FLASH INFO 1/2

CARREFOUR GROUPE

COMITE DE GROUPE :

PRESENTATION DES ACTUALITÉS ET PERSPECTIVES: LE SOCIAL GRAND ABSENT DE LA STRATÉGIE

A l'occasion de ce nouveau comité de Groupe, les directeurs opérationnels sont venus présenter les orientations et stratégies pour 2025.

Hypers, Supers, Proxy, Supply et Digital, autant d'intervenants avec parfois une vision totalement décorrélée de la réalité des salariés et des clients.

La CFDT est une fois de plus intervenue pour rappeler la triste matérialité du quotidien et l'absence de réaction des dirigeants pour redresser durablement le groupe Carrefour.

Il faut a tout prix générer du cash pour satisfaire les actionnaires, soit en dividende soit en rachat d'actions, au détriment de l'image prix, de l'investissement dans les magasins et des conditions de travail.

Et pourtant l'échec de la stratégie boursière d'Alexandre Bompard est flagrante. Après avoir dépensé près de 3 milliards d'euros en rachat d'actions pour maintenir sans succès le cours de l'action, la valeur de Carrefour a rarement été aussi basse. L'entreprise est facilement opéable.

Une telle somme réinvestie dans les magasins et les prix aurait permis de renforcer le positionnement de Carrefour face aux concurrents.

Intervention CFDT : I

les salariés sont actuellement très inquiets et ne comprennent plus la stratégie de l'entreprise :

Stratégie Financière : Carrefour rachète 700M€ chaque année de ses propres actions, pour solidifier l'entreprise et soutenir le cours de la bourse. Mais le cours de l'action ne cesse de dévisser avec pour conséquences la baisse de notre valorisation boursière qui nous rend totalement vulnérable à un éventuel rachat extérieur, nous sommes totalement opéable à ce jour. Inutile de souligner que cet argent aurait été bien plus utile dans les investissements magasin et/ou dans les rémunérations et effectifs.

Stratégie Sociale : Le social qui il y a quelques années faisait la force de Carrefour et l'implication de ses salariés est passé au second plan pour l'entreprise. Le bien être des salariés et le respect des conditions de travail se dégradent compte tenu de la baisse drastique des effectifs dans l'ensemble des BU avec des salariés qui n'hésitent plus à quitter l'entreprise. Nous en profitons pour le rappeler ce jour que **l'intégration des ex Casino, Cora et Match doit aussi se faire sur le social et ces salariés doivent à minima bénéficier des accords Groupe**

Stratégie Commerciale : Carrefour parait être plus préoccupé par ses statistiques financières et pilote ses magasins par des tableaux de bord plutôt que par chercher une réelle adhésion des clients… Déclarer un Act for food c'est bien, faire en sorte qu'il puisse être mis en place réellement et compris par tous et dans des budgets compétitifs le serait encore mieux.

Disparition des 3 euros de la journée Pass :

La refonte de la fidélité est prévue début 2025. Même si **d'autres avantages seront proposés comme la journée 15% sur les MDC, 15% tous les jours sur le bio Carrefour et les fruits et légumes en multiformat pour les porteurs de la carte Pass, la disparition du cash des 3€ qui est un marqueur très fort pour les clients risque de nuire à l'attractivité des magasins**. Pour la CFDT, il existe un risque réel d'incompréhension des clients qui seront tentés de se retourner vers d'autres enseignes qui cagnottent des euros de façon plus lisible. Cette décision aura aussi un impact sur le personnel des magasins qui devront gérer le mécontentement des clients.

FLASH INFO 2/2

CARREFOUR GROUPE

Bilan 2024 :
L'année 2024 a marqué un redressement après deux années de dépositionnement tarifaire face à la concurrence, une inflation importante et une maîtrise imparfaite de l'équation prix/promo/fidélité. L'accent a été mis sur le "plein, le prix, le propre" améliorant la tenue magasin avec un NPS en hausse.
Déploiement progressif de la méthode MAXI pour optimiser les flux et la productivité. Partenariat J.O., intégration Casino, Cora et Mach, croissance du drive, succès de l'application mobile sont les principales réussites.

Stratégie Hypers Super 2025 :

Stabilisation et poursuite de la bataille des prix, promotions pertinentes et renouvellement du programme de fidélité.

Maintien de l'excellence opérationnelle, notamment sur le plan de la logistique, du e-commerce et de l'application mobile.

Poursuite de l'intégration de Cora et Match, et développement de nouvelles opportunités de croissance externe.

Développement de formats différenciants et de nouveaux services.

Modernisation et pérennisation : Modernisation des infrastructures, investissement dans les actifs et développement d'un modèle de franchise puissant et durable.

Exploitation de la data pour générer de nouveaux revenus.

Stratégie E-commerce digital 2025:

Digitalisation des magasins avec la modernisation des infrastructures , la fourniture d'outils mobiles , l'optimisation de l'encaissement, la digitalisation des rayons

E-commerce : Améliorer le drive et la livraison à domicile , développer la Marketplace

Retail média : générer des revenus via le partenariat avec Publicis

Application mobile : augmenter le nombre d'utilisateurs et les inciter a aller sur le E-commerce

Intelligence artificiel : Optimiser les achats, la promotion, les prix et l'assortiment et améliorer l'efficacité des collaborateurs

Bilan 2024 :
Croissance liée au volume portée par la marque propre, 1er acteur de la proximité en France, 455 nouveaux points de livraisons dont 155 nouveaux magasins.

Stratégie Proximité 2025:

Développement de la croissance à magasins constants

Création d'une centaine de nouveau points de vente

Évolution de la relation contractuelle avec nos franchisés

Améliorer l'offre prix en adéquation avec les offres hypers et supers

Un cailloux dans la chaussure avec l'action en justice de Association Franchisé Carrefour et la demande de Bercy de 200 millions d'euros

Bilan 2024 :
Baisse notable du nombre de colis liée à la baisse de la consommation, impact des intempéries et du mouvements des agriculteurs, réduction du coût colis et réduction du nombre de références. Déploiement de la préparation accompagnée. Expansion organique due à la proximité

Stratégie Supply Chain 2025:

Enjeu sur l'affectation des flux pour réduire les distances de transport

Diminution des références

Réduire les stocks dormants

Entre les rumeurs de cessions, les restrictions budgétaires et le manque d'ambition sociale, La CFDT est particulièrement inquiète pour l'avenir des salariés du Groupe Carrefour