

...SANS CHRONO DRIVE !



UN PAS EN AVANT, DEUX PAS EN ARRIERE !!!

Pourtant porté comme un flambeau à suivre coûte que coûte, la Marque Unique ne se fera donc pas avec Chrono Drive !

- L'expérience du magasin d'Orange basculé il y a 1 an est désastreuse (recul important du chiffre et surtout de la fidélité clients)
- Une période peu propice a de lourds investissements en SI et matériels

Chrono (re) devient une entreprise autonome

A QUEL PRIX ? !

- Des impacts sérieux sur les organisations back office devenues communes dans les différentes directions d'ARS et dont il faut réallouer les activités et ressources
- Des salariés des services centraux ex Chrono à peine arrivés dans ARS à qui il faut proposer de retourner chez eux (changement de statuts, de convention collective, d'avantages...)

L'AVIS DE LA CFTC RETAIL FRANCE



Pas plus que pour « Partisans du goût » que pour « Cœur de nature », la convergence d'enseignes ne se fera donc pas pour tout le monde. La Direction confirme pourtant les bascules d'enseignes sous marque Auchan (Auchan Drive, Auchan Direct et Auchan.fr)

Ce qui est bien vécu par le réseau Chrono (les 60 magasins et presque 3000 salariés) qui garde son identité propre et son activité de drive véritablement identifiée positivement par les clients n'est pas forcément aussi bien reçu par les équipes des services d'appuis devenus ARS. **La proposition de retour ne doit pas être un renvoi !**

Reste la question de ce revirement de la Direction et de l'avenir de cette entreprise autonome au sein d'ARF : est-ce pour sauvegarder l'enseigne, la re-développer, la rendre « sexy » pour une autre aventure dans le Groupe ou ailleurs ?... La préoccupation est d'abord pour les salariés mais pas sans conséquence sur la difficile transformation d'ARF.