



COMITE DE GROUPE
EXCEPTIONNEL
10 MAI 2012

INFORMATION SUR LA SITUATION
ET LES PERSPECTIVES DU GROUPE
PAR GEORGES PLASSAT



MORCEAUX CHOISIS

Un constat sans concessions :

Carrefour se situe dans un environnement très chahuté lié aux changements des habitudes de consommation, une déflagration probable dans certains secteurs dont l'EPCS (baisse des volumes), avec un développement considérable des m² au cours des dernières années notamment des magasins spécialisés, sans parler de la crise..Ceci est vrai pour la France, mais aussi pour l'Espagne, l'Italie, la Grèce etc...

La situation financière est difficile, le taux d'endettement est élevé. La boîte est touchée au niveau psychologique, les gens semblent usés. Le groupe est malade dans sa tête alors qu'il l'est moins en réalité

Il y a une structure administrative, des coûts de siège, qui sont difficilement compatibles avec notre business. Sur les frais généraux, on est à 2 fois l'indice de nos concurrents et pas seulement sur les frais de personnel Il faut un ajustement, mettre en place une adéquation entre ressources et emploi



Ma vision sur Carrefour : une société hébétée que je ne reconnais pas. J'ai le sentiment d'une société repliée sur elle-même qui a inventé son propre glossaire, son propre langage, des gens qui vont mal, mais avec une telle souffrance qu'elle ne me paraît pas adulte, des établissements vieillissants. On ne peut pas faire du commerce avec des magasins en mauvais état. Je vois des choses que je ne comprends pas comme des objectifs de perte dans les produits frais, par exemple. On a des contrôleurs de gestion dans tout les sens, plus de 450 ! C'est une entreprise qui passe son temps à se contrôler. Je vois aussi des problèmes informatiques considérables. Tout cela est lié à un résultat de la fusion entre Carrefour Promodès aux forceps.

Avec le rapprochement de Promodès, Carrefour a perdu son homogénéité. Il faut faire le constat de l'échec de la fusion Carrefour / Promodès. Il y a eu des erreurs de stratégies dans le rapprochement qui n'ont jamais été résolus (ex l'informatique avec des systèmes hybrides). Il faut donc résoudre les problèmes, pas tous en même temps, sinon on va se planter.

Une fusion mal maîtrisée, le non alimentaire dans les surface de ventes en perte de vitesse, des systèmes d'informations défailants, des coûts de structures trop élevés....voici les principaux points faibles

MORCEAUX CHOISIS

La concurrence et les médias

L'image prix est dégradée, pas toujours à raison, l'environnement concurrentiel est très fort et très présent dans la construction d'indices de prix en leur faveur et des plans de communications soutenus. Il n'y a pas une semaine sans que l'on voie des articles défavorables à Carrefour.

On voit des dossiers juridiques qui n'aurait pas du être. Il ne se passe pas une journée ou des choses apparaissent qui n'aurait pas du être dite. Il faut maîtriser la communication



Les magasins spécialisés sont plus compétitifs en terme d'assortiment et Internet a réduit nos parts de marché. Il nous faut donc adapter l'offre en magasin. L'organisation des hyper en 3 types de magasin est donc utile.

La volonté de mettre l'image Carrefour partout est excessive au risque de faire peur. Carrefour, ce n'est pas une marque, c'est une enseigne

Ce qui est sûr, c'est qu'on ne peut pas avoir les prix de Leclerc, la proximité de Super U, les choix de Auchan... Carrefour est une société du centre.

Le management, les actionnaires

Quand on voit que les patrons des pays ne restent que 2 ans, ce n'est pas sérieux.

On ma dit : qu'est ce que vous faites à 63 ans à vous attaquer à cette société ? Il faut bien que quelqu'un le fasse, sinon, ca va mal se terminer.

CARREFOUR a été victime lors des dernières années d'une incompétence des hauts dirigeants. Nous ne réagissions plus comme des commerçants mais comme des industriels qui font du business.

Au cours des dernières années, il y a eu des efforts de productivité qui étaient indispensables.

On a beaucoup parlé des actionnaires, les actionnaires sont toujours là pour quelque chose, mais ils doivent rester à leur place et moi à la mienne. Je n'ai pas de plan de route !

MORCEAUX CHOISIS

L avenir

Les 3 formats hyper :

Trouver une solution pour les grands hyper qui ont trop de surface

Les magasins centraux sont la force de Carrefour

Les plus petits magasins ont besoin d'une identité alimentaire très forte et un atout sur les produits frais

Les anciens, on va les solliciter pour la remise en jambe, car ils nous apportent de l'expérience et de la sécurité.

Il faut que nous avancions ensemble pour reconstruire l'entreprise.

Il faut retrouver une perspective

La pub, c'est 450M€. Quand je vois à la télé un chauve qui utilise un sèche cheveu et qui dit « a ce prix là, j'en profite » c'est très drôle, mais un sèche cheveu à 9€, je ne l'achète pas de peur qu'il ne prenne feu, on fait encore des millions de mailing alors que l'on est plus à l'heure de remplir les boites au lettres. Je préfère que l'on investisse dans les prix et les métiers plutôt que de dépenser trop en pub, il y a des priorités à respecter.

Déclaration CFDT

M.PLASSAT, vous nous avez dressé un constat que l'on ne peut que partager, tout du moins partiellement. Nous représentant du personnel, n'avons eut de cesse de mettre en garde la direction sur la stratégie proposée. Il y 3 ans, M.OLOFSONN était à votre place et déjà nous émettions des doutes sur la stratégie envisagée, sans avoir été entendu. Vous parlez métier et commerce et cela nous convient, cependant, dans votre constat, il y a deux choses qui nous inquiète. Vous avez pointé du doigt le non alimentaire et les coûts de structure de siège trop élevés. Nous souhaitons connaître les mesures seront mise en place et les conséquences qui en découlent, notamment en terme social.

Il y a des accords qui régissent la vis sociale de Carrefour et nous vous demandons de les faire appliquer afin d'éviter une éventuelle casse sociale.

Un dernier point, vous arrivez chez nous avec une réputation qui n'est pas celle d'un homme de dialogue social. Vous savez qu'il faut 5 minutes pour faire une réputation et 10 ans pour s'en défaire. Nous ne vous jugerons pas sur votre réputation, mais sur vos actes



Beaucoup d'interrogations sur l'emploi, peu de réponses et pas de garanties. Nous restons donc vigilants sur les prochaines organisations qui nous seront présentées