

Herstructureringen bij Delhaize:
**EEN ANDERE WEG
IS MOGELIJK...**



Studiedienst PVDA



Inhoud

Inleiding	2
1. Wat is het plan van Delhaize?	3
2. Gaat het slecht bij Delhaize?	5
a) Enkele cijfers om aan te tonen hoe gezond Delhaize is	5
b) De top 10 van de beste jaren voor de aandeelhouders.....	5
3. Problemen met de bedrijfsstrategie?	6
4. Delhaize: wie verdient teveel? Kost van arbeid versus kost van kapitaal...	7
5. Ziet de toekomst van Delhaize er met het plan van de directie echt beter uit?	9
6. Kunnen we banen redden door onze lonen te verlagen?	10
7. Samenvatting	11
8. Regeringen die de werknemers het gelag laten betalen	12
a) Delhaize is een kampioen van de fiscale cadeaus.....	12
b) Een beleid dat de werkgelegenheid beschermt: het kan echt.....	13
c) Een regering die concurrentie ten koste van de werknemers stimuleert.....	13
d) Een liberaal beleid of steun aan de werknemers?	14
9. Kunnen de werknemers winnen?	15
De baas heeft een strijdplan.....	15
... en de werknemers hebben een eigen plan nodig.....	15

Studiedienst PVDA | Lemonnierlaan 171, 1000 Brussel

Auteurs:

Joris Van Gorp | jorisvangorp@gmail.com | 0479 71 80 09

Benjamin Pestieau | benjamin.pestieau@pvda.be | 0477 83 11 90



Inleiding

Tijdens een buitengewone ondernemingsraad op 23 februari 2010 kondigde de directie van Carrefour België een grootscheeps herstructureringsplan aan (ontslagen, franchisering, sluitingen en het afbouwen van de arbeidsvoorwaarden). Dit plan had als doel: de «onhoudbare» loon- en productiekosten van Carrefour naar beneden halen. Met dit plan moest Carrefour «het hoofd kunnen bieden aan de moordende concurrentie in de sector». Wat toen niet in de officiële versie van de feiten werd vermeld, was dat de groep Carrefour en zijn hoofdaandeelhouder - Bernard Arnault, de rijkste man van Europa - vooral de dividenden van een begunstigde groep wilden zien groeien.

Iets meer dan vier jaar later komt Delhaize met een gelijkaardig plan op de proppen. Ze gebruikt exact dezelfde argumenten en volgt bijna exact hetzelfde scenario: de werknemers destabiliseren en bang maken met een shockstrategie, de aandacht afleiden van de echte inzet van het conflict, de strategie van de angst, de dramatisering, de manipulatie van het personeel, ... En net zoals bij het conflict bij Carrefour vinden we bij de officiële communicatie geen spoor terug van de honger naar winst en dividenden van de aandeelhouders - de zogeheten kost van het kapitaal.

De herstructurering van Carrefour wordt nu opnieuw gebruikt om de aanvallen van de directie op de werknemers van Delhaize te rechtvaardigen. De werknemers van Carrefour zijn er vier jaar geleden wel in geslaagd de schade enigszins te beperken. Dit kon dankzij moedige verzetsacties: een algemene staking van twee dagen in de ganse groep, ontelbare deelstakingen, ... De toenmalige bazen waren razend. Maar het is dankzij die mobilisatie dat de directie op een aantal punten is moeten terugkomen. Helaas was de krachtsontplooiing niet groot genoeg om hen de essentie van het plan te laten terugtrekken. De dreigingen van de werkgever om België te verlaten, om alle winkels te sluiten en ook de duur van het conflict hebben de werknemers klein gekregen. De werknemers van Carrefour kregen trouwens niet de minste hulp van van de toenmalige regering. In plaats van maatregelen te nemen die de werkgelegenheid ook echt beschermden, hield ze zich vooral bezig met de vraag hoe ze het herstructureringsplan erdoor kon helpen duwen.

Zoals we in dit document zullen zien, hebben de werknemers van Delhaize sterke troeven in handen om het pleit van de directie te winnen: a) het plan van Delhaize is er - meer nog dan destijds bij Carrefour - overduidelijk op gericht de werknemers te laten betalen om zo de zakken van de aandeelhouders te vullen (zie hieronder), b) we hebben de ervaring van het conflict met Carrefour, met zijn sterke punten waaruit we lessen kunnen trekken,, c) de klanten van Delhaize zijn erg gehecht aan hun winkels en het personeel. De werknemers zouden ook op hen kunnen rekenen.

Dit document wil een aantal instrumenten aanreiken om de werknemers te steunen in dit actuele sociale conflict met de directie van Delhaize.

Voor de studiedienst van de PVDA,
Benjamin Pestieau en Joris Van Gorp



1. Wat is het plan van Delhaize?

Delhaize pleegt een drievoudige aanval op haar werknemers. De directie heeft namelijk het volgende aangekondigd:

- 1) De sluiting van 14 winkels.
- 2) Het schrappen van 2.500 arbeidsplaatsen.
- 3) Aanvallen op de lonen en arbeidsvoorwaarden van het personeel.

Welke bedoelingen schuilen er echt achter deze aankondigingen van de directie?

Zolang alle kaarten niet op tafel liggen, is dat moeilijk te zeggen. Vaak gaapt er een kloof tussen de officiële mededelingen en de echte bedoelingen.

Waarschijnlijk heeft de directie niet de bedoeling om ook effectief 14 winkels te sluiten. Bij iedere sluiting krijgt de concurrentie immers een deel van de markt cadeau. Wel zou de directie naar een nieuwe uitbreiding van het aantal franchisingen kunnen neigen.¹ Het is ook daarom dat de directie verklaart dat: “deze 14 winkels in eigen beheer niet rendabel zijn”.

Op dit ogenblik zijn er slechts 137 van de 800 Delhaizewinkels in België «geïntegreerd». Het franchisesysteem biedt Delhaize immers tal van voordelen:

- 1) het moederbedrijf loopt geen commerciële risico's. De franchisenemer is in grote mate gebonden aan de prijzen van de centrale van Delhaize en aan de marges die door Delhaize zijn bepaald. Hij moet er dan maar voor zorgen zijn winkel (en zijn personeel) «draaiende» te houden zodat die genoeg opbrengen.
- 2) weinig (tot geen) aanwezigheid van vakbonden. Geen syndicale delegatie.
- 3) een paritaire commissie (202.01) die voor de werkgevers veel voordeliger uitvalt: lagere lonen, veelzijdigheid, minder premies, herziening van de loonschalen, sociale voorwaarden die meer dan 20 tot 30% lager liggen dan bij een geïntegreerd filiaal.
- 4) vaak staat het moederbedrijf - op de een of andere manier - zelf in voor de verhuur van de franchisewinkel. Het gevolg daarvan is dat de franchisenemer met handen en voeten aan het moederbedrijf is gebonden.

Met haar plan wil de directie haar werknemers ook een ‘schok toedienen’. Ze wil hun weerstand breken en een ‘openheid’ bij haar personeel verkrijgen, zodat ze de hervormingen van de arbeidsorganisatie kan opleggen die ze eerder niet heeft kunnen doorvoeren: een vereenvoudiging van de hiërarchie, een grotere veelzijdigheid, meer flexibiliteit, ... Ze wil de principes van *lean production* toepassen en dus een veel intensere productie met minder personeel verkrijgen.

Je kan het trouwens zien wanneer je het aangekondigde jobverlies en de 14 winkels die betrokken zijn bij franchising (of sluiting) naast mekaar zet. Die 14 winkels staan voor iets meer dan 1.000 jobs. Maar de directie kondigde aan 2.500 jobs te schrappen. Dat betekent dat ze 1.500 jobs wil schrappen in de winkels die niet betrokken zijn in de franchising (of sluiting). En hoe wil ze dat doen? Door de productiviteit op te voeren en het overblijvende personeel nog harder te doen werken.

¹ Franchise is een systeem waarbij het moederbedrijf (in dit geval: Delhaize) het gebruik van zijn naam en producten aan een zelfstandige “verhuurt”. Een franchisewinkel ziet er dus uit als een Delhaize, maar wordt eigenlijk door een zelfstandige uitgebaat.



Tenslotte wil de directie ook de loonkosten verlagen door niet alleen de loonschalen aan te passen (in het bijzonder die van de oudste werknemers), maar ook de premies, het betaald verlof, het betaalde rustkwartiertje, ... Concreet kan dit dus volgende vormen aannemen:

- «Vereenvoudiging» van de loonschalen. Bij Delhaize lopen die voor bepaalde categorieën (verkoop) over meer dan veertig jaar, terwijl dit bij de concurrentie slechts een twintigtal jaar is. De loonschalen «vereenvoudigen» is een manier om het aantal baremieke loonsverhogingen te verminderen.
- Poging om vormen van verloning volgens verdienste in te voeren. (afhankelijk van productiviteit, absentieïsme, enz.)
- Afschaffing van het buitenwettelijk betaald verlof. Dit is een techniek die de directie van Carrefour ook al gebruikte.
- Afschaffing van het betaalde rustkwartiertje. Op het eerste zicht lijkt dit misschien maar een detail. Maar het wegvallen van dit betaalde pauzekwartier laat zich al snel voelen in de kwaliteit van het werk van de werknemers.
- ...

Maar waarom komt de directie met dit plan aanzetten?

- Gaat het slecht bij Delhaize?
- Heeft Delhaize problemen met haar bedrijfsstrategie?
- Zijn de lonen er te hoog?

Of moeten we de redenen achter dit plan elders gaan zoeken?

Biedt dit plan de werknemers een zekere toekomst?

Het antwoord hierop volgt verder in dit document.



2. Gaat het slecht bij Delhaize?

Noch op internationaal niveau, noch in België bevindt de groep zich in de problemen. De gegevens blijven al twintig jaar verrassend stabiel, zelfs nu met de crisis. De groep Delhaize en haar filiaal hebben nog geen enkel jaar een tekort gehad. De voorbije acht jaar heeft de groep Delhaize samen meer dan drie miljard euro nettowinst gemaakt.

Delhaize België op haar beurt, heeft in 2013 een omzet gemaakt van 5,1 miljard euro. Dit betekent een stijging van 2,5% ten opzichte van 2012. Intussen is het marktaandeel van Delhaize stabiel gebleven (rond de 25,5%).

De groep voorziet in 2014 160 miljoen euro onder de aandeelhouders te verdelen. Vergeleken bij het jaar voordien is dit een verhoging van bijna 11% van de fondsen die als dividenden worden ingedeeld.² In termen van dividenden voor de aandeelhouders, is dit het vierde beste jaar in de volledige geschiedenis van de groep.

a) Enkele cijfers om aan te tonen hoe gezond Delhaize is

Delhaize België staat voor:

- 8,5% van het personeel van de groep.
- 24% van de omzet van de groep. 5,1 miljard euro in 2013. Dit is het hoogste zakencijfer in de geschiedenis van Delhaize België.
- 38% van het bedrijfsresultaat van de groep. Bijna 40% van de winst van de groep wordt in België gemaakt, met maar 8,5% van het personeel.

Delhaizegroep:

- Op basis van de winst van 2013 zal de groep 160 miljoen euro aan dividenden aan de aandeelhouders uitkeren. Dit betekent een stijging van bijna 12% ten opzichte van het jaar voordien. In termen van dividenden voor de aandeelhouders, is dit ook het vierde beste jaar in de hele geschiedenis van Delhaize.
- De groep heeft 1,3 miljard euro aan liquiditeit opgebouwd. Nog nooit in heel haar geschiedenis heeft ze zoveel cash verzameld.
- Dit is meer dan 3 miljard euro nettowinst over de laatste acht jaar.

b) De top 10 van de beste jaren voor de aandeelhouders

Ranglijst	Jaar	Miljoen euro
1	2012	180
2	2011	173
3	2010	161
4	2014	160
5	2008	143
6	2009	148
7	2013	142
8	2002	135
9	2005	131
10	2001	126

N.B. 1: We merken op dat we de top 4 van de beste jaren voor dividenden zich in de laatste jaren afspeelt. De aandeelhouders hebben dus niets te klagen...

N.B. 2: De dividendcijfers van 2014 komen overeen met het dividend dat in 2014 is overgemaakt op basis van de rekeningen van 2013.

² Het dividend komt overeen met het bedrag dat elke aandeelhouder op het einde van het jaar uitbetaald krijgt voor de aandelen die hij bezit. Het is dus een soort van "intrest" die elk aandeel opbrengt. Dit wordt ook wel de kapitaalkostenvoet genoemd.



3. Problemen met de bedrijfsstrategie?

Volgens bepaalde analisten en de directie van Delhaize zelf, ligt het probleem van Delhaize vandaag bij haar (slechte) bedrijfsstrategie.

Die analyse is aantrekkelijk. Alle werknemers van Delhaize hebben al commerciële «blunders», verspilling of flagrante fouten meegemaakt.

Maar dit soort verspillingen of fouten vinden we bij alle distributiegroepen onder verschillende vormen terug. Iedere groep heeft een eigen bedrijfsstrategie om de concurrentie het hoofd te bieden. Elk van deze strategieën heeft «sterke» en «zwakke» punten die we kunnen loven of bekritisieren. Met een betere bedrijfsstrategie kan men misschien een paar marktaandeelpunten van de concurrentie afsnoepen, maar aan de globale situatie (van de groep en de markt) zal dit niet veel veranderen.

Bovendien gaat het goed met de groep, zoals hierboven al gezegd, is het marktaandeel (nog ~25% in 2013) stabiel en zijn de winsten zeer goed.

Het gebrek aan bedrijfsstrategie vormt vandaag de dag dus niet het belangrijkste probleem in het conflict.

Bij dit soort conflicten probeert de directie van die grote groepen de werknemers mee te trekken in het debat over de bedrijfsstrategie en winst en verlies van bepaalde winkels. Op die manier trekt ze een rookgordijn op rond de echte bedoelingen van de aandeelhouders. Met die tactiek wil de directie de werknemers ook laten denken in de zin van «directie en werknemers - allen samen voor de toekomst van het bedrijf». Het doel hiervan is te verhullen dat de belangrijkste motivatie van de aandeelhouders niet de toekomst van het bedrijf en van de werknemers is, maar wel de grootte van het dividend dat ze kunnen krijgen. En in die strijd voor meer dividenden zijn de werknemers niet meer dan een aanpassingsvariabele.

Wie zijn de «grote» aandeelhouders van Delhaize?

- 1) De “families Delhaize en aanverwanten” die 20 % van de groep bezitten. In 2012 bekleedde de familie Delhaize de 99ste plaats in de top 200 van de rijkste families van België met een vastgesteld vermogen van 107 miljoen euro. (Bron: Ludwig Verduyn)
- 2) *City Bank* (een van de grootste Amerikaanse banken) bezit 10,62 % van de groep.
- 3) Het investeringsfonds *Silchester International Investors* (Groot-Brittannië) bezit 10 % van de groep. Dit fonds groepeerde zeer grote investeerders.
- 4) Een hele reeks investeringsfondsen, voor het merendeel Amerikaans of Brits.



4. Delhaize: wie verdient teveel?

Kost van arbeid versus kost van kapitaal...

Dennis Knoops, de nieuwe baas van Delhaize België verklaart dat de werknemers van Delhaize te duur zijn in vergelijking met die van de concurrentie. En de arbeidskosten zouden een van de belangrijkste problemen zijn bij Delhaize. Hij kwam opdraven met eindeloze berekeningen om de lonen, loonschalen en premies van de verschillende spelers in de Belgische distributie te vergelijken. Zijn doel? De werknemers van Delhaize ervan overtuigen dat ze teveel verdienen en hen ertoe dwingen te aanvaarden dat ze moeten inleveren op hun loon.

Denis Knoops kijkt wel uit geen andere vergelijkingen te maken die de werkelijkheid over de lonen bij Delhaize aan het licht zouden kunnen brengen.

Lees hier een paar vergelijkingen om het wat duidelijker te maken...

Vergelijking nr.1: Pierre-Olivier vs Olivier

Pierre-Olivier Beckers is oud-CEO (=baas) van Delhaize. Hij maakt deel uit van de grote Delhaizefamilie die nog steeds de grootste aandeelhouder van de groep is. Jarenlang was hij een van de vijf bestbetaalde bazen van België. Hij had een inkomen van ongeveer drie miljoen euro per jaar.

Elk jaar verdiende hij honderd keer meer dan een gemiddelde werknemer bij Delhaize!³

In mei verliet hij het bedrijf met een gouden handdruk van 7,9 miljoen euro. Alles samen zal het vroegere management niet minder dan 19,5 miljoen euro aan gouden handdrukken op zak steken.

Olivier, 28 jaar, werkt al vier jaar voltijds als rekkenvuller bij Delhaize. Hij werkt enkel in de voormiddag want 's avonds volgt hij les. Hij heeft geen kinderen. Hij verdient 1350 euro netto per maand.

Vergelijking nr. 2: De aandeelhouders van Delhaize vs Andrea

Voor het begrotingsjaar 2012 mochten de aandeelhouders van Delhaize 143 miljoen euro aan dividenden onder elkaar verdelen. In 2013 gaat het over 160 miljoen euro aan dividenden. Dit is een stijging van bijna 12 %!

Andrea, 45 jaar, is plaatsvervangend afdelingshoofd. Ze werkt al twintig jaar voltijds bij Delhaize. Zij is getrouwd en heeft twee kinderen. Een keer per week sluit ze de winkel af. Ze verdient 1650 euro netto per maand. Dit jaar kreeg ze een baremaverhoging van... 1 %.

³ <http://www.references.be/carriere/salaires/Combien-gagne-le-CEO-de-Delhaize> en <http://www.lalibre.be/economie/actualite/le-top-10-des-salaires-en-belgique-51b8f4b4e4bode6db9c8afea>



Vergelijking nr. 3: Pierre vs Myriam

Op 24 december 2013 ontving Pierre Bouchut, lid van het uitvoerend comité van de groep Delhaize, 93 063 opties op aandelen als “retentiepremie”. Wat betekent dit concreet? Hij heeft aandelen gekregen die hij later zal kunnen verkopen (in zijn geval vanaf 4 januari 2017). Zo wordt hem gevraagd zijn functie nog even te blijven uitoefenen. Als het aandeel standhoudt, zal onze goede vriend Pierre het fijne bedrag van 4,5 miljoen euro op zak kunnen steken. En dit enkel dankzij deze “vriendelijke vraag” om te blijven.

Myriam, 35 jaar, werkt al tien jaar als kassierster bij Delhaize. Zij werkt 28 uur per week. Meer werken gaat er echt niet. Af en toe sluit ze de winkel af. Ze is getrouwd en heeft twee kinderen. Ze verdient 1350 euro netto per maand. Dit jaar kreeg ze een baremaverhoging van... 1,2 %

Zoals Victor Hugo het al zei, «het paradijs van de rijken wordt gemaakt met de hel van de armen». Bovenstaande matches tonen dit nog maar eens aan. De aandeelhouders van Delhaize en het bestuur van de groep (dat grotendeels in aandelen en andere variabele producten wordt uitbetaald) willen nog meer dividenden en vergoedingen. De miljoenen die ze nu al verdienen, zijn blijkbaar niet genoeg.

Maar de Belgische markt is verzadigd. De lonen van de Belgen stijgen niet meer. Ze zullen dus niet plots meer gaan kopen. Delhaize België neemt 25,5 % van het Belgische marktaandeel in. Die cijfers blijven stabiel.

Hoe moet je het dividend dan verhogen als de markt niet meer groeit? Door marktaandelen van de concurrentie in te pikken? Dat kan, maar meestal is dit soort winst maar tijdelijk. Hoe dan? «Eenvoudigweg» door in de zakken van de werknemers te graaien. Dit en niets anders is het recept en het hoofddoel van het «toekomstplan» dat het management van Delhaize heeft uitgedokterd.

Een recent vakbondspamflet vat de situatie goed samen: door het dividend van de aandeelhouders door twee te delen, kunnen de lonen van de 2 500 bedreigde jobs met gemak worden uitbetaald!

Aandeelhouders of werknemers? Dat is de vraag!



5. Ziet de toekomst van Delhaize er met het plan van de directie echt beter uit?

Volgens de directie zal dit plan Delhaize nieuw leven inblazen, het zal marktaandeelen van de concurrentie laten terugwinnen en het zal het bedrijf een nieuwe toekomst geven. Is dat echt wel zo?

Duidelijk NIET. Het plan van de directie is nog maar eens een extra stap in de vicieuze cirkel van de concurrentie die de distributiesector terroriseert.

In 2010 legde de directie van Carrefour België haar werknemers een groots herstructureringsplan op. Ze stelde de hoge «loon- en productiekosten» aan de kaak. Het resultaat? Een gepeperde rekening voor de werknemers van Carrefour: veelzijdigheid; afschaffing van het betaalde rustkwartiertje waarop elke werknemer per vier gewerkte uren recht had; een opgelegde loonstop van zes jaar; afschaffing van verlofdagen, ...

De sociale achteruitgang bij Carrefour wordt nu gebruikt om de sociale achteruitgang bij Delhaize te rechtvaardigen. Wie wordt het volgende slachtoffer? Colruyt? Voor 2014 is er een stagnatie van de winst aangekondigd. Carrefour? De situatie is er nog altijd erg precair. Of binnen enkele jaren opnieuw Delhaize, wanneer ook de concurrentie de sociale achteruitgang in haar winkels zal hebben doorgevoerd?

Diegenen die klagen over de concurrentie (Delhaize, Carrefour, ...) hebben meermaals (en nog steeds) de mogelijkheid gehad om de concurrentie tussen werknemers aan banden te leggen. Ze konden hiervoor sectoriële overeenkomsten sluiten die voor gelijke arbeidsvoorwaarden zouden zorgen. Maar de bazen van de grote ketens willen hier niet van weten. Integendeel, zij willen de concurrentie nog opdrijven om zo de werknemers onder druk te zetten.

Het plan van Delhaize aanvaarden, betekent nog een extra stap te zetten in die vicieuze cirkel van de concurrentie tussen werknemers. Die neerwaartse spiraal leidt tot een permanente daling van de lonen en verslechtering van de arbeidsvoorwaarden voor alle werknemers uit de sector.

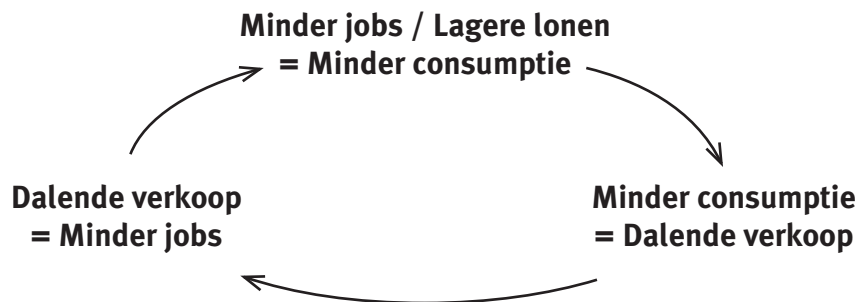
En waar is het einde van die cirkel? Daar waar de werknemers sterk genoeg worden om dit alles een halt toe te roepen. Want voor de bazen hoeft aan loonsverlaging en sociale achteruitgang nooit een einde te komen.

6. Kunnen we banen redden door onze lonen te verlagen?

Kunnen we banen redden door onze lonen te verlagen? Duidelijk NIET. Het zou niet alleen sociaal verkeerd zijn, maar economisch gezien ook erg gevaarlijk. Minder loon of minder jobs betekent minder consumptie. Minder consumptie betekent minder verkoop. Minder verkoop betekent dat winkels in moeilijkheden komen.

Het gaat hier enkel om de duivelse logica van de grote bazen die altijd maar meer winst willen maken op de rug van de werknemers. Zo zagen ze de poten vanonder hun eigen stoel weg. Het zijn immers de werknemers die door te consumeren de economie doen draaien.

Door de lonen te verlagen, worden we nog wat dieper in de crisis geduwd. Zoals een werknemer aan het stakerspiket zei: «Wie van ons zal er nog producten kunnen kopen, als ze ons allemaal ontslaan of onze lonen verlagen?»



In haar Jaarverslag 2012 legde de Nationale Bank van België dit verschijnsel al eens uit: «De daling van het bbp (dit wil zeggen de totale geproduceerde rijkdom in dit land over één jaar genomen) in 2012 komt hoofdzakelijk voort uit (...) een zwakkere binnenlandse vraag. Dit is voornamelijk het gevolg van de terugval in volume van de uitgaven van de gezinnen, aangezien zowel hun verbruik als hun investeringen zijn afgenomen.» Met andere woorden, de Nationale Bank verklaart dat het slecht gaat met de economie omdat we minder uitgeven. De NBB moet zelfs vaststellen dat de daling van onze consumptie al van 2011 dateert. «Het is van in het begin van de jaren tachtig geleden dat een negatieve evolutie van het verbruik van de gezinnen zo lang aanhield,» zegt de NBB.

En waarom geven we minder uit? Ook hier is het antwoord van de Nationale Bank klaar en duidelijk: «Het reële beschikbare inkomen van de gezinnen ging in 2010 en 2011 naar beneden. De redenen hiervoor zijn uiteenlopend. Ze houden onder andere verband met de versterking van de inflatie, die slechts gedeeltelijk en met vertraging door de lonen wordt overgenomen (...).»

Kortom, de NBB preciseert dat de prijzen in België tussen 2010 en 2011 zijn gestegen terwijl die verhoging door de index niet volledig door onze lonen is overgenomen. Hierdoor hebben de werknemers aan koopkracht ingeboet, waardoor ze dus minder consumeren.

Als Delhaize de lonen verlaagt of mensen ontslaat, zal het dit proces nog versnellen. De crisis zal nog erger worden doordat de mensen minder uitgeven in de winkels. En dit zal de winkels dan natuurlijk opnieuw onder druk zetten...



7. Samenvatting

Noch de groep Delhaize, noch Delhaize België hebben financiële problemen. Geen van beiden heeft ooit een jaar met een tekort gekampt. De aandeelhouders zien hun dividenden groeien. De groep bezit een heel grote liquiditeit.

Delhaize België speelt een centrale rol in de groep en is een van de belangrijkste bronnen van winst. Haar marktaandelen zijn stabiel. In tegenstelling tot wat de directie beweert, is er geen fundamenteel probleem met de bedrijfsstrategie.

Delhaizes grootste probleem ligt bij het management. Dat wil de zakken van de werknemers legen om de dividenden van de aandeelhouders te verhogen en de gouden handdrukken van uit-tredende bestuursleden te betalen. Daar ligt de belangrijkste reden voor het plan dat de directie haar werknemers wil opleggen.

Dit plan biedt geen enkele toekomst, noch aan de werknemers van Delhaize, noch aan de anderen in de sector.

Het plan wordt gewoon een extra stap in de neerwaartse spiraal van sociale achteruitgang in de sector. Andere winkelketens zullen het gebruiken om hun eigen herstructureringsplannen te rechtvaardigen.

Lagere lonen, minder werk en meer werkloosheid betekenen minder uitgaven. Hierdoor krijgen veel mensen het moeilijk om hun boodschappen te doen en te consumeren. Minder consumptie betekent de mogelijke sluiting van nog meer winkels. Lagere lonen zullen onze jobs dus zeker niet redden.

8. Regeringen die de werknemers het gelag laten betalen

Tijdens het conflict met Carrefour in 2010, huilde de traditionele politieke wereld krokodillentranen. De politici beklemtoonden hoezeer ze de acties van de werknemers begrepen. Ze vonden de acties legitiem ook al lieten de mensen zich volgens hen «meeslepen door de wanhoop». Ze voegden eraan toe dat de mensen de situatie niet erger mochten maken dan ze al was. Er moest worden onderhandeld om de schade te beperken en er moest werk worden gemaakt van het heropnemen van eventuele werklozen in het arbeidsproces.

Bij elke herstructurering, bij elke sluiting, houdt de regering zich enkel bezig met de vraag wat ze het bedrijf in kwestie kan aanbieden, opdat het toch maar in België zou blijven. De redenering hierachter luidt als volgt: als de bedrijven extraatjes toegestopt krijgen, zullen ze meer winst maken. Als ze meer winst maken, zullen ze investeren en werkgelegenheid creëren. Die logica en dit beleid zijn gebaseerd op oude, liberale ideeën en hebben al talloze keren bewezen helemaal niet te werken. De grote bedrijven nemen alles in ontvangst wat de regering hen geeft, ze vullen hun zakken en voeren daarna toch de geplande ontslagen uit.

a) Delhaize is een kampioen van de fiscale cadeaus.

Uit een overzicht van Marco Van Hees, federaal afgevaardigde en fiscaal specialist van de PVDA, blijkt dat het coördinatiecentrum van de groep Delhaize (de financiële tak, de «interne bank» als het ware) tussen 2007 en 2012 via het systeem van de notionele intrestaftrek in zes jaar tijd van een belastingvermindering van meer dan 521 miljoen euro heeft genoten.

Winsten en belastingen van de groep Delhaize Coordination Center

Jaar	Winst	Belastingen	Percentage	Notioneel
2004	€ 27.501.000	€ 71.000	0,26%	Fiscaal Regime Coörd.
2005	€ 35.611.000	€ 371.000	1,04%	Fiscaal Regime Coörd.
2006	€ 65.950.533	€ 56.975	0,09%	Fiscaal Regime Coörd.
2007	€ 93.930.780	€ 12.741.482	13,56%	€ 57.938.551
2008	€ 105.354.366	€ 6.204.071	5,89%	€ 87.109.291
2009	€ 91.757.798	€ -787.868	-0,86%	€ 94.948.376
2010	€ 82.427.790	€ -596.622	-0,72%	€ 87.960.156
2011	€ 103.109.958	€ 0	0,00%	€ 99.162.010
2012	€ 104.985.298	€ 3.581.567	3,41%	€ 94.657.148
TOTAAL	€ 710.628.523	€ 21.641.605	3,05%	€ 521.775.532

Wij eisen: verbod op afdanking bij winstgevende bedrijven



Bovendien profiteert de groep Delhaize van de Belgische fiscale vrijgevigheid. Het bedrijf is regelmatig in de top 1000 van de bedrijven met de grootste belastingverminderingen terug te vinden. Als we alleen nog maar naar de recentste cijfers kijken, zien we dat de groep Delhaize in 2012 van een belastingvermindering van bijna 140 miljoen euro genoot. Het kreeg dit voor een belastingtarief van... 0,15 %.



b) Een beleid dat de werkgelegenheid beschermt: het kan echt

Een beleid dat de werkgelegenheid beschermt: het kan nochtans echt. Hoe? Door het (collectief) ontslaan van mensen zeer duur te maken. Dat kan door bijvoorbeeld alle fiscale steun terug te eisen (notionele intresten, kortingen op sociale bijdragen, opleidingssubsidies, enz.) van bedrijven die winst maken en toch ontslaan.

Zoals Raoul Hedebouw, federaal afgevaardigde en woordvoerder van de PVDA het zei: “Als Delhaize zou volharden in deze herstructurering, vragen we de onmiddellijke terugbetaling van de fiscale kortingen. In het algemeen eisen wij een echte beschermingspolitiek voor de tewerkstelling. Men moet paal en perk stellen aan de politiek van de fiscale cadeaus die de gemeenschap zeer veel geld kosten, geen enkele job scheppen en die bovenal dienen om de winsten van de grote multinationals op te blazen.”⁴

“Maar we kunnen dit ook bereiken door meer te gaan reglementeren en door individuele ontslagen veel duurder te maken. In Nederland moeten de bedrijven aan objectieve criteria voldoen om tot een collectief ontslag over te kunnen gaan [...]. En in Duitsland heeft de vakbond bij belangrijke herstructureringen een soort vetorecht binnen de ondernemingsraad.”

c) Een regering die concurrentie ten koste van de werknemers stimuleert

De regering en de politieke wereld creëren via verschillende maatregelen een sfeer van concurrentie bij de werknemers.

1) Explosie van tijdelijke contracten en subcontracten

2011: de regering neemt maatregelen om het in dienst nemen van studenten te vereenvoudigen. Deze maatregel werd bijzonder geapprecieerd door bijvoorbeeld Albert Heijn (in België sinds... 2011), dat opvallend veel studenten in zijn winkels tewerkstelt.

2013: lancering van de jongerengarantie. Bedrijven - en supermarkten in het bijzonder - kunnen jongeren aannemen voor een bedrag van... 200 euro per maand, alles inbegrepen! Wat betekent dit concreet? Jonge werklozen die pas van de middelbare school komen, kunnen via «instapstages» aan het werk gaan. De RVA betaalt hen hiervoor 698 euro en de werkgever... 200 euro. Alles samen betekent dit dat de bedrijven deze werknemers een loon moeten betalen van... 1,7 euro per uur. Sophie D'Havé, aanwervingsverantwoordelijke voor Carrefour Belgium verwoordde het zo: “De instapstages met Actiris maken deel uit van het stagebeleid dat Carrefour heeft ontwikkeld. Carrefour ziet ze dan ook als een volwaardig rekruteringsmiddel.” De werknemers bij Delhaize zijn hiertegen opgekomen en hebben kunnen verhinderen dat dit soort contracten ook in hun winkels werd ingevoerd.

Voor de werkgever is zo'n aanwervingsformule niet alleen zeer goedkoop. Hij kan er ook de werknemers van zijn bedrijf maximaal mee onder druk zetten, en dan vooral bij de nieuwe «normale» contracten: «Ben je niet tevreden met je job? Ik heb jongeren die hetzelfde werk voor 200 euro doen. Wees dus maar blij dat je een baan hebt!»

Jaren negentig: massale ontwikkeling van tijdelijke contracten. De distributiesector is erin gespecialiseerd om tijdelijke contracten diverse keren te verlengen. In plaats van de werknemer na vier verlengingen (het wettelijke toegelaten maximum) een contract van onbepaalde duur aan te bieden, vernieuwen de bazen het contract plots niet langer en nemen ze gewoon iemand nieuw in dienst.

⁴ Persbericht van de PVDA, 11 juni 2014



2) Totale deregulatie bij het vestigen van nieuwe supermarkten

Om de plaatselijke markt te beschermen, voerde de regering in de jaren zeventig strikte reglementeringen in voor het oprichten van nieuwe winkelcomplexen (de wet van 29 juni 1975).

Afhankelijk van het gebied had men een speciale toelating nodig om een complex te bouwen. In de stad had je een toelating nodig vanaf 3.000 m², op het platteland was dit vanaf 1.000 m². Ofwel moest de netto commerciële oppervlakte respectievelijk 1.500 m² of 750 m² bedragen.⁵

In 1994 werden die drempels verlaagd (van 3000 naar 1500 en van 1000 naar 600). Het strenger worden van die regels was bedoeld om de komst van (vooral Duitse) discountwinkels tegen te gaan. Deze hadden immers de gewoonte om complexen te bouwen die net onder die drempels kwamen.⁶

In 2005 keurde de regering de zogenaamde «Ikea-wet» goed. Deze wet heft het onderscheid op tussen centra en randgebieden; ze eist voor alle winkels of winkelcomplexen een vergunning vanaf 400 m² netto; ze verkort drastisch de wachttijden (minder dan drie maanden); kent de beslissing over de heffing op de vergunning toe aan de gemeentes (na een raadgevend advies van het Nationaal Comité voor complexen boven de 1.000 m²); maar staat op federaal niveau een beroep toe bij een instantie met een regionale en vier federale ministers. Die wet is wel erg liberaal. Het resultaat zal een explosie zijn van aanvragen en vergunningen voor winkelcomplexen. Wat de concurrentiestrijd in de distributiesector nog zal aanwakkeren. Ook de gemeentes zullen met elkaar in competitie gaan en zullen koste wat kost de grote winkels naar hun grondgebied willen lokken. Bij de zesde staatshervorming werd het vestigingsbeleid voor winkelcomplexen nu geregionaliseerd. Met het risico dat de concurrentie tussen de regio's oplaait zodat er steeds meer deregulering komt.

En de Europese Unie?

Voor Europa gaan de aanpassingen van 2005 niet ver genoeg. En dat op alle niveaus. Op die manier duwt Europa onder meer in de richting van een veralgemening van de zondagsopening.

d) Een liberaal beleid of steun aan de werknemers?

Sinds meer dan twintig jaar volgen de traditionele partijen een politiek van fiscale cadeaus, preciaire contracten, deregulering van het vestigingsbeleid voor winkelcomplexen, ... Zo zijn de winst en de dividenden volledig opgeblazen. Het beleid heeft er ook in grote mate toe bijgedragen dat de concurrentie in de sector en tussen de werknemers grimmiger is geworden.

Met haar neoliberal beleid maakt de regering het al twintig jaar duidelijk aan welke kant ze staat: die van de werkgevers. Deze politiek is een van de redenen waarom de situatie nu is zoals ze is. De krokodillentranen van de politici bij de verschillende herstructureringsplannen zijn dan ook op zijn minst misplaatst. En het is niet het opstellen van een zoveelste «task-force», dat iets aan de situatie zal veranderen. Er moet een radicale verandering van het beleid komen die het echt voor de werknemers opneemt.

- Een veel strengere reglementering van de vestiging van nieuwe winkelcomplexen.
- De eis dat bedrijven die winst maken en toch ontslaan, de ontvangen financiële hulp terugbetalen.
- Het invoeren van een enkele paritaire commissie voor alle grote winkels (al dan niet onder franchise) waarbij de arbeidsvoorwaarden en lonen positief geharmoniseerd worden.

⁵ N. Coupain, p. 63

⁶ N. Coupain, p. 65



9. Kunnen de werknemers winnen?

Is het mogelijk om te winnen? Is het mogelijk de baas een stap terug te laten zetten? Kunnen we ervoor zorgen dat het plan wordt ingetrokken?

Alles zal afhangen van de reikwijdte en de diepte van het machtsblok dat de werknemers zullen creëren. Wat betekent dat concreet? Eerst de strategie van de baas doorgronden...

De baas heeft een strijdplan...

Grote bedrijven bereiden hun herstructureringsplannen altijd minutieus voor. Voor hen zijn het echte strijdplannen. En het conflict van Delhaize vormt hierop geen uitzondering. Dit zijn de voornaamste ingrediënten van de strategie van de werkgevers:

- Gedurende een aantal maanden of op zijn minst een aantal weken geruchten verspreiden over de slechte toestand van het bedrijf. Onrust zaaien.
- Een plan aankondigen dat inslaat als een bom om de werknemers te destabiliseren, te desoriënteren en schrik aan te jagen.
- Wat algemene informatie geven om aan te tonen hoe dramatisch en ernstig de situatie van het bedrijf is. Het gevoel geven dat er «dringend» iets moet gebeuren. Gezien de ernst van de situatie het plan van de directie doen overkomen als «gematigd» en «redelijk».
- Het plan voorstellen als het begin van een «heroveringsstrategie» waarmee het bedrijf haar marktaandeel zal kunnen terugwinnen. «Het is nu even op de tanden bijten, maar zo raken we weer op de goede weg.»
- De werknemers en hun vertegenwoordigers betrekken in de debatten over de bedrijfsstrategie en over hoe die kan worden verbeterd. Doel? Een sfeer van eenheid tussen bazen en werknemers creëren. De contradictie tussen de werknemers en de honger naar winst van de aandeelhouders uit de aandacht houden.
- De werkgevers een psychologische druk opleggen en op de een of andere manier verdeeldheid zaaien.
- Enz.

... en de werknemers hebben een eigen plan nodig.

Om de overwinning te kunnen binnenhalen, is het cruciaal de goede ingrediënten samen te brengen:

- Eerst en vooral is een gemeenschappelijk vakbondsfront noodzakelijk. Dit front moet de informatie en de mobilisatie van het personeel centraal zetten. Het is niet aan de werkgever om de agenda voor de mobilisatie van de werknemers op te stellen.
- Met een duidelijke analyse een groot deel van het personeel emanciperen zodat het zich niet laat verlammen door de werkgever (competitie, concurrentiële positie van het bedrijf, bedrijfsplan, ...). Concreet zijn er twee kernideeën:
 - ▶ Noch de groep, noch Delhaize België verliezen snelheid of hebben te kampen met financiële problemen. Met de huidige lonen en het huidige aantal personeelsleden,



maken Delhaize en Delhaize België aanzienlijke winst. Het plan van de directie vertrekt in de eerste plaats vanuit haar wens om de dividenden van de aandeelhouders te verhogen.

- ▶ Dit plan zal de neerwaartse spiraal van sociale achteruitgang en loonsvermindering in de sector nog aanwakkeren. Het zal de crisis nog verergeren.
- Een aantal zeer duidelijke eisen. Bij Delhaize zou het - bijvoorbeeld - om hetvolgende kunnen gaan:
 - ▶ Geen ontslagen
 - ▶ Geen sluitingen, geen franchisering van de bedreigde winkels
 - ▶ Geen aanvallen op de lonen
 - ▶ Geen afbraak van de verworvenheden zoals het rustkwartiertje
 - ▶ Geen verhoging van de flexibiliteit en de meerzijdigheid

Het wordt niet makkelijk om de redenering van de bazen af te breken en aan te tonen dat dit wel degelijk realistische eisen zijn. De werknemers van Delhaize hebben al genoeg gedokt: loonstop door de regering, minder banen vergeleken met een aantal jaren geleden, verhoging van de werkdruk, enz.

- Een duidelijk en begeisterend actieplan hebben. Enkele ingrediënten voor een goed plan:
 - ▶ Een plan dat de werknemers zo weinig mogelijk schade berokkent en dat de patroon in de hoek drijft. Bijvoorbeeld. Tijdens het laatste conflict van Carrefour hebben de goed georganiseerde dagen van algemene staking (en dan vooral de zaterdag, dag van de wekelijkse boodschappen) de directie veel pijn gedaan.
 - ▶ Een strijdplan op lange termijn. Wie houdt rekening met de verschillende fases van de mobilisatie? Het machtsblok beetje bij beetje versterken? Op grote schaal mobiliseren? Bij elke actie moet er zicht zijn op een volgende actie.
 - ▶ Een plan met uiteenlopende acties. Belangrijk om stakingsmomenten te hebben die alle winkels tegelijk raken (om verdeeldheid te vermijden) of momenten van nationale bijeenkomsten die de werknemers van alle landen samenbrengen (zoals de mobilisatie voor de Ondernemingsraad). Op die manier wordt de baas onder druk gezet en kunnen de militanten zich tegelijk herbronnen en zich samen mobiliseren.
 - ▶ Een plan waarbij de klanten worden betrokken. Het is bekend dat de klanten van Delhaize erg aan hun winkel en het personeel zijn gehecht. De vakbonden hebben een petitie opgestart om het personeel te steunen. Het is belangrijk om de publieke opinie aan zijn kant te krijgen.