

FB 21/09/2018

Déclaration au CCE Hypermarchés SAS

21 Septembre 2018

Intervention de Marie CHEVAL

La situation des hypermarchés inquiète. C'est le modèle commercial lui-même qui est fortement remis en question. L'annonce de Casino en atteste également. Il ne suffit plus de « réenchanter l'hypermarché » comme nous l'avons entendu en 2009 dans la bouche de Lars Olofsson. Le comportement d'achat des clients se transforme profondément. Notre modèle commercial qui était synonyme de **modernité** pendant une quarantaine d'années s'est vu **ringardisé** par le commerce digital et **pris en étau** par les spécialistes.

Alors, effectivement, peut-être les vieilles recettes ne sont-elles plus les réponses adéquates aujourd'hui. Probablement est-il urgent de **réinventer** l'hypermarché plutôt que le réenchanter. Le challenge qui vous est proposé est donc immense et le chantier gigantesque. Votre expertise dans le digital et votre œil neuf peuvent nous aider à transformer le modèle. Nous ne pouvons que le souhaiter. Mais ce qui est et restera la condition sine qua non d'un merchandising efficace se traduit en 5 points : « le bon produit, au bon endroit, au bon moment, au bon prix et en bonne quantité ». Et cela, nous n'arrivons encore pas à le réaliser. Être livré ou livrer un client, en temps et en heure et en conformité avec une commande c'est aussi la base du commerce. Et cela, nous n'arrivons encore pas à le réaliser.

Le partenariat avec Google a été annoncé en grandes pompes. Mais Amazon a déjà débuté son partenariat avec Monoprix. La bataille du Drive a été perdue par Carrefour. La prochaine bataille, celle de la livraison à domicile, ne pourra pas être traitée comme celle du Drive, en suiveur. La pesanteur de Carrefour ne doit plus être une excuse.

**La machine Carrefour ne fonctionne que si elle est première.
Et cela s'est toujours vérifié, dans chaque pays.**