

Ouvertures de magasins "Supeco"

A la rentrée, Carrefour appliquera à **2 supermarchés Market un « nouveau » modèle d'établissements discount.**



Magasin en Italie

rieur à celui d'un Carrefour Market.

Quel modèle social ?

La presse fait état du passage de 2 magasins en septembre (Valenciennes et Onnaing dans le Nord).

La direction ne nous a pas donné d'informations sur le modèle social, il faut donc être prudent... Selon nos sources, il s'agirait de Market déjà en location-gérance (convention collective de branche) et annoncés comme peu rentables...

Le nombre de salariés nécessaires pour faire tourner le magasin serait beaucoup moins important, et comme nous l'avons dit, certains rayons seraient confiés à des sociétés extérieures.

Les contrats des salariés de ces rayons seraient donc une nouvelle fois transférés, mais cette fois-ci à des concessionnaires (ils l'ont déjà été lors du passage en LG) !

Ce nouveau modèle (en France) fera donc aussi des économies sur le social...

Selon les informations présentées lors de l'observatoire de la transformation sociale en juin et celles parues dans les presse (notamment sur le WEB grand conso d'Olivier Dauvers), Carrefour a décidé d'ouvrir des magasins SUPECO en France au mois de septembre.

Le concept **SUPECO** (abréviation de supermercado economico) est déjà connu, il y en a **41** en Europe : **23** en Espagne, **15** en Roumanie, **1** en Italie et **2** en Pologne, mais aussi au Sénégal et au Maroc.

Il s'agit de supermarchés de 1000 - 2000 m² qui présentent un nombre de références réduit (10 fois moins qu'un supermarché classique) !

La présentation des produits (beaucoup de marque distributeur) est simplifiée : elle se fait sur des palettes et des cartons prêt à vendre. Il y a aussi

un double affichage des prix (à l'unité et en grande quantité). Des animations thématiques hebdomadaires **non alimentaires** seront gérés par des partenaires **extérieurs**. Ce sera également le cas pour les offres en vrac.

Les rayons boucherie et boulangerie seraient confiés à des prestataires (concession pour les magasins + de 1 000 m²).

Carrefour vise une clientèle de particuliers à budget serré, qui recherche des promotions et un gain de temps, mais aussi (si le modèle est identique à l'Espagne et l'Italie) une clientèle de professionnels sous le principe du **cash & carry** (restauration, hôtellerie etc.).

A surface équivalente, le coût de fonctionnement d'un SUPECO est nettement infé-

Nous économisons sur

l'énergie	le transport
le mobilier	la décoration
le stockage	la publicité

Tout est investi dans les **prix bas**