

## ACCORD RELATIF À LA RÉMUNÉRATION DES CONSEILLERS COMMERCIAUX

Entre, Generali Proximité Assurances dont le Siège Social est à PARIS 9<sup>ème</sup>, 7 Boulevard Haussmann, représenté par Monsieur Michel ESTIMBRE, Directeur Général Adjoint,

d'une part,

Et les Organisations Syndicales de salariés soussignées,

d'autre part

### PRÉAMBULE

La Direction et les organisations syndicales se sont rencontrées le 27 janvier, les 3 et 21 mars, les 3 et 28 avril, le 19 mai, les 7 et 21 juin et le 4 juillet 2006.

Le système actuel de rémunération des Conseillers Commerciaux qui découle pour la plupart d'entre eux de l'accord du 21 avril 1994 est aujourd'hui remis en cause à la fois par des raisons externes à Generali Proximité Assurances ainsi que par de nouvelles orientations stratégiques.

Les dispositifs réglementaires de protection des assurés, d'une part, avec notamment les amendements MARINI et FOURGOUS, interdisent certaines pratiques du commissionnement jusqu'alors licites : la reconversion d'échéance pour les contrats d'assurance vie et les formules de commissions précomptées. Le système actuel de rémunération doit donc être notamment modifié structurellement afin d'être en conformité avec les nouvelles dispositions légales.

L'environnement économique, d'autre part, avec le développement des bancassureurs qui sont devenus en peu de temps des acteurs importants du marché de l'assurance impose à Generali Proximité Assurances de recentrer son activité vers la conquête de nouveaux clients.

Par ailleurs, en terme d'activité, Generali Proximité Assurances est confronté depuis plusieurs années à une perte régulière et importante de clients qui n'est pas compensée par la conquête de nouveaux clients – plus de 150 000 pertes de clients depuis dix ans représentant près de 15 % de son portefeuille. Cette diminution du portefeuille de Generali Proximité Assurances est notamment la conséquence directe du fait que le système actuel de rémunération ne favorise pas suffisamment la conquête de nouveaux clients.

Afin de renforcer le dynamisme de la politique commerciale et de compenser les effets des évolutions législatives, les parties signataires ont défini un système de rémunération cohérent avec les enjeux et l'avenir de Generali Proximité Assurances. Ce système s'appuie sur les quatre principales missions du Conseiller Commercial qui sont de conquérir de nouveaux clients, de fidéliser les clients, d'assurer un niveau d'activité permettant d'inscrire Generali Proximité Assurances dans une dynamique de développement et d'être généraliste pour produire dans le respect des grands équilibres de Generali Proximité Assurances.

<b>TITRE I. DISPOSITIONS GÉNÉRALES .....</b>	<b>4</b>
Article 1. Le champ d'application de l'accord .....	4
a) Application de l'accord au personnel en poste .....	4
b) Application de l'accord aux nouveaux entrants .....	4
c) Remplacement des dispositions précédemment applicables .....	4
d) Information des collaborateurs en poste .....	4
e) Information future des collaborateurs .....	4
Article 2. L'adhésion au protocole d'accord MERCURE .....	4
<b>TITRE II. LES RÔLES ET MISSIONS DES PSB-EI .....</b>	<b>4</b>
Article 3. Le rôle des Producteurs Salariés de Base et des Échelons Intermédiaires .....	4
Article 4. Les missions des Producteurs Salariés de Base .....	5
<b>TITRE III. L'ARCHITECTURE DE LA RÉMUNÉRATION .....</b>	<b>5</b>
III-I. LE FIXE.....	5
Article 5. Un fixe non récupérable et non amortissable .....	5
Article 6. ... contrepartie de l'accomplissement d'obligations professionnelles et de minima d'activité .....	5
III-II. LES COMMISSIONS D'ACQUISITION .....	6
Article 7. L'objet des commissions d'acquisition .....	6
Article 8. Les taux applicables .....	6
Article 9. Le paiement des commissions .....	7
Article 10. Le mécanisme de reprise de commissions .....	7
III-III LA PRIME DE PRODUCTIVITÉ .....	7
Article 11. L'objet de la prime de productivité .....	7
Article 12. Les principes de fonctionnement de la prime de productivité .....	7
Article 13. Le montant et le paiement de la prime de productivité.....	8
a) Le principe général .....	8
b) Le système de rattrapage.....	8
c) La date de mise en paiement .....	9
III-IV LA PRIME AUX NOUVEAUX CLIENTS .....	9
Article 14. L'objet de la prime aux nouveaux clients.....	9
Article 15. La définition des nouveaux clients .....	9
Article 16. Le montant et le paiement de la prime aux nouveaux clients .....	9
a) Le principe général .....	9
b) La date de mise en paiement .....	9
III-V LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE .....	10
Article 17. L'objet de la prime de développement du portefeuille .....	10
Article 18. Les principes de fonctionnement de la prime de développement du portefeuille.....	10
a) Les indicateurs retenus.....	10
b) Le mode de calcul des indicateurs .....	10
c) Les principes de mesure de l'indicateur du solde annuel net de clients .....	10
d) Les principes de mesure de l'indicateur du nombre de clients mono équipés qui deviennent multi équipés.....	10
e) Le calcul de la prime de développement du portefeuille .....	10
Article 19. Le montant de la prime de développement du portefeuille.....	11
a) Pour l'exercice commercial 2007 .....	11
b) Application de la prime compte tenu des résultats 2007.....	11
c) A partir de l'exercice commercial 2008.....	11
Article 20. Les commissions à terme.....	12
<b>TITRE IV. LES MESURES TRANSITOIRES.....</b>	<b>12</b>
Article 21. Les mesures concernant le personnel de plus de 55 ans ayant une ancienneté de plus de 10 ans.....	12
Article 22. La majoration des commissions .....	12
Article 23. La franchise des commissions d'acquisition pour l'exercice commercial 2007 .....	13
<b>TITRE V. LES MESURES SPÉCIFIQUES .....</b>	<b>13</b>
Article 24. Le montant minimum de la prime de portefeuille .....	13
Article 25. L'assiette des cotisations sociales.....	13

<b>TITRE VI. DURÉE ET PUBLICITÉ DE L'ACCORD .....</b>	<b>14</b>
Article 26. Durée de l'accord .....	14
Article 27. Commission de suivi .....	14
Article 28. Dépôt et publicité .....	14
<b>ANNEXE 1 TAUX DE VERSEMENT DE LA PART DE LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE POUR LE CRITÈRE DU SOLDE NET ANNUEL DE CLIENTS.....</b>	<b>15</b>
<b>ANNEXE 2 TAUX DE VERSEMENT DE LA PART DE LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE POUR LE CRITÈRE DU NOMBRE DE CLIENTS MULTI ÉQUIPÉS.....</b>	<b>18</b>
<b>ANNEXE 3 PRIME DE PORTEFEUILLE : GRAPHIQUE RELATIF AU CRITÈRE DU SOLDE NET ANNUEL DE CLIENTS.....</b>	<b>19</b>
<b>ANNEXE 4 PRIME DE PORTEFEUILLE : GRAPHIQUE RELATIF AU CRITÈRE DU NOMBRE DE CLIENTS MONO ÉQUIPÉS EN DÉBUT DE PÉRIODE QUI DEVIENNENT MULTI ÉQUIPÉS AU COURS DE L'EXERCICE COMMERCIAL .....</b>	<b>20</b>

## **TITRE I. DISPOSITIONS GÉNÉRALES**

### **Article 1. Le champ d'application de l'accord**

#### **a) Application de l'accord au personnel en poste**

Les dispositions du présent accord s'appliquent à l'ensemble des collaborateurs, Conseillers Commerciaux Auxiliaires et Conseillers Commerciaux Titulaires relevant de la Convention Collective de Travail des Producteurs Salariés de Base des Services Extérieurs de production des Sociétés d'Assurances du 27 mars 1972 et les collaborateurs relevant de la Convention Collective de Travail des Échelons Intermédiaires des Services Extérieurs de Production des Sociétés d'Assurances du 13 novembre 1967, en fonction à la date de mise en application de la nouvelle rémunération, soit le 1<sup>er</sup> décembre 2006.

#### **b) Application de l'accord aux nouveaux entrants**

Les dispositions du présent accord s'appliquent, à la date de mise en application de la nouvelle rémunération, à l'ensemble des nouveaux collaborateurs embauchés à compter de la signature du présent accord.

#### **c) Remplacement des dispositions précédemment applicables**

Les dispositions du présent accord se substituent à celles relatives à la rémunération des Conseillers Commerciaux existant dans les accords, usages et engagements unilatéraux de l'employeur en vigueur à la date de signature du présent accord.

#### **d) Information des collaborateurs en poste**

Il sera adressé, avant le 1<sup>er</sup> octobre 2006, à chacun des actuels Conseillers Commerciaux, une lettre portant avenant à son contrat de travail initial, ses annexes et avenants. Chaque Conseiller Commercial disposera d'un délai d'un mois de date à date à compter de la réception, pendant lequel il pourra refuser l'évolution de son contrat de travail conformément aux dispositions de l'article L. 321-1-2 du Code du travail.

#### **e) Information future des collaborateurs**

Le présent accord, ses annexes et avenants seront systématiquement joints à chaque contrat de travail (lettre de nomination). Tout avenant à ces textes sera communiqué à chaque Conseiller Commercial et s'appliquera donc à compter de sa prise d'effet, sans qu'il résulte de l'entrée en vigueur de nouvelles dispositions, une quelconque modification des contrats de travail.

### **Article 2. L'adhésion au protocole d'accord MERCURE**

L'outil informatique étant un élément stratégique du développement du Réseau Commercial et un outil incontournable pour l'activité des Conseillers Commerciaux l'adhésion au protocole d'accord MERCURE est de ce fait obligatoire.

## **TITRE II. LES RÔLES ET MISSIONS DES PSB-EI**

### **Article 3. Le rôle des Producteurs Salariés de Base et des Échelons Intermédiaires**

Il est rappelé que le Conseiller Commercial doit, par la prospection, le conseil et le suivi des clients développer et pérenniser le portefeuille qui lui est confié par Generali Proximité Assurances dans le respect de la stratégie commerciale définie.

#### **Article 4. Les missions des Producteurs Salariés de Base**

Le Conseiller Commercial doit participer, directement, à la préservation et au développement du portefeuille de Generali Proximité Assurances. Son activité s'articule autour de quatre grandes missions :

- La conquête de nouveaux clients afin de développer le portefeuille qui lui est confié.
- La fidélisation des clients qui lui sont confiés dans son portefeuille par des actions de repêchage, des contacts de prévention assurant un développement du portefeuille et l'équipement de ses clients.
- La production d'un niveau d'activité régulier et suffisant pour inscrire Generali Proximité Assurances dans une dynamique de développement régulier et durable.
- Être un généraliste de l'assurance pour produire dans le respect des grands équilibres de Generali Proximité Assurances.

C'est à partir de ces missions qu'a été construite la nouvelle structure de rémunération.

### **TITRE III. L'ARCHITECTURE DE LA RÉMUNÉRATION**

L'architecture de la nouvelle rémunération des Conseillers Commerciaux s'articule autour de cinq éléments de rémunération qui vont permettre notamment :

- De mettre en place un système simplifié et transparent vis-à-vis du Conseiller.
- De récompenser la productivité des Conseillers en valorisant les efforts réalisés pour conquérir de nouveaux clients.
- De valoriser les démarches de fidélisation entreprises par les Conseillers sur les tâches à valeur ajoutée et visant à développer son portefeuille clients en nombre et en taux d'équipement.

#### **III-I. LE FIXE**

##### **Article 5. Un fixe non récupérable et non amortissable ...**

Les Conseillers Commerciaux Auxiliaires et Conseillers Commerciaux Titulaires percevront en contrepartie notamment de l'accomplissement de leurs obligations professionnelles un salaire fixe mensuel brut fixé, à la date de conclusion du présent accord, à 1.500 euros.

Les Échelons Intermédiaires percevront un salaire fixe mensuel brut fixé, à la date de conclusion du présent accord, à 1.750 euros.

Le fixe est non récupérable et non amortissable.

Le fixe et les autres éléments de la rémunération des Conseillers ont été déterminés pour tenir compte de l'ensemble de leurs tâches ainsi que des frais de toute nature nécessités par l'accomplissement de celles-ci, notamment de ceux occasionnés par leurs démarches auprès des assurés, des assurables, des collaborateurs de leur territoire, etc. Ces frais sont comptés forfaitairement dans l'ensemble de la rémunération à concurrence de 30% du montant de celle-ci.

Le fixe sera l'un des points abordés dans le cadre de la Négociation Annuelle Obligatoire.

##### **Article 6. ... contrepartie de l'accomplissement d'obligations professionnelles et de minima d'activité**

La rémunération fixe constitue la contrepartie forfaitaire à la réalisation des missions dévolues au Conseiller Commercial.

En contrepartie du versement de ce fixe le Conseiller Commercial doit rendre compte de son activité à venir et

passée auprès de sa hiérarchie en utilisant notamment les documents et moyens mis à sa disposition.

Le Conseiller Commercial doit également assurer le service client nécessaire auprès notamment des clients de son portefeuille qui le sollicitent ou bien auprès de ceux qui lui sont signalés par Generali Proximité Assurances. Il devra dans ce cadre compléter les fiches MERCURE de ses clients.

En terme d'activité, chaque Conseiller Commercial doit réaliser hebdomadairement un nombre de rendez vous minimum auprès de nouveaux clients et auprès de clients de son portefeuille. L'objectif de ces rendez vous étant de fidéliser notre clientèle, de l'équiper et de la développer en réalisant chaque mois la conquête d'un nombre minimum de nouveaux clients.

Le Conseiller Commercial doit également avoir une production minimale et conforme au mix produit déterminé par Generali Proximité Assurances.

Il est rappelé que la participation aux formations, quelles soient techniques ou commerciales, ayant pour objet de permettre aux collaborateurs d'exercer leur activité dans de bonnes conditions est obligatoire.

### III-II. LES COMMISSIONS D'ACQUISITION

#### Article 7. L'objet des commissions d'acquisition

Les commissions d'acquisition constituent la rémunération au titre des contrats signés chaque mois, qu'il s'agisse de contrats réalisés auprès de nouveaux clients ou bien de clients déjà présents dans le portefeuille.

#### Article 8. Les taux applicables

Un taux de commission identique de 15 % pour tous les produits hors Prime Unique existant à la date de signature de l'accord. L'indicateur de référence retenu est la Prime Annualisée Hors Taxe (PAHT) nette de retenue TROPIC.

Pour les produits Prime Unique, le taux d'acquisition est fixé à 0,5 % pour la part euros et 0,7 % pour la part en Unités de Compte. La commission sur encours pour GPA Profil Épargne et GPA Profil Épargne PEA est fixée à 0,10 % pour la part euros et à 0,15 % pour la part en Unités de Compte.

Le tableau ci-dessous précise les dispositions particulières relatives à certains contrats.

NOM DU PRODUIT	TAUX DE COMMISSIONNEMENT
<b>Règles complémentaires sur les produits cœur de gamme</b>	
Transformations Fourgous	€0,25% / 0,50% UC
Protection Juridique	15%
Responsabilité Civile du Particulier	15%
Prim'Install	15%
Assurance scolaire	15%
Assurance voyage	15%
VP/VL GPE	€0,5% / 0,7% UC
VP/VL sur contrats PU autres que GPE	€0,5% / 0,7% UC
VL sur contrats PP	€0,5% / 0,7% UC
<b>Gamme collective</b>	
Contrats LPR – LSR (retraite collectif PP)	15%
Contrats prévoyance vrais collectifs	15%
Contrats santé vrais collectifs	15%
Contrats Vie collectifs en PU	€0,5% / 0,7% UC
<b>Divers</b>	
Generali Proximité Assurances Auto	7,5%
Assurea	PU 2,5% / 15% PP

### **Article 9. Le paiement des commissions**

Les commissions d'acquisition sont calculées et versées mensuellement. Une franchise dont le montant diffère en fonction du nombre de contrats vendus (Cf. tableau ci-dessous) sera appliquée sur le montant des commissions d'acquisition à verser aux collaborateurs.

	< 12 contrats	Entre 12 et 17	Entre 18 et 24	≥ 25 contrats
Montant mensuel de la franchise	600 €	400 €	200 €	0 €

Au delà de quinze jours d'absence calendaires pour congés, maladie, et les absences suite à un accident du travail, du fait de maternité, un prorata sera appliqué concernant le calcul de la franchise.

Toutes les commissions générées par des actes de vente réalisés sur des produits Generali Proximité Assurances sont comptabilisées.

Sont comptabilisés en nombre pour déterminer le niveau de franchise à appliquer les évènements suivants :

- Contrat émis en production nouvelle PP (Prime Périodique)
- Contrat émis en production nouvelle PU (Prime Unique)
- Versement programmé (mise en place du 1er versement : un contrat PU souscrit avec le versement d'une PU et d'un VP (Versement Programmé) compte pour un contrat)
- Remplacement IRD suite à un déménagement

Ne sont pas comptabilisés en nombre les évènements suivants :

- Contrat Vie émis en remplacement / transformation
- Versement libre
- Remplacement IRD pour tout autre motif que le déménagement

### **Article 10. Le mécanisme de reprise de commissions**

Le mécanisme de reprise de commissions correspond à la reprise mensuelle aux bénéficiaires des commissions d'acquisition calculées à 100 %, sur les contrats chutés au cours de la période d'observation, en fonction du produit. Ces reprises sont calculées sur les primes réellement payées.

## **III-III LA PRIME DE PRODUCTIVITÉ**

### **Article 11. L'objet de la prime de productivité**

La prime de productivité constitue la rémunération due au titre des contrats signés quadrimestriellement, qu'il s'agisse de contrats réalisés auprès de nouveaux clients ou bien de clients déjà présents dans le portefeuille, et les efforts effectués pour réaliser une production équilibrée.

### **Article 12. Les principes de fonctionnement de la prime de productivité**

Il est dédié à chaque produit et en fonction des formules choisies par les clients un nombre de points (Cf. tableaux ci-dessous) déterminés en fonction de l'équilibre de production mesuré en fonction :

- des chargements moyens apportés par les produits,
- des rapports sinistres à primes constatés,
- du poids de chaque produit dans la production globale du Conseiller Commercial, notamment au regard de la conquête de nouveaux clients.

PRODUITS	FORMULES			
	Essentielle :	A la carte :	Confort :	Excellence :
LOGIPLUS	0.5 point	1 point	2 points	3 points
LOGIPLUS	0,5 point (PNO)			
Prim'Install	0,5			
Multipro	3 points (hors PNO), 1 point (PNO)			
GAV	Individuelle : 1 point		Famille : 2 points	
GPA PREVOYANCE	Sans décès toutes causes : 1 point		Si décès toutes causes souscrits : 2 points	
SERENIVIE	Quelque soit le niveau de prime : 3 points			
REGARD	3 points			
LER LASER	2 points			
ACTIPROJETS	2 points			
GPA PERP	2 points			
GPA RETRAITE PRO	Sans garantie décès : 2 points		Avec garantie décès : 3 points	
GPA Profil Santé GF Profil Santé GPA Profil Santé professionnels	Essentielle / Bien être : 1 point		Bien être + / Souplesse / Confort / Excellence / Prestige : 2 points	
Remplacements IRD	Suite à un déménagement hors secteur du CC = 1 point Suite à un déménagement dans le secteur du CC = 0,5 point			
Contrats LPR - LSR (retraite collectif PP)	2 points			
Contrats prévoyance vrais collectifs	2 points			
Contrats santé vrais collectifs	2 points			

La répartition des points peut évoluer, dans le cadre de la Négociation Annuelle Obligatoire, afin de tenir compte de l'orientation de la politique commerciale de Generali Proximité Assurances. De même, le nombre de points peut évoluer en fonction de la création ou de la disparition de produits.

La prime de productivité ayant également pour objectif de valoriser un Conseiller réalisant la vente de Packs de contrats, en cas de souscription de Packs, les points de chaque contrat se cumulent.

### Article 13. Le montant et le paiement de la prime de productivité

#### a) Le principe général

Le montant de la prime de productivité varie en fonction du nombre de points constitués par le Conseiller Commercial au cours de chaque quadrimestre.

Le montant quadrimestriel minimum de la prime est fixé à 1.000 euros pour un Conseiller ayant acquis au minimum 100 points sur le quadrimestre écoulé. La prime de production quadrimestrielle est plafonnée à 6.000 euros.

Lorsque le nombre de points est inférieur à 100, la prime de productivité est égale à zéro. Les points compris du 101<sup>ème</sup> au 132<sup>ème</sup> sont rémunérés à hauteur de 31,25 euros et ceux au-delà du 132<sup>ème</sup> à hauteur de 60 euros.

Le paiement de la prime de productivité est quadrimestriel.

Au-delà de quinze jours d'absence calendaires pour congés, maladie et pour les absences suite à un accident du travail ou du fait de maternité, un prorata sera appliqué aux objectifs de la prime et à son montant.

#### b) Le système de rattrapage

Un système de rattrapage s'applique quand le Conseiller n'a pas atteint le premier palier nécessaire au cours d'un quadrimestre mais qu'il atteint le niveau du premier palier multiplié par deux au cours de deux quadrimestres consécutifs du même exercice commercial.

Dans ce cas, il sera versé le montant le plus favorable entre soit :

- le montant correspondant au premier palier sur le premier quadrimestre auquel sera ajouté le montant correspondant au solde des points sur le deuxième quadrimestre,
- le montant correspondant au nombre de points acquis au cours du deuxième quadrimestre.

### **c) La date de mise en paiement**

La prime quadrimestrielle correspondant à l'activité de décembre à mars sera payée sur fiche de paie de juillet. Celle correspondant à l'activité d'avril à juillet sur fiche de paie de novembre et celle correspondant à l'activité d'août à novembre sur fiche de paie de mars de l'année suivante.

## **III-IV LA PRIME AUX NOUVEAUX CLIENTS**

### **Article 14. L'objet de la prime aux nouveaux clients**

La prime aux nouveaux clients constitue la rémunération due au titre des contrats signés au cours d'un quadrimestre par de nouveaux clients.

### **Article 15. La définition des nouveaux clients**

Les règles définissant un nouveau client sont celles prévues par les dispositions Affectation Portefeuille Clients actuelles.

Il s'agit de toute personne contractante qui n'est pas présente au fichier des personnes ou bien qui y est présente mais qui a résilié ou racheté son dernier contrat depuis plus de trois ans.

Si le contrat est sans effet, Administratif ou Scrivener, le client n'est pas comptabilisé.

Les contrats dont le montant de la prime annualisée hors taxe est inférieur à 150 euros ne sont pas comptabilisés pour le calcul de la prime. Par contre, si un client entre en qualité de nouveau client (notion APC) avec une prime annualisée hors taxe inférieure à 150 euros ou un contrat sans effet (Scrivener ou Administratif), et qu'au cours des huit mois suivants un autre contrat dont le montant de la prime annualisée hors taxe cumulé à celui du contrat précédent est d'au moins 150 euros, ce client est comptabilisé en qualité de nouveau client dans le quadrimestre observé, sous réserve que les contrats soient toujours en vigueur au moment du paiement.

### **Article 16. Le montant et le paiement de la prime aux nouveaux clients**

#### **a) Le principe général**

Lorsque le nombre de nouveaux clients est strictement inférieur à 16 à la fin d'un quadrimestre la prime aux nouveaux clients est égale à zéro. Son montant sera de 400 euros pour les collaborateurs qui auront conquis 16 nouveaux clients par quadrimestre.

Chaque client supplémentaire au-delà du 16<sup>ème</sup> et jusqu'au 35<sup>ème</sup> donnera lieu au paiement d'une prime de 100 euros. Cette prime sera de 150 euros à partir du 36<sup>ème</sup> nouveau client conquis par quadrimestre.

Le montant de la prime aux nouveaux clients n'est pas plafonné.

Le paiement de la prime aux nouveaux clients est quadrimestriel.

Au-delà de quinze jours d'absence calendaires pour congés, maladie et pour les absences suite à un accident du travail ou du fait de maternité, un prorata sera appliqué aux objectifs de la prime et à son montant.

#### **b) La date de mise en paiement**

La prime au nouveau client quadrimestrielle correspondant à l'activité de décembre à mars sera payée sur fiche de paie de juin. Celle correspondant à l'activité d'avril à juillet sur fiche de paie d'octobre et celle correspondant à l'activité d'août à novembre sur fiche de paie de février de l'année suivante.

### **III-V LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE**

#### **Article 17. L'objet de la prime de développement du portefeuille**

La prime de développement du portefeuille est une prime à versement mensuel dont le montant est défini en début d'année commerciale en fonction des performances de l'année précédente. Deux indicateurs vont mesurer cette performance.

Cette prime a pour objet de valoriser la mission de conquête des Conseillers Commerciaux, le développement du portefeuille confié ainsi que la capacité du Conseiller de consolider ses clients par la multi détention de produits.

La prime d'une année N détermine la base de calcul pour l'année suivante.

#### **Article 18. Les principes de fonctionnement de la prime de développement du portefeuille**

##### **a) Les indicateurs retenus**

Les indicateurs pris en compte pour déterminer la prime de développement du portefeuille sont d'une part le solde annuel net de clients du portefeuille confié au Conseiller Commercial et d'autre part le nombre de clients mono équipés en début de période qui seront multi équipés au cours de l'exercice commercial.

##### **b) Le mode de calcul des indicateurs**

L'indicateur du solde annuel net de clients correspond à la différence entre le nombre de clients entrés et sortis au cours de l'exercice commercial.

L'indicateur du nombre de client équipé au cours de l'exercice correspond au nombre de clients mono équipés dans le portefeuille au 1<sup>er</sup> décembre de l'exercice commercial qui sont multi équipés à la fin de l'exercice.

##### **c) Les principes de mesure de l'indicateur du solde annuel net de clients**

Sont d'une part comptabilisés dans les sorties clients tous les clients qui quittent la Compagnie après clôture de leur dernier contrat juridiquement en cours.

Tous les clients qui demeurent dans le portefeuille de la Compagnie ne sont pas comptabilisés dans les sorties (notamment les déménagements et les mouvements de portefeuille).

Sont d'autre part comptabilisés dans les entrées clients toute personne contractante non présente au fichier des personnes ou bien présente dans ce fichier et ayant résilié ou racheté son dernier contrat depuis plus de trois ans.

Sont également comptabilisés comme entrées clients les contrats sortis au cours de l'exercice commercial et repêchés au cours de ce même exercice.

##### **d) Les principes de mesure de l'indicateur du nombre de clients mono équipés qui deviennent multi équipés**

Sont pris en compte pour le calcul de cet indicateur le nombre de clients mono équipés dans le portefeuille du Conseiller Commercial au 1<sup>er</sup> décembre de l'exercice commercial et qui deviennent multi équipés au cours de l'exercice. Les clients qui ont souscrit deux produits différents ou pour des besoins différents dans le respect de la déontologie de Generali Proximité Assurances sont considérés comme étant multi équipés.

##### **e) Le calcul de la prime de développement du portefeuille**

L'indicateur du solde annuel net de clients est comptabilisé pour 40 % dans la prime de développement du portefeuille et l'indicateur du nombre de clients mono équipés en début de période qui deviennent multi équipés au cours de l'exercice commercial pour 60 %. Le montant de la prime pour l'année suivante est calculé en fonction du taux d'atteinte de chaque objectif.

Le tableau ci-dessous présente le taux de versement de la prime en fonction du solde net annuel de clients :

Taille du portefeuille en nombre de clients <sup>(1)</sup>	Taux de versement de la prime pour le critère du solde net annuel de clients
<b>Portefeuilles ≤ à 350 clients</b>	50 % si le solde net = + 0 clients (maintien) 100 % si le solde net = + 35 clients 125 % si le solde net = ou > + 50 clients
<b>Portefeuilles de 351 à 600 clients</b>	50 % si le solde net = - 10 clients 100 % si le solde net = + 23 clients 125 % si le solde net = ou > + 43 clients
<b>Portefeuilles de 601 à 800 clients</b>	50 % si le solde net = - 50 clients 100 % si le solde net = + 5 clients 125 % si le solde net = ou > + 20 clients
<b>Portefeuilles de plus de 800 clients</b>	50 % si le solde net = - 50 clients 100 % si le solde net = + 0 (maintien) 125 % si le solde net = ou > + 15 clients

<sup>(1)</sup> Les tailles des portefeuilles sont définies au 1<sup>er</sup> jour de l'exercice commercial.

Le tableau ci-dessous présente le taux de versement de la prime en fonction du nombre de clients mono équipés en début d'exercice qui deviennent multi équipés au cours de l'exercice :

Taux de versement de la prime pour le critère du nombre de clients multi équipés, quel que soit la taille du portefeuille
- 0 % si le nombre de clients multi détenteurs : ≤ + 15 - 100 % si le nombre de clients multi détenteurs : = + 35 - 125 % si le solde de clients multi détenteurs : ≥ + 50

#### **Article 19. Le montant de la prime de développement du portefeuille**

##### **a) Pour l'exercice commercial 2007**

Les montants annuels des commissions de suite versées en 2006 aux Conseillers Commerciaux présents au 1<sup>er</sup> janvier 2004 sont maintenues en 2007. Le montant de ces commissions perçu en 2006 sera versé par douzième en 2007, mensuellement, aux Conseillers Commerciaux.

Les commissions de suite sont les commissions versées annuellement, non ristournables et à durée indéterminée sur les contrats à prime périodique en vigueur.

##### **b) Application de la prime compte tenu des résultats 2007**

Un bilan sera réalisé à la fin de l'exercice commercial 2007.

Dans l'hypothèse où plus de 50 % des Conseillers Commerciaux auraient une baisse de leur prime de portefeuille, une négociation avec les partenaires sociaux s'engagerait afin de définir de nouveaux critères. Par ailleurs, dans cette hypothèse, le pourcentage de baisse du montant de la prime de portefeuille sera limité, pour tous les collaborateurs, au pourcentage moyen de baisse du réseau commercial.

##### **c) A partir de l'exercice commercial 2008**

A partir de 2008, le montant de la prime mensuelle versée l'année précédente évoluera en fonction du développement du portefeuille en solde net de clients et en fonction du nombre de clients qui étaient mono équipés au début de l'exercice commercial et qui sont devenus multi équipés au cours de l'exercice commercial.

## Article 20. Les commissions à terme

Le solde créditeur des commissions à terme apuré des ristournes associées calculé à fin décembre 2006 sera versé mensuellement pendant douze mois, sur l'année 2007. En cas de solde débiteur, une étude sera réalisée au cas par cas.

## TITRE IV. LES MESURES TRANSITOIRES

### Article 21. Les mesures concernant le personnel de plus de 55 ans ayant une ancienneté de plus de 10 ans

A titre dérogatoire, les collaborateurs :

- âgés de plus de 55 ans,
- ayant plus de 10 ans d'ancienneté au sein de Generali Proximité Assurances, à la date d'entrée en vigueur de l'accord,
- pouvant justifier des trimestres validés leur permettant de prendre leur retraite, au plus tard au cours de l'exercice commercial 2012,

ont la possibilité soit d'adhérer par avenant à leur contrat de travail au nouveau système de rémunération soit de conserver à titre personnel le système qui leur est appliqué à la date de conclusion de l'accord. Cette mesure a pour objectif de maintenir l'emploi de cette population.

### Article 22. La majoration des commissions

Une majoration dégressive des commissions sur trois ans sera appliquée aux collaborateurs qui :

- remplissent les conditions récapitulées dans les tableaux ci-dessous,
- du fait de l'application du nouveau système de rémunération ont une baisse de rémunération.

Conditions de performances en taux progressif ou équivalent		Majoration en 2007 en fonction de la productivité moyenne mensuelle observée		
Taux progressif	Équivalent BC <sup>(1)</sup>	[10-12 contrats]	]12 et 14 contrats]	> 14 contrats
> ou = 30 ‰	1 275 000 €	Majoration de 40% de sa commission	Majoration de 50% de sa commission	Majoration de 60% de sa commission
> ou = 25 ‰	935 000 €	-	Majoration de 40% de sa commission	Majoration de 50% de sa commission
> ou = 20 ‰	650 000 €	-	-	Majoration de 40% de sa commission

Conditions de performances en taux progressif ou équivalent		Majoration en 2008 en fonction de la productivité moyenne mensuelle observée		
Taux progressif	Équivalent BC <sup>(1)</sup>	[10-12 contrats]	]12 et 14 contrats]	> 14 contrats
> ou = 30 ‰	1 275 000 €	Majoration de 20% de sa commission	Majoration de 30% de sa commission	Majoration de 40% de sa commission
> ou = 25 ‰	935 000 €	-	Majoration de 20% de sa commission	Majoration de 30% de sa commission
> ou = 20 ‰	650 000 €	-	-	Majoration de 20% de sa commission

Conditions de performances en taux progressif ou équivalent		Majoration en 2009 en fonction de la productivité moyenne mensuelle observée		
		[10-12 contrats]	]12 et 14 contrats]	> 14 contrats
Taux progressif	Équivalent BC <sup>(1)</sup>			
> ou = 30 ‰	1 275 000 €	Majoration de 15% de sa commission	Majoration de 20% de sa commission	Majoration de 25% de sa commission
> ou = 25 ‰	935 000 €	-	Majoration de 15% de sa commission	Majoration de 20% de sa commission
> ou = 20 ‰	650 000 €	-	-	Majoration de 15% de sa commission

<sup>(1)</sup> Base Commissionnable équivalente au taux progressif pour les Conseillers Commerciaux à la rémunération traditionnelle.

Les conditions de performance en taux progressif ou équivalent Base Commissionnable figurant dans les tableaux ci-dessus sont appréciés au titre de l'exercice commercial 2006 ou bien si elles sont plus favorables au titre de la moyenne des exercices commerciaux 2005 - 2006.

La majoration s'applique avec un maximum égal à la rémunération moyenne mensuelle de l'année 2006. La seule application de ces majorations ne pourra pas avoir pour effet de majorer la rémunération de 2006, hors éléments exceptionnels.

Par ailleurs, la conservation d'une majoration de commissions pour 2008, 2009 est conditionnée par une production 2007 puis 2008 au moins équivalente à celle de 2006.

Les régulations de commissions sont appliquées à la fin de chaque semestre de l'exercice commercial.

#### **Article 23. La franchise des commissions d'acquisition pour l'exercice commercial 2007**

Un système de rattrapage quadrimestriel de la franchise est mis en place au titre de l'exercice commercial 2007.

Pendant la période transitoire, il sera appliqué le montant de la franchise le plus favorable pour le collaborateur entre soit :

- le montant de la franchise du mois,
- le montant de la franchise correspondant à la moyenne des contrats réalisés au cours du quadrimestre.

### **TITRE V. LES MESURES SPÉCIFIQUES**

#### **Article 24. Le montant minimum de la prime de portefeuille**

Un montant minimum de prime est défini en fonction de la taille du portefeuille (Cf. tableau ci-dessous). Il est retenu le calcul le plus favorable entre les commissions de suite perçues en 2006 et le tableau ci-dessous.

Le montant minimum est calculé à partir du montant de commission de suite moyenne par client observé et par tranche.

Tranches par taille de portefeuille	Montant annuel minimum
< 150 clients	1 000 €
de 151 à 250 clients	1 500 €
de 251 à 350 clients	2 000 €
de 351 à 450 clients	2 500 €
> 450 clients	3 000 €

#### **Article 25. L'assiette des cotisations sociales**

Le montant retenu pour calculer les cotisations sociales de chaque collaborateur ne sera pas inférieur au Smic et donnera donc lieu, si nécessaire, à complément pour respecter ce minimum. Un prorata sera appliqué en cas d'absence.

**TITRE VI. DURÉE ET PUBLICITÉ DE L'ACCORD**

**Article 26. Durée de l'accord**

Le présent accord est conclu pour une durée déterminée de cinq ans. Il entre en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> décembre 2006. La Direction et les organisations syndicales se réuniront dans les six mois précédant son terme afin d'effectuer le bilan de son application.

Le présent accord peut être modifié par tous avenants négociés et signés dans les conditions légales.

**Article 27. Commission de suivi**

Les parties signataires se retrouveront, dans le cadre d'une commission de suivi, une fois par semestre au cours de l'année 2007 puis une fois par an au cours du dernier semestre de chacune des années suivantes. Cette commission de suivi est composée de trois représentants de chaque organisation syndicale signataire du présent accord.

**Article 28. Dépôt et publicité**

Le présent accord est établi en 12 exemplaires originaux pour remise d'un exemplaire à chaque délégation signataire et pour les dépôts suivants :

- 2 exemplaires originaux destinés à la Direction Départementale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle dont l'un sous format électronique ;
- 1 exemplaire original destiné au greffe du Conseil de Prud'hommes de Paris.

Ces dépôts seront effectués par l'employeur.

Fait à Paris, le 18 juillet 2006

Pour les Organisations Syndicales

Pour la C.F.D.T.

*Dominique DIVERVILLE*

Pour la C.F.E.-C.G.C.

*Jean-Pierre MEYSSON*

Pour la C.F.T.C.

*P. BERNARD*  
20/07/2006 à 12H

*ROBERTAURE*

Pour la C.G.T.

*JOORDAN*

*CESARI*

Pour la C.G.T - FO

Pour la Direction

*Michel ESTIMBRE*  
Directeur Général Adjoint

*Patrice JOUASSON*

*JB*

*JP1*  
14:20  
*P. FERRO* *JAC* *PT*

**ANNEXE 1 TAUX DE VERSEMENT DE LA PART DE LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE POUR LE CRITÈRE DU SOLDE NET ANNUEL DE CLIENTS**

Solde net annuel de clients	Taux de versement de la part de la prime en fonction de la taille du portefeuille			
	moins de 350 clients	de 351 à 600 clients	de 601 à 800 clients	plus de 801 clients
-60	0%	0%	0%	0%
-59	0%	0%	5%	5%
-58	0%	0%	10%	10%
-57	0%	0%	15%	15%
-56	0%	0%	20%	20%
-55	0%	0%	25%	25%
-54	0%	0%	30%	30%
-53	0%	0%	35%	35%
-52	0%	0%	40%	40%
-51	0%	0%	45%	45%
-50	0%	0%	50%	50%
-49	0%	0%	50,91%	51%
-48	0%	0%	51,82%	52%
-47	0%	0%	52,73%	53%
-46	0%	0%	53,64%	54%
-45	0%	0%	54,55%	55%
-44	0%	0%	55,45%	56%
-43	0%	0%	56,36%	57%
-42	0%	0%	57,27%	58%
-41	0%	0%	58,18%	59%
-40	0%	0%	59,09%	60%
-39	0%	0%	60%	61%
-38	0%	0%	60,91%	62%
-37	0%	0%	61,82%	63%
-36	0%	0%	62,73%	64%
-35	0%	0%	63,64%	65%
-34	0%	0%	64,55%	66%
-33	0%	0%	65,45%	67%
-32	0%	0%	66,36%	68%
-31	0%	0%	67,27%	69%
-30	0%	0%	68,18%	70%
-29	0%	0%	69,09%	71%
-28	0%	0%	70%	72%
-27	0%	0%	70,91%	73%
-26	0%	0%	71,82%	74%
-25	0%	0%	72,73%	75%
-24	0%	0%	73,64%	76%
-23	0%	0%	74,55%	77%
-22	0%	0%	75,45%	78%
-21	0%	0%	76,36%	79%
-20	0%	0%	77,27%	80%
-19	0%	5%	78,18%	81%

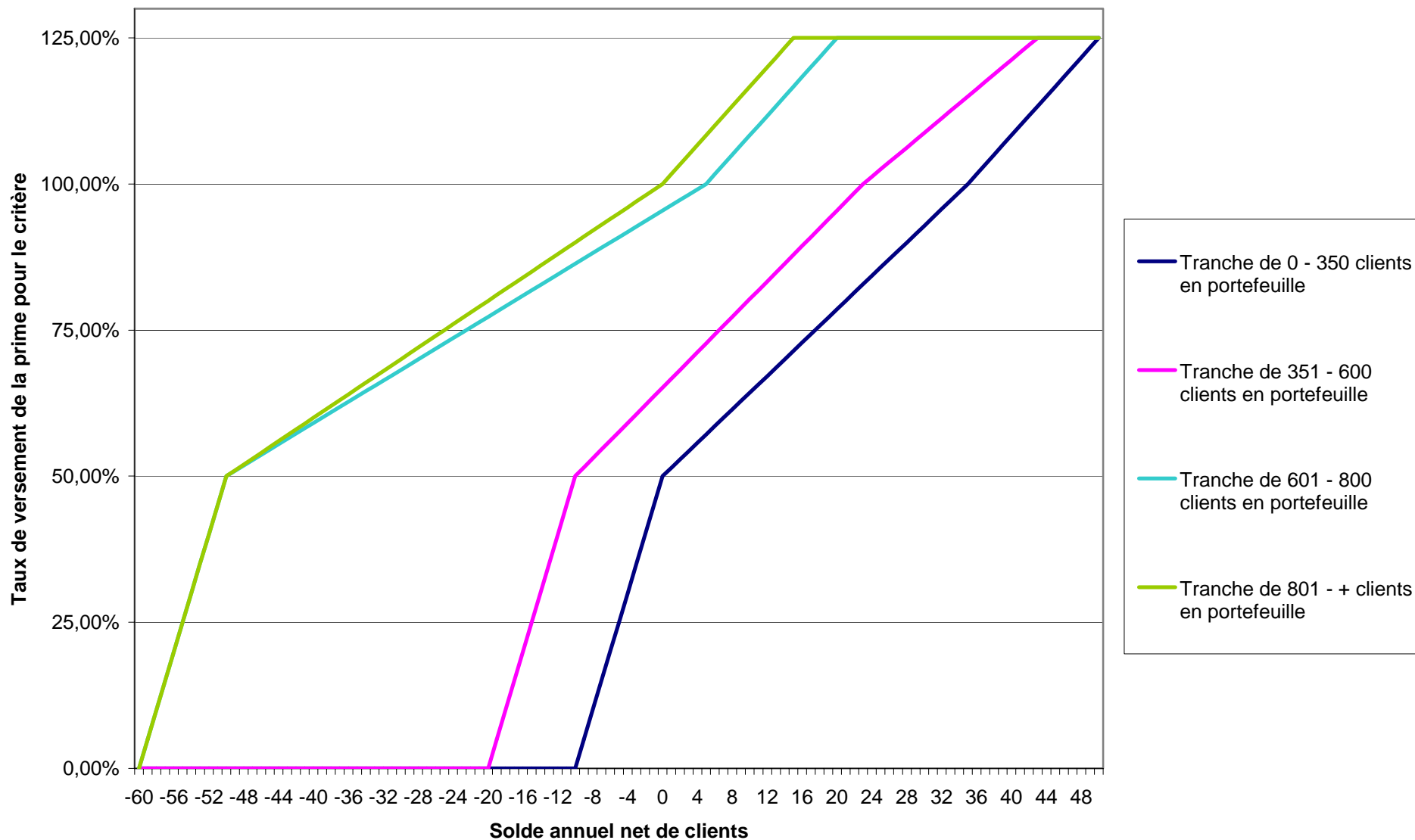
	<b>Taux de versement de la part de la prime en fonction de la taille du portefeuille</b>			
<b>Solde net annuel de clients</b>	<b>moins de 350 clients</b>	<b>de 351 à 600 clients</b>	<b>de 601 à 800 clients</b>	<b>plus de 801 clients</b>
-18	0%	10%	79,09%	82%
-17	0%	15%	80%	83%
-16	0%	20%	80,91%	84%
-15	0%	25%	81,82%	85%
-14	0%	30%	82,73%	86%
-13	0%	35%	83,64%	87%
-12	0%	40%	84,55%	88%
-11	0%	45%	85,45%	89%
-10	0%	50%	86,36%	90%
-9	5%	51,52%	87,27%	91%
-8	10%	53,03%	88,18%	92%
-7	15%	54,55%	89,09%	93%
-6	20%	56,06%	90%	94%
-5	25%	57,58%	90,91%	95%
-4	30%	59,09%	91,82%	96%
-3	35%	60,61%	92,73%	97%
-2	40%	62,12%	93,64%	98%
-1	45%	63,64%	94,55%	99%
0	50%	65,15%	95,45%	100%
1	51,43%	66,67%	96,36%	101,67%
2	52,86%	68,18%	97,27%	103,33%
3	54,29%	69,70%	98,18%	105,00%
4	55,71%	71,21%	99,09%	106,67%
5	57,14%	72,73%	100%	108,33%
6	58,57%	74,24%	101,67%	110%
7	60%	75,76%	103,33%	111,67%
8	61,43%	77,27%	105%	113,33%
9	62,86%	78,79%	106,67%	115%
10	64,29%	80,30%	108,33%	116,67%
11	65,71%	81,82%	110%	118,33%
12	67,14%	83,33%	111,67%	120%
13	68,57%	84,85%	113,33%	121,67%
14	70%	86,36%	115%	123,33%
15	71,43%	87,88%	116,67%	125%
16	72,86%	89,39%	118,33%	125%
17	74,29%	90,91%	120%	125%
18	75,71%	92,42%	121,67%	125%
19	77,14%	93,94%	123,33%	125%
20	78,57%	95,45%	125%	125%
21	80%	96,97%	125%	125%
22	81,43%	98,48%	125%	125%
23	82,86%	100%	125%	125%
24	84,29%	101,25%	125%	125%
25	85,71%	102,50%	125%	125%
26	87,14%	103,75%	125%	125%
27	88,57%	105%	125%	125%

Solde net annuel de clients	Taux de versement de la part de la prime en fonction de la taille du portefeuille			
	moins de 350 clients	de 351 à 600 clients	de 601 à 800 clients	plus de 801 clients
28	90%	106,25%	125%	125%
29	91,43%	107,50%	125%	125%
30	92,86%	108,75%	125%	125%
31	94,29%	110%	125%	125%
32	95,71%	111,25%	125%	125%
33	97,14%	112,50%	125%	125%
34	98,57%	113,75%	125%	125%
35	100%	115%	125%	125%
36	101,67%	116,25%	125%	125%
37	103,33%	117,50%	125%	125%
38	105%	118,75%	125%	125%
39	106,67%	120%	125%	125%
40	108,33%	121,25%	125%	125%
41	110%	122,50%	125%	125%
42	111,67%	123,75%	125%	125%
43	113,33%	125%	125%	125%
44	115%	125%	125%	125%
45	116,67%	125%	125%	125%
46	118,33%	125%	125%	125%
47	120%	125%	125%	125%
48	121,67%	125%	125%	125%
49	123,33%	125%	125%	125%
50	125%	125%	125%	125%
51	125%	125%	125%	125%
52	125%	125%	125%	125%
53	125%	125%	125%	125%
54	125%	125%	125%	125%
55	125%	125%	125%	125%
56	125%	125%	125%	125%
57	125%	125%	125%	125%
58	125%	125%	125%	125%
59	125%	125%	125%	125%
60	125%	125%	125%	125%
61	125%	125%	125%	125%
62	125%	125%	125%	125%
63	125%	125%	125%	125%
64	125%	125%	125%	125%
65	125%	125%	125%	125%
66	125%	125%	125%	125%

**ANNEXE 2 Taux de versement de la part de la prime de développement du portefeuille pour le critère du nombre de clients multi équipés**

Nombre de clients multi équipés	Taux de versement de la prime
10	0%
11	0%
12	0%
13	0%
14	0%
15	0%
16	5%
17	10%
18	15%
19	20%
20	25%
21	30%
22	35%
23	40%
24	45%
25	50%
26	55%
27	60%
28	65%
29	70%
30	75%
31	80%
32	85%
33	90%
34	95%
35	100%
36	101,67%
37	103,33%
38	105%
39	106,67%
40	108,33%
41	110%
42	111,67%
43	113,33%
44	115%
45	116,67%
46	118,33%
47	120%
48	121,67%
49	123,33%
50	125%
51	125%
52	125%
53	125%
54	125%
55	125%

**ANNEXE 3 PRIME DE PORTEFEUILLE : GRAPHIQUE RELATIF AU CRITÈRE DU SOLDE NET ANNUEL DE CLIENTS**



**ANNEXE 4 PRIME DE PORTEFEUILLE : GRAPHIQUE RELATIF AU CRITÈRE DU NOMBRE DE CLIENTS MONO ÉQUIPÉS EN DÉBUT DE PÉRIODE QUI DEVIENNENT MULTI ÉQUIPÉS AU COURS DE L'EXERCICE COMMERCIAL**

