

FB 14/09/2017

Entrevue avec Alexandre BOMPARD

Dès le mois de Juin et dès que le choix des actionnaires majoritaires s'est porté sur Alexandre BOMPARD, le SNEC n'a pas attendu pour solliciter un rendez-vous auprès du nouveau PDG du Groupe Carrefour. Celui-ci a donc donné suite à notre requête et reçu une délégation du SNEC le 12 Septembre, au siège de Boulogne-Billancourt. Thierry FARAUT, Jérôme BIAVA et Frédéric BARRAULT ont eu l'occasion d'échanger sur les thèmes qu'ils souhaitaient aborder.

L'entretien a été cordial, franc et transparent.

Alexandre BOMPARD a clairement énoncé qu'il était pleinement conscient du rôle essentiel de l'encadrement. En effet, celui-ci est le pivot de l'organisation dans l'entreprise et le garant de l'exécution des orientations stratégiques. Si l'encadrement « intermédiaire » n'est pas convaincu et impliqué, les rouages de l'entreprise risquent de se gripper.

La situation du Groupe Carrefour sur le 1^{er} semestre est problématique, notamment plombée par les résultats des hypermarchés. Le visage de ceux-ci devra changer au plus vite car le modèle ne fait plus recette auprès des consommateurs. Nous ne sommes pas en train d'assister à une évolution du commerce mais réellement à une révolution, au même titre que l'industrie l'a connue au 19^{ème} siècle avec la découverte du charbon et le développement ferroviaire. Dans le commerce, la révolution porte un nom : la digitalisation. Hier, nos concurrents étaient Leclerc, Auchan, Casino, Intermarché et d'autres acteurs. Dès aujourd'hui et demain plus encore, à ces concurrents historiques s'ajouteront les noms d'Amazon, d'Alibaba et peut-être de Wall-Mart désormais allié avec Google. Face à eux, Carrefour est un nain en termes financiers.

**La capitalisation boursière d'Amazon est 28 fois celle de Carrefour.
Celle de Wall-Mart 14 fois celle de Carrefour.**

L'entreprise doit donc opérer une mue urgente et profonde. Nous n'avons plus le luxe ni d'attendre, ni d'avoir des tabous et encore moins des dogmes. Avant la fin d'année, des décisions courageuses devront être prises pour faire face aux enjeux qui se dresseront face à nous. Le nouveau PDG a la volonté affirmée d'être pragmatique et ne s'interdit aucune solution même drastique.

Alexandre BOMPARD a très vite constaté la lourdeur de Carrefour, en termes d'inefficacité affligeante des outils informatiques et de paralysie liée à une multitude de strates hiérarchiques. Le Groupe doit retrouver de l'agilité. Nos clients sont déjà en capacité de commander 7 jours sur 7 à nos concurrents. Ils sont livrés à domicile en non alimentaire et

demain en alimentaire. La souplesse des structures, l'adaptabilité et la modernité seront les seules réponses possibles à ce défi.

Mais le SNEC a affirmé sa conviction que la richesse de l'enseigne est son maillage territorial, à nul autre pareil. La preuve en est que même les géants du commerce digital ont compris que pour pouvoir livrer des produits alimentaires il est nécessaire d'avoir des points de vente. Carrefour a donc une longueur d'avance sur ce point, mais l'enjeu est d'acquérir l'expérience du commerce en ligne et probablement nouer des partenariats sur les marchés qui désormais nous échappent (en non-alimentaire principalement). Les partenariats peuvent concerner les achats mais aussi les ventes. Il n'est pas exclu de voir « sous-traités » des secteurs ou des rayons sur lesquels des spécialistes ont un savoir-faire que nous ne pourrions plus égaler.

Au 20^{ème} siècle, l'évolution technologique et des modes de consommation s'appréciait en plusieurs dizaines d'années. Au 21^{ème} siècle, la vision sera probablement à 5 ans maximum. Les entreprises qui ne sauront pas s'adapter resteront au bord de la route. La Grande Distribution était moderne mais aujourd'hui ringardisée par le besoin de proximité et par le commerce en ligne.

18 chantiers ont été lancés à la demande du PDG. Les pistes seront probablement dévoilées à la suite de la publication des résultats du 3^{ème} trimestre, donc fin Octobre ou début Novembre. Le SNEC y sera attentif et vous informera dès connaissance. Quoiqu'il en soit, le syndicat national de l'encadrement prendra sa part de responsabilité dans les discussions qui ne manqueront pas d'être initiées.

Quant aux medias, le SNEC a exprimé son dépit d'y constater l'omniprésence de Michel-Edouard Leclerc. Celui-ci y diffuse copieusement son leitmotiv de « je suis le meilleur », « je suis le moins cher », avec la complaisance des journalistes qui ne l'interrogent jamais sur le statut des salariés dans son enseigne et donc son niveau de frais de personnel qui finance sa guerre des prix. Sa cible privilégiée est bien sûr Carrefour dans lequel le dialogue social et la richesse des accords d'entreprise risquent de devenir un poids. Le SNEC, en tant qu'Organisation Syndicale responsable en a bien pris conscience et c'est pourquoi il a alerté Alexandre BOMPARD sur ce thème. Celui-ci nous a donné raison et promis de « monter sur le tonneau » médiatique le moment venu. Nous espérons que sa carrière professionnelle passée à la tête de certains medias aura pour incidence de ne plus accepter d'avoir comme porte parole officiel de la Distribution, le champion incontesté de la démagogie et de l'indécence.