

Van: [REDACTED]
Datum: Wed, 7 May 2025 10:20:00 +0200
Aan: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>
Onderwerp: RE:

Er is dus al een nieuwe CAO e-commerce ([Onderhandelingsresultaat nieuwe e-commerce cao - De Unie](#)) sinds 8 april bekend. Dat is waarschijnlijk niet meegenomen in de analyse. Dat kan ook weer het gat tussen e-commerce en supermarkt cao verkleinen aangezien in de nieuwe e-commerce cao de lonen zullen stijgen met 10% in de komende 3 jaar. Ik zal hier een vraag over opnemen

Van: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>
Verzonden: woensdag 7 mei 2025 09:55
Aan: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>
Onderwerp: FW:

Ter info, had al wat eerder ook nagedacht over vragen. Eerste stelling klopt niet, zoals je me gisteren uitlegde. Ik vermoed dat we, als we de cijfers van de consultant serieus zouden nemen, eerder tussen 3 en 3,5% uitkomen. Maar blijkt hoe dan ook afhankelijk van aannames. Stel dat nieuwe CAO e-commerce eerder dan nieuwe CAO supermarkten wordt afgesloten en gemiddeld loon op 18,5 EUR uitkomt. Dan is het ineens niet meer een 15-20% stijging, maar onder de 10% en nadeel daalt dan onder de 2%. Dus iig zeer gevoelig voor aannames. De tweede stelling is natuurlijk wel onverkort van toepassing. Op basis van de artikel zou je kunnen afleiden dat Picnic al met 30% robotiseringsgraad winstgevend is, dat in 2024 het plan was naar 50% te stijgen. De MES is dus al ruimschoots gehaald.

Van: [REDACTED]
Verzonden: vrijdag 11 april 2025 12:01
Aan: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>; [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>
Onderwerp: RE:

Hoi,

Hierbij de conceptvragen. Ter toelichting. Volgens mij ligt de crux in het belang van twee tegengestelde effecten.

1. Het is m.i. aannemelijk dat Picnic meer last heeft van de AVV van de CAO. Als je maximaal meedenkt met de consultants zijn gevolgen van de gestegen loonkosten 3,8%. Voor de concurrenten de helft (arbeidskosten zijn voor hen de helft. Maakt een maximaal nadeel voor Picnic van 2% tov concurrenten.
2. Daartegenover staat het effect van de robotisering. Picnic wordt hierin steeds meer bedreven (vanwege gedane investeringen) en heeft sterkere prikkels die investeringen te blijven doen, juist omdat je dan meer arbeidskosten bespaart. De consultants stellen dat er 800-900 miljoen omzet nodig was om in NL break-ven te draaien en stellen dat die kostenstijging dat dus weer in de rode cijfers doet belanden. Die stelling is, wat je er ook van vindt – hij is niet te controleren op basis van wat we nu weten – is gebaseerd op de cijfers van 2023. In 2023 had Picnic een robotiseringsgraad van 30%, in 2024 van maar liefst 50% (zie artikel hieronder). Het aandeel arbeidskosten moet dus navenant naar beneden zijn gegaan (kan niet anders), en, ceteris paribus, in de buurt moeten liggen van de concurrenten.

Mijn voorstel voor vragen. Ter bespreking (moet nog taalkundig worden verbeterd).

1. Verstrek het jaarverslag van 2023.
2. Verstrek, voor zover mogelijk, de voorlopige jaarcijfers 2024.
3. Uit onderstaand artikel leiden we af dat robotiseringsgraad bij Picnic is gestegen van 30% naar 50%.
 - a. Hoeveel kostenbesparing heeft dit opgeleverd?
 - b. In hoeverre is het door ALP genoemde aandeel van arbeidskosten van 19% (rn xx) in de kosten van Picnic door deze ontwikkeling gedaald?
 - c. In hoeverre wordt het door ALP berekende kostennadeel als gevolg van de AVV CAO LM van 3,8% (rn xx) door deze ontwikkeling beïnvloed?

Bron: [Robotisering haalt Picnic in Nederland uit de rode cijfers - Supply Chain Magazine](#) van 10 september 2024

Robotisering haalt Picnic in Nederland uit de rode cijfers



Onlinesupermarkt Picnic heeft het afgelopen jaar in Nederland voor het eerst winst gemaakt. Volgens directeur en oprichter Michiel Muller is dat vooral te danken aan robotisering van het distributiecentrum in Utrecht. Toch is Picnic nog lang niet winstgevend: vorig jaar boekte de supermarkt nog een verlies van ruim 220 miljoen euro.

Uit het jaarverslag blijkt dat de totale omzet van Picnic met ruim een derde steeg tot meer dan 1,2 miljard euro in 2023. Het grootste deel daarvan komt uit Nederland: de omzet nam hier met 28 procent toe tot bijna 800 miljoen euro. Ondanks dat oversteeg het 220 miljoen euro tellende nettoverlies van de hele groep het afgelopen jaar echter zelfs dat van 2022, toen het nog bijna 209 miljoen euro bedroeg.

Robotisering dc Utrecht

In Nederland werd dus voor het eerst wél winst geboekt, alhoewel Picnic niet bekendmaakte hoeveel. Muller schrijft de zwarte cijfers vooral toe aan robotisering van het distributiecentrum (dc) in Utrecht, waardoor efficiënter gewerkt kan worden. 'In de laatste maand van het jaar waren we winstgevend, en dat terwijl op dat moment slechts 30 procent van het volume gerobotiseerd was', meldt hij aan De Ondernemer.

Eerder dit jaar werd het manueel dc in Zaandam gesloten en opende Picnic in Dordrecht een tweede gerobotiseerd distributiecentrum. Muller: 'We zijn dat nu aan het opstarten en uitrollen. Eind van dit jaar hopen we 50 procent van het volume gerobotiseerd te hebben. Dat moet ons helpen nog winstgevender te worden. Het is de bedoeling om uiteindelijk andere distributiecentra in Nederland ook te robotiseren.'

Uitbreiding van assortiment

In ons land telt Picnic behalve acht distributiecentra ook 57 hubs. Het afgelopen jaar kwamen daar geen nieuwe bij. Ondanks dat steeg het volume met 30 procent. Volgens Muller een teken dat de trend van online boodschappen doen ontzettend sterk is, met name bij jonge gezinnen. De goede resultaten zijn ook een gevolg van assortimentsuitbreiding. Het productaanbod groeide van 873 naar ruim 1600 artikelen.

In Duitsland en Frankrijk realiseerde de onlinesupermarkt eveneens een flinke groei, van respectievelijk 41 en 147 procent. 'In Duitsland hebben we nu acht distributiecentra en in Frankrijk twee. Komend jaar openen we een gerobotiseerd dc in Oberhausen. In het buitenland groeien we dus flink, maar daar gaan ook de investeringen in zitten. Internationaal zijn we dan ook nog niet winstgevend', aldus Muller tegen De Ondernemer.

Van: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>

Verzonden: donderdag 10 april 2025 17:21

Aan: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>; [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>

Onderwerp:

Top lekker bezig allen. Mooi als jullie morgen wat concept vragen kunnen bedenken. Ik ben morgen vrij, goed weekend alvast en tot maandag. Groeten, [REDACTED]

Van: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>

Verzonden: donderdag 10 april 2025 17:05

Aan: [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>; [REDACTED] <[REDACTED]@acm.nl>

Onderwerp: RE: Acties deze dagen c.q. komende week

Hoi,

Over Picnic en of ze rendabel zouden zijn... Ze hebben een economische consultant (ALP Economics) er onderzoek naar laten verrichten (annex van presentative): Economic Assessment of the attempted imposition of the Supermarket Collective Labour

Agreement to Dutch online grocers by established supermarket chains". Het rapport telt 25 pagina's helaas daarvan slechts zeven! met daadwerkelijk argumentatie (de rest veel cv's van de auteurs).

Wat staat er in?

- Hoofddargument: stijging loonkosten door AVV CAO raakt Picnic in het hart want:
 - Meer last van stijgende loonkosten dan concurrenten. Loonkosten worden erg hoog. Stijging van €17 naar €20, is zo'n 15-20%.
 - Labour cost igv Picnic 16-19% (consultant is hierover niet heel duidelijk). Bij concurrenten is aandeel maar 8%.
 - Leidt tot kostenstijging van 2,4% (mijn berekening) - 3,8% (zie rn32)
 - Daardoor niet in staat (minimum efficiënte) schaal te bereiken want: die ligt volgens de consultant op €800-900 M (afgeleid uit jaarverslag, 2023 eerste jaar dat er winst wordt gemaakt, rn 18)
- Er is dus 1 belangrijke empirische bron. Het jaarverslag van Picnic van 2023
- Er staat dus iets van onderbouwing in. Ik blijf wel met iig de volgende vragen zitten:
 - Omdat er investeringen zijn gedaan, en Picnic daarvan ook in de komende jaren de vruchten zou plukken, hoe erg is die max. 3,8% loonsomstijging dan?
 - En bedenk: ook concurrenten krijgen met loonsomstijging te maken. En ws is die ongeveer hetzelfde (het arbeidsaandeel is de helft – rn 15, maar de stijging van loonkosten is het dubbele van 14 naar 20, zie slide 6, alhoewel het argument is dat supermarkten die niet betalen vanwege de vele jongeren. Punt is: is het extra nadeel voor Picnic wel zo groot om er zo dramatisch over te doen
 - Nog los van andere dingen doen (niet meer op zondag bezorgen) ipv prijsverhogingen (waar de consultants van aangeven dat dit onacceptabel is voor consumenten, gestaafd met wetenschappelijke artikelen, moeilijk te beoordelen voor mij).

Kortom:

- Er is enige onderbouwing
- Paar extra vragen (iig jaarverslag/cijfers 2024) lijken me wel nodig.
-

PS, ik heb wat bronnen gedownload en in mapje gezet (een onderzoek van pwc kon ik niet vinden, die vragen we ook op)

Van: [redacted] <[redacted]@acm.nl>

Verzonden: donderdag 10 april 2025 12:14

Aan: [redacted] <[redacted]@acm.nl>; [redacted] <[redacted]@acm.nl>

Onderwerp: Acties deze dagen c.q. komende week

Hi allen,

Hieronder nog even wat acties om uit te zetten: voor het gemak wat namen erbij gezet.

- Picnic verslag afronden en in Dox plaatsen (intern verslag) → [redacted] (na evt. aanvullingen vanuit team)
- [redacted]
- [redacted]
- Concept vragen voor Picnic opstellen n.a.v. gesprek over CAO/dispensatie op AVV → [redacted]
 - als Picnic stelt voldoen aan de CAO tot hogere prijzen zal leiden voor consumenten en hun business model niet meer rendabel is, is het denk ik goed om enige onderbouwing op de stelling van Picnic te verkrijgen dat geen dispensatie op AVV hun concurrentiepositie c.q. levensvatbaarheid op de markt zal aantasten. Dit kan bijdragen om een beter beeld te krijgen of hun verhaal hout snijdt en of we hierop willen acteren op een of andere manier.
- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]

Groeten, [redacted]

