**« le Monde du Commerce »**

Réalisation Claude Sordet

**Février 2015**

**Des soldes d’hiver très moroses**

Moroses, oui certes, et les attentats de janvier à Paris en sont en grande partie responsables. Ils semblent avoir coupé l’envie aux Français d’acheter. Au total, 78,7% des Français ont répondu à l’appel des soldes, contre 83,7% en 2014. La perte des revenus des commerçants est estimée à 16% tous secteurs confondus selon l’institut de sondage Toluna.

**Auchan et Système « U » en voie de concrétiser leurs fiançailles**

C’est désormais officiel, à l’heure où cette lettre est mise sous presse (15 février) Système « U » et le groupe Auchan ont annoncé leur rentrée en négociations exclusives pour « Approfondir leur partenariat ». Il n’y a pas surprise, se souvenant que le 11 septembre dernier les deux distributeurs avaient fait un premier pas en mutualisant leurs achats de marques nationales et internationales. Le nombre qui adhérent à Système « U » s’établit à 1.575 dont 762 supermarchés et 70 hypermarchés. Ces deniers devraient passer sous la bannière Auchan. Alors que les supermarchés d’Auchan (échange de bons procédés) prendraient l’enseigne chère à Système « U » soit : « Super U ». Le chiffre d’affaires, hors carburant de Système « U » s’inscrivait à 18,5 milliards d’euros en 2014.

**Auchan France : un départ qui fait du bruit**

Arnaud Mulliez, le fils du fondateur Gérard Mulliez, va quitter la présidence d’Auchan France. Il avait passé onze années à la tête du poste qu’il va abandonner et quatre à la tête du pôle e-Commerce du groupe. Arnaud Mulliez jouissait d’une excellente renommée au sein de son groupe. Ce qui laisse perplexe, quant aux raisons de son départ, un certain nombre de « proches du dossier ». En attendant la nomination du successeur d’Arnaud, son cousin Henri Mathias assurera l’intérim. S’agira-t-il d’un essai susceptible d’être transformé ? A retenir : Auchan a réalisé en France en 2013 un chiffre d’affaires TTC de 16,2 milliards d’euros (-3%). En dehors de ses 128 hypermarchés intégrés le groupe gère 87 Auchan Drive.

**Fort du feu vert pour le rachat de DIA, Carrefour maintient E. Leclerc à bonne distance**

Un feu vert bien venu que celui accordé à Carrefour de racheter DIA. L’autorité de la concurrence n’impose la cession que de 56 magasins sur 800. Cette nouvelle disposition a permis à Carrefour de gagner quelques parts de marché qui lui permettent de tenir E. Leclerc à distance. Le numéro un de la distribution en France (troisième mondial) a gagné deux points de parts de marché (1,9 pour être précis. Carrefour passe ainsi, selon Kanter Worldpanel, de 20,7 % à 22,6%, contre 19% pour son concurrent le plus proche E. Leclerc avec, lui, 19% de parts de marché. C’est à Paris, où le groupe détient environ 30% de PDM qu’il doit se démunir du plus grand nombre de magasins.

**Une année noire, sauvée par le succès des Ventes privées**

Fortes de leurs succès, les Ventes privées qui ont débuté le 26 décembre ont permis de limiter à 0,6% le recul des ventes des enseignes sur l’année 2014. Les trois derniers mois ont été catastrophiques jusqu’au 24 décembre, explique Jean-Luc Bret président de Procos et de la chaine La Croissanterie. Les Ventes privées ont débuté le 26 décembre sans attendre les soldes. Ce qui a permis au chiffre d’affaires des commerçants de progresser de 2,5% en décembre par rapport au même mois de l’année 2013. Contre probablement 0% sans Ventes privées. Le recul des Ventes privées s’établit à 0,6% sur l’année 2014, contre 0,9% en 2013, où les ventes avaient reculé de 2,8% sur le seul mois de décembre.

**Et ronds et rond les prix,** **à l’orée d’un éternel recommencement**

Géant Casino se convertit aux prix ronds. Il fallait y penser ; Casino se met aux prix ronds 3€, 4€, ou 9€, oubliant le prix magique en 0,99€. Ce spectaculaire changement concerne 10.000 articles en articles textile, linge, jouets, loisirs, équipement de la maison parfumerie ou bricolage, et aussi en alimentation. Casino s’est donné le temps d’une solide réflexion, à en juger par l’avance prise par certains de ses concurrents tels notamment Prisunic ou Monoprix déjà adeptes de cette formule. A quand le slogan publicitaire : « Chez Dupont achetez rond » qui remplacerait le célèbre « Chez Dupont tout est bon ». Le commerce ne serait-il pas un éternel recommencement ?

**Du côté des géants mondiaux de la distribution**

Les années de crise se suivent, mais les leaders mondiaux de la distribution ont su s’y adapter. Ainsi, en 2013, les ventes des 250 plus importants ont crû de 4,1%. Malgré un environnement difficile la distribution a fait preuve d’une grande capacité d’adaptation. Comme chaque année, le cabinet Délite a publié son top 250 de la distribution mondiale. Pour un exercice décalé qui s’est terminé en 2014, le chiffre d’affaires total est de 4 354 milliards de dollars. Il est en progression de 4,1%. Indétrônable leader, Wal-Mart enregistre des ventes 4,5 fois supérieures au deuxième Costco et presque 5 fois par rapport à Carrefour.

**E-commerce, le multi canal, qui s’impose, tire le secteur**

Pour 2015 ; la FEVAD (Fédération de la Vente à Distance) table sur une hausse de 10% de l’e- commerce en France, soit un volume de chiffre d’affaires annuel de 62,4 milliards de chiffre d’affaires. Le secteur a encore progressé de 11% en 2014. Ce sont les marques qui associent points de vente physiques et ventes électroniques qui montent spectaculairement en puissance. Les lieux de livraison des colis choisis ont sensiblement évolué. Les livraisons à domicile qui représentaient 62% en 2012 sont tombées à 46% en 2014. Les livraisons à des points relais tels, magasins, enseignes, consignes, bureaux de poste sont, à l’inverse, passées de 38% à 54 %.

**Travail le dimanche… Parlons-en**

Philippe Bertrand pose une très intéressante question dans son quotidien *Les Echos*, soit : Travail le dimanche : ce que veulent vraiment les commerçants. A le lire on découvre à quel point, sur ce sujet, les avis et autres positions des Français sont partagés: Les sempiternelles polémiques sur l’ouverture dominicale des magasins laissent à penser que les professionnels revendiquent une libéralisation totale de leurs horaires d’ouvertures. En réalité, leurs demandes – et les besoins – varient d’une région à l’autre et, selon les secteurs d’activité. Selon Claude Boulle, Président exécutif de l’Union du grand commerce de centre-ville : « En province, 12 dimanches par an, c’est un maximum. Dans bien des cas, une petite dizaine de dimanches suffit ». Selon le MEDEF : « Si les commerces pouvaient ouvrir le dimanche et tard les soirs, de 40 000 à 100 000 emplois seraient créés ».

**MDD : année noire**

Le poids en valeur, en % des marques de distributeurs en 2014 sur le total des produits de grande consommation PGC + fruits et légumes, en hypermarchés et supermarchés, est passé de 29,3 en 2013 à 28,7 en 2014, « annus horribilis » par excellence. Ainsi, plus que jamais harcelées par les marques nationales elles ont perdu 0,6 point de part de marché en une année. Mais pourquoi ? On peut en numéro un souligner que l’écart des prix avec les fabricants s’est réduit les rendant moins attractives. Les parts qui leur étaient réservés par les distributeurs dans leur linéaire ont été revues à la baisse. Ce sont essentiellement les MDD PREMIERS PRIX ainsi que les MDD standards (le plus gros du marché) qui ont chuté. A contrario, les MDD bio et premium tirent brillamment leur épingle du jeu.

**Les grands hypermarchés et les drives émergent d’une année terne**

NIELSEN nous apprend, au demeurant sans surprise, que l’an dernier le Drive a affiché la plus belle croissance (+28,5%). Les grands hypermarchés signent une très belle progression avec (+4,1%). Un bémol toutefois, il s’agit uniquement des ventes de PGC et non du non alimentaire qui, lui, est à la peine. Il est des plus intéressants de découvrir que malgré environ 3.880 drives opérationnels l’an dernier, les 1 989 hypermarchés génèrent encore davantage de gains de chiffre d’affaires. Point d’inquiétude qui n’est pas récent: la situation du hard discount s’érode de - 2,2%.

**H&M ouvrira cette année quatre cents nouveaux points de vente**

Le géant suédois de la *fast fashion* a publié la plus forte hausse de son résultat opérationnel depuis 2007 (+16% à 25,9 milliards de couronnes suédoises). L’année 2014 est bien en ligne avec les attentes, marquée par un bond des ventes de 14% sur son exercice clos fin novembre, le numéro deux mondial du prêt-à-porter prévient que la vigueur actuelle du dollar risque de peser sur ses comptes de 2015. Ce qui se traduira par un accroissement des coûts d’approvisionnements. 80% des facturations sont libellés en dollars auprès de fournisseurs asiatiques. Le groupe va poursuivre en 2015 la croissance rapide de son parc de magasins, s’implantant ou se développant dans des zones émergentes (Inde, Amérique du sud, Philippines, Chine). H&M ouvrira cette année 400 nouveaux points de vente, un rythme historique qui portera son parc à 3.900 magasins.

**Les prix de l’alimentation rattrapés par la déflation en France**

Ce titre n’est pas à proprement parler une bonne nouvelle pour l’industrie agroalimentaire considérées comme un des fleurons de notre économie nationale. L’an dernier, l’évolution des prix de l’alimentation a été négative ressortant à -0,8% selon l’ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires). C’est le recul le plus fort enregistré dans l’Union européenne où les prix à la consommation reculent depuis trois mois. Triste record pour notre pays. Deux familles de produits sont responsables de la déflation : les fruits et légumes (-4,1%) et les boissons sans alcool.

**A qui profite la guerre des prix ?**

Les baisses de tarifs accompagnée de promotions motivantes qu’on décidées les distributeurs on permit aux Français d’acheter davantage d’articles. Mais, en contrepartie, les marges des industriels se sont érodées. Les marques des principaux fournisseurs ont été parmi les plus déflationnistes et les plus promotionnées également. Résultat, ils paient un lourd tribut en termes de rentabilité.

Selon Nielsen, la guerre des prix entre enseignes a fait baisser les tarifs en rayon de 1,8% sur l’ensemble des références en 2014.

**Trois décennies avec les hypermarchés**

Un premier constat s’impose tant il peut sembler surprenant à tous ceux qui viennent de vivre cette décennie des grands changements du commerce. En effet, selon l’Insee, le coût de la vie n’augmente pas sur le long terme, au contraire. Ainsi, une personne qui gagne un salaire net moyen en vigueur, doit travailler moins d’heures qu’il y a trente ans pour s’offrir des produits identiques. Et pourtant, les additifs et la présentation des produits ont évolué. Conclusion, il fait mieux vivre en 2015 qu’en 1963, année de la création du premier hypermarché à Sainte-Geneviève-des-Bois.

**Moins d’enseignes, mais pas moins de choix en rayon**

Mammouth, Rallye, Continent, Félix Potin, Prisunic, bientôt Dia … La liste des enseignes disparues en trente ans est impressionnante.

Elle est dans une certaine mesure compensée par de nouveaux venus sur le marché de la grande distribution. Inconnus il y a trente ans, les hard discounters Lidl, Leader Price ou Aldi font désormais partie du paysage. Ils captent 12% du marché de cet univers. Des concepts aux formats bien spécifiques ont vu le jour, tels Picard et Grand Frais. Ne pas oublier l’apparition, puis le spectaculaire montée en régime du Drive, compagnon de route de la VAD (Vente Distance). Pendant ce temps-là variété des références disponibles n’a cessé de croitre.

**Quand Géant et Leclerc caracolent en tête des prix les moins chers**

Leclerc est deuxième derrière les Hypermarchés Géant, mais les écarts sont serrés entre les deux leaders qui ont distancé la concurrence. Ces deux enseignes sont respectivement 6,9% et 6,4% moins chers que la moyenne nationale. A noter que les résultats des géant sont uniquement ceux des hypermarchés et non ceux de Casino du même groupe. Le magazine « Que choisir » a publié son classement annuel des enseignes à partir d’un panier moyen de 80 produits qui, toutes enseignes confondues, coute 377€. Les cinq premiers sont :

- Géant Casino (351€)

- Leclerc (353€)

- Hyper U (372€)

- Carrefour (363€)

- Super U (372 €)

Les cinq fermant la marche étant :

- Simply (396€)

- U Express (398€)

- Casino (408€)

- Match (412 €)

- Monoprix (436 €)

**Le drive en grande forme**

Les distributeurs sont restés actifs sur le drive avec 604 ouvertures nettes l’an dernier (Etude Drive Insights Editions Dauvers). Intermarché compte 203 ouvertures, Leclerc 112, et Carrefour 98. Leclerc drive reste ultra dominant avec 46% de part de marché sur ce canal de distribution.

**Kering tourne la page Redcats**

Kering (ex-PPR) vient de mettre un terme définitif à son parcours dans la vente à distance. Une belle histoire qui aurait pu, remarquent certains, se poursuivre. Tout avait commencé en 1992, lorsque le groupe Pinault prit le contrôle de la Redoute en rachetant le Printemps, pour se rebaptiser PPR (Pinault Printemps Redoute). L’aventure vient de se clore avec la cession de Movitex. Déficitaire depuis des années cette société a vu Kering absorber les dettes et recapitaliser la branche senior de Redcats. S’en suivit la reprise par Jean-Joël Hubert, président de Movitex depuis mars 2011.

**Carrefour termine un peu mieux l’année que Casino**

Le groupe Casino continue d’enregistrer des performances positives en Amérique Latine (+1,1 %) en comparable, et (+5,1%) en organique. Sa branche de commerce électronique superforme (+22,2%) De son côté, Carrefour a terminé l’année sur une légère baisse (-0,3%) de ses ventes en valeur absolue à 83,9 milliards d’euros, mais la fin d’année peut paraître un peu meilleure que celle de son concurrent. Il faut dire que le groupe a entamé la baisse de ses prix plus tôt. Au quatrième trimestre, les ventes en France en comparable (hors essence et hors calendaire) progressent de 1,1% ; seuls les hypermarchés sont en négatif (-0,6%). En revanche, la proximité réalise des exploits, elle, à +6,8%.

**Auchan renonce à son second hypermarché du Mans**

L’enseigne s’est retirée du projet d’agrandissement du retail-park Family Village près du Mans. L’extension prévoyait, selon LSA, en plus d’un hyper Auchan de 5.000 m², plusieurs moyennes surfaces, une quarantaine de boutiques et cinq restaurants. Pour quelle raison un tel retrait d’un projet particulièrement pertinent ? Les blocages juridiques, notamment un recours contre le permis de construire, expliqueraient l’abandon d’Auchan.

**Bonne année pour les Mousquetaires**

L’activité de détail d’Intermarché en Europe a atteint 36,2 milliards d’euros (27,9 milliards hors carburants) avec une progression de +1,3%. En France, Intermarché a enregistré une hausse de +1,7% de son chiffre d’affaires hors carburants. Au total, le Groupement a dépassé un cap symbolique avec des ventes de 40,1 milliards d’euros. C’est une grande première. En France, les 1.832 points de vente Intermarché ont affichés une croissance de 1,7%. Leur part de marché s’inscrit à 14,4% en hausse de +0,2 point. Rares sont les distributeurs qui ont vu leur part de marché progresser en 2014. Par ailleurs, avec un chiffre d’affaires de 2,2 milliards d’euros, Bricomarché et Brico Cash ont vu leurs ventes augmenter de 1% pour le premier et de 7,9% pour le second.

**Les centres commerciaux de Klépierre défient la crise**

Après son acquisition du géant Néerlandais Corio, Klépierre verra son front de vente passer de 120 à 178 centres commerciaux, soit un patrimoine (en part totale) porté de 12 à 21 milliards d’euros. Malgré une dilution de son capital, la foncière a généré en 2014 autant de cash-flow net courant par action (2,07 euros). Soit son objectif de 2,04 à 2,07 € et relève ce dernier à 2,10-2,15 euros par action pour cette année. A périmètre constant, les loyers nets engrangés l’an dernier de ses enseignes locataires ont augmenté de 3,1%, à 622 millions d’euros (part du groupe). Ses commerçants locataires, eux, ont enregistré l’an dernier une progression moyenne de 1,5% de leur chiffre d’affaires à surface commerciale constante et de 2,6% en incluant les extensions de centres.

**Quand Decathlon revient à ses fondamentaux**

Le distributeur change le nom de sa structure de tête ; ainsi Oxylane est abandonné pour un retour à Decathlon. Le groupe a réalisé en 2013 un chiffre d’affaires de 7,4 milliards d’euros. Avec ses 741 points de vente le leader français de la distribution d’articles de sport est présent dans 22 pays. La stratégie actuelle est clairement au recentrage sur l’enseigne phare et historique du groupe. Surtout, depuis l’arrivée en 2012. A la présidence du conseil de surveillance de Matthieu Leclercq l’un des fils du fondateur.

**L’e-commerce véritable locomotive de Casino**

Les ventes de Casino ont atteint 48,5 Mrds en 2014 marquant un léger recul de 0,3% au total, mais en croissance de organique de 4,7% grâce à une amélioration des ventes à magasins comparables, l’expansion du groupe à l’international et sa véritable locomotive qu’est devenu le e-commerce. Le chiffre d’affaires 2014 des enseignes françaises (Géant, Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price…) a reculé de 1,1% à comparable mais sort en hausse de 0,4% grâce aux ouvertures, soit 20,43 Mrds €. L’international, Brésil en tête, augmente de 8,5% en organique, tout en souffrant d’un effet de change défavorable (-0,8% au total), avec des ventes de 28 Mrds €. Cela représente 57% des ventes du groupe.

**Leclerc conscient des dangers de la loi Macron**

Michel-Edouard Leclerc a pour préoccupation d’éloigner de sa coopérative de distribution les dangers de la loi Macron. Cette dernière, pour l’heure, limite à neuf ans les contrats liant les magasins à leur structure de tête, quand chez Leclerc, leur durée peut aller jusqu’à vingt-cinq ans. Si le texte était adopté définitivement en l’état, il constituerait une source d’instabilité pour les coopératives et partant pour Leclerc. Ce dernier promet pour 2015 une hausse de 2% de son chiffre d’affaires et un gain de 0,3 point de part de marché. Leclerc a réalisé en 2014 un chiffre d’affaires de 34,5 milliards d’euros, hors carburants. Sa part de marché s’établit à 20,0 contre 19,5 en 2013.

**Dia France : Carrefour va devoir céder 56 magasins**

L’autorité de la concurrence a validé le projet de rachat de Dia en France par Carrefour, sous réserve de la cession de 56 des 800 magasins français de Dia, dont 12 à Paris intramuros. Par cette opération, le premier distributeur tricolore devrait dépasser les 21,5% de part de marché dans l’hexagone (voir notre écho précédent).

**Ikea privilégie sa croissance mondiale**

Le géant suédois du meuble a vu ses ventes progresser de 5,9% lors de son dernier exercice clos le 31 août 2014. Ikea, avec ses 315 magasins dans 27 pays, détient avec la France le troisième marché, derrière l’Allemagne et les États-Unis. Sa politique sociale est réputée. Ainsi, l’enseigne vient de provisionner 200 millions d’euros pour un programme mondial de contribution à la retraite des salariés ayant plus de cinq ans d’ancienneté. Par ailleurs, Ikea a continué d’investir dans ses prix pour tenir la fréquentation de ses magasins (700 millions de visiteurs au total) Ikea confirme que ses ventes ont progressé de 5,9% en un an, à 28,7 milliards d’euros.

**Travail le Dimanche : le ministre accepte des compromis**

Aux termes de la loi Macron : les maires pourront bloquer l’ouverture de commerces le dimanche. Notre ministre de l’Economie a dû accepter des compromis avec les députés qui amoindrissent la portée initiale de ses mesures sur le travail dominical. Les distributeurs dénoncent la statu quo derrière l’affichage. Les représentants des grands magasins redoutent que les syndicats ne s’opposent à l’accord social obligatoire. Ils dénoncent aussi la soumission du passage de 5 à 12 de nombre de dimanches, du maire à l’intercommunalité. La FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution) a fait son deuil de ses demandes d’ouverture les dimanches après-midi de leurs supermarchés de proximité.

**La consommation des ménages en berne**

Plombée par un mauvais premier trimestre, la consommation des ménages français a baissé de 0,2% en 2014, d’après l’Insee, après un recul de 0,3% en 2013.Cet amoindrissement équivaut à 75 euros pour un budget mensuel de 1 223 euros. Ce sont les dépenses imparties à l’énergie et au textile + cuir, qui ont le plus reculé.

**FIN**

**Maître d’Ouvrage : Association pour l’Histoire du Commerce (Président Claude Brosselin)**

Réalisation : **Claude Sordet** (président Honoraire de l’Association pour l’Histoire du commerce.)

Sources principales d’information:

Sources personnelles directes

- Presse économique et Financière

- Presse spécialisée (LSA…)