***Le Monde du Commerce***

**Réalisation : Claude SORDET**

***Août 2015***

**Auchandans le collimateurdes autorités russes**

Quatre-vingt-quatre hypermarchés Auchan sont implantés en Russie, où le groupe est présent depuis 2002. L’enseigne semble être dans le collimateur des autorités de ce pays ; de fait, une agence sanitaire a relevé des mélanges de viande ne correspondant pas aux étiquettes. Faut-il y voir une nouvelle attaque contre les chaînes de distribution occidentale ? On reproche au groupe français, ni plus ni moins, de vendre des mélanges de viande en les faisant passer pour du bœuf ou du porc haché.

**L’Espagne et le Brésil dopent Carrefour**

Pour le PDG de Carrefour, Georges Plassat, « *L’Amérique du sud va bien. Je suis convaincu qu’elle va contribuer à la croissance du groupe dans les cinq ans qui viennent ».* Et de poursuivre : « *C’est un pays de consommation latine, liée au plaisir, ce qui est fondamental pour un distributeur alimentaire ».* Cette région où en son temps Carrefour a beaucoup souffert serait devenue la plus rentable du groupe avec une marge bénéficiaire de 4,1%. Les résultats enregistrés pour le premier semestre 2015 se présentent ainsi : chiffre d’affaires en hausse de 3,9% à 33,7 milliards d’euros, et le résultat opérationnel se situe à +2,6% soit 726 millions d’euros. Pour Georges Plassat : *« Des résultats corrects en ligne avec nos prévisions ».*

**Le groupe Casino pris pour cible par les agriculteurs**

Accusé par la FDSEA et les jeunes agriculteurs de se fournir hors hexagone et de ne pas appliquer les accords signés cet été, le groupe Casino a vu son siège stéphanois et plusieurs de ses magasins bloqués. Le groupe affirme pourtant avoir bel et bien tenu ses engagements, les entorses au « 100% *France*» n’étant selon lui que *« exceptions marginales ».*

**Quand E. Leclerc écope d’une condamnation record**

E. Leclerc vient d’écoper d’une condamnation record : 2 millions d’euros d’amende et 61,3 millions d’euros « indûment perçus » à rembourser aux fournisseurs. Dans cette affaire E. Leclerc est sanctionné par la cour d’appel de Paris pour des clauses de remises de fin d’année (« RFA ») pour le moins « mal ficelées ». Peu précis, les contrats signés étaient la marque, selon les juges, d’un déséquilibre significatif dans les relations commerciales. D’où la condamnation.

**Les propriétaires de Galeries Lafayette s’inscrivent à plus de 10% du « tour de table » de Carrefour**

La famille Moulin, propriétaire des Galeries Lafayette est depuis le 17 juillet détentrice de 10% du capital de l’inventeur de l’hypermarché, Carrefour. Ce qui représente 8,89 % des droits de vote via sa holding Motier. Il n’est pas demandé à ce jour une nouvelle place au conseil d’administration de Carrefour, sachant que Philippe Houzé, et l’héritière de la famille Moulin, Mme Patricia Lemoine sont déjà administrateurs depuis le 11 juin dernier. La famille avait acquis 5,1% du capital du groupe de grande distribution, en avril 2014.

**Amazon poursuit sa vertigineuse ascension en Bourse**

Jeff Bezos a gagné son pari. Amazon, initialement simple librairie en ligne, créée il y a tout juste vingt ans, a grandi au point de devenir aujourd’hui le leader incontesté de la grande distribution « moderne ». Ses résultats trimestriels sont particulièrement éloquents, soit : un chiffre d’affaires en hausse de 20% (32,2 milliards de dollars), des profits s’établissant à 92 millions de dollars, contre une perte de 126 millions de dollars il y a un an à la même période. Enfin, le nombre de clients dans le monde atteint 285 millions. Avec 260 milliards de dollars Amazon est désormais la première capitalisation mondiale de la distribution, soit davantage que Walmart - 233 milliards de dollars. Groupe qui demeure pourtant la première chaine de supermarchés du monde avec 11.462 magasins et 2,2 millions d’employés.

**Gucci profite au mieux de la reprise du tourisme chinois**

Au Japon, les ventes des magasins Gucci ont bondi de 19% au deuxième trimestre, grâce à un yen faible et à l’afflux des chinois. Au total la croissance des ventes de Gucci au deuxième trimestre s’est établie à +4,6%, après, il est vrai, une chute de 7,9% au premier. Gucci a également profité des soldes de printemps réussis, avec des rabais importants. La griffe a engagé en début d’année 2015 une totale remise à plat de son réseau de vente en gros.

**Casino paie sa politique de prix « dramatiquement » bas en France. C’est à voir…**

Pour le premier semestre 2015 l’activité française de Casino a généré une perte opérationnelle courante de 53 millions d’euros à rapprocher d’un gain de 106 un an auparavant. Cette perte incombe à l’investissement du groupe dans les prix de ses magasins particulièrement au sein de ses hypermarchés Géant et de ses Leader-Price. Les dirigeants de Casino ont confirmé leurs prévisions pour l’année pleine, soit un résultat opérationnel stable, proche du consensus des analystes c’est-à-dire 213 milliards d’euros. Optimisme exagéré ? Peut-être pas car ils estiment que cette baisse des prix telle qu’opérée est suffisante pour surperformer le marché français et que la croissance du chiffre d’affaires qui en découle permettra de gonfler la masse de marge. Les quatre premières semaines de juillet confirment la tendance du premier semestre. En comparable, les ventes de toutes les enseignes étaient positives, dont +6,3% pour Géant.

**Ikea accélère son expansion dans l’hexagone**

Olivier Baraille, le nouveau patron, est bien décidé à remettre Ikea France sur les rails de la croissance. Il décide d’accélérer le rythme des ouvertures de magasins. Cet été, Ikea va inaugurer deux magasins à Mulhouse puis toujours en août à Bayonne ce qui portera à 32 le nombre de points de vente en France. Le géant du meuble n’avait ouvert que deux magasins en France depuis 2011. Dans le cadre d’un plan d’investissements de 600 millions d’euros, pour relancer la dynamique d’une croissance endogène Ikea France compte ouvrir huit magasins d’ici à 2020. L’ambition d’Ikea est de meubler 35 millions de foyers en France d’ici 2020. Le groupe comptera alors 40 unités.

**Casino reprend à Carrefour 26 magasins Dia**

En fait ces cessions sont imposées par l’Autorité de la concurrence. Ces 26 magasins vont être intégrés aux réseaux de supermarchés de Casino (Leader-Price-Casino-Franprix-Monoprix-Naturalia). Suite au rachat de Dia, l’Autorité de la concurrence avait demandé à Carrefour la cession de 56 magasins, 50 intégrés et 6 franchisés. Outre les 26 repris par Casino, Auchan en récupérera 17. Auchan dans l’affaire Monoprix avait déjà récupéré 28 unités pour faire entrer son enseigne de proximité « A2Pas » à Paris. Chez Carrefour on indique que les autres Dia restant à céder sont en cours de négociation.

**LVMH à fond la forme**

LVMH est dans une forme éblouissante. La preuve : le numéro un du luxe a vu sa croissance organique bondir de 6% au premier semestre contre 3% l’an dernier. Mieux encore le groupe enregistre une hausse de ses profits opérationnels de 15%, à 2,95 milliards d’euros. Le principal artisan de cette croissance est une fois encore Louis Vuitton qui est le vaisseau amiral du groupe LVMH avec plus de 7 milliards d’euros de chiffre d’affaires. Louis Vuitton, le célèbre maroquinier a frôlé au deuxième trimestre les 10% de croissance organique Toutes ces performances sont qualifiées « *d’excellentes »* par Bernard Arnault, le PDG du groupe.

**Jet.com, le site qui se veut la réplique de Costco de l’e-commerce**

La France va découvrir dans quelques mois le modèle du club entrepôt à adhésion payante. La règle est simple ; en résumé à partir de 40 euros de cotisation annuelle on a le droit de puiser dans des palettes de produits alimentaires ou non alimentaires vendus à des prix défiant toute concurrence. C’est le défi que lance Marc Lore l’entrepreneur américain\* en transposant cette originale formule sur « la toile » Ce principe, au demeurant, est comparable à celui de Costco.

\* l’Américain Marc Lore est connu pour avoir créé Diapers.com et Soap.com, deux sites spécialisés dans la vente de couches et de produits d’entretien de la personne, de bébés, notamment. Pour que le site soit rentable en 2020 il lui faudrait disposer de 15 millions de membres s’acquittant d’une cotisation annuelle de 49 dollars.

**Findis le spécialiste réputé de l’électroménager se développe dans le bricolage**

Après l’électroménager et l’univers de la cuisine, le distributeur Findis se dote d’une troisième branche d’activités : le bricolage. Le groupe basé à Angers vient à cette fin d’acquérir la société Désarmais Distribution détenue depuis 2001 par Sellenium, holding patrimonial de la famille Coisne (groupe Sonepar) Findis défend dans l’électroménager et l’art de la cuisine un modèle de distribution de proximité.

**Leclerc et la Fnac partagent le même enthousiasme pour le « streaming »**

De la musique avant toute chose. Début 2015, le streaming payant a représenté 20% du marché global de la musique française. On peut ainsi mieux comprendre pourquoi les deux grandes têtes d’affiche de la distribution s’emballent pour le « streaming » au nom encore peu connu des non-initiés et qui est tout simplement une offre d’abonnement payant permettant d’accéder à des millions de titres. Pourquoi des groupes de distribution à dominante alimentaire s’intéressent à ce point à la musique ? Hugo Bélit responsable des espaces culturels chez E. Leclerc propose une réponse : « *nous avons un positionnement ciblé sur nos clients avec un prix plus attractif pour eux par rapport aux offres traditionnelles ».* Si leurs parcs de clients potentiels se comptent en millions, le pari reste encore loin d’être gagné.

**Le marché des entrées de villes suscite un intérêt croissant**

Apsys s’attaque au marché des entrées de ville. Qu’on se le dise, il faudra désormais compter voir se développer des spectaculaires opérations de développement commercial en entrée de ville. Maurice Bansay le président fondateur d’Apsys en est parfaitement conscient. Il déclare : *« Nous considérons que le marché des entrées de ville est extrêmement porteur dans la mesure où tous les acteurs : collectivités comme promoteurs sont conscients que ces lieux doivent être requalifiés »* Ainsi en France un certain nombre de ces zones seraient à redévelopper. Maurice Bansay ajoute : « *Nous souhaitons nous inscrire de manière extrêmement fort dans ce processus ».*

**Comptoirs Modernes et Promodès les grands champions d’une croissance externe**

Les Comptoirs Modernes et Promodès sont sans conteste les deux groupes qui auront le plus été partisans d’une croissance externe ou exogène. Mieux vaut reprendre que créer quand on privilégie une volonté de croissance rapide.

Ainsi pour Les Comptoirs Modernes :

* 1960 : Reprise des établissements Brisset à Angers (petit succursaliste local convoité également par les Docks de France-
* 1973 : Reprise à Paris du succursaliste Amiot (140 magasins)
* 1977 : OPE réussie sur l’Economique de Rennes
* 1978 : Nouvelle OPE sur l’Union Commerciale de Maux
* 1979 : OPE sur la Société Badin Defforey de Lagnieu
* 1990 : Ultime OPE cette fois sur la Société Major Unidis de Bourges

Pour Promodès :

* 1971 : Reprise à Paris de Moderdam
* 1972 : Reprise à Caen du succursaliste SNA (Société Normande d’Alimentation)
* 1973 : Reprise à Brest du succursaliste l’Economie Bretonne
* 1977 : Reprise à Begles du succursaliste l’Aquitaine
* 1978 : Reprise à Cholet du succursaliste l’Union de Cholet dite aussi Union Vendéenne
* 1978 : Rachat à Thouars de l’Etoile de l’Ouest également succursaliste
* 1978 : Reprise à Reims du succursaliste Goulet Turpin

**Le consommateur se fait de plus en plus omni canal**

Selon l’étude ECR et KINALI sur les nouvelles pratiques et comportements d’achat du shopper, le consommateur omni canal utilise en moyenne 2,1 circuits pour ses achats, avec une part de ses achats omni canal qui représente 29%. Pour les achats courants, un sur trois est réalisé dans trois circuits et plus. La mixité des canaux varie selon les catégories. L’étude montre que les hypers et supermarchés restent toutefois ultra dominant avec 63% de part de marché sur les 25 circuits analysés.

**Les prix en France restent plus élevés qu’en Allemagne**

Les prix à la consommation sont en France parmi les plus élevé en Europe .Par exemple 10% de plus qu’en Allemagne et 8% de plus que la moyenne européenne. Et le niveau de notre inflation actuel en France ne va pas changer ces écarts trop importants pour la compétitivité des entreprises Cet écart résulte de la fiscalité qui touche la production mais également de coûts salariaux (et non pas uniquement les salaires) bien plus élevés qu’en Allemagne et dans le reste de l’Europe .

**Les dernières législations du commerce**

Entre 1958 et 1993 la France du commerce aura connu 35 années de réglementation. C’est à n’en point douter au cours de ces années qualifiées d’âge d’or du commerce que les dispositions législatives en faveur (ou contre) le commerce auront été les plus prégnantes. Mais depuis 1993 d’autres lois ou mesures juridiques ont concerné le commerce et l’artisanat les voici :

2000 – 25mars : proposition de loi tendant à protéger le patrimoine des artisans et commerçants ;

2002 – 12 février : proposition de loi relative au développement des petites entreprises ( dont commerciale) et de l’artisanat ;

2003 – 16 janvier : proposition de loi tendant à soumettre à autorisation d’exploitation tout changement de secteur d’activité d’un commerce de plus de 300m2 ;

23 février : proposition de loi tendant à préserver les services de proximité en zones rurales ;

2004 – Proposition de loi tendant à la création d’une commission d’enquête sur le rôle des centrales d’achat dans la fixation des prix à la consommation et les délocalisations d’entreprise. ( Proposition reprise en 2008) ;

2006 – 25 octobre : proposition de loi visant à créer un Observatoire des pratiques du commerce international et de la mondialisation ;

31 août : projet de loi sur la refonte du code de l’organisation judiciaire et modifiant : le code du commerce, le code rural et le code de procédure pénale ;

2009 - Proposition de loi réaffirmant le principe du repos dominical et visant à adapter les dérogations à ce principe dans les communes et zones touristiques et thermales ainsi que dans certaines grandes agglomérations pour salariés volontaires ;

2010 – Proposition de loi relative à la répartition des quatre dérogations annuelles d’ouverture le dimanche des commerces en Alsace Moselle ;

2011 – Proposition de loi visant à compléter la loi du 2 août 2005 en permettant au conseil municipal d’exercer un droit de préemption sur la conclusion de chaque bail commercial dans le cœur des villes ;

2012 – 13 janvier : projet de loi renforçant les droits, la protection et l’information des consommateurs ;

3 juillet : proposition de loi visant à favoriser le pouvoir d’achat des français ;

20 septembre : proposition de loi tendant à garantir l’équilibre entre les différentes formes de commerce.

**La guerre des prix profite toujours aux enseignes et aux ménages**

Les distributeurs continuent de baisser les prix des grandes marques et les français utilisent ce gain de pouvoir d’achat pour s’offrir des articles plus haut de gamme. Même si elles s’en défendent les enseignes d’hypers et supermarchés persistent, mois après mois, à entretenir entre elles la guerre des prix. Ainsi, en juin, les étiquettes des produits de grande consommation ont baissé en grandes surfaces de 0,26% après une baisse de 0,14% en mai selon l’IRI. De janvier à mai, les prix affichent un retrait de 1,33% sur un an après une année 2014 en baisse de 1,3%.

**Les soldes d’été n’ont pas fait recette**

Malgré la chaleur, le bilan reste pour le moins mitigé. Ainsi, le chiffre d’affaires des adhérents de la FNH aurait chuté en moyenne de 10%. Selon Bernard Morvan, le président de la Fédération Nationale de l’Habillement (qui représente 45.000 commerces) : « C’est une saison de plus manquée. (…) Nos boutiques ont de plus en plus de mal à être rentables *».* 60% des commerçants de la FNH se déclarent insatisfait de cette situation. D’autant que certaines boutiques se sont retrouvées à court d’articles faute de stocks.

**Les matières premières victimes d’une production trop abondante**

Au-delà de l’or, la chute du prix des matières premières est générale. L’indice Bloomberg, qui abrite plus de vingt produits du zinc au pétrole en passant par l’or le cuivre, le café et le sucre, affiche un plongeon de 27% sur un an et il se trouve à son plus bas niveau depuis treize ans. La baisse pourrait se poursuivre au cours du second semestre 2015 .Pour la fin de l’année en cours et pour 2016 l’une des principales inconnues est la croissance Chinoise. Il serait illusoire de s’attendre à un repli de la production. Les capacités sont là et certains grands acteurs sont décidés à utiliser leur capacité de produire à bas coûts pour contrer la concurrence.

**Les prix alimentaires au plus bas depuis 2009**

Encore et toujours en repli, les prix alimentaires mondiaux sont de nouveau tombés à leur plus bas prix depuis six ans. L’indice FAO (qui mesure la variation mensuelle des cours internationaux d’un panier de denrées alimentaires) s’est établi en juillet à 164,6 points, soit 1,7 point de moins qu’en juin et presque 40 points de moins qu’en 2014. Depuis son record en 2011 à 240 points, il a reculé de 32%.

**Confirmation du renouveau du commerce de proximité**

Le commerce de proximité se développe et pour l’essentiel en alimentaire. Le nombre de superettes augmente régulièrement en France au détriment des hypers et des supermarchés. En revanche, le commerce spécialisé de centre-ville souffre dans les petites ou moyennes villes. Ils étaient 1,5 million en 1920. No comment… sachant qu’ils ne sont plus que 850.000.

**Vers une influence grandissante d’Internet dans la vente au détail**

D’après le cabinet Forrester, les ventes au détail cross-canal en Europe (achats initiés en ligne, mais finalisés hors lignes) passeront de 457 milliards d’euros cette année à 704 milliards d’euros d’ici 2020. Preuve de l’influence grandissante d’Internet dans le processus d’achat. Ce sont donc 53% du total des ventes au détail en Europe qui devraient être influencées par le Web dans les cinq ans à venir. Les Smartphones dopent les chiffres en générant 50% du trafic en ligne en Europe.

**La Russie veut interdire à Auchan de vendre des produits surgelés**

L’enseigne Auchan est dans le viseur de la Russie pour des problèmes sanitaires, alors que le pays continue de détruire les produits alimentaires en provenance de l’Union Européenne. Selon un communiqué d’une agence sanitaire russe dont le nom est à retenir (Rosselkhoznadzor) : sur 47 échantillons analysés 35 ne respectent pas la règlementation. Auchan a déjà un précédent en matière de scandales alimentaires. En juin 2014, un des fournisseurs d’Auchan en France « Castel Viandes », avait été mis en examen pour « tromperie aggravée ».

**Casino fait le ménage dans ses participations en Amérique Latine**

Les quatre filiales de Casino en Amérique du sud (au Brésil, en Colombie, Uruguay et Argentine) ont réalisé l’an dernier un chiffre d’affaires combiné de 26,5 milliards d’euros et un excédent brut d’exploitation de 2 milliards. Casino prépare actuellement une vaste remise à plat des différents modes de gestion de ses participations. Cette réorganisation permettra de dégager 145 millions de synergies par an. Casino mise à la fois sur des synergies à l’achat, des économies de coûts dans les services centraux et le développement de chiffre d’affaires grâce aux échanges de « best practices » dans : le textile, les magasins de proximité discount et premium, le cash&carry, le développement de centres commerciaux et le e-commerce.

**Encore des marges confortables pour les multinationales**

Le classement OC&C des champions de la grande consommation met en évidence les marges spectaculaires dégagées par les multinationales de l’agroalimentaire. A titre d’exemple Nestlé dépasse les 20% de marge opérationnelle. A titre de comparaison, Carrefour a dégagé l’an dernier 3,4% de résultat opérationnel. Pour les 50 champions de la grande consommation retenus par OC&C, la marge opérationnelle moyenne se monte à 16,8% du chiffre d’affaires en 2014. Ces 50 fournisseurs enregistrent sur ce critère un recul de 0,3 point : une année de « reconstruction » selon OC&C, puisque la baisse des matières premières avait permis en 2013 d’augmenter les marges de 0,9 point.

**El Corte Ingles fait entrer le Qatar dans son capital**

La chaine de magasins espagnole, non cotée El Corte Ingles vient de céder une participation de 10% de son capital à l’ex premier ministre et investisseur qatarien, le cheikh Hamad Ben Jassim Ben Jaber al-Thani, pour un milliard d’euros.

**Restructuration de grande ampleur chez l’espagnol Indra**

La nouvelle direction d’Indra (le fournisseur de l’armée espagnole) taille dans ses effectifs. Fernando Abril-Martorell, le président, vient de présenter son plan stratégique 2014-2018 et à cette occasion a annoncé la suppression 3.000 postes sur en Espagne et en Amérique latine sur un total de 39.000. Une mesure visant à économiser de 180 à 200 millions d’euros par an.

**Crise en Grèce : scénario noir pour la distribution**

Le risque de l’exclusion de la Grèce de la zone euro pourrait entraîner un effondrement de la consommation et une envolée des prix. Avec le retour de la drachme, s’il se confirme, que toute l’économie grecque se contracterait, car elle vaudrait la moitié de l’euro ou moins. Carrefour s’est retiré, ne conservant qu’un contrat de franchise, tandis que le belge Delhaize y détient le 2e groupe de distribution.

**Auchan, Carrefour et Casino font cap sur l’Afrique**

On savait l’enseigne Auchan des Mulliez friande de la Chine. La voici très intéressée par le Sénégal et la Mauritanie, selon *Jeune Afrique.*Carrefour n’est pas en reste loin s’en faut alignant également des ouvertures en Afrique et dans les pays du Golfe. S’ajoute à ces développements en franchise le partenariat avec la CFAO qui devrait aboutir à une centaine d’ouvertures de magasins Carrefour. Enfin Casino, 110 magasins au Maghreb et au Moyen –Orient, y poursuit son expansion avec l’ouverture d’un hyper Géant de 10.000 m² dans le plus grand centre commercial d’Abou Dabi.

**La rentabilité des grands distributeurs britanniques s’effondre**

Au Royaume-Uni la guerre des prix fait rage et partant de gros dégâts. La poussée des hard discounters Aldi Lidl coute cher, très cher aux distributeurs traditionnels. Selon le « Daily Mail » les profits cumulés des trois premiers retailers britanniques, Tesco, Morrissons et Sainsbury’s se réduisent d’année en année. Ils ne dépasseront pas le milliard de livres en 2016, quatre fois moins qu’en 2012.

**Ahold Delhaize, une fusion des plus américaines**

L’union entre les distributeurs néerlandais Ahold et belge Delhaize ne va sans doute pas changer la donne de leurs marchés respectifs. En revanche, l’opération prend tout son sens aux Etats Unis, où les deux groupes réalisent l’essentiel de leurs ventes. En chiffres le nouvel ensemble est impressionnant :

54,1 milliards d’euros est le chiffre d’affaires du nouvel ensemble ;

32,9 Mrds € est le chiffre provenant des 2 063 magasins implantés aux USA ;

16,6 Mrds € est celui réalisé par les 2 985 magasins qui se trouvent au Benelux ;

4,6 Mrds € proviennent de l’Europe centrale et de l’Est avec 1.438 magasins ;

500 M € sont les synergies prévues d’ici à trois ans.

**La bataille se fait de plus en plus sans merci entre Walmart et Amazon**

Le message de Walmart est clair : *notre adversaire, aujourd’hui c’est Amazon*. Les deux entreprises sont pourtant bien différentes. Premier distributeur mondial Walmart a vendu pour plus de 482 milliards de dollars de produits l’an dernier. Amazon est bien plus modeste avec un volume d’affaires de 89 milliards de dollars. Aux mêmes dates les deux protagonistes font assaut de promotions, et autres offres spéciales, dans le style : *« Venez chez moi il y a du feu ».* L’an dernier, les ventes d’Amazon se sont envolées de 19,5%. Celles de Walmart se sont contentées d’une maigre progression de 1,9%. Seule l’activité vente en ligne est fortement dynamique avec une envolée de 23%.

**Ahold Delhaize : le nouveau géant américain**

Peu après leurs fiançailles en mai le distributeur hollandais Ahold et son homologue belge Delhaize concrétisent leur union ; au demeurant il en résulte un des groupes les plus impressionnants au niveau mondial. Ensemble « les jeunes mariés » vont peser 54 milliards d’euros de chiffre d’affaires. Leur parc compte 6.500 magasins des deux côtés de l’Atlantique. L’ensemble ainsi fusionné totalisera 375.000 salariés. Les 54,2 milliards d’euros de chiffre d’affaires se répartissent ainsi :

Etats Unis 61%

Belgique 30%

Europe centrale et du sud 9%

**Gap se sépare de 175 magasins**

C’est un tout petit plus qu’un quart de son parc d’Amérique du Nord que Gap compte fermer. Et ce rapidement puisque 140 fermetures auront lieu avant fin janvier 2016… Ces mesures devraient rogner les revenus du groupe de quelques 300 M€ cette année sur les 16 Mrds $ de CA annuel. Mais le groupe espère économiser ensuite 25 M€ par an à compter de 2016. En Europe un nombre limité de magasins devraient être fermés. Lesquels et où ? Pas de précisions en regard de ces deux questions.

**Les produits italiens de plus en plus prisés en France**

Ils s’installent à pas feutrés mais sûrement dans les rayons des grandes surfaces. Alors que les français raffolent de cette cuisine, les marques transalpines profitent de cet engouement pour jouer la carte de l’Italie à 100%. 57% est la part de foyers français qui consomment de la mozzarella toute l’année, et 38% est l’évolution des ventes de fromages italiens en France entre 2010 et 2014.

**Primark le bien venu…**

A qui profite Primark ? La vie des centres commerciaux a bien changé depuis l’arrivée de Primark en France fin 2013. La chaine de mode à bas prix attire de loin . Primark depuis son arrivée en France a parfaitement confirmé sa réputation de pompe à clients, relancé et même sauvé certains centres commerciaux. A titre d’exemple le centre commercial O’Parinor a vu sa fréquentation grimper de 31% sur un an, soit 3 millions de visiteurs supplémentaires.

**La France n’est pas le pays le moins cher d’Europe**

Etre moins cher Michel Edouard Leclerc connaît. Concernant une récente étude de Nielsen dont LSA s’est largement fait l’écho, il souligne : « *Cette étude vient confirmer ce que nous pressentions, à savoir que, si les prix des très grandes marques en France sont revenus dans la moyenne européenne, ils restent 10% plus élevés qu’en Allemagne et 2% plus élevés qu’au Royaume-Uni, alors même que les distributeurs de ces pays ont des niveaux de rentabilité plus de deux fois supérieurs aux nôtres. Dans certains secteurs, comme l’hygiène beauté, les écarts sont énormes »*

**Metro se sépare de sa chaine Kaufhof**

Le groupe allemand vient d’annoncer la vente de ses grands magasins Kaufhof (106 unités) au canadien Hudson’Bay pour 2,8 Mrds €. Sont aussi concernés 16 magasins de sport Sportarena et 16 grands magasins Galeria Inno en Belgique, ainsi que différents sites de logistique. Cette vente permet au groupe de se concentrer sur ses autres activités (Metro Cash&Carry, Saturn, Media Markt et Real.

**Diniz s’associe à Singapour dans Carrefour Brésil**

De justesse, pour ne pas dire in extremis , c’est cinq jours avant la date limite de son option (12 juin) que Peninsula, la société d’investissement familiale du milliardaire brésilien Abilio Diniz, a porté sa participation dans Carrefour Brésil de 10% à 13% ; Avec cette opération, Peninsula change de statut. De simple « family office » d’Abilio Diniz, Peninsula devient gestionnaire d’actifs.

**La Chine point de passage obligé pour Walmart**

Comme pour d’autres d’ailleurs… Le géant américain a quelque peu tardé à apprécier l’importance cruciale du marché chinois. Walmart, le numéro un mondial de la distribution, prévoit 115 ouvertures de magasins d’ici à 2017, dans un pays qui compte actuellement un peu plus de 400 grandes surfaces. En Chine, la concurrence est féroce, notamment celle du commerce en ligne. Les coûts de l’immobilier sont par ailleurs très élevés. En 2014, 201 grandes surfaces ont baissé le rideau, contre seulement 35 en 2013.

**Schwarz (Lidl) devient le numéro quatre mondial de la distribution**

Avec 79,3 milliards d’euros de chiffre d’affaires en 2014-2015, le groupe Schwarz, propriétaires des enseignes Lidl et Kaufland, talonne les numéros deux et trois mondiaux, Costco et Kroger. Confirmant au passage la relégation de Carrefour au sixième rang. Dans le détail, Schwarz a réalisé 59 milliards d’euros de CA avec Lidl (+9%) et 20,3 milliards d’euros avec ses hypermarchés Kaufland (+2,8%). Les ventes de l’ensemble du groupe progressent de 7% sur l’exercice annuel clos fin février 2015.

FIN

Maître d’Ouvrage : Association pour l’histoire du commerce

Réalisation : Claude Sordet. (Membre de l’Académie des Sciences Commerciales)

Sources principales d’information :

Informations directes personnelles

Presse économique et financière

Presse spécialisée (LSA, Linéaires…)