

Avec son projet d'entreprise « Auchan 2022 », Auchan Retail engage l'adaptation de son modèle, de son offre et de son organisation aux nouvelles attentes des consommateurs et des citoyens.

- Redéfinition de l'offre pour être l'acteur référent du bon, du sain et du local à travers la sélection et la conception d'une offre unique, juste et responsable.
- Création de liens et d'expérience au travers des magasins, pour en faire de véritables plateformes physiques, et en développant de nouveaux services phygitaux pour simplifier la vie des habitants.
- Adaptation de l'organisation et des méthodes de travail pour être plus à l'écoute des nouveaux besoins et attentes du marché. Cette adaptation conduirait à la suppression nette de 517 emplois sur le territoire français.
- Reconquête de marges de manœuvre financières, nécessaires pour investir dans l'innovation, le digital et la RSE.

Un projet de transformation basé sur deux piliers

La grande distribution, née dans les années 60-70 pour rendre accessible l'offre la plus large au plus grand nombre, est aujourd'hui bousculée par de nouveaux entrants avec l'irruption du digital, les transitions alimentaire, écologique et économique qui impactent toute la profession. Basée sur l'usage de la data (donnée), la distribution doit passer d'une industrie de masse à une industrie de la personnalisation.

Dans ce contexte, Auchan Retail présente aujourd'hui son projet d'entreprise destiné à s'adapter aux nouveaux enjeux et aux nouvelles attentes des clients et des citoyens et ainsi renouer avec une croissance durable.

Porté par la nouvelle équipe de direction emmenée par Edgard Bonte, « **Auchan 2022** » est un projet d'entreprise qui vise, dans tous les pays, à transformer en profondeur l'offre et le modèle historique d'Auchan Retail afin de répondre plus entièrement aux nouvelles demandes du marché et aux nouveaux enjeux métiers.

Il doit permettre à Auchan, marque emblématique de la démocratisation de la consommation, de poursuivre son ambition historique : améliorer la qualité de vie des habitants. Cette ambition se traduit par **deux piliers stratégiques : devenir un concepteur-sélectionneur d'une offre unique, juste et responsable d'une part, et d'autre part être un créateur de liens et d'expériences en faisant de ses implantations physiques des plateformes locales connectées à leur zone de vie.**

Premier pilier : être l'acteur référent du bon, du sain et du local à travers la sélection et la conception d'une offre unique, juste et responsable

Auchan Retail entend se positionner comme l'acteur de référence du bon, du sain et du local en redéfinissant son offre et son rôle. Auchan Retail veut aller au-delà du rôle traditionnel du distributeur en devenant un concepteur et un sélectionneur de produits de manière à pouvoir proposer une offre unique aux consommateurs.

- **Une offre locale et variée**

Auchan Retail veut devenir la référence pour les consommateurs en quête d'une alimentation d'origine locale et variée, pour répondre à la diversité des attentes en matière de tendances alimentaires, de goût ou de nutrition.

Auchan Retail s'appuiera sur le référencement de produits locaux et s'engagera avec les producteurs tant sur la durée que sur les volumes. En 2022, l'objectif est d'accroître le chiffre d'affaires réalisé par la vente de produits locaux.

- **Une offre rassurante et responsable**

La traçabilité des produits sera renforcée et **la composition** et **l'origine** des produits seront rendues plus transparentes. C'est dans cette dynamique qu'Auchan Retail a rejoint très tôt l'« Appel à un étiquetage sur l'origine des produits alimentaires » porté en France par le Think Tank Agro-Agri et des élus nationaux.

Les produits seront porteurs d'engagements en matière de **respect de l'environnement** ou de **bien-être animal**. Les filières agricoles responsables verront leur nombre augmenter pour atteindre **1 500 filières responsables dans le monde en 2022** (250 en France) contre près de 500 actuellement (respectivement 150).

Pour y arriver, les **partenariats agricoles durables, équilibrés et justes en partage de valeur** avec les producteurs seront eux aussi encouragés et leur nombre augmenté.

La pédagogie et la transparence sur la qualité nutritionnelle des produits seront développées. **Chaque pays devra adopter un label nutritionnel** et le faire figurer a-minima sur 100 % des produits à marque distributeur Auchan. En France le Nutri-Score figure déjà sur 6 319 produits MDD (2 519 packaging retravaillés et 100 % des MDD commercialisées en ligne).

En France, Auchan Retail accélérera son partenariat avec l'Institut Pasteur de Lille dans un premier temps pour l'accompagnement des clients en matière de bonne alimentation (pédagogie, animations magasin, repas équilibré type...).

- **L'offre de produits exclusifs étoffée**

Concepteur, Auchan Retail développera son offre exclusive de produits en engageant ses équipes à **poursuivre et accélérer la redéfinition des recettes** et en s'appuyant également sur ses parties prenantes. A titre d'exemple, en 2019, les recettes de plus de 700 produits à marque Auchan ont été revisitées en France.

La **co-construction des produits avec chaque écosystème**, déjà mise en œuvre dans de nombreux pays, sera généralisée. Elle associera les clients et les fournisseurs et s'appuiera sur les avis et notations recueillis. Chaque produit n'ayant pas reçu une notation minimum de 3/5 par les clients en 2020 (4/5 en 2022) sera amélioré, remplacé ou retiré.

Deuxième pilier : être créateur de liens et d'expérience pour améliorer la qualité de vie des habitants

- **Utiliser les implantations physiques d'Auchan Retail pour en faire des plateformes locales d'échanges avec les partenaires ou de développement d'expériences ou de rencontres**

Les magasins systématiseront **l'accueil des partenaires ou experts locaux** en leur mettant à disposition de la surface et en leur permettant de vendre en direct leurs produits et services (en alimentaire comme en non alimentaire). Une large autonomie sera laissée aux équipes pour sélectionner les acteurs locaux les plus pertinents au sein de leur zone de vie.

Chaque magasin sera également **un lieu d'expériences** pour les habitants où ils pourront partager, avec les acteurs de la zone de vie et les collaborateurs, des cours de cuisine, des événements, des dégustations...

- **Simplifier la vie des habitants en développant de nouveaux services phygitaux**

Pour simplifier l'expérience de courses et faire gagner du temps aux habitants de chaque zone de vie, en complément du commerce physique, les services digitaux, qu'il s'agisse de drive ou de drive piétons, de lockers, de livraison à domicile 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 hypermarchés et supermarchés.

Auchan Retail, un commerçant engagé pour la planète

Auchan Retail s'engage à lutter contre le gaspillage alimentaire et l'utilisation du plastique.

En application de sa signature du Pacte Plastique, en 2022 les emballages plastiques pour les métiers de bouche et les fruits et légumes en libre-service seront supprimés. De même, 100% des emballages pour les produits à marque propre Auchan seront soit réutilisables, soit recyclables soit compostables.

En parallèle, Auchan Retail a la volonté de maîtriser son empreinte carbone.

En 2022, dans la dynamique de son engagement à la Cop 21 et des étapes intermédiaires déjà atteintes, la consommation énergétique des magasins aura été réduite de 25% (base 2014 à périmètre constant). De même, 50 % de l'électricité utilisée sera issue d'énergie bas-carbone.

Adapter l'organisation aux nouveaux métiers et enjeux

Les nouvelles attentes des consommateurs nécessitent de faire évoluer l'entreprise vers un fonctionnement et des modes de travail plus simples, plus ouverts, plus perméables aux changements et au flux constant d'innovations. Afin de gagner en efficacité opérationnelle et en agilité, Auchan Retail projette de réorganiser ses fonctions supports sur le territoire français.

Dans ce cadre, il est envisagé un projet de réorganisation visant à transformer le fonctionnement de l'entreprise pour la rendre plus en phase avec les exigences de réactivité et de souplesse du marché actuel. Une organisation recentrée, plus adaptée à ces évolutions est nécessaire. Cette refonte aurait un impact sur les équipes actuelles qui seraient redimensionnées.

La direction d'Auchan Retail a présenté ce jour, aux Instances Représentatives du Personnel (IRP) des structures juridiques concernées, un projet de plan de départs volontaires (PDV) concernant les salariés des fonctions « siège » et « produits » d'Auchan Retail, des fonctions « siège » et « produits » d'Auchan Retail France et des services d'appui de l'organisation commerciale territoriale des activités françaises. Ce projet de plan de départs volontaires conduirait à la suppression nette de 517 emplois actuellement occupés (677 postes seraient supprimés dont 652 actuellement occupés et 135 postes seraient créés).

Auchan Retail prévoit de mettre en place un accompagnement exemplaire des salariés volontaires. Les modalités de cet accompagnement feront l'objet d'une négociation dans le cadre du processus d'information-consultation engagé avec les IRP. En parallèle, les collaborateurs seront accompagnés dans une transformation culturelle vers les nouveaux modèles organisationnels, les nouvelles compétences et les postures permettant à Auchan Retail de mieux servir ses clients.

Par ailleurs, une étude d'impact de ces nouvelles orientations métiers et des nouvelles attentes des consommateurs sur l'organisation logistique d'Auchan Retail France serait engagée. Elle devrait permettre, à l'été 2020, de définir l'organisation supply-chain la plus efficiente au regard des nouveaux enjeux des métiers d'Auchan Retail.

Retrouver des marges de manœuvre financières

Comme présenté lors des résultats semestriels fin août 2019, Auchan Retail est engagé simultanément dans une politique destinée à retrouver des marges de manœuvre financières, indispensables pour financer les investissements et l'innovation dans les domaines du numérique et de la RSE.

Auchan Retail met en place une stratégie d'investissements mieux priorisée pour concentrer ses efforts sur les attentes prioritaires des clients. Les actions engagées visent un retour à l'équilibre financier et un changement profond à horizon 2022, avec une ambition de 6 % de taux de marge d'EBITDA. En parallèle, l'entreprise poursuivra la réduction de ses coûts de fonctionnement. L'ambition à terme est de réaliser 1,1 milliard d'euros d'économies de coûts.

Edgard Bonte, Président d'Auchan Retail explique : « La distribution s'est développée sur un modèle puissant, devenu aujourd'hui inadapté pour répondre aux transitions digitale, alimentaire, écologique et économique qui sont à l'œuvre. Auchan Retail a des atouts solides pour faire face à ces changements qui impactent son modèle - une marque puissante, ancrée dans les territoires et une culture d'entreprise tournée vers l'entrepreneuriat - à condition d'engager un travail de transformation profonde. Auchan 2022 est un projet ambitieux mené avec une forte volonté de qualité d'exécution. Je suis confiant dans la capacité de notre entreprise à s'ancrer dans la distribution du 21^e siècle. »

Contacts presse :

- **Auchan Retail : Antoine Pernod – Directeur de la communication**
apernod@auchan.com – +33 (0)6 64 20 06 64
- **Presse & Cie : Véronique Rétaux**
vretaux@presse-cie.com - +33 (6) 30 07 93 35