

DÉCLARATION DE LA CGT GNS AU COMITÉ DE GROUPE

Vendredi 15 novembre 2024

Analyse de la Situation Actuelle du Groupe Casino et Défis à Relever

Le Groupe Casino, acteur historique du secteur de la distribution en France, s'est longtemps distingué par un modèle de proximité intégré qui a été un atout stratégique majeur. Cependant, ce modèle est aujourd'hui fragilisé et mal exploité, confronté à des choix stratégiques discutables, des résultats décevants et une perte de compétitivité croissante. Le syndicat CGT dénonce cette dérive depuis plusieurs années et alerte sur la nécessité de repenser en profondeur les orientations du groupe.

1. La Proximité Intégrée : Une richesse sous-exploitée

La proximité intégrée a été pendant plusieurs décennies la clé de la réussite du Groupe Casino. Elle représentait un véritable pilier financier, soutenant l'essor du groupe. Malheureusement, des choix stratégiques erronés, portés par des cadres qui n'ont pas ajusté leur cap malgré les signes évidents de dérive, ont conduit à la stagnation. En dépit des résultats négatifs qui se sont accumulés au fil des années, la direction n'a pas su opérer les ajustements nécessaires pour redynamiser ce modèle.

2. L'Abandon : Manque d'Investissement et Politique Commerciale Obsolète

Le secteur de la proximité souffre aujourd'hui d'un désinvestissement flagrant, tant dans l'infrastructure que dans la modernisation de l'offre. La politique commerciale reste figée depuis deux décennies, déconnectée des attentes des consommateurs, avec des prix et des services jugés non compétitifs. Cette inertie a permis à la concurrence de s'implanter et de capter progressivement les clients des superettes Casino, de plus en plus désertées.

3. Les Déceptions de la Franchise et un Bilan en Demi-teinte

La franchise, présentée comme une solution miracle pour dynamiser le réseau, n'a pas donné les résultats attendus. Malgré les efforts des franchisés, nombreux sont ceux qui quittent le groupe à la fin de leur contrat. Miser exclusivement sur ce modèle d'exploitation s'est avéré une erreur stratégique. Les résultats sont là pour le prouver : de nombreux franchisés s'approvisionnent désormais en dehors du groupe, cherchant de meilleures conditions commerciales, et les dépôts de bilan sont nombreux. L'évasion commerciale est manifeste et témoigne de l'échec d'une stratégie basée uniquement sur la franchise.

Le manque de savoir-faire généralisé, aussi bien dans les formats Discount, Hyper, Supermarché que dans le modèle de proximité intégrée, ne pourra pas être corrigé simplement en transférant l'exploitation à des franchisés.

4. Le Rôle et les Recommandations de la CGT Gérants

La CGT Gérants, qui suit de près la dégradation du groupe, a formulé plusieurs propositions pour redynamiser le réseau de proximité intégrée. Nous avons adressé un tract à Monsieur Naouri, qui

avait apprécié nos suggestions, mais il était déjà trop tard pour réagir efficacement. Nos propositions mettaient en avant des pistes concrètes pour redresser la situation, notamment sur la rationalisation du nombre d'enseignes, la refonte des concepts, la mise à jour de la politique commerciale et la révision de la communication.

Aujourd'hui, nous constatons qu'une multitude d'enseignes (Le PeTiT Casino, Petit Casino, Casino Shop, Spar, Vival, Leader Price Express, Tout Proche, etc.) ont été dispersées sans véritable suivi stratégique, commercial ou d'investissement. Le parc de magasins est vieillissant, de nombreux points de vente sont délabrés et l'expérience client ne répond plus aux attentes modernes. Les enseignes concurrentes, plus modernes, attirent désormais la clientèle.

La CGT propose une simplification du parc d'enseignes avec trois concepts principaux :

Casino Shop pour les centres-villes (200 à 400 m²).

Casino Express pour les points de vente en zones urbaines à fort passage.

Le Petit Casino en zones semi-rurales et rurales avec un concept rénové.

Cette rationalisation des enseignes permettra d'établir une politique commerciale claire, de définir un calendrier d'investissement pour moderniser les magasins et de repositionner l'enseigne Casino comme un acteur compétitif de la distribution de proximité.

5. Réorientation stratégique : La voie de la reconquête

Avant tout, il est crucial de redonner un esprit de reconquête au sein de la branche Proximité. Les équipes actuelles, en particulier celles qui ont contribué à la situation actuelle, doivent être remplacées ou réorientées. Il est indispensable de se poser la question : l'équipe dirigeante de demain sera-t-elle capable de tirer les enseignements des erreurs du passé ? Seront-elles celles qui sauront redresser le groupe, ou celles qui perpétueront les mêmes erreurs ?

La nouvelle équipe devra s'engager dans une véritable politique de développement, non de conflits ou de procédures, comme c'est le cas actuellement. Cette politique de redynamisation devra reposer sur des valeurs commerciales solides, une écoute attentive des besoins des clients et une gestion modernisée du réseau.

6. Propositions concrètes pour relancer le Groupe Casino

Redéfinir l'offre produits : Développer la marque Casino (MDD) pour offrir des produits de qualité et à bonne marge, tout en limitant la part des marques nationales en fonction de la surface des magasins.

Réaffirmer la position de Leader Price comme marque de produits à bas prix, afin d'attirer une clientèle soucieuse du prix tout en préservant une marge correcte pour l'entreprise.

Moderniser la signalétique extérieure des magasins pour renforcer l'identité de chaque enseigne en fonction de son environnement, et ajuster les offres de produits et services à chaque segment de clientèle.

Développer de nouveaux services : Il est incompréhensible que nos clients soient envoyés chez Carrefour pour retirer leurs colis alors que la géolocalisation permettrait de les retirer directement dans nos magasins quand nous sommes présents. Nous devons cesser de travailler pour la concurrence et offrir de véritables services à nos clients.

Les gérants adhéreront à cette politique commerciale qui pourra redynamiser le réseau et repositionner le groupe sur le marché de la proximité.

7. Conclusion

Le Groupe Casino traverse une période critique, avec un modèle de proximité qui pourrait se diluer si des mesures immédiates ne sont pas prises. Pour se redresser, le groupe doit impérativement redéfinir son modèle, investir dans ses équipes, moderniser ses pratiques commerciales et écouter les propositions des acteurs de terrain qui œuvrent depuis longtemps pour l'amélioration de l'enseigne et de sa relation avec les consommateurs.

La CGT a toujours prôné le dialogue social, mais force est de constater que certaines directions manipulent ce dialogue, forçant la CGT à prendre des positions radicales en l'absence d'un véritable échange. Ce qui s'est passé ces derniers jours le démontre une nouvelle fois.

Le redressement du Groupe Casino passe par une prise de conscience collective et un véritable engagement à restaurer une gestion saine et ambitieuse de la proximité.

Pour la CGT Gérant : Didier HOUACINE