

Auchan Retail

Nel maggio 2019 Conad dichiara di aver acquisito il gruppo Auchan di cui fanno parte gli ipermercati, gli Sma e i Simply per un totale di circa 18.000 dipendenti.

Nella Regione Piemonte ci sono 4 ipermercati Torino, Venaria, Rivoli e Cuneo più Auchan ex Simply ed ex Sma.

Per un totale di circa 1000 dipendenti 900 solo nella provincia di Torino.

Conad è un consorzio nazionale di dettaglianti, che si occupa della vendita di prodotti alimentari in superfici molto più piccole rispetto a quelle degli ipermercati, una struttura molto diversa da Auchan che ha sempre privilegiato la struttura generalista su superfici di grandi e medie dimensioni.

Ad oggi le uniche informazioni fornite da Conad, tramite l'Avv. Baroni, sono quelle che le aree vendita degli ipermercati sono troppo grandi e che intende ridurre le superfici del 30/50% e che non sono interessati alle aree non alimentari, quindi il cd. bazaar, gli elettrodomestici, il tessile e, nel caso di Auchan Torino, l'animaleria.

Come intendono intervenire? Vendendo quelle zone ad acquirenti interessati come i marchi dell'elettronica o del tessile o dei mobili.

Non è chiaro al momento come Conad intenda procedere con i dipendenti addetti a queste aree all'interno del perimetro Auchan. Non è stata spesa nemmeno una parola sulla loro destinazione, se dovrebbero venire assorbiti dai nuovi acquirenti o continuare a far parte del personale in via di transizione in Conad.

Se in un'area vendita di 10000 mq lavorano circa 320 persone in quella che diventerà la nuova area vendita ridotta del 30/50% non è chiaro quante persone potranno lavorare e quante saranno in esubero.

E' opportuno sapere che Conad ha creato una società denominata BDC Italia SpA nella quale ha inserito tutti i punti vendita ex Auchan. Tale società entro giugno 2020 si libererà dell'attività di vendita diretta di beni alimentari, destinata a passare sotto la diretta direzione di Conad. Il rischio evidente è che questa società con i dipendenti rimasti, è destinata a diventare una bad company, ossia un serbatoio di esuberanti.

Una prospettiva evidentemente irricevibile.

Nel frattempo Conad ha avviato una procedura di cessione di 28 punti vendita a Carrefour e 7 punti vendita ad Esselunga, per la provincia di Milano, vendita al momento bloccata dall'Antitrust che ha sospeso l'operazione in attesa di pronunciarsi il 20 Gennaio sull'ipotesi di posizione dominante assunta da Conad sul mercato nazionale.

Un ulteriore problema che si apre per i dipendenti passati alla bad company è la limitatezza della garanzia occupazionale di questi ultimi. Dopo l'eventuale ratifica del passaggio, infatti, la garanzia del posto di lavoro durerà non più di 12 mesi.

In Piemonte, e in specifico nell'area del torinese, ci sono diversi punti vendita in sovrapposizione tra gli ex Auchan e i Conad già presenti. Ovviamente la conseguenza diretta è un aumento degli esuberanti tra il personale.

Riteniamo importante sottolineare che il personale impiegato in questi punti vendita, non diversamente da quanto avviene nel commercio in generale, è composto in gran parte da donne con contratti part time, stipendi molto bassi e normalmente con carichi familiari che gravano sulle loro spalle.

Per contestualizzare la situazione è utile anche ricordare come Auchan esca dal mercato italiano come marchio generalista, ma sia intenzionata a mantenere una presenza cospicua come marchi specifici; la proprietà Auchan è infatti la stessa dei marchi specialisti Kiabi, Le Roy Merlin, Decathlon, Brico ed altri.

La conseguenza di questa “doppia presenza” è che Auchan potrebbe in ipotesi rilevare per i propri marchi una parte delle stesse superfici appena cedute a Conad, senza doversi caricare la spesa per i dipendenti in esubero coinvolti nell’operazione di vendita. Questo spiegherebbe il basso prezzo, totalmente fuori dai parametri di mercato, con il quale si è conclusa l’operazione di vendita Auchan-Conad. In questo modo Auchan si liberebbe del peso rappresentato da un numero eccessivo di dipendenti rispetto ai propri progetti di sviluppo, facendo pagare direttamente a questi ultimi la differenza tra il prezzo di vendita del marchio Conad e l’effettivo valore di mercato della catena in Italia.