sont tranchants. C'est pourquoi la cravate est dangereuse.

The screenshot shows a presentation slide with a red header bar containing the text "PRIORITES FEVRIER HMSM" and a right-pointing arrow. The slide is divided into two main sections. The left section, titled "FEBRIER 2022", features the "HOME29" logo and lists several bullet points: "Des RDC doivent être effectuées (ITM, U, CRF)", "n 2021. 770 IPP à placer sur les mois de Janvier", and "TCA SECTEUR (50%) / sec. 10000000000". The right section, titled "SECURITE DE FEVRIER", includes the Coca-Cola logo and the heading "IPP CRAVATE". Below this, a red banner states "CRAVATE : NE PLUS EN INSTALLER EN MAGASIN". Three bullet points follow: "➤ Pour des raisons de sécurité nous vous rappelons que la pose de CRAVATE en PDV n'est PAS AUTORISEE", "➤ L'accès aux commandes sur Mystock est BLOQUE", and "➤ Les équipes travaillent dessus afin de les améliorer et d'éviter de nouveaux accidents." To the right of the text is an image of a cravate (a long, thin, flexible tool) with the text "Cravate - 22315" below it.

Direction: Le fil chatter est un mode de communication qui permet de rendre compte de l'activité et d'avoir un historique.

Rachid : Il n'y aucune vue sur certains fils chatter. De plus, nous ne nous en servons pas pour les entretiens. Cela interroge les merchandisers.

Direction: Je vous invite à demander aux merchandisers de prévenir leurs RDS pour qu'ils regardent le fil chatter. Par ailleurs, il ne faut pas hésiter pour postuler à se mettre en avant et à montrer son propre chatter.

Direction: Nous ne pouvons pas comparer les choses comme vous le proposez. En effet, nous pourrions regarder des secteurs qui ne sont pas visités et étudier leur croissance pour en tirer des conclusions inverses. L'impact de nos équipes reste un enjeu essentiel.

Madani : Il existe des raisons exogènes à ces évolutions. Cela signifierait que si nos commerciaux visitaient ces points de vente, leur croissance positive pourrait être supérieure.

Direction (Président) : Je voudrais intervenir.

Madani : La Direction est intervenu sur la valeur ajoutée. Comment est-elle calculée ?

Direction (Président) : Je voudrais intervenir par rapport aux propos de Monsieur AGGOUNE. Il n'est pas vrai de dire qu'aucune partie des accords nationaux ne serait appliquée sans l'intervention de la force de vente.

Madani : Je n'ai pas dit cela. Il faut rester précis.

Direction (Président) : D'accord, je considère que si. Nous serons transparents avec vous sur les chiffres.

Direction a expliqué que le projet en alimentaire s'appuierait aussi sur la fusion des portefeuilles, le soutien à l'activité de merchandising, l'accent mis sur la vente etc.

Farad : Pouvez-vous être plus précis sur la fusion des portefeuilles ?

Direction: Les points de vente SM et proxi au chiffre d'affaires compris entre 50 000 et 200 000 euros seraient visités uniquement par un attaché commercial.

Farad : Quid des hypermarchés ?

Direction: Les RDS et MC s'occupent des hypermarchés jusqu'à 200 000 euros.

Farad : La fin du processus d'information-consultation est prévue en février.

Direction RH : Nous reviendrons sur le calendrier.

Farad : Pourquoi prévenir les salariés demain ?

Direction RH : Nous parlons d'une information globale sur le projet pour prévenir les salariés concernés qu'ils pourraient être impactés avec toutes les précautions d'usage. Rien n'est entériné, mais il est normal de rassurer les équipes.

Madani : À combien de personnes parlerez-vous ?

Direction RH : Nous parlerons aux salariés qui seraient impactés



Gardons le contact Rejoignez la FGTA FO CCEP au Commercial

Farad, Rachid, Madani, Mohamed

NOTRE MAIL : F G T A FO.COCACOLA@GMAIL.COM