

Roma, 18 febbraio 2019

**Alle Filcams regionali e territoriali**

Loro sedi

**Oggetto: Carrefour Italia – Esito incontro 15 febbraio u.s.**

Car\* compagn\*,

Lo scorso 15 febbraio, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e UILTuCS hanno incontrato Carrefour Italia.

La parte introduttiva dell'incontro ha visto l'Amministratore delegato Italia Gerard Lavinay evidenziare i risultati gestionali che hanno caratterizzato, nell'anno appena trascorso, l'andamento della rete di vendita riferibile al brand nel nostro Paese.

Da un punto di vista dei risultati, relativamente alle quote di mercato per formato (dati al 06/2018), la situazione riferitaci sostanzierebbe le seguenti contrazioni:

Ipermercati	- 9,3%
Market	- 4,4%
Express	- 0,3%

Il fatturato a rete omogenea avrebbe fatto registrare un - 4% (- 4,3% food e - 7,5% non food).

Il piano di ottimizzazione dei costi nel corso del 2018 avrebbe fatto calare di ben 85 mln di euro gli oneri distributivi sostenuti da Carrefour Italia (il 50% di tale riduzione si deve alla del costo del lavoro).

Sempre dal versante del costo del lavoro, ci è stato consegnato un quadro contrastante, infatti, nonostante tale onere si sia ridotto del 5,1% fra il 2016 ed il 2018 in termini assoluti, rispetto al fatturato, la sua incidenza nello stesso periodo è cresciuta, attestandosi nel 2018 al 17,4%.

Mediamente, nel 2018 circa la metà dei negozi ha avuto un EBIT negativo; più nello specifico, quella di seguito riportata è la situazione della rete rispetto al risultato (positivo o negativo) di EBIT:

FORMAT	EBIT POSITIVO	EBIT NEGATIVO
Iper	24%	76%
Market	41%	59%
Express	70%	30%
Cash&Carry	50%	50%

● **FEDERAZIONE NAZIONALE**

In relazione al cosiddetto Piano strategico Carrefour Italia 2019-2022, l'Amministrazione delegata ha declinato i tre ambiti sui quali la multinazionale opererà scelte.

AMBITO D'INTERVENTO	OBIETTIVI
negozi	rete commerciale più omogenea e adattiva alle nuove condizioni di mercato (soprattutto in termini di superfici, ridefinendo i format);
offerta	diventare leader della transizione alimentare sviluppo del bio e delle filiere qualità, tarando l'offerta sulla base delle aspettative dei clienti e di ogni regione (assortimento, qualità e prezzo);
marca	creazione della marca omnicanale Carrefour e garantire ai clienti un'esperienza di spesa omogenea e di alta qualità in tutti i 4 formati (Iper, Market, Express ed e-commerce); il prodotto a marchio arriverà in previsione a coprire 1/3 delle vendite.

Una parte importante del confronto ha riguardato la revisione del modello ipermercati, che, per stare alla definizione utilizzata dallo stesso, "è il grande malato della GDO, soprattutto in Italia".

Nello specifico, l'azienda intende sviluppare i tre differenti cluster di seguito elencati:

- superstore, dedicato al food;
- compact, food + non food ridotto;
- standard, food e non food rinnovato.

Carrefour Italia ha comunicato, inoltre, che intende nel breve (il piano dovrebbe concludersi per dicembre 2019) operare le riduzioni delle superfici di vendita presso gli ipermercati di Casalecchio, Grugliasco, Tavagnacco, Marcon e Romanina, per adeguarli ai nuovi cluster. A valle di tali interventi, l'attuale superficie complessiva degli ipermercati, che consta di 313.350 mq, subirebbe una riduzione di 29.500 mq (- 9%), attestandosi a regime complessivamente a 283.850 mq.

In termini occupazionali, alle riduzioni di cui sopra, che si perfezioneranno nei periodi di seguito indicati, l'azienda collega il determinarsi di un esubero strutturale di 155 equivalenti full-time così distribuito:

IPERMERCATO	EQUIVALENTI FULL TIME	PERIODO
Marcon	41	in corso
Casalecchio	34	2° semestre del 2019
Grugliasco	32	2° semestre del 2019
Romanina	25	2° semestre del 2019
Tavagnacco	23	2° semestre del 2019

L'Amministratore delegato ha, poi, illustrato, sia pure molto brevemente, le caratteristiche fondamentali di quel che lo stesso ha definito "cantiere sulla produttività per aiutare gli ipermercati a ridurre le loro perdite", che dovrebbe sostanziarsi nell'utilizzazione di un approccio di "vendita al dettaglio snella" finalizzato ad incrementare il livello di servizio offerto al cliente.

Il "Cantiere", che interesserà 27 ipermercati, dovrebbe strutturarsi nei tre specifici ambiti di seguito riportati:

nuova struttura assortimenti:	+ prodotti a marchio; + prodotti a prezzo basso/medio; investimento nei prezzi continuativi e promozionali;
coinvolgimento delle squadre:	diffusione dell'indicatore Net Promoter Score (NPS), vale a dire di un indicatore della soddisfazione dei clienti in tutti i negozi e nella sede centrale; maggiore attenzione sui servizi al cliente: accoglienza, qualità dell'esperienza nei reparti serviti, consegna a domicilio ed e-commerce;
formazione:	200.000 ore annue di formazione nel 2019; la formazione mestiere alimentare coinvolgerà più di 2.200 persone.

A valle dell'intervento relativo alla produttività sui 27 ipermercati, dalla quale, secondo l'azienda, scaturirebbe un esubero in termini occupazionali pari a 285 equivalenti full-time così distribuiti:

REGIONE	EQUIVALENTI FULL TIME
Lazio	36
Lombardia	93
Piemonte	90
Marche	9
Toscana	33
Veneto	6
Sardegna	14
Liguria	4

In termini generali, l'obiettivo aziendale, per come ci è stato rassegnato, può essere sintetizzato nella duplice volontà:

- di rafforzare la presenza di Carrefour nelle regioni che rappresentano il presidio storico del Gruppo, come la Lombardia, il Piemonte, il Lazio, la Liguria e la Valle d'Aosta;
- di strutturare la propria presenza in maniera più significativa rispetto al passato nelle aree geografiche che vedono una presenza limitata e modesta della multinazionale francese come il Triveneto, l'Emilia Romagna, la Campania e la Sardegna.

Per sorreggere "il piano di ristrutturazione" la multinazionale prevede l'apertura entro il 2022 di 100 Market e di 200 Express. Stando a ciò che ci è stato comunicato, tuttavia, è possibile prevedere che le nuove aperture saranno prevalentemente operate per mezzo del franchising (creando anche un percorso di passaggio all'imprenditorialità per i dipendenti da Carrefour). Da verificare, per consistenza e tempi e area geografica la dichiarata possibile "attività di acquisizione e apertura a gestione diretta di parte dei punti vendita.

Così come pure, senza precisarne il numero ed i tempi, è stata comunicata l'apertura di nuovi negozi Docks Cash & Carry avverrà in Piemonte ed in Lombardia.

Il piano aziendale prevede, altresì:

lo sviluppo dell'e-commerce:	da realizzare con nuovi modelli operativi (Hybrid stores a Milano, Torino e Roma), nuovi canali (Supermercati 24);
l'implementazione dell'omnicanalità:	offerta click & collect da 240 a 1000 negozi, modello drive, lockers, click & collect non food;
ampliamento dell'assortimento:	aumento dei prodotti freschi, marketplace food e non food, nuove funzionalità per ottimizzare la customer experience;
CA e-commerce:	30 mln di euro nel 2018, al 2022 255 mln.

In ordine ai recenti sviluppi registrati nell'ambito delle relazioni sindacali, Carrefour Italia ha messo in evidenza il fatto che, con la sottoscrizione del CCNL MDO-Federdistribuzione, dovrà far fronte a maggiori costi del personale, rispettivamente:

- per 17 mln di euro nel 2019,
- per 15 mln di euro nel 2020.

I rappresentanti del Gruppo hanno comunicato, inoltre, di voler procedere all'apertura di una procedura di licenziamento collettivo ex L. 223/91 - per gli esuberanti attesi dai processi di riduzione delle superfici e di implementazione della produttività (155 + 285 equivalenti full time) - concernente le regioni variamente menzionate e, quindi, di livello nazionale.

Inoltre, la multinazionale si appresta a ridimensionare l'organico di sede (dichiarando un esubero di 150 equivalenti full-time, sulle circa 1.200 unità presenti presso la sede centrale di Milano) riqualificando le attività attraverso processi di:

- riorganizzazione (accorpamento funzioni/uffici);
- automazione/robotizzazione attività amministrative;
- semplificazione e digitalizzazione processi commerciali e amministrativi.

Per i sopracitati lavoratori si procederebbe all'apertura di un'analogha procedura ex L. 223/91, ma di carattere territoriale.

Infine, l'azienda ha proposto alle OO.SS. di gestire la fase di riorganizzazione/ristrutturazione, che si appresta ad affrontare, operando in ordine ai seguenti ambiti:

- addivenire ad un accordo per gestire gli esuberi/esodi su base esclusivamente volontaria, non opposizione al licenziamento.
- in occasione del rinnovo del CIA, che scadrà a maggio 2019 (e la cui disdetta dovrebbe perfezionarsi entro il mese di febbraio), operare una sospensione dell'IFA (importo fisso aggiuntivo) per chi ancora lo percepisce, valorizzando, nell'ambito del nuovo contratto integrativo, le componenti variabili del salario legate ad obiettivi di efficienza e redditività;
- dare seguito al protocollo per le aziende in crisi previsto dal CCNL Federdistribuzione (aziende con un EBIT negativo per due annualità) per SSC (la società degli ipermercati);
- intraprendere un confronto finalizzato a ridurre il costo dell'ora lavorata dei dipendenti diretti Carrefour e valutare la possibilità di reinternalizzare parte di servizi e attività terziarizzate (sono stati citati gli esempi dell'e-commerce ora gestito da cooperative, il caricamento notturno scaffali, e la riduzione del ricorso alla somministrazione) per agevolare la parziale ricollocazione interna al proprio perimetro del personale dichiarato in esubero.

Da parte nostra, abbiamo respinto tale impostazione, dichiarandoci indisponibili ad affrontare un confronto che serva esclusivamente a prendere atto di determinazioni già assunte dall'azienda in grado di pesare ancora una volta in modo negativo su occupazione e su salari delle lavoratrici e dei lavoratori del gruppo.

È, altresì, ferma la volontà delle OO.SS. di partecipare al processo di ristrutturazione dell'impresa attraverso un confronto serrato sulle politiche commerciali, sulla ricollocazione in seno alla rete di vendita Gruppo degli esuberi degli ipermercati e della sede e sull'organizzazione del lavoro e la sua flessibilità.

Il confronto riprenderà a seguito di una reciproca riflessione sulle diverse impostazioni in campo e/o delle scelte praticate dalla multinazionale.

Fraterni saluti.

p. Filcams CGIL Naz.le  
**Fabrizio Russo**