

REUNIONS EXTRAORDINAIRES - COMITE ARF ET CSE ARS/ARA



« AUCHAN 2020 – 2022 ».

Les axes stratégiques de redressement dès 2020 puis de croissance durable sont posés !

Le diagnostic est imparable ! La courbe de nos résultats ne cesse de chuter et 2018 présente un résultat net d'exploitation en déficit. Peu importe le montant, le résultat étant issu à 80% par nos hypers, malgré la transformation réussie des supers, **on n'y arrive plus !** « L'Alimentaire LS assure l'essentiel et le Non Alimentaire reste clé dans le modèle » précise le DG Jean Denis Deweine. Amer constat, le PF trad ne gagne pas ! **Offre banalisée sans réelles aspérités, positionnement prix inacceptable (6 points d'écart avec LECLERC) et une excellence opérationnelle désastreuse (ruptures, erratums, matériels en panne...).** Malgré une perte de PDM importante, **l'attractivité de l'enseigne est maintenue.** Auchan est encore bien apprécié des clients. Nos atouts sont encore nombreux (savoirs faire et implication des Hommes, localisation des magasins, expertises et partenaires AFM...)

« **En route pour 2025...** » est le message diffusé en interne. La cible clients de 2025 est le « Digital Natives » (personnes nés entre 1980 et 2000). Aucun commerçant ne peut demain faire sans le digital. **La raison d'être de notre Entreprise** doit exprimer « *l'amélioration de la qualité de vie de nos concitoyens en leur apportant des solutions produits et services, responsables et justes, créant du lien et de l'expérience* ». *L'ambition devient « client centric » et d'être une « enseigne singulière »* propose ainsi JDD.

Oui... mais COMMENT ?! Le plan d'actions sera prochainement dévoilé et peut questionner le **fonctionnement des ZDV**. Il doit développer l'attractivité commerciale par l'offre (essentialisée, plus de MDD, locale, filières, positionnement prix), consacrer des m2 à de nouvelles expériences et développer les partenariats d'offres (shops in shop). Il faut poursuivre le redressement de **152 magasins encore en perte** (dont 32 hypers). La modélisation du parc serait affirmée (concepts), le plan d'investissements renforcé, les engagements RSE recentrés, **un nouveau projet collaborateur avec un contrat social modernisé proposé !**

L'AVIS DE LA CFTC RETAIL FRANCE



L'ambition vise un redressement économique vital en 3 ans ! Il manque aujourd'hui les précisions sur la mise en œuvre du plan d'actions, de l'organisation managériale forcément modifiée, de l'identification des nouveaux métiers et la formation de tous.

Les errements des dirigeants, de politiques commerciales inadaptées, d'outils de gestion désuets, du diktat des frais et de l'absence d'investissements productifs, d'une Qualité de Vie au Travail insatisfaisante... pèsent. **Il faut un sursaut, il faut donner envie. Récompenser les efforts, reconnaître la valeur de chacun.** Un tel plan de redressement ne peut se faire sans les Hommes et nécessitera, au local et au national une information transparente et la consultation des instances de représentation du personnel pour **échanges, débats et consultations.**