



**CARREFOUR
PROXIMITÉ**

FLASH INF

1/3

CSE - CPF PROXIMITÉ

PRESENTATION DES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

www.cfdt-carrefour.com

www.linkedin.com/company/cfdt-carrefour-sieges

Flash info du 26/02/2026

C'est à la suite de la présentation du nouveau plan « CARREFOUR 2030 », qu'en CSE de la « Proxi » Mr Benoit SOURY notre Directeur Exécutif est venu présenté sa feuille de route jusqu'en 2028.



👊 CARREFOUR PROXIMITÉ : DES PROFITS RECORDS, MAIS À QUEL PRIX POUR LES SALARIÉS ?

La direction de Carrefour Proximité, par la voix de Benoît Soury, vient de présenter un bilan 2025 "historique" et des ambitions audacieuses pour 2028. Si les chiffres donnent le tournis, la réalité terrain pour nous, salariés de la « Proxi » est bien différente.

Même conclusion que pour les orientations stratégiques « Carrefour 2030 » de Mr Bompard.

LA GRANDE INCONNUE DU PLAN PROXI : SON MODELE SOCIAL

OBJECTIFS 2028 : LA COURSE À L'ÉCHALOTE

La direction annonce plus **800 ouvertures supplémentaires** d'ici 2028.
(Ouvertures/ Ralliements)

- **Projet "City Renew"** : 1 200 magasins à transformer dès 2026.
- **Offensive Travel Retail** : Gares, Aéroports (ADP), Grand Paris... **Carrefour veut être partout.**

Derrière les PowerPoints rutilants, nous pointons du doigt des risques majeurs :

- **Surchauffe opérationnelle** : Comment absorber 345 ouvertures par an sans moyens humains supplémentaires ? Le "burn-out" n'est pas une option de gestion !, le statut « Forfaits Jours » n'est pas une variable d'ajustement.
- **La proximité "low-cost" pour les salariés** : On investit des millions dans le concept "Renew", mais on discute encore sur les budgets de déplacement ou le renouvellement de nos outils de travail (véhicules électriques).
- **Le mirage de l'IA** : Présentée comme une aide, l'IA ne doit pas devenir un outil de fliquage des performances ou un prétexte pour supprimer des postes de support.

L'abandon des salariés au profit des franchisés : La direction assume "gagner moins pour que les franchisés gagnent plus". **C'est donc nous qui finançons la rentabilité des gérants de magasins par la stagnation de nos propres conditions ?**

NOS REVENDICATIONS

Face à cette stratégie de conquête, nous revendiquons :

- **Un partage de la valeur équitable** : Si le NPS des franchisés s'améliore ainsi que la volonté de la direction du renvoi de marge supplémentaire vers eux, nos salaires, primes, RVA doivent suivre la même courbe !
- **Des moyens pour nos missions** : Un parc de véhicules adapté (notamment pour les zones de montagne et itinérants) et des outils IT qui fonctionnent.
- **Droit à la déconnexion** : L'expansion massive ne doit pas signifier des mails et des appels 24h/24 pour gérer les flux d'une masse de chantiers impressionnantes.
- **Garanties sur l'emploi** : Que l'IA serve à nous libérer des tâches ingrates, pas à réduire les effectifs des sièges régionaux et Massy

👊 NE NOUS LAISSONS PAS DISTANCER PAR LA STRATÉGIE !

La direction fonce à 200 km/h vers 2028. Assurons-nous que les salariés ne restent pas sur le bord de la route.

A la question de la **CFDT** :

Quelle est la part que doit apporter la Proximité au plan d'économie de 1 Milliard / an = **Pas de Réponse.**



**CARREFOUR
PROXIMITÉ**

FLASH INFO 2/3

CSE - CPF PROXIMITE

PRESENTATION DES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

www.cfdt-carrefour.com

www.linkedin.com/company/cfdt-carrefour-sieges

Flash info du 26/02/2026

Nous avons eu la présentation de Mr Benoit SOURY avec un large exposé d' une durée de 1H30.
(Direct et Franc puis Questions / Réponses).

Sur 13 pages, on a pu constater :

- 12 pages du bilan 2025 ainsi que la mise en avant de concepts nouveaux tels que :
 - Renew City
 - Etape Express avec le Grand Paris
 - Le Travel Retail avec Lagardère et la SNCF
- 1 page sur « Nos opportunités jusqu' en 2028 » (On reste sur notre faim !!!)

Nos opportunités jusqu'en 2028



Expansion

Ajout de **345** magasins
par an jusqu'en 2028



Devenir acteur de référence du Travel Retail

+ 300 points de vente d'ici
2028
soit plus de 800 points de vente



Concept

Déploiement du
concept City Renew

Lancement Express
Travel Retail et Etape
Express

PULSE



Modèle économique franchiseur/franchisé

Accélérer l'investissement
dans la Relation

Voici une sélection de phrases marquantes ("phrases chocs") prononcées par Benoit Soury lors de cette réunion pour illustrer son discours :

Sur la vigilance malgré le succès : « Ce n'est pas sous prétexte qu'on a 43 % de parts de marché qu'il faut qu'on s'endorme ».

Sur la croissance exceptionnelle de 2025 : « Ce rythme de 400 magasins ne peut pas durer. C'est très clair, l'expansion de 2026 ne sera pas à ce niveau-là ».

Sur les résultats financiers : « Nous sommes le seul format chez Carrefour France à avoir rehaussé nos ambitions de chiffre d'affaires au mois d'octobre ».

Sur la place de l'IA dans l'entreprise : « Penser que l'intelligence artificielle va tout changer, c'est une connerie ».

Sur la gestion des effectifs face à la tech : « Je ne me dis jamais : "ça c'est vraiment une fonction idiote, il faut la remplacer par l'IA" ».

Sur l'automatisation des assortiments : « Ce n'est pas question d'enlever les hommes ... mais d'avoir un process data qui vienne supporter un travail de base ».

Sur le partage de la valeur : « On a accepté que Carrefour Proximité gagne moins d'argent et que ce soit nos franchisés qui en gagnent un peu plus ».

Sur la progression record du NPS : « Le NPS franchisé, c'est un succès collectif incroyable. Jamais je n'aurais parié qu'on gagnerait 18 points ».

Sur l'ambition de fidélisation (encartage) : « Si on n'a pas des ambitions un peu fortes, on n'avance pas ».



CARREFOUR
PROXIMITÉ

FLASH INFO

3/3

CSE - CPF PROXIMITE

PRESENTATION DES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

www.cfdt-carrefour.com

www.linkedin.com/company/cfdt-carrefour-sieges

Flash info du 26/02/2026

NOTRE SYNTHÈSE: ORIENTATIONS STRATÉGIQUES CARREFOUR PROXIMITÉ

L'analyse du document révèle une stratégie offensive axée vers de nouvelles zones de flux (Gares, Aéroports, Grand Paris, Api) et la montée en gamme qualitative des magasins urbains via le concept "REnew". (des investissements importants pour peu d'évolutions de CA mais il faut maintenir la qualité des actifs)

La croissance ne repose plus seulement sur le maillage territorial classique mais sur des partenariats stratégiques de long terme qui permettent d'être présent là où les nouveaux modes de consommation émergent. (Gares / Aéroports / Santé / Casiers drive / Camping Hôtellerie) sans oublier Potager City.

Enfin, l'amélioration du NPS franchisé suggère que la pérennité du modèle repose sur une meilleure répartition de la valeur et une relation de confiance accrue avec nos partenaires franchisés.

Axe Stratégique	Opportunité	Notre Point de vigilance CFDT
Expansion (1000 mag)	Domination absolue du maillage français.	Risque de saturation et de baisse de CA par magasin existant.
Travel Retail / Grand Paris	Captation de nouveaux clients (touristes, Zone de Flux Gare/Aéroports).	Marges compressées par des loyers très élevés.
Concept City Renew	Modernisation de l'image et hausse du panier moyen.	Pression financière sur les franchisés pour financer les travaux.
Data / IA	Efficacité opérationnelle et réduction du gaspillage.	Acceptation de l'outil par les équipes terrain (peur de la déshumanisation).
Image Prix	Fidélisation via l'encartage (objectif 25%).	Concurrence agressive des indépendants (Leclerc/Inter/U) sur le prix, ainsi que le format HM/SM de Carrefour largement plus généreux qu'en Proxi

CONCLUSION CFDT :

Carrefour Proximité passe d'une phase de conquête territoriale à une phase de valorisation de ses actifs.

La réussite de 2026-2028 ne se mesurera pas seulement au nombre de magasins ouverts, mais à la capacité du groupe à transformer ces points de vente en lieux de services (casiers, pulse, santé, flux) tout en restant compétitif face à des concurrents hors Casino qui sont largement moins chers pour le consommateur.

Mais dans tout cela : Ou sera la place de l'humain donc des salariés ???!!!