

*Auchan Retail France poursuit l'adaptation de son modèle,  
de son offre et de son organisation  
aux nouvelles attentes des consommateurs et des citoyens.*

Irruption du digital, transitions alimentaire, écologique et économique, la grande distribution est aujourd'hui bousculée par de nouveaux entrants, plus encore depuis la crise sanitaire. Pour s'y adapter, Auchan Retail a lancé, en 2019, son projet d'entreprise. Baptisé Auchan 2022, il vise à transformer en profondeur l'offre et le modèle historique de l'enseigne autour de deux piliers stratégiques : devenir l'acteur référent du bon, du sain et du local à travers la sélection et la conception d'une offre unique, juste et responsable et, d'autre part, être un créateur de liens et d'expériences pour améliorer la qualité de vie des habitants. Après une première étape de mise en œuvre annoncée en janvier 2020, dont les premiers résultats sont tangibles, Auchan Retail France passe à la deuxième phase de son plan de transformation. Il porte, d'une part, sur l'adaptation de l'organisation des hypermarchés, de la chaîne marchandise et du service après-vente. Ce projet aboutirait à la suppression nette de 1 088 emplois actuellement occupés (1 475 postes seraient supprimés, dont 10 vacants, et 377 postes seraient créés). Il repose d'autre part sur l'activation d'un axe stratégique majeur de développement autour de la proximité digitale, axe qui pourrait permettre la création de 600 postes environ.

**Des premiers résultats tangibles**

Auchan Retail France contribue, au premier semestre 2020, au redressement des performances d'Auchan Retail. Ainsi grâce au travail visant à retrouver l'excellence opérationnelle conduit par les équipes françaises, le chiffre d'affaires France a progressé de + 0,8% (à comparable et hors essence). La rentabilité a progressé de 79%, mais le résultat opérationnel reste négatif, le chiffre d'affaires digital représente, quant à lui, désormais 12% du chiffre d'affaires total sur le semestre (soit une croissance de 33%). Ces résultats tangibles démontrent la pertinence de la première étape de la transformation. En revanche, si cette tendance est encourageante, la situation reste encore très fragile. Les surcoûts engendrés en matière de transport et de sécurité sanitaire ainsi que les nouvelles craintes des clients notamment vis-à-vis des grandes surfaces commerciales, ont défavorisé les hypers et ont pesé sur la situation économique d'Auchan Retail France.

**Une crise du Covid-19 qui confirme des tendances déjà identifiées et accélère les mutations**

Les nouveaux comportements à l'œuvre avant la crise se sont amplifiés. Durant le confinement les clients ont massivement plébiscité le multicanal, choisi le digital, la livraison à domicile ou le drive. Les drive, avec un chiffre d'affaires en hausse de 50% pendant le confinement, sont apparus comme une solution bien adaptée au consommateur d'aujourd'hui, dans un contexte toujours marqué par le risque sanitaire :

distances physiques mieux respectées, choix des horaires tout en ayant accès à un large choix.

Dans le même temps, l'hypermarché a su démontrer toute son utilité avec ses larges offres alimentaires et non alimentaires proposées sous le même toit, ses prix bas, ses volumes offrant des débouchés supplémentaires pour les productions agricoles locales, ses surfaces adaptées au respect des règles de sécurité sanitaire et de distanciation sociale... Pour autant, la préférence du consommateur pour des formats de proximité s'est accélérée. Le poids de ce canal a reculé de 8% de mi-mars à mi-avril, puis de 7%. Enfin, le recours au digital qui était en émergence progressive avant le confinement, est devenu un mode normal d'approvisionnement pendant la crise, y compris dans l'alimentaire.

### Une crise du Covid-19 qui démontre une capacité d'adaptation renforcée au sein d'Auchan Retail France

Si la crise est venue accélérer les nouveaux comportements d'achat, elle a aussi mis en lumière la grande capacité d'Auchan Retail France à s'adapter et à innover, révélant un potentiel d'agilité qui en sera un des grands acquis. Pour faire face à l'inédit, les équipes ont fait preuve d'une grande polycompétence, gommant les barrières entre les métiers. Le partage d'expériences, l'entraide entre les collaborateurs exerçant des métiers différents ont permis d'enrichir les compétences de chacun. Les hôtesse de caisse ont découvert d'autres métiers (du magasin ou du drive), les équipes du secteur non alimentaire ont prêté main forte à l'alimentaire... La diversité des tâches et la variété des postures conduisent à un enrichissement des postes et des compétences, à une meilleure employabilité.

### Auchan Retail France engage la deuxième étape de sa transformation

La pertinence du projet d'entreprise Auchan 2022 a été confortée par les résultats semestriels et les enseignements de la crise Covid. Il vise à renforcer sa démarche d'acteur du bon, du sain et du local par la conception et la sélection d'une offre unique, juste et responsable et à faire de ses magasins des lieux créateurs de liens et d'expériences pour améliorer la qualité de vie des habitants et de la collectivité.

Dans ce contexte, Auchan Retail France a défini ses orientations stratégiques et les a présentées récemment aux instances représentatives du personnel. A cette occasion, Auchan Retail France a réaffirmé sa volonté de simplifier la vie des habitants en développant de nouveaux services phygitaux.

- Le digital, en complément du commerce physique, doit permettre de simplifier l'expérience de courses et de faire gagner du temps aux habitants de chaque zone de vie. Ces services digitaux qu'il s'agisse de drive ou de Auchan Piétons, de lockers, de livraison à domicile ou de e-commerce, dessinent une nouvelle proximité digitale désormais plus en phase avec les nouvelles attentes des consommateurs.
- L'ambition à l'horizon 2022 est de doubler le chiffre d'affaires alimentaire en commerce digital et de réaliser ainsi plus de 15 % du chiffre d'affaires global hors des structures physiques hypermarchés et supermarchés.
- Par ailleurs, un axe majeur de développement est engagé. 300 Auchan Piétons seront créés en 2021, permettant ainsi à Auchan Retail France de répondre aux nouvelles demandes de proximité des consommateurs urbains. Ces drive permettraient la création d'environ 600 emplois.

Ces orientations permettent d'engager la deuxième étape du plan de transformation d'Auchan Retail France.

Le plan de transformation d'Auchan Retail France suppose de mettre en place une organisation simplifiée, plus efficiente, recentrée sur le client, permettant de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et d'assurer le redressement de l'entreprise.

Cela porterait sur 3 leviers :

*1. Instaurer un pilotage unifié de la chaîne de marchandise, du fournisseur jusqu'au client*

Cette nouvelle étape s'inscrit dans la droite ligne des mesures engagées en 2019 avec la création d'Auchan Retail Logistique et la réunion sous un même modèle de l'ensemble de la chaîne de marchandise hypermarchés et supermarchés. L'optimisation de la chaîne logistique viendrait répondre à l'émergence de nouveaux circuits de distribution et permettrait :

- d'unifier le pilotage de la chaîne de marchandise sous une responsabilité unique de bout en bout.
- d'introduire une logique de proximité, et ainsi réduire les coûts et l'impact des activités d'Auchan Retail sur l'environnement.
- d'améliorer la qualité et l'efficacité de ses services logistiques,

Ce projet de réorganisation de la chaîne de marchandise se traduirait par des suppressions de postes aux échelons national, régional et local, sans fermeture d'entrepôt, et le passage de 7 à 6 régions logistiques.

*2. Accélérer la digitalisation de l'offre Auchan et des parcours de courses des clients*

Les évolutions des habitudes des clients se sont encore accélérées avec la crise sanitaire et vont se maintenir au-delà, d'où la nécessité pour Auchan de poursuivre et d'accélérer son adaptation en faisant le choix de nouvelles méthodes de travail et d'organisation. Cette adaptation concerne notamment la transformation des parcours d'encaissement, afin de :

- donner le choix aux clients d'avoir différentes possibilités et outils de paiement, entre les caisses automatiques où la rapidité primera, les caisses traditionnelles où le contact humain sera privilégié ou le paiement digital sans contact qui favorisera une grande fluidité de courses ;
- permettre aux collaborateurs de transformer leur métier d'encaissement en un métier de service, personnalisé et diversifié faisant appel à la polycompétence et ouvrant sur de plus importantes perspectives d'évolution future de carrière.

Des formations seraient mises en place pour permettre aux hôtes et hôtesse de caisse d'aborder la transformation de leur métier pour l'orienter davantage encore vers la relation client.

La transformation du métier d'encaissement envisagée conduirait à modifier l'organisation du management de l'encaissement, sans effet sur les emplois d'hôte et d'hôtesse de caisse.

De même, Auchan Retail France projette de digitaliser le parcours client SAV pour le simplifier et le fluidifier en modernisant son outil informatique, permettant un diagnostic téléphonique en amont, une prise en charge de la réparation à distance

ou encore un suivi du processus à tout moment par le client, pour permettre de réduire les délais et d'améliorer la satisfaction client.

- La digitalisation du service après-vente permettrait de renforcer l'autonomie du client dans la prise en charge et de répondre au recul du marché de l'électronique grand public qui a entraîné la baisse d'activité du SAV de 45% en 10 ans.
- Le projet entraînerait la fermeture de 9 des 11 centres de réparation (ceux de Aubagne et Trappes seraient conservés) et la suppression des accueils SAV en hypermarché.

### 3. *Franchir une nouvelle étape dans la transformation de son modèle opérationnel*

- Par la mutualisation des métiers supports en hypermarché :  
Auchan Retail France envisage aujourd'hui de réorganiser les fonctions back-office magasin afin de recentrer, de simplifier et mutualiser plusieurs filières métiers, à savoir les ressources administratives en hypermarché, les ressources humaines et la performance. Ce regroupement s'inscrit dans la droite ligne de la logique de zone de vie au service de l'ensemble des magasins.
- Par la fermeture de l'atelier de découpe de viande de Lieusaint (77), accompagnée d'une recherche de repreneur du site. Cette fermeture conduirait à faire des magasins le lieu privilégié de l'activité boucherie, afin de rapprocher l'activité de découpe de viande du client, de mettre en valeur les savoir-faire du personnel et la qualité des produits vendus car immédiatement visibles.

### Un plan de transformation conçu pour minimiser les effets sur l'emploi

Le projet visant à renforcer l'efficacité du modèle d'Auchan Retail France conduirait à la suppression nette de 1 088 emplois actuellement occupés (1 475 postes seraient supprimés, dont 10 vacants, et 377 postes seraient créés).

Dans le détail :

- La réorganisation de la chaîne de marchandise conduirait à la suppression nette de 127 emplois actuellement occupés (257 postes seraient supprimés, dont 10 vacants, et 120 postes seraient créés).
- La transformation des fonctions SAV entraînerait la suppression de 434 emplois (490 postes supprimés et 56 postes créés).
- La transformation du parcours d'encaissement et l'évolution du métier envisagée aurait pour conséquence la suppression nette de 124 postes de management de la ligne d'encaissement (293 suppressions et 169 créations). Le métier d'hôte et d'hôtesse de caisse n'est pas concerné par des suppressions d'emploi.
- La réorganisation des métiers du back-office en hypermarché entraînerait la suppression nette de 346 emplois (378 postes seraient supprimés, 32 créés et 82 modifiés) :
  - Sur le volet ressources humaines, 170 suppressions nettes d'emplois (194 suppressions, 24 créations et 82 modifications) ;
  - Sur le volet contrôle de gestion, 47 suppressions nettes d'emplois (48 suppressions et 1 création) ;
  - Sur le volet ressources administratives, 129 suppressions nettes d'emplois (136 suppressions et 7 créations).

- Enfin, le projet de fermeture de l'atelier de découpe de viande de Lieusaint entrainerait la suppression nette de 57 emplois.

Dans ce contexte, et comme il l'a toujours fait, Auchan Retail France souhaite mettre en place un accompagnement exemplaire des salariés concernés. L'ensemble de ces mesures sera négocié avec les instances représentatives du personnel, dans le cadre du processus d'information – consultation lancé ce jour.

*« Aujourd'hui, nous engageons la seconde étape de notre plan de transformation. La dynamique impulsée depuis plusieurs mois délivre des premiers résultats encourageants mais fragiles et insuffisants. Néanmoins, nous sommes dans la bonne direction, direction confirmée par les enseignements de la crise sanitaire. Adapter nos fonctionnements et organisations opérationnels et partir à la conquête des centres urbains par la proximité digitale, doivent nous permettre de répondre aux attentes des habitants de nos zones de vie et de retrouver le chemin d'une croissance durable et rentable », a déclaré Jean-Denis Deweine, Directeur général d'Auchan Retail France.*

#### **A propos d'Auchan Retail France**

*Commerçant multiformat et phygital Auchan Retail France réunit tous les formats du commerce alimentaire, physique -hypermarchés, proximité et ultra-proximité - et digital -drives et livraison à domicile, en magasins ou en points relais. L'entreprise compte 618 points de vente et 73000 collaborateurs en France. Elle a enregistré plus de 445 millions de visites dans ses magasins ou sur ses sites marchands en 2019. Auchan Retail France a l'ambition de répondre aux attentes de ses clients, quels que soient leurs modes de courses, et de leur permettre de mieux vivre au quotidien, avec une marque unique, connectée et responsable et un commerce attentionné, engagé et audacieux.*

**Contact Presse : Antoine Perno – [apernod@auchan.com](mailto:apernod@auchan.com) – +33 6 64 20 06 64**