

Communiqué de presse - 13 novembre 2018

Auchan Retail France engage une nouvelle étape de sa transformation *et adopte une nouvelle organisation adaptée aux zones de vie des clients*

Dans la continuité de la mise en oeuvre de sa marque unique, connectée et responsable et de sa stratégie multiformat, Auchan Retail France lance un projet d'organisation commerciale proche des habitudes des clients en créant 113 zones de vie, adaptées à leurs réalités locales et combinant les forces du commerce physique et digital d'Auchan Retail. Ce projet novateur et unique en France a été présenté ce jour aux partenaires sociaux

En mars 2017, Auchan Retail France a lancé **le déploiement de sa marque unique** qui s'est déjà concrétisé par le début de la convergence de ses enseignes, avec notamment la bascule de plus de 280 supermarchés Simply Market et magasins d'Ultra-proximité A2Pas aux enseignes Auchan Supermarché et MyAuchan; par des politiques et des opérations commerciales communes aux différents formats de commerce de l'entreprise; par un nouveau discours de marque; et par le regroupement en cours de l'ensemble des services d'appui au niveau national.

Cette nouvelle étape prolonge ces évolutions dans le multiformat, en cohérence avec les orientations d'Auchan Retail dans ses différents pays. Elle vise à renforcer la proximité de l'entreprise avec ses clients et à répondre à leurs besoins à chaque moment de leur quotidien.

113 zones de vie ont ainsi été définies sur tout le territoire français. Chacune correspond à une zone géographique au sein de laquelle s'organise le quotidien des habitants (logement, travail, commerce, éducation, santé, loisirs...). Chaque zone de vie rassemblerait ainsi **des points de contact, magasins physiques et sites digitaux, interconnectés, et fonctionnant en complémentarité**. Chacune des zones de vie serait dotée d'un **projet commercial répondant aux spécificités des besoins de la clientèle localement**, avec **une offre attractive et complémentaire** sur l'ensemble des points de contacts et des parcours de course, une forte présence de produits locaux et régionaux et un calendrier commercial lié aux événements de la vie locale. Par cette organisation nouvelle et inédite en France, les équipes d'Auchan Retail France iront au devant des attentes des habitants et au plus près de leurs centres de vie et d'intérêts en offrant une offre et des services élargis grâce à un maillage de points de contact complémentaires.

La coopération entre les points de contacts permettrait ainsi **un accès facilité à l'offre et aux services de l'entreprise**, par exemple avec la livraison de certains produits préparés en hypermarchés sur les formats de proximité.

Chaque point de contact pourrait ainsi jouer pleinement son rôle en apportant ses forces, comme la largeur de l'offre pour les hypermarchés ; des produits frais magnifiés pour les supermarchés, la praticité et la rapidité pour les drives ou un accueil près de chez soi pour l'ultra-proximité. Tous bénéficiant d'une offre augmentée grâce au digital (click and collect, livraison à domicile...) grâce à un portail unique, regroupant tous les parcours de course, qui ouvrira en milieu d'année 2019.

L'excellence du service sur chaque point de contact et tout au long de chaque parcours de course est également un des buts du projet. En outre, grâce à une organisation du travail plus coopérative et transversale entre formats, les collaborateurs contribueraient pleinement à l'animation de la zone de vie toute entière, par exemple en conseillant les clients sur les offres et services disponibles sur tous les points de contact. Cette organisation à dimension humaine ouvrirait aussi des opportunités d'évolution professionnelles supplémentaires aux salariés entre les différents points de contact de la zone de vie.

Les 113 zones de vie seraient animées au sein de 8 territoires. Ils se substitueraient aux actuelles 5 directions régionales des hypermarchés et aux 3 directions réseaux des supermarchés.

Le projet prévoit par ailleurs la création d'**un gène territoire pour la franchise et les partenariats**, destiné à assurer les relations avec les partenaires et à porter les ambitions d'Auchan Retail France sur la franchise.

L'entreprise a ouvert ce matin **une procédure d'information-consultation des représentants du personnel**. Dans les prochaines semaines, tous les aspects de ce projet ambitieux, novateur et unique en France seront discutés avec les partenaires sociaux. Les discussions porteront également les impacts sur l'emploi, impacts qui se limiteront à la réduction d'une cinquantaine de postes, essentiellement d'encadrement, dans les fonctions d'appui. Toute personne dont le poste serait touché par cette réduction se verrait proposer un accompagnement complet et individualisé pour le maintien dans l'emploi.

A l'issue de cette procédure, l'entreprise espère pouvoir mettre en place cette nouvelle organisation au 1er semestre 2019.

"Nos clients sont de plus en plus connectés et désireux de bénéficier en permanence d'un accès facile et rapide à l'offre de produits et de services la plus large. Ils sont en même temps attachés aux notions de proximité, de qualité, et d'authenticité.

Parce qu'il est à la fois un commerçant multiformat et phygial désireux de réinventer l'expérience client, et un acteur militant du bon, du sain et du local, Auchan Retail France est particulièrement bien placé pour répondre à ces différentes aspirations dans la suite logique de la mise en place de sa marque unique, de la convergence de ses enseignes et de ses politiques commerciales". explique **Ali Khosrovi**, 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 ultraproximité - et digital - drives et livraison à domicile, en magasins ou en points relais. L'entreprise compte 641 points de vente et 73800 collaborateurs en France. Elle a enregistré plus de 445 millions de visites dans ses magasins ou sur ses sites marchands en 2017. Elle 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 :

Olivier Louis - olouis@auchan.fr - 06.63.25.22.04

François Cathalifaud - fcathalifaud@auchan.fr - 06.21.09.84.35