

COMPTE RENDU DE LA RÉUNION ORDINAIRE
DU COMITE SOCIAL ÉCONOMIQUE PSA RETAIL LILLE

22 juillet 2021 à 8 h 30

Réunion Skype et présentiel à Villeneuve d'Ascq

Pour la Direction : L. CONVENANT Directeur Région Nord – H. JULIA ZMRH – A. DUPUY Pilote économique Plaque Ville - N. CHEKROUN Assistante de direction

Pour les représentants du personnel

	<u>Titulaires</u>	<u>Suppléants</u>
<u>1^{er} collègue</u>	PRUVOST Marc MACHNITZKE Gunther DEBAY Yorick (abs) THUILLIER Vincent (abs) DEVRIEZE Ludovic	DERONE Bruno PHILIPPE Brigitte (abs)
<u>2^{ème} collègue</u>	LESTIENNE Audrey (abs) DERONE Christelle DOUBLECOURT Guillaume (abs) Valérie SERROEN (abs) LAMARRE Anthony (abs)	VELS Jérémy (abs)
<u>3^{ème} collègue</u>	MICHALSKI François (abs)	DECOTTIGNIES Jean-François (abs)

Représentants syndicaux au CSE : CLÉMENT Émeline (CFTC) -SOUMEUR M'Hamed (CGT) (abs) – DESPREZ Laurent (FO) (abs)

La séance est ouverte à 8 heures 40. Christelle DERONE est désignée secrétaire de séance en l'absence de François MICHALSKI.

1) Adoption du procès-verbal de la réunion du 23 juin 2021

Le compte-rendu de la réunion ordinaire du 23 juin 2021 est approuvé à l'unanimité.

2) Exposé du président :

- **Activité commerciale/résultats économiques**

Activité commerciale juillet 2021

M. CONVENANT indique que l'activité VN de la marque Peugeot conserve un bon rythme de prises de commandes. Son rythme de livraisons est plus difficile, même si les usines ont davantage fabriqué au mois de juillet, avec une importante impulsion dans la fabrication de véhicules déjà réservés et vendus à des clients. À mi-juillet, la plaque avait déjà enregistré le même niveau de facturation pour la marque Peugeot que pendant tout le mois de juin. L'activité VN Citroën connaît un rythme plus mou en matière de prises de commandes, mais ce n'est pas le cas au niveau des ventes aux sociétés ou de la plaque de Dunkerque qui est très en avance. Le marché VN reste encore dynamique, y compris du côté de FCA.

L'activité VO connaît également un bon niveau sur la plaque Nord. Le VO est quelque peu pénalisé par de l'absentéisme (qui ne porte pas que sur les congés programmés) notamment chez les

vendeurs, ce qui devrait générer quelques manques de volumes. Le commerce numérique aide beaucoup l'activité VO, et la cellule digitale réalise un grand nombre de ventes, malgré la pénurie européenne d'approvisionnement liée à l'explosion actuelle du marché des véhicules d'occasion. La plaque réalise un bon niveau de commerce VO et cherche des canaux d'achat pour réachalander ses parcs. Les usines de conditionnement rencontrent également des difficultés avec les périodes de congés, la plaque fait donc davantage travailler l'usine de Hordain : celle-ci enregistre un temps de reconditionnement moyen de 9,5 jours et des frais de remise en état de 80 à 100 € en moyenne, ce qui est inférieur à la moyenne des prestataires habituels.

L'activité APV connaît un mois de juillet toujours solide. Il note que la communication envoyée par Anne ABOUD consacrée au premier semestre et aux orientations du second semestre a souligné le fait que les activités APV et VO couvrent en moyenne 85 % des frais fixes des activités du retail. L'objectif est de parvenir à couvrir 100 % des frais fixes à l'aide du VO et de l'APV, d'où la nécessité de jouer sur plusieurs leviers : la contraction des frais immobiliers et le développement des activités rentables, à savoir l'APV et le VO. L'accord de performance APV porte ses fruits et a été reconduit d'un mois. L'APV tient son rythme sur la plaque Nord, y compris du côté de FCA.

Il existe actuellement une pénurie dans le secteur du rent : toutes les sociétés de location sont dépourvues de voitures. La plaque place davantage de véhicules en location afin de pouvoir réaliser du rent facturable : elle enregistre de la demande, et sera amenée à développer de plus en plus cette activité, mais celle-ci doit pour cela être profitable (ce qui avait été le cas sur le mois de juin isolé).

Résultats économiques

RESULTATS - MENSUEL - PLAQUE NORD																								
Juin	TOTAL PSAR NORD			AC LILLE SECTEUR			AC LMS			AC LS + LMS			AC DUNKERQUE			AP LILLE		SLS DPR - DISTRIGO		TOTAL MOTOR VILLAGES				
	BUDGET	REALISE	Real vs Bud	BUDGET	REALISE	% Bud.	BUDGET	REALISE	% Bud.	BUDGET	REALISE	% Bud.	BUDGET	REALISE	% Bud.	BUDGET	REALISE	% Bud.	BUDGET	REALISE	% Bud.			
VN:																								
VOLUME VENTES CLIENTS	1231	1054	-177	302	191	-112	212	284	172	515	575	60	100	75	-25	616	404	-212				112	51	-61
*** **	192	-307	-498	58	-49	-107	34	152	118	92	104	11	20	33	13	80	-443	-523				65	-17	-81
11/20	15%	-29%	-44%	16%	-25%	-40%	16%	28%	23%	17%	10%	10%	18%	45%	23%	12%	-18%	-122%				57%	-32%	-80%
VO:																								
VOLUME VENTES CLIENTS	1042	777	-265	414	323	-91	0	0	0	414	323	-91	118	114	-4	510	340	-170				59	28	-31
dont Volume VOP	662	487	-176	266	221	-45	0	0	0	266	221	-45	74	69	-5	323	197	-126				34	18	-16
dont Volume VOM	379	290	-89	148	102	-46	0	0	0	148	102	-46	44	45	1	187	143	-44				25	5	-20
*** **	536	119	-417	228	61	-167	0	0	0	228	61	-167	44	43	-1	264	15	-249				18	-8	-26
11/20	55%	16%	-36%	55%	16%	-36%				55%	16%	-36%	27%	27%	5	51%	4%	-47%				26%	-26%	-58%
APV:																								
CA Net activité APV (CA	2192	2236	44	613	671	58	0	0	0	613	671	58	189	190	10	1399	1376	-23				120	128	8
Honoraires Totalisés	12446	12036	-410	3485	3436	151	0	0	0	3485	3436	151	1245	1092	-163	7717	7318	-398				1151	1277	126
dont HEC	11704	11309	-395	3300	3408	108	0	0	0	3300	3408	108	1067	938	-150	7317	6964	-353				864	964	100
RBA APV	514	556	42	140	167	27	0	0	0	140	167	27	43	44	1	330	345	14				16	24	8
11/20	4%	4%	5	4%	4%	6				4%	4%	5%	2%	4%	6	4%	4%	4				1%	1%	5
PR:																								
SORTIES TOTALES PR	12320	12561	241																12320	12561	241	449	390	-59
CA Net activité PR	6798	7076	278																6798	7076	278	345	312	-34
*** **	546	600	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	546	600	54	39	50	11
% CA Net	8,6%	6,5%	0,4%																8,6%	6,5%	0,4%	11,2%	15,6%	4,7%
TOTAL RBA	1787	568	-1219	427	180	-247	34	152	118	461	332	-129	106	120	13	674	-84	-758	546	600	54	138	49	-88
% CA Net	4,2%	2,6%	-1,6%	4,6%	2,2%	-1,8%	1,8%	2,8%	2%	3,2%	2,4%	-1%	3,5%	4,6%	1,1%	3,6%	-0,6%	-0,2%	4,6%	6,0%	0,4%	4,6%	2,8%	-1,8%
FSBI	691	542	-149	210	135	-76	33	41	8	244	176	-68	55	65	10	248	175	-73	125	126	1	89	88	-10
% CA Net	1,6%	1,5%	-0,1%	2,0%	1,7%	-0,3%	1,0%	0,7%	-0,3%	1,8%	1,3%	-0,5%	1,8%	2,5%	0,7%	1,4%	1,3%	-0,1%	1,8%	1,8%	-0,1%	3,0%	4,8%	1,8%
COÛTS IMMOBILIER	391	447	56	132	120	-12	2	0	-2	134	120	-14	25	23	-2	184	244	60	47	40	-8	3	3	0
% CA Net	0,9%	1,2%	0,3%	1,3%	1,5%	0,2%	0,1%	0,0%	-0,1%	1,0%	0,9%	-0,1%	0,8%	0,9%	0,1%	1,0%	2,0%	1,0%	0,7%	0,6%	-0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
ROC	726	-21	-747	93	-76	-169	-2	111	113	92	35	-57	26	32	6	234	-523	-756	374	435	60	45	-34	-79
% CA Net	1,7%	-0,1%	-1,8%	0,8%	-0,8%	-1,8%	-0,0%	1,6%	1,1%	0,2%	0,2%	-0,4%	0,6%	1,2%	0,4%	1,2%	-4,0%	-5,2%	5,5%	6,0%	0,6%	1,5%	-2,0%	-3,5%
ROC GARAGES (Y-compris UC)	352	-455	-807																					
ROC PLAQUE PR:	374	435	60																					

M. CONVENANT note que le tableau habituel intègre dorénavant une colonne détaillant les résultats des Motors Villages de la région. Le résultat global de la plaque Nord pendant le mois de juin 2021 est inférieur au budget de 747 000 €. En comptant la plaque PR, la plaque Nord réalise un mois qui est presque à l'équilibre en réalisation, mais dont le résultat s'élève à -455 000 € hors plaque PR.

VN

Ce mois de juin a été complexe pour plusieurs raisons. Tout d'abord, l'activité VN seule a engendré un écart de plus de 300 000 € par rapport au point d'équilibre et de 498 000 € par rapport au budget

fixé. Sur les 1054 véhicules neufs facturés pendant ce mois, la plaque a donc perdu 291 € par voiture : cette situation est liée aux primes à la performance et aux volumes.

Sur la seule activité VN Peugeot, la plaque perd 443 000 €, soit 1097 € par voiture. Ce mois a donc été très complexe du côté de la marque Peugeot : la plaque a livré environ 277 véhicules et a facturé 404 véhicules DS12, mais cela n'a pas suffi pour dégager des aides. La plaque a passé un accord avec la marque, parce que l'usine ne pouvait pas produire assez de voitures pour pouvoir les facturer. À date, la plaque détenait un portefeuille de plus de 1340 véhicules Peugeot. Cette situation devrait s'accélérer : le nombre de facturations a augmenté au mois de juillet, mais la difficulté était vraiment située sur la marque Peugeot (523 000 € de pertes chez Peugeot sur le mois, toutes activités confondues).

VO

Le VO a enregistré sur la plaque un décalage de 362 € par unité par rapport au budget (153 €/VO contre un budget fixé à 514 €/VO). FCA est en décalage sur ce point : quelques VO trop anciennes ont été évacuées, et des sujets doivent encore être discutés avec les pilotes économiques pour retrouver des créneaux plus rentables. Les frais de remise en état des VO sont maintenant en amélioration, et se situaient à la fin du mois de juin à un niveau meilleur que celui de la France de 4 € par VO (là où la plaque a pu connaître des écarts de 150 € par VO dans le passé). Les équipes de la plaque commencent à mieux chiffrer les travaux pour les déduire du montant des reprises, afin que la garantie ne coûte pas trop cher. Il existe toujours un écart d'une quarantaine d'euros au niveau de la garantie.

Il existe également une autre piste sur la refacturation des frais kilométriques ou autres sur les *buybacks* réseau, où la plaque n'est pas certaine d'obtenir toutes les refacturations qui doivent être appliquées au client concerné. Il y a donc un chantier à mener sur le VO, qui n'est pas aujourd'hui à la hauteur des attentes, par rapport à la France qui enregistre un niveau de RBA unitaire de 501 €/VO.

APV

L'activité APV a connu en juin 2021 une activité soutenue, avec une rentabilité de 46 € par heure, ce qui est une belle performance par rapport à un budget fixé à 41 €/heure. Cette rentabilité s'est élevée à 46 €/heure pour la marque Citroën, 47 €/heure pour la marque Peugeot, 41 €/heure à Dunkerque et 19 €/heure au sein des *Motors Villages*. Ce dernier résultat est en ligne avec le budget fixé en début d'année par FCA : leur objectif était d'atteindre 19 €/heure sur l'année.

Le chiffre d'affaires global de l'APV atteint son objectif (2,2 millions d'euros en juin 2021) : la marque Citroën a dépassé son objectif, tandis que la marque Peugeot atteint presque le sien à 20 000 € près. Même les *Motors Villages* ont atteint leur objectif (128 000 € pour une cible fixée à 120 000 €).

Plaque PR

La plaque PR connaît une bonne activité, avec 12,5 millions d'euros de chiffre d'affaires (+240 000 € par rapport au budget). Son résultat brut est meilleur qu'attendu : 600 000 €, soit +54 000 € par rapport au budget.

La marge brute de la plaque s'élève donc à 968 000 €, mais reste en décalage par rapport au budget de 628 000 €, pénalisée par le VN et le VO. La situation du VN ne s'améliorera pas dans les années à venir, avec un durcissement des coûts de distribution dans les années à venir. Il est donc absolument nécessaire de disposer d'un VO aussi solide que l'APV afin d'absorber les charges de la plaque.

Les coûts de structure de la plaque sont en amélioration de 149 000 € par rapport au budget, avec un impact principalement situé sur les activités de Lille Secteur et de Peugeot. Les coûts immobiliers

sont légèrement plus élevés que le budget (1,2 % du chiffres d'affaires contre 0,9 % inscrit au budget), mais la plaque parvient à obtenir des coûts de structure globaux de 2,7 % du chiffre d'affaires, ce qui est un bon niveau pour une plaque de cette taille.

Citroën LMS enregistre des résultats très solides, avec un résultat net de 111 000 € et une rentabilité de 396 € par voiture, ce qui permet une véritable amélioration des résultats globaux. Une comparaison des marques Peugeot et Citroën sur le même périmètre montre que le résultat net global de la marque Peugeot s'élève à -523 000 €, tandis que Citroën obtient un résultat net positif, qui est notamment de 35 000 € pour Citroën Lille et de 32 000 € pour Citroën Dunkerque. L'impact direct de ce mois s'est donc porté sur le VO et le VN, mais celles-ci ont moins souffert pour Citroën que pour Peugeot.

Résultats économiques cumulés (1^{er} semestre 2021)

RESULTATS - CUMUL - PLAQUE NORD																								
Cumul Juin	TOTAL PSAR NORD			AC LILLE SECTEUR			AC LMS			AC LS + LMS			AC DUNKERQUE			AP LILLE			SLSOPR - DISTRIGO			TOTAL MOTOR VILLAGE		
	BUDGET	REALISE	Écart vs Bud	BUDGET	REALISE	Ecart	BUDGET	REALISE	Ecart	BUDGET	REALISE	Ecart	BUDGET	REALISE	Ecart	BUDGET	REALISE	Ecart	BUDGET	REALISE	Ecart	BUDGET	REALISE	Ecart vs Bud.
VN:																								
VOLUME VENTES CLIENTS	6 251	5 630	-621	1583	973	-610	1079	1478	399	2 662	2 451	-211	501	390	-111	3 088	2 789	-299				637	284	-353
VOLUME Ventes à Particulier	3 172	2 432	-740	1456	905	-551	0	4	4	1456	939	-517	317	229	-88	1 389	1 264	-125						0
VOLUME Ventes BtoB	3 079	3 198	119	128	38	-90	1079	1474	395	1 207	1 512	305	184	161	-23	1 689	1 525	-164						0
RBA VN	706	-236	-942	210	-339	-548	135	766	631	344	427	83	91	-28	-119	270	-635	-906				270	-49	-319
11 MO	112	-42	-155	132	-349	-480	125	598	383	129	174	45	182	-77	-263	87	-228	-106				423	-172	-596
VO:																								
VOLUME VENTES CLIENTS	4 926	4 152	-674	1941	1649	-292	0	0	0	1941	1649	-292	631	454	-177	2 254	2 049	-205				349	219	-130
dont Volume VOP	3 236	2 673	-563	1 355	1 122	-233	0	0	0	1 355	1 122	-233	394	289	-105	1 467	1 262	-205				199	118	-81
dont Volume VDM	1 689	1 479	-210	585	527	-58	0	0	0	585	527	-58	237	165	-72	787	787	0				150	67	-83
RBA VO	2 239	1 176	-1 063	927	564	-363	0	0	0	927	564	-363	232	105	-127	1 080	507	-573				124	37	-87
11 MO	464	282	-181	479	342	-136	#CIVV#	#CIVV#	#CIVV#	479	342	-136	267	231	-37	479	249	-230				354	169	-187
APV:																								
CA net activités APV (CA - remi)	12 321	11 444	-877	3 444	3 460	16	0	0	0	3 444	3 460	16	1 094	789	-225	7 863	7 195	-668				695	602	-93
Heures Totales	69 958	63 475	-6 483	19 588	19 004	-584	0	0	0	19 588	19 004	-584	6 996	5 192	-1 804	43 374	39 198	-4 176				6 593	5 928	-665
dont HEC	65 790	57 307	-8 483	18 550	17 068	-1 482	0	0	0	18 550	17 068	-1 482	6 111	4 160	-1 951	41 129	36 078	-5 050				4 945	4 337	-607
RBA APV	2 833	2 395	-438	788	691	-98	0	0	0	788	691	-98	206	81	-125	1 838	1 624	-215				69	16	-52
11 MO	40	38	-2	40	38	-2	#CIVV#	#CIVV#	#CIVV#	40	38	-2	29	18	-11	42	41	-1				10	3	-7
PR:																								
SORTIES TOTALES PR	66 615	64 188	-2 427																66 615	64 188	-2 427	2 492	2 110	-382
CA net activités PR	36 755	36 395	-360																36 755	36 395	-360	1 907	1 613	-293
RBA PR	3 038	2 958	-79	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 038	2 958	-79	200	210	10
% CA Net	0,3%	0,3%	-0,1%																0,3%	0,3%	-0,1%	11,5%	13,0%	2,5%
TOTAL AAA	8 815	6 293	-2 522	1 925	916	-1 009	135	765	631	2 060	1 681	-379	529	158	-371	3 189	1 496	-1 693	3 038	2 958	-79	662	214	-448
% CA Net	4,3%	3,2%	-0,9%	3,6%	2,3%	-1,3%	0,6%	3,4%	2,8%	2,8%	2,2%	-0,3%	3,3%	1,3%	-2,0%	3,4%	1,6%	-1,7%	0,8%	0,8%	-0,1%	3,9%	2,3%	-1,5%
FSHI	4 331	4 165	-166	1 262	1 132	-130	200	239	39	1 462	1 371	-91	368	401	33	1 606	1 610	4	895	783	-112	529	954	25
% CA Net	2,0%	2,1%	0,1%	2,4%	2,8%	0,4%	1,2%	1,6%	0,1%	2,6%	2,2%	0,1%	2,3%	3,4%	1,0%	1,7%	1,8%	0,2%	2,4%	2,2%	-0,3%	3,1%	6,0%	2,9%
COÛTS IMMOBILIERS	2 404	2 333	-71	793	696	-97	12	0	-13	806	696	-110	151	136	-15	1 106	1 191	85	341	311	-30	20	20	0
% CA Net	1,1%	1,2%	0,1%	1,5%	1,7%	0,2%	0,1%	0,0%	-0,1%	1,8%	1,6%	0,0%	0,8%	1,1%	0,2%	1,2%	1,4%	0,2%	0,9%	0,9%	-0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
RDC	2 066	-346	-2 413	-135	-934	-799	-78	527	604	-212	-407	-195	10	-383	-393	467	-1 421	-1 888	1 802	1 865	63	113	-360	-473
% CA Net	1,0%	-0,2%	-1,1%	-0,6%	-2,6%	-2,1%	-0,4%	2,4%	2,8%	-0,3%	-0,6%	-0,3%	0,1%	-1,2%	-3,3%	0,9%	-1,7%	-2,2%	4,9%	5,6%	0,2%	0,7%	-3,9%	-4,6%
RDC GARAGES (Y-compris UCI)	265	-2 211	-2 476																					
RDC PLAQUE PR:	1 802	1 865	63																					

Le résultat net cumulé pendant le premier semestre de la plaque Nord s'élève à -346 000 €. Hors plaque PR, les pertes en résultat net s'élèvent à 2,2 millions d'euros.

L'écart se retrouve essentiellement dans l'activité VN, qui enregistre un décalage par rapport au budget de 942 000 € et une perte nette de 236 000 € en six mois (soit une perte de 42 € par VN facturé). C'est essentiellement la marque Peugeot qui pénalise l'activité VN de la plaque, car elle représente 906 000 € d'écart budgétaire sur la plaque.

Le VO rassemble ce qui reste de l'écart total de plus de 2 millions d'euros, avec un écart budgétaire total de 1 million d'euros. Cet écart est relativement partagé, avec 363 000 € d'écart par rapport au budget pour la marque Citroën et 573 000 € d'écart pour la marque Peugeot. Le reste de l'écart budgétaire total porte sur une bonification des frais de structure de plus de 230 000 € et sur un écart négatif du résultat cumulé de l'APV, causé par les mois compliqués d'avril et de mai qui ont entraîné une perte de 438 000 €. L'écart du résultat net cumulé de la plaque par rapport à son budget est de 2,4 millions d'euros.

La plaque PR engrange un résultat net de 1,865 million d'euros pour un budget fixé à 1,802 million d'euros. L'activité FCA connaît un décalage négatif par rapport à son budget de 473 000 € et une perte sèche de 360 000 € : leurs coûts de structure sont importants et devront faire l'objet d'un

chantier pour les abaisser, car ils s'élèvent au cumul à 3,3 % du chiffre d'affaires sur la plaque, mais à 6,2 % pour *Motors Villages*.

Une réunion spécifique a eu lieu deux jours plus tôt, consacrée aux activités VN et VO, afin de procéder à des analyses par effets. Les indicateurs de maîtrise des coûts sont bons, ce qui n'était pas le cas auparavant. La plaque travaille surtout sur la maîtrise de son commerce : la qualité a eu un important impact défavorable, et lorsque les sites les plus importants de la plaque ne déclenchent pas de primes, ce sont plusieurs centaines de milliers d'euros qui ne sont pas engrangés.

La plaque cherche également à développer toute la structure des aides constructeurs, afin de s'assurer qu'elles sont bien perçues. Des réclamations pour une enveloppe de 55 000 € ont déjà été envoyées à la marque Peugeot. Enfin, la prime qualité a été divisée par deux le dernier jour du semestre, lorsqu'une mauvaise enquête a été reçue : il en manquait alors trois pour atteindre le premier palier.

Sur le VO, le travail doit plutôt porter sur les aspects de financement, qui enregistrent un important décalage par rapport au budget. Le brut et les frais de remise en état sont à un bon niveau, mais les coûts garantis enregistrent un écart. De plus, l'effet de volumes actuel a également un impact sur la rentabilité. Le budget en financement a été écrit au niveau habituellement enregistré de 220 €/VO, mais le résultat n'est que de 140 €/VO à fin juin. La correction de tous ces facteurs, ainsi que le travail qui doit être fait sur les refacturations des *buybacks* réseau (remises en état et kilométrages excédentaires), permettraient de parvenir au niveau enregistré en France de 500 €/VO, auquel la plaque est attendue.

Il n'existe pas actuellement de sujets alarmants importants pour la plaque Nord : les problèmes rencontrés relèvent surtout de l'organisation et de la formation. Des formations ont été menées avec Efficar pour donner aux commerciaux de la plaque toutes les armes pour travailler sur les produits fidélisants.

- **Satisfaction client**

Positionnement quartiles

mercredi 21 juillet 2021	YTD 2021		
Quartiles YTD	VN	APV	VO
AC Dunkerque	Q1	Q2	Q1
AC Lomme	Q1	Q3	Q1
AC Hellemmes		Q3	
AC Roncq		Q2	
AC Roubaix		Q1	
	Q1	Q2	Q1
AP Vda	Q2	Q3	Q2
AP Faches	Q4	Q1	Q2
AP Roncq	Q1	Q2	Q2
AP Roubaix	Q1	Q3	Q3
	Q2	Q2	Q2
	VN	APV	VO
DS Lomme	Q1	Q2	Q2
DS Roncq	Q1		
	Q1	Q2	Q2

M. CONVENANT annonce que le site de Faches-Thumesnil est toujours placé en Q4 pour le VN : les volumes vendus sur ce site font qu'une seule mauvaise enquête y pèse très lourd. L'activité VN globale reste solide, avec 75 % des contrats en Q1 et 88 % des contrats en Q1 et Q2.

29 % des contrats VO sont placés en Q1 et 86 % en Q1 et Q2 : la plaque possède encore beaucoup de sites en Q2 pour le VO, qui doivent gravir jusqu'au Q1. Cette situation est rassurante, car elle montre un bon niveau de maîtrise en cours d'amélioration.

Les TSU sont plutôt de bon niveau en VO et en VN : par conséquent, dès que les résultats du VO s'amélioreront, ces contrats bénéficieront de critères majorés et plus rémunérateurs.

La situation de l'APV est plus difficile. 20 % des contrats de l'APV sont classés en Q1 et 60 % en Q1 et Q2. La situation s'améliore, et il n'y a plus de sites classés en Q4 pour l'APV. Quelques sites auparavant classés en Q3 sont maintenant classés en Q2. Il indique avoir étudié une nouvelle

organisation avec Romain LALUSSE et les équipes de Pénélope : quatre personnes y travaillent maintenant exclusivement sur la qualité APV, et une partie du script utilisé a été modifiée. La qualité APV pèse un lourd tribut dans les résultats économiques. Des difficultés sont toujours rencontrées concernant le TSU, en particulier à Roncq pour une des marques. Il rappelle qu'un site peut obtenir des résultats qualité le plaçant en Q1, et ne rien percevoir si le TSU est insuffisant.

Ranking

La plaque Nord se situe dans le Q1 en ranking VN, sur un volant de 1057 répondants. Les taux de recommandation VN actuels sont les suivants :

- Au global, 96,59 % pour la plaque Nord, 95,99 % pour la France, 95,88 % pour les indépendants, et 96,54 % pour le réseau PSA Retail ;
- pour la marque Peugeot, 95,77 % pour la plaque Nord, 96,14 % en France, 96,15 % pour les indépendants, et 96,09 % pour le réseau PSA Retail ;
- pour la marque Citroën, 97,15 % pour la plaque Nord, 96 % pour la France, 96,79 % pour le réseau PSA Retail et 95,83 % pour les indépendants.
- pour la marque DS, 98,53 % sur la plaque Nord, 97 % pour la France, 98,40 % pour le réseau PSA Retail et 96,5 % pour les indépendants.

Il note que ces résultats montrent ce qui est attendu par Carlos TAVARES, qui souhaite que le réseau Retail du groupe soit solide.

Les résultats du ranking du taux de recommandation APV sont les suivants :

- au global, 91,17 % pour la plaque Nord qui est classée en Q2, 91,67 % pour la France, 91,57 % pour le réseau PSA Retail et 91,69 % pour les indépendants ;
- pour la marque Peugeot, 91,03 % pour la plaque Nord, 91,94 % pour la France, 91,39 % pour le réseau PSA Retail et 92,02 % pour les indépendants ;
- pour la marque Citroën, 91,08 % pour la plaque Nord, 91,55 % pour la France, 91,25 % pour le réseau PSA Retail et 91,61 % pour les indépendants ;
- pour la marque DS, 92,77 % pour la plaque Nord, 93,22 % pour la France, 94 % pour le réseau PSA Retail et 92,94 % pour les indépendants.

Les résultats inhabituels qui avaient été enregistrés pour la marque DS sont en cours de redressement.

Les résultats du ranking du taux de recommandation VO sont les suivants :

- au global, 93,06 % pour la plaque Nord, 91,2 % pour la France, 93,1 % pour le réseau PSA Retail et 90,66 % pour les indépendants ;
- pour la marque Peugeot, 92,94 % pour la plaque Nord, 92,11 % pour la France, 92,99 % pour le réseau PSA retail et 92 % pour les indépendants ;
- pour la marque Citroën, 93,2 % sur la plaque Nord, 89,12 % pour la France, 93,27 % pour le réseau PSA Retail et 87,45 % pour les indépendants ;
- pour la marque DS, 92,31 % sur la plaque Nord, 83,06 % pour la France, 89,84 % pour le réseau PSA Retail et 82,23 % pour les indépendants.

Il note le décalage complet des indépendants sur le ranking VO. La plaque Nord suit le rythme du réseau PSA Retail, et dispose d'une avance de 10 points dans le Nord par rapport aux indépendants pour la marque DS.

Les premiers résultats du second semestre montrent un tableau modifié, avec davantage de contrats classés en Q4, d'où l'importance de la récolte des adresses email et du rappel des clients.

Quartiles S2/2021			
Quartiles S2	VN	APV	VO
AC Dunkerque	Q1	Q4	Q1
AC Lomme	Q4	Q4	Q2
AC Hellemmes		Q3	
AC Roncq		Q1	
AC Roubaix		Q1	
AP Vda	Q4	Q3	Q1
AP Faches	Q1	Q1	Q4
AP Roncq	Q1	Q1	Q1
AP Roubaix	Q1	Q4	Q1
	VN	APV	
DS Lomme	Q1	Q1	Q4

De nombreux contrats APV sont passés en Q1, mais d'autres précédemment classés en Q2 sont passés en Q4. Le contrat APV de Dunkerque n'est pas du tout dans sa position habituelle, par exemple. Il ne faut pas tirer de conclusions hâtives, puisque le second semestre vient tout juste de commencer. Cependant, une mauvaise enquête peut peser très longtemps dans les résultats. La cible fixée par le groupe est toujours de posséder 50 % de contrats en Q1 et 80 % de contrats en Q1 et Q2 sur la plaque.

Projection primes qualité au 30/06/2021

M. CONVENANT indique qu'une dérogation a été accordée pour les collaborateurs n'ayant pas encore réalisé leurs formations. Au stade actuel, toutes les primes qualités projetées peuvent être perdues si les collaborateurs ne les réalisent pas : il s'agit donc de l'état inscrit dans les comptes à fin juin, et non finalisé. Il ajoute que la marque Citroën l'a encore alerté deux jours avant cette séance, concernant certains collaborateurs qui n'ont pas suivi ces formations : il annonce donc avoir atteint le niveau maximal de sa patience, et travaillera désormais différemment sur ce sujet en compagnie de M. JULIA. Il rappelle que les formations constituent une obligation inscrite dans le contrat de travail, et n'admettra pas que la plaque perde des primes qualité à cause de collaborateurs individuels qui n'auraient pas suivi leurs formations.

% Primes	VN	APV	VO
AC Dunkerque	80%	52%	83%
AC Lomme	88%	0%	83%
AC Hellemmes		0%	
AC Roncq		76%	
AC Roubaix		76%	
	87%	20%	83%
AP Vda	50%	0%	43%
AP Faches	31%	76%	67%
AP Roncq	100%	0%	47%
AP Roubaix	89%	34%	30%
	57%	20%	44%
DS Lomme	100%	0%	100%
DS Roncq	100%		
	100%	0%	100%

87 % des primes qualité VN atteignables sont obtenues pour la marque Citroën, ce qui constitue un beau résultat. 57 % des primes qualité VN atteignables sont obtenus pour la marque Peugeot, soit un résultat inférieur au budget à hauteur de 23 %. Le résultat de 50 % obtenu par le site de Villeneuve d'Ascq a divisé le montant obtenu par deux, pour trois enquêtes. 100 % des primes qualité VN de la marque DS sont atteintes.

La situation de l'APV est plus douloureuse pour la plaque Nord. L'APV Citroën n'obtient que 20 % de ses primes atteignables.

Les sites de Lomme et d'Hellemmes n'ont rien perçu à cause de leurs TSU. L'APV Peugeot n'obtient également que 20 % de ses primes atteignables : le site de Villeneuve d'Ascq là aussi n'a rien obtenu à cause de son TSU, ce qui représente une perte de plusieurs centaines de milliers d'euros. Il exprime son incompréhension concernant la situation du site de Peugeot Roncq, qui est mutualisé avec la marque Citroën : ce site obtient 76 % des primes APV du côté de la marque Citroën, mais aucune prime du côté de la marque Peugeot à cause de la récolte des adresses email. L'APV DS connaît un douloureux accident de parcours, et n'obtient également aucune prime à cause de son TSU. Un point

a été fait avec Giovanni Barbieux sur le sujet du format des adresses email. Il rappelle que les équipes doivent être très prudentes, car la recommandation et les TSU sont indissociables.

L'activité VO de Citroën obtient 83 % de ses primes atteignables, mais celle de Peugeot n'en obtient que 44 %. Il note une contreperformance sur ce volet des sites de Villeneuve d'Ascq, Roncq et Roubaix. Le fait que ces sites touchent malgré tout des primes signifie que les TSU sont d'un niveau suffisant, mais qu'il existe encore des problématiques de suivi et de contrôle avant livraison. Le VO DS obtient 100 % de ses primes atteignables.

Il rappelle encore une fois que la plaque a « la tête sous la guillotine » à cause des formations. Si ces formations n'ont pas été suivies à la fin du mois de juillet, les primes qualités seront enlevées à la plaque, par marques entières et pour tous les métiers.

Avancement résultats qualité juillet 2021

Il présente ensuite l'avancement des résultats qualité sur le mois à la date du 21 juillet. Le site de Dunkerque obtient pour le moment 100 % de recommandation VN sur le mois, mais son TSU n'est pas validé (75,61 % pour une cible de 79 %) : par conséquent, il ne toucherait aucune prime qualité VN à date. C'est également le cas du DS Store de Lomme (50 % de TSU pour une cible de 80 %). Il rappelle qu'un palier intermédiaire sont prévus pour la marque Peugeot : 100 % de la prime au-delà de 70 % de TSU, 50 % de la prime si le TSU est situé entre 65 et 70 %, et 0 % des primes en dessous de 65 % de TSU. Le site de Peugeot Roubaix se situe actuellement sur ce palier pour son activité VN : il doit aller chercher ce niveau de TSU de 70 %, dont il est très proche (69,57 %).

L'APV du site de Roncq recueille un TSU suffisant pour la marque Citroën sur cette première période (60,12 %), mais inférieur à 50 % pour la marque Peugeot (pour une cible fixée à 55 %). Ce site dispose pourtant de très bons niveaux de recommandation, qui permettraient de toucher une importante rémunération, mais ce n'est pas le cas. Le site de Citroën Dunkerque doit rester particulièrement prudent, car son TSU est d'un bon niveau, mais ses résultats en recommandation le sont moins. Ce site ne doit pas accumuler de retard car il dispose d'une latitude moins grande, les évaluations étant trimestrielles pour cette marque.

Le VO Citroën enregistre de bons niveaux de recommandation et de TSU. Le VO DS Lille recueille peu d'enquêtes, et n'obtient que 50 % de ses primes sur deux enquêtes, car un client a donné la note de 1 point en recommandation. Il note qu'il n'existait pas de sujet particulier avec ce client, mais qu'aucune marche arrière n'est possible une fois que la note a été envoyée. Ce résultat pose moins problème du point de vue des sommes dégagées (étant donné les faibles volumes concernés) que du point de vue de l'image auprès des marques. Du côté du VO Peugeot, le site de Faches-Thumesnil est toujours en retrait, avec un TSU de seulement 24,14 %. Un changement de vendeur a eu lieu sur ce site, mais il faut désormais s'assurer que cette personne récolte bien les adresses emails. Un faible nombre d'adresses récoltées signifie que les enquêtes seront moins nombreuses.

Visites mystère

M. CONVENANT indique qu'aucune nouvelle visite n'a eu lieu depuis la dernière réunion du CSE. Il ajoute avoir reçu la semaine précédente une information indiquant que les visites mystère VO Spoticar démarreraient à partir de septembre 2021.

- **Point avancement projets/transmutations**

M. CONVENANT indique que les travaux du site de Villeneuve d'Ascq progressent bien. Les équipes ont investi le nouveau *showroom* Peugeot la semaine précédente, et il souligne la beauté de l'espace créé. L'accueil rapide est fonctionnel depuis la semaine précédente. L'accueil APV n'a pas encore basculé vers son nouvel emplacement, mais celui-ci est déjà terminé. Dès que l'accueil et la réception APV investiront leur nouvelle réception, le site proposera véritablement un format de « galerie

marchande » qui est important pour le commerce. Il encourage les élus à venir visiter le nouveau *showroom* Peugeot.

L'enveloppe destinée à la remise en état et aux normes du site d'Hellemmes a été validée. La fin de bail est prévue à la fin du mois d'octobre, avec une remise des clés le 31 octobre 2021. Le budget destiné à ces travaux de remise en état, de dépollution et de remise en conformité est évalué à 300 000 €. Cette somme n'impactera pas les résultats financiers de la plaque, puisqu'elle est directement prise en charge par le groupe. Il ajoute avoir validé officiellement la veille de cette séance le fait que le site d'Hellemmes n'aura plus aucune activité ni aucune présence de collaborateurs du groupe à partir du 30 septembre, ce qui laisse un mois aux entreprises pour réaliser leurs travaux.

Il indique ne pas être encore en mesure de présenter aux élus un schéma concernant la réorganisation stratégique de Stellantis Nord. Il a procédé aux dernières présentations de son projet aux dirigeants des marques pendant la première moitié du mois de juillet. Tous les projets structurels, organisationnels et portant sur les implantations et l'efficacité commerciale ont été présentés aux dirigeants des marques Jeep, Alfa Romeo, Fiat, Peugeot, Citroën et DS. Chacun de ces dirigeants attend de la plaque Nord un bon résultat en matière d'efficacité commerciale.

Il note que ce projet fait parler de lui, ce qui est rassurant. Une présentation en avant-première de la DS4 a eu lieu la semaine précédente, et d'importants clients y ont été invités (notamment des responsables de parcs et de sociétés). Des ventes de DS4 ont eu lieu pendant cette présentation, et des responsables de parcs ont indiqué qu'ils retravailleraient avec la plaque suite à la reprise dans son périmètre du pilotage de FCA, après avoir précédemment abandonné l'idée de travailler avec les *Motors Villages* en raison de leur désorganisation. Il a donc demandé à Frédéric PAULUS d'organiser ce travail avec *Shirley* (FCA), pour aller courtoiser les sociétés. Les équipes étudient déjà la possibilité de récupérer des commandes pour Fiat, ainsi que pour Jeep. L'organisation sur la région pourrait constituer un point fort en matière d'efficacité, pour ramener les marques de FCA à un meilleur niveau que celui qu'elles connaissent aujourd'hui.

Dès que le projet présenté aura été validé par les marques, il sera présenté au CSE. Pour le moment, ce projet est suspendu à la validation formelle de Christophe CIVEL. Il rappelle que d'autres acteurs intéressés par les marques ont également déposé un dossier.

- **Point sur l'absentéisme et les accidents du travail**

M. JULIA présente les niveaux d'absentéisme enregistrés à la fin du mois de juin.

Taux maladie	janv-21	Fev-21	mars-21	avr-21	mai-21	Juin-21
AP LILLE	5.19	3.34	4.46	5.05	4.15	3.28
AC LILLE	7.38	5.09	4.82	2.11	0.98	2.78
Plaque Nord	6.09	4.04	4.60	3.90	2.93	3.08
DUNKERQUE	12.16	13.47	5.57	8.94	2.43	4.30
SLS DPR	3.09	1.44	2.83	2.76	6.50	3.19
France	3.44	3.07	3.20	3.06	2.42	2.01

Le TF1 de PSA Retail Lille s'élève toujours à 0 point, contre 1,94 point pour celui de PSA Retail France (qui a connu deux accidents avec arrêt au mois de juin). Il rappelle que la période estivale est propice aux accidents à cause de la chaleur et de la fatigue, et qu'il est donc nécessaire de redoubler de

vigilance en été. Le TF2 de PSA Retail Lille s'élève à 11,52 points, et dépasse donc l'objectif fixé à 6,80 points. Le TF2 de PSA Retail France se maintient à 5,24 points.

- **Live'in PSA Signature accord PERO**

M. JULIA indique que l'accord portant sur le PERO a été signé. Une communication sera directement adressée par AXA aux salariés éligibles au dispositif de retraite supplémentaire, pour les informer du transfert du régime « article 83 » vers le PERO. Cette évolution aura aussi des impacts pour les salariés non éligibles, puisqu'ils disposeront dorénavant de nouvelles modalités d'utilisation du CET : celui-ci pourra être utilisé pour alimenter le PERO, et pourra également être alimenté à l'aide de congés payés, dans la limite de 6 jours par an avant la date limite de consommation de ceux-ci. Ce dernier dispositif ne sera effectif que fin mai 2022.

- **Déploiement de l'accord QVT : entrée en vigueur du télétravail**

M. JULIA déclare que la mise en place du télétravail et du travail à distance (TAD) sera effective à partir du 1^{er} septembre 2021. Un nouveau compteur TAD (qui n'est pas encore actif) est apparu dans le *workflow* de tous les salariés de PSA Retail. Il note qu'il est impossible de différencier d'un point de vue informatique les salariés qui y sont éligibles de ceux qui ne le sont pas, raison pour laquelle le compteur apparaît pour tous les salariés.

- **Modification du payplan Leasers à compter du 1^{er} septembre 2021**

M. CONVENANT rappelle que la plaque Nord est une des rares plaques à disposer d'une cellule *leasers*, et note que celle-ci fonctionne très bien. Cette cellule comportera trois personnes à partir du mois de septembre : cet agrandissement de la cellule est lié à son activité très stratégique : la marque Citroën se trouve déjà dans la moyenne pour ce qui est de la part de marché *leasers*, mais la marque Peugeot est en décalage de 10 à 12 points par rapport à la moyenne de pénétration du marché loueurs. Il précise que ce n'est pas la plaque qui vend aux loueurs, mais les loueurs qui demandent des voitures à la plaque. Il a souhaité faire évoluer ce payplan pour les vendeurs et vendeuses *leasers*, car il s'avère que la relation des loueurs avec cette cellule est fondamentale. Certains responsables de parc préfèrent travailler avec une seule et unique personne : si la *car policy* de ces responsables de parc leur permet d'acheter à la fois des véhicules DS et Peugeot, mais que cet interlocuteur ne possède pas le droit de vendre des véhicules de ces deux marques, cela pose un problème.

Un test est donc effectué depuis deux à trois mois, durant lequel des accès supplémentaires ont été ouverts à ces vendeurs, qui ont également suivi des formations. Ce test obtient des résultats positifs : les vendeurs *leasers* obtiennent des commandes en dehors de leur « marque de cœur ». Ces vendeurs restent associés à des marques : l'objectif n'est pas de créer un système de vases communicants, mais de permettre à ces vendeurs de faire davantage.

Un vendeur *leaser* possèdera donc une « marque de cœur », qui proposera les règles de rémunération variables les plus élevées. Ensuite, ce vendeur sera également rémunéré s'il effectue des ventes dans les deux autres marques, sur la base de paliers raisonnables. Ceci aboutit à une rémunération variable maximale atteignable de 1 300 € pour ces vendeurs, contre 1 150 € actuellement. Cette modification du payplan ajoute donc 150 € de rémunération variable atteignable, et apporte une agilité nécessaire sur ce marché qui pèse un quart des ventes. Ce payplan a vocation à travailler sur un spectre plus large et de permettre la mise en place d'une *business unit* forte et polyvalente.

Il note que les loueurs qui achetaient une marque ailleurs à cause de cette rigidité précédente se tournent maintenant vers la cellule *leasers* pour acheter à la plaque d'autres types de véhicules, ce

qui correspond au sens qu'il souhaitait donner à cette cellule. Cette information sera apportée dans l'après-midi à Frédéric PAULUS, qui en informera les équipes concernées.

3) Animation PPR/Intéressement et participation 2021

M. JULIA présente les résultats actuels pour la PPR :

juin 2021										
	Total Effectif	Total Prime Perf	Accès en % Prime Perf	NB EFFEC PRIME A 120€	Total Prime Volume	Accès en % prime Vol	NB EFFEC PRIME A 60€	Total Prime secu	Accès en % Prime Sécu	NB EFFEC PRIME A 20€
CSE LILLE	97	23	24%	13	57	59%	25	95	98%	43

L'objectif global pour la participation est de 27 863 000 €, et le réalisé à fin juin s'élève à 21 507 000 €.

M. CONVENANT présente les résultats suivants à titre d'information :

PSA RETAIL France - ESTIME Juin

<u>Périmètre Retail</u>	Estimé J+3			ROC MOIS	
	Budget	Ecart	REA 2020	Ecart	
Alsace	-1	0	-1	0	0
Nord	-454	352	-806	307	-762
Normandie	199	170	29	108	92
Le Havre	16	119	-103	-4	19
Grand Ouest	146	519	-373	733	-588
Bordeaux	650	419	232	471	180
Toulouse	341	312	29	576	-235
Marseille	185	310	-125	278	-93
Lyon / SE	66	299	-234	648	-582
Tours	76	48	28	154	-78
Province	1 223	2 548	-1 325	3 272	-2 048
Paris Retail Business	160	110	50	441	-281
Paris Nord	-339	-42	-297	211	-550
Paris Est	50	40	10	246	-195
Paris Sud	373	335	38	-462	835
Paris Ouest	319	210	109	353	-34
Paris	564	653	-89	790	-225
Central + Sites cédés	534	-571	1 105	-2 088	2 622
Total France	2 322	2 631	-309	1 973	349

La plaque Nord rencontre un peu plus de difficultés que les autres : elle enregistre un décalage de 806 000 € par rapport au budget sur le seul mois de juin.

4) Démarrage de la campagne des entretiens de développement personnel

M. JULIA rappelle que ces entretiens constituent un point permettant aux cadres et agents de maîtrise de faire un point à la mi-année sur leurs aspirations en matière de mobilité, leurs compétences comportementales et techniques, la formation et la conciliation vie personnelle/vie professionnelle. Cette campagne a commencé au mois de juin, et la plaque Nord enregistre actuellement un taux de réalisation de ces entretiens de 22 %, contre 17% au niveau national. Cette campagne se terminera fin septembre. Il ajoute avoir relancé les managers durant la semaine pour les inciter à planifier ces entretiens, afin qu'aucun retard ne soit pris. Un point sur l'état d'avancement de la campagne sera fait fin septembre.

5) Information sur les activités socio-culturelles

M. CONVENANT note que M. MICHALSKI n'a pas transmis d'information particulière sur ce sujet pour cette réunion. L'ordre du jour ayant été épuisé, il demande aux élus s'ils souhaitent aborder des questions diverses.

Mme CLÉMENT demande si l'accord de performance sera reconduit au mois d'août.

M. CONVENANT indique l'ignorer à ce stade. Il souhaite communiquer au plus tôt sur ce sujet pour que tous puissent s'organiser. Le seul indicateur qui guide cette décision est la capacité de la plaque à remplir ses colonnes de rendez-vous : elle dispose en la matière d'une visibilité d'environ huit jours. Il note que pour le moment, il ne le renouvellera pas étant donné le taux de remplissage des ateliers, et choisira peut-être de recourir à du volontariat plutôt que de décider d'une prolongation d'un mois pour tous les collaborateurs. Il s'agit là de la réflexion qui orientera son choix.

Mme CLÉMENT demande si les élus seront informés lorsque cette décision sera prise.

M. CONVENANT confirme que le CSE sera évidemment informé lorsqu'il disposera d'une plus grande visibilité et de plus de certitudes, certainement par la biais d'un CSE extraordinaire et en essayant dans la mesure du possible de respecter un temps de prévenance avant celui-ci.

M. JULIA annonce que le protocole sanitaire V8 a été modifié : les exigences sont désormais diminuées pour les salariés ayant achevé leur protocole vaccinal (vaccination complète depuis plus de quinze jours). Une seule mesure de température sera nécessaire par jour pour ces salariés, et il ne leur sera plus nécessaire de disposer de 14 jours d'historique sans symptôme dans l'application pour l'accès au site.

M. DERONE demande si les vendeurs et réceptionnaires seront concernés par la vaccination obligatoire pour l'accueil des clients.

M. CONVENANT note que le groupe n'a pour le moment émis aucune recommandation. Le protocole sanitaire V8 (qui vise à protéger à la fois le collaborateur et le client) s'applique à ces salariés. Il n'y a pas d'obligation affirmée pour ces personnes.

M. MACHNITZKE souhaite savoir si les salariés ayant complété leur parcours vaccinal depuis plus de deux semaines seront toujours concernés par l'obligation de port du masque, évidemment en maintenant les distanciations sociales.

M. CONVENANT indique que le protocole V8 s'applique toujours. En dehors des modifications évoquées plus tôt concernant le suivi et l'attestation sur l'honneur, il n'y a pas d'allègement pour le moment sur la consigne concernant le port du masque. Rien ne change non plus concernant le covoiturage.

La prochaine réunion ordinaire est fixée au 29 septembre 2021 à 8h30

(réunion par Skype et présentiel à VDA)

La séance est close à 10 heures 20.

La secrétaire de séance

C. DERONE

Le Président du CSE

L. CONVENANT