***Le Monde du Commerce***

**Réalisation : Claude SORDET**

**Novembre 2015**

**Auchan tient bon en Russie**

Auchan ne baisse pas pavillon en Russie, malgré la publication dans la presse de résultats inquiétants d’inspections sanitaires. Auchan relève le défi et poursuit la mise en œuvre de son plan de développement. On a évoqué la possibilité d’un complot politique, ce qui, au demeurant n’est pas très crédible. Mais il est évident qu’en développant avec succès son modèle de discount, Auchan ne s’est pas fait que des amis, tant parmi ses concurrents que ses fournisseurs. Aucun des 89 magasins implantés en Russie par Auchan n’a fermé. L’ambassade de France a reconnu des vérifications, certes, tatillonnes, mais qui ne peuvent être considérées comme des harcèlements.

**Les ventes de la FNAC en légère progression au troisième trimestre**

Sur la période allant de juillet à la fin septembre, la FNAC publie un chiffre d’affaires de 860 millions d’euros, en progression de 0,6%, à changes constants, par rapport à la même période e 2014, où l’enseigne avait enregistré une croissance de 2%.La France, son marché le plus important, a vu ses ventes se redresser de +0,6% à 613 millions, après un deuxième trimestre plus difficile (-1,8%) et un premier trimestre en croissance de (+1,3%). Sur neuf mois la performance de l’enseigne ressort stable dans l’Hexagone.

**Consumer Goods Forum, mais encore ?**

Les membres de cette « ligue » composée d’environ 400 entreprises mondiales, dont plus de 50 groupes français, se sont jurés de mettre en 2020 un terme à la déforestation, grâce au traçage de leurs approvisionnements, qu’il s’agisse de soja, d’huile de palme, de bois ou encore de papier. A la tête des distributeurs, membres de cette organisation, Bertrand Swiderski, directeur du développement durable (DD) du groupe Carrefour, plaide : *« Face au défi climatique, il faut savoir jouer collectif et mettre entre parenthèses, la compétition entre nos entreprise*».

**Un nouveau conseiller prend place aux côtés de Jean Charles Naouri**

Bruno Pertriaux le nouveau conseiller de Jean Charles Naouri est un spécialiste de la proximité et de l’alimentaire. Il a occupé au sein de Dia Espagne différentes importantes fonctions : directeur du réseau des magasins intégrés, ensuite directeur commercial international avant de prendre la direction de Dia Turquie. De surcroît, il a été directeur adjoint d’ED France de 2002 à 2007. Et de 2007 à 2014, il préside Dia France… jusqu’au rachat de l’enseigne par Carrefour… Les talents et autres connaissances de Bruno Pertriaux sont particulièrement exhaustifs. Il est un spécialiste reconnu tant de la proximité que du hard et su soft discount.

**À nul autre pareil, Ikea ouvre son 32 e magasin en France**

L’année a été faste en ouvertures pour l’enseigne suédoise d’ameublement et de décoration, avec deux nouveaux magasins, à Bayonne et à Mulhouse. Cette unité concentre nombre d’innovations, au demeurant parfaitement adaptées aux attentes des clients de sa zone de chalandise de plus de un million d’habitants. Ainsi, les clients se retrouvent parfaitement chez eux en franchissant l’entrée du magasin, qui reflète judicieusement l’habitat local.1 3 million de visiteurs sont attendus la première année. Ils disposeront de 18 5600 m² de surface de vente dont 5 700m² de libre-service de meubles. Cette famille majeure devant, à elle seule, réaliser 60% du chiffre d’affaires global du magasin.

**Le Duff se développe en Afrique**

Le groupe Rennais Le Duff accélère son implantation en Afrique où il va ouvrir 30 restaurants « Brioche Dorée » d’ici à 10 ans, dans sept pays Africains. La première ouverture aura pour site, Abidjan, cette année en novembre ; Le groupe Le Duff est le numéro un mondial du secteur du Café Bakery avec es enseignes comme : Brioche Dorée Le Fournil de Pierre Bruegger’s et Kamps. Le groupe de Louis Le Duff réalise un chiffre d’affaires de 1 680 milliards d’euros et emploie près de 30 000 salariés.

**Naissance d’un géant des surgelés en Europe**

Un nouveau poids lourd vient de voir le jour dans le monde de la restauration. En rachetant Davigel à Nestlé, le britannique Brakes a l’ambition de ravir la première place au suisse Transgourmet. Avec Davigel, le britannique étend son territoire en Espagne, en Belgique et au Luxembourg. La vente de Davigel montre que, dans un secteur encore atomisé, la consolidation a encore de beaux jours devant elle. Avec son acquisition, Brakes devient le deuxième acteur du marché français de la restauration hors du foyer, derrière Pomona.

**Au Brésil, Casino touché par la crise, revoit son plan de développement**

… Et entend miser essentiellement sur la proximité. Ainsi trois cents superettes ont été inaugurées depuis le début de l’année en cours. Le groupe Casino est numéro un de la distribution au Brésil avec sa filiale Grupo Pao de Açucar. Mais la crise est passée par là ; la filiale brésilienne de Casino vient d’annoncer le deuxième consécutif de pertes : 122 millions de reals (environ 30 millions d’euros) ente juillet et septembre, contre un bénéfice de 391 militons de reals durant la même période l’an dernier . Au cours des neuf premiers mois de l’année 2015, les bénéfices de GPA ont fondu de 90% en rythme annuel. Quarante magasins ont déjà été fermés.

**Walmart se lance dans la bataille des drones**

Walmart continue à faire flèche de tout bois pour ne pas se laisser déborder par son éternel rival Amazon. Ce dernier solide numéro mondial de la distribution dispose de : 11 500 magasins dans 28 pays, 2,2 millions d’employés et réalise un chiffre d’affaires de 483 milliards de dollars. Walmart vient de demander aux autorités de régulation de pouvoir tester des drones, pour entre autres, assurer des livraisons à domicile ou encore procéder à la vérification des stocks des entrepôts. Walmart a reconnu mener depuis plusieurs mois des tests en salle et souhaite maintenant procéder à des tests à l’extérieur. Il est évident que l’utilisation commerciale des drones s’inscrit dans de nombreux projets nourris par les : Amazon, Google et autres. Les drones peuvent également contribuer à la surveillance des magasins comme des entrepôts, voire (et pourquoi pas !!!), transporter les achats depuis les sorties des caisses jusqu’à la voiture et bien sûr, jusqu’au domicile du client. On n’arrête vraiment pas le progrès.

**À Londres, le célèbre magasin de jouets Hamleys passe sous pavillon chinois**

Hamleys fait partie du passage obligé pour tout Londonien ou voyageur accompagné d’un enfant. Le groupe de jeux et jouets est aujourd’hui présent dans une vingtaine de pays et vise la création à l’horizon 2016 /2017 d’un réseau d’environ 600 magasins. Alors que le chiffre d’affaires du groupe a rapidement progressé, à 750 millions d’euros l’an dernier, son résultat d’exploitation se serait en revanche sérieusement contracté.

**Le mobile s’impose dans l’e-commerce**

Les applications de commerce en ligne s’imposent à la veille des achats de Noël. Mais la France reste en retard. Aux États-Unis, 29% des achats en ligne se feront sur mobile cette année, 49% sont attendus au Japon et 25% en France. La France est quelque peu en retard dans ce domaine ; elle se place juste devant la Russie et le Brésil. Il ressort de maintes études récentes : qu’acheter depuis un appareil mobile n’est pas encore un acte « naturel » pour tout le monde, à l’image des achats sur Internet à l’orée des années 2000.

**25% des défaillances d’entreprises aujourd’hui incombent à des impayés**

L’impact des retards de paiement n’a pas cessé de dégrader la situation de nos entreprises. Les études et classements en tout genre fleurissent pour dénoncer ce crédit fournisseur déguisé, il est un véritable « Holdup–Up » qui assèche la trésorerie de l’entreprise. Comme repris en titre : 25% des défaillances d’entreprises sont dues à des impayés. De 1 850 en 2012, les contrôles de la DGCCRF sont passés à 2500 en 2015.Ce nombre est dramatiquement insuffisant, et l’on peut s’interroger sur leur efficacité. En effet, seules 140 amendes administratives, mises en place par la loi Hamon, pour un montant de 2 millions ont été dressées.

**Nike accélère encore sa course vers les sommets**

Déjà leader mondial, l’équipementier veut développer ses ventes chez les femmes et sur Internet. Lors de la récente présentation de ses résultats, le PDG de Nike, Mark Parker, résumait la trajectoire suivie par le groupe : « *Il nous a fallu quarante ans pour atteindre 20 milliards de dollars de chiffre d’affaires, puis seulement quatre ans pour passer à 30 milliards »* Le groupe vise les 50 milliards de dollars dans les cinq ans. Pour cela, il mise sur trois éléments : les ventes sur Internet, les articles pour femmes et l’apport de sa filiale Jordan Brand, née du succès des ventes de la ligne de sneakers (ou baskets) – les Air Jordan – restant toujours l’une des plus vendues dans le monde.

**Casino : toutes les enseignes du groupe sont dans le vert**

Casino tire enfin profit de la baisse de ses prix. La Bourse se montre particulièrement sensible à ses performances globales. La progression des ventes en France présentée en % en comparaison du troisième trimestre des années 2015 /2014 est la suivante :

- Proximité et divers +4,6

- Hypermarchés +3,5

- Ensemble France +2,4

- Leader Price +2,3

- Monoprix +2,2

- Supermarchés Casino +0,7

- Franprix +0,6

**Ikea France : est venu le temps de la perplexité**

Ikea France s’interroge sur la forme de son développement, car l’ouverture de magasins Ikea ne dope plus les ventes en France. Le chiffre d’affaires annuel n’a progressé que de 1%. Le rythme de l’expansion va être ralenti. Ce qui conduit Olivier Baraille le nouveau PDG d’Ikea à revoir à la baisse le plan de développement initié par son prédécesseur Stefan Vanoverbeke. Par ailleurs, il se dit que Ikea s’interrogerait sur la bonne taille de ses magasins futurs, ils seront peut-être de moindre dimension que l’actuelle norme (20 000 m²).

**Darty /Fnac : on donne du temps au temps**

À la mi-novembre le conseil d’administration de Darty demandait à la FNAC d’améliorer son offre de rachat. Rappelons que le 28 septembre, le distributeur de biens culturels a remis au conseil de son rival un projet d’offre consistant à échanger un titre FNAC contre 39 actions Darty, ce qui valorisait ce dernier 720 millions d’euros. Les valorisations des deux groupes ont progressé depuis un mois (de 108 millions d’euros pour la FNAC et de 140 millions pour Darty).

**SPAR, le petit sapin hollandais a conquis 40 pays**

Peu le savent, l’enseigne SPAR est un géant mondial de la distribution, via une multitude de franchiseurs, et des implantations dans des pays parfois improbables. On dénombre aujourd’hui plus de 12000 points de vente répartis sur quatre continents. Le tout réalisant un chiffre d’affaires supérieur à 32 milliards d’euros. SPAR demeure une enseigne de taille très modeste sur son marché national.

**La France constate une baisse sensible des vols**

Selon le baromètre mondial de Checkpoint Systems, les vols en magasins ont diminué, représentant 0,81% du chiffre d’affaires des enseignes françaises, soit plus de 3,5 milliards d’euros en 2014-2015. Cette spectaculaire amélioration a nécessité de lourds investissements. Les vols en 2013-2014 s’élevaient à 1,09% en 2013-2014.

**Leclerc va demander des baisses de prix aux grandes marques**

Qui l’eut dit, qui l’eut cru ? Leclerc a toujours été constant dans sa politique de bas prix. Il rappelle *: « Même sans puissance d’achat, le magasin de mes parents était le moins cher »* et de poursuivre dans une interview accordée au Figaro (lundi 18 novembre 2015) : « *Ceux qui agitent le chiffon rouge de la guerre des prix sont ceux qui l’ont déclenchée, à savoir Carrefour et Géant, qui ont brutalement modifié leur positionnement tarifaire pour essayer de changer leur image. Ils n’ont provoqué qu’une baisse généralisée des marges ».* Michel-Édouard Leclerc avance que certains industriels internationaux ont bel et bien su tirer profit de la baisse des coûts des matières première et de l’énergie. « *Nous allons leur demander de pouvoir répercuter ces baisses aux consommateurs français ».*

**La nutrition santé, nouvel eldorado du marché alimentaire**

Avec l’allongement mondial de l’espérance de vie, et une demande qui ne cesse de croître d’aliments santé, le marché de la nutrition santé explose. Il enregistre un taux de croissance mondial situé entre 5 et 15% l’an, selon les segments. Ce marché encore en total devenir suscite bien des vocations. La raison majeure de ce constat est certes le vieillissement de la population, mais également le développement de maladies chroniques (diabète, hypertension, cancer). Mais il convient de souligner aussi que nous prenons conscience du lien croissant qui existe entre alimentation et santé. Comme le souligne le quotidien Les Échos *« Les potentiels sont immenses pour des produits permettant de mieux vieillir, de prévenir certaines pathologies ».*

**Vers un étiquetage des aliments**

Lors des débats sur le projet de loi santé, adopté en avril cette année à l’Assemblée nationale, les députés ont validé le principe de la mise en place d’une information nutritionnelle simplifiée. Une réflexion se poursuit actuellement sur la mise en œuvre opérationnelle d’un logo et d’un code couleur informant les consommateurs. Sa mise en place est incessante. Il est retenu des teintes du vert au rouge soit : Vert, Jaune, Orangée Fuchsia et Rouge allant ainsi du plus sain au plus nocif.

**Les grossistes créateurs de 100 000 emplois par an**

Il importe de prendre les mesures qui s’imposent pour simplifier la vie des grossistes, car plusieurs mesures ont alourdi ou freiné l’activité du commerce de gros. Or, ce secteur, plutôt en bonne santé, est un important créateur d’emplois. La filière regroupe 120 000 entreprises dont 95% de PME réalisant 790 milliards d’euros de chiffre d’affaires et employant 1 million de salariés. .Selon le président de la confédération du commerce de gros Marc Hervouet : « *Le secteur doit se débattre avec des textes qui ne sont pas conçus pour lui, mais qu’il doit néanmoins appliquer ».*

**Premiers effets de l’application de la loi Macron**

Dispensés d’accord social, les magasins de moins de 11 salariés sont les premiers à profiter des nouvelles opportunités d’ouverture, quand les autres peinent à négocier. L’an dernier selon Dares 5,3 millions de français travaillaient régulièrement le dimanche (au moins une fois par mois). Ce dimanche, encore (22 XI) la loi Macron devrait emplir les allées du centre commercial de Beaugrenelle à Paris. Et de la plupart de ses 100 boutiques. Ce centre commercial a été le premier a profiter de la loi Macron qui l’a classé au cœur d’une des 15 zones touristiques internationales (ZTI) de l’hexagone, où les commerces ont désormais le droit, sous certaines conditions, d’ouvrir tous les dimanches de l’année. Paris où se situent 12 ZTI, 4 000 commerces bénéficient de cette opportunité. Car, 80% d’entre eux employant moins de 11 salariés et n’ont donc pas besoin d’accord social pour tenir boutique ouverte. Un référendum suffit.

**Chronopost a de bonnes raisons pour se lancer dans la livraison de produits alimentaires**

En décidant de livrer des produits frais à partir du 5 novembre, Chronopost est persuadé pouvoir faire décoller l’e-commerce alimentaire par petits colis. Les camions et entrepôts existants, seront équipés d’un conteneur frigorifique, en attendant que les volumes à traiter décollent. La « Logistique urbaine » est un marché encore embryonnaire mais très prometteur ».

**L’offre de Primark : de la mode à un prix incroyablement bas**

Primark vend en Grande Bretagne plus de vêtements que n’importe lequel de ses concurrents. Ce véritable empire du prêt à porter réalise 6,7 milliards d’euros de chiffre d’affaires dégageant 902 millions d’euros de résultat opérationnel. Il dispose de 278 magasins et emploie 54 000 personnes La recette de Primark repose sur la combinaison gagnante suivante : des fringues cool, des magasins attrayants et des prix sacrifiés qui font que les clients achètent plus. Outre-Manche, chez H&M, le prix moyen d’un vêtement pour femme est d’environ 15 euros, contre un peu plus de 5 euros à Primark.

**Le commerce subit une hausse de la fiscalité locale sans précédent**

Dans une interview accordée à LSA, Jacques Creyssel, délégué général de la FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution) regrette que l’État intervienne dans les négociations commerciales, et appelle le gouvernement à éviter les lois coûteuses. Il réclame : la suppression des taxes foncières, la hausse de la fiscalité locale posant elle, désormais, un vrai problème pour le commerce. Pour lui, la guerre des prix n’est plus tenable pour personne à terme. Il propose que : Industrie et Commerce établissent ensemble des diagnostics communs.

**Travail dominical : est venu le temps des premiers accords**

Au-delà des majorations de salaires, d’autres éléments sont négociés : jour de récupération en semaine (Darty) – rotation un week-end sur deux (Ikea) – frais de garde d’enfants (Sephora). En termes de majoration de salaire le dimanche il existe des variations, ainsi : IKEA +125% - DARTY +100% - GALERIES LAFAYETTE +100% - ETAM +100% - ALIMENTAIRE + 30%

**Drives : les ouvertures reprennent depuis septembre**

Après un « coup de mou » en juillet (11 ouvertures seulement) et en août (27), le parc des drives continue de s’étendre en France avec 33 ouvertures au mois de septembre. Sur les derniers chiffres en date, Intermarché se taille la part du lion, avec 24 ouvertures sur les 33 recensées. Ce qui porte le total des drives pour l’enseigne à 780, et même 1 082 si l’on rajoute les points de retrait à l’accueil des magasins. Le nombre de drives (accolés et déportés) s’élève à 3 048 en France.

**Eco Emballage : la concurrence se fait de plus en plus pressante**

Cet « éco–organisme » va perdre son monopole en janvier 2017. Date à laquelle, d’autres organismes chargés de veiller à l’organisation du tri et du recyclage des emballages (verre, carton, aluminium…) devraient se partager le marché, avec l’acteur historique. En jeu, un budget global de 660 millions d’euros, apporté par les producteurs d’emballage, Nestlé, Danone, et des milliers d’entreprises de toutes tailles.5 millions de tonnes d’emballages sont mises sur le marché chaque année, dont 3,2 sont recyclées.

**Prochainement : Cap 3000 un centre commercial plus contemporain que jamais**

Cap 3000, aux portes de Nice, va retrouver une nouvelle jeunesse presque un demi-siècle après son ouverture sous l’égide des Nouvelles Galeries. Les travaux de rénovation et d’extension qui ont commencé au début du premier trimestre 2015 devraient s’achever en 2018. Le budget imparti à ce bain de jouvence est estimé à 400 M€. De 85 000 m², ce prototype du « Centre de vie » dont se réclament tous les promoteurs, verra sa surface d’exploitation portée à 135 000m² permettant d’accueillir 300 boutiques. Une fois l’extension et la métamorphose achevées on attend 10 à 14 millions de visiteurs supplémentaires annuels.

**Fnac-Darty : la bague au doigt pour la vie**

Fnac et Darty sont mis au défi de réussir leur mariage. L’enseigne culturelle a convaincu le distributeur d’électroménager de se laisser racheter. L’agitateur culturel a valorisé à 856 millions d’euros Darty, l’inventeur du « contrat de confiance ». Le mariage devrait aboutir à un groupe de 7,4 milliards de chiffre d’affaires composé de 590 points de vente en France, en Europe, et au Brésil. De ce mariage, pour le moins de raison, sont attendus 85 millions d’euros de synergies. Les activité des deux groupes se répartissent tel que suit en termes de chiffres d’affaires :

FNAC : Produits techniques 58% - Produits éditoriaux 39% - Services 5%

DARTY : Petit et gros électroménager 60% - Multimédia 28% - Télévision 15%

**Picard, le spécialiste du surgelé teste à Rueil Malmaison un magasin qui consomme moins.**

Picard participera au Salon Solutions COP 21 qui se déroulera à Paris du 4 au 10 décembre ; il présentera à cette occasion des actions concrètes en faveur de l’environnement et parmi celles-ci, les solutions développées dans son magasin expérimental de Rueil Malmaison .Notamment une innovation remarquée visant à réduire sa consommation d’énergie. Un écueil toutefois, il coûte trois fois plus cher à aménager.

**Leclerc bat tous ses records à la rentrée 2015**

Dans la dernière livraison des parts de marché de Kantar Worldpanel, les centres Leclerc ont battu un nouveau record atteignant 20,6%, à +1,3 pt versus 2014. Par ailleurs, Lidl aligne une 13e période consécutive de gain, à 4,9%. Le groupe Casino gagne 0,1 pt, à 11,8%, tiré par les performances de Leader Price et la bonne orientation de Géant. Les hypermarchés Auchan et Carrefour restent stables.

**La Redoute engagée dans une transformation pour renouer avec la croissance**

Nathalie Balla et Éric Courteille les deux dirigeants de La Redoute se sont engagés dans une série de transformations aux fins de renouer avec la croissance. Quatre axes de développement vont être mis en œuvre.

- Les marques propres qui représentent 70% du chiffre d’affaires de l’entreprise ;

- Le recentrage de l’offre produite sur la mode et la maison ;

- Le mobile qui génère 25% du chiffre d’affaires global et 40% du trafic web ;

- Les recommandations de produits sur les sites, ils engendrent 14% du chiffre d’affaires.

**Sephora Flash allie proximité et digital**

Le leader de la parfumerie sélective teste un nouveau concept ultra connecté. Quatre fois plus petit qu’une boutique classique, il sera implanté dans des quartiers où l’enseigne n’était pas encore présente, faute de place. La superficie du magasin Sephora Flash est de 130 m² il propose aux clients de faire appel à 15 conseillères parfaitement préparées à l’assistance des clients qui trouvent dans le magasin 3500 références mais également peuvent opter pour un catalogue numérique qui, lui, propose 14000 références.

**Etam se métamorphose en Chine**

Baptisé Etam Paris, la première boutique de lingerie adaptée au marché chinois ouvre fin novembre cette année. Etam est un groupe international très présent en Chine depuis son arrivée en 1994. Disposant de 2799 points de vente en Chine, il y réalise un chiffre d’affaires de 382,4 millions. Etam a atteint en 2014 un chiffre d’affaires global de 1,22 milliards d’euros via 4 122 points de vente répartis dans 40 pays. Sur le front de la distribution Etam continue de pousser la part de ses ventes en centres commerciaux. Elle y a bondi de 50% en deux ans pour monter à 12% .Ils sont aujourd’hui jugés plus porteurs que les grands magasins où Etam s’était ancré et où il gère 2 707 « corners » de 80 m². Il n’exploite que 92 boutiques de 500 m² en centres commerciaux.

**Kering voit son chiffre d’affaires dopé par les effets de change**

Kering a vu son chiffre d’affaires progresser de 12% au troisième trimestre, à 2,8 milliards d’euros (+3,1% à périmètre et taux de change comparables. Pour le luxe, la croissance des ventes s’élève à 14% « tirée par les flux touristiques en Europe de l’Ouest et au Japon »Pour les activités sport et « lifestyle », la hausse atteint 3,9%.

**H&H, l’enseigne de meubles aux grandes ambitions en France**

Peu connue dans l’Hexagone et, pourtant, présente depuis 2007 avec 57 magasins, cette enseigne de meubles néerlandaise affiche un plan d’ouverture impressionnant. Elle chasse sur les terres des indépendants avec une offre 100% maison. La surface moyenne s’étale entre 450 et 700 m² et l’assortiment culmine à 20 000 références.

**La Foir’ Fouille lance un nouveau concept de magasin**

La Foir’Fouille, typée solderie, a fait long feu. Forte de son nouveau concept, l’enseigne n’a plus rien de comparable avec un bazar chaotique où le désordre appelait le désordre. Les produits sont mis en valeur, le client est guidé dans ce nouvel écrin où les prix restent néanmoins très acceptables eu égard à l’offre et à son environnement. Sur l’hexagone 220 magasins ont pignon sur rue dont 190 en franchise. La Foir’Fouille a réalisé en 2014 un chiffre d’affaires en hausse de 8% à périmètre non comparable. Le développement du groupe implique la création annuelle de 12 magasins d’une surface moyenne de 1400 m². La Foir’Fouille propose 10 000 références bien mises en exergue dans les 5 à 6 millions de prospectus distribués chaque année.

**Decathlon, premier vendeur de textile, chaussures et accessoires de France**

Ce positionnement élogieux de Decathlon est la résultante du très large périmètre de son assortiment qui englobe peu ou prou l’ensemble des marchés du textile, de la chaussure et des accessoires. Decathlon selon Kantar Worldpanel confirme son statut de numéro un des ventes « fashion » en France, devant les Galeries Lafayette et Leclerc. Mais si l’on s’en tient aux seules ventes textiles, c’est bien Kiabi le leader. À fin juin 2015, ce marché « Fashion », dans son ensemble, affichait une belle progression en volume de 3%, portée essentiellement par un positionnement prix toujours important (-3%).

**Un Auchan ultra connecté et hypo énergivore**

Locomotive commerciale du nouveau centre francilien, l’hypermarché Auchan des Saison de Meaux est le 120e magasin en France de l’enseigne, en perte de vitesse depuis plusieurs mois. Présenté comme « ultra-connecté », avec le Wi fi gratuit, 54 écrans digitaux et 8 bornes permettant de commander directement sur place les produits non disponibles en magasin. Cet hyper est aussi selon Auchan le moins énergivore de France, avec des prévisions de consommation de 299 kWh/m²/an, soit une amélioration des consommations de plus de 35% par rapport à un hypermarché conventionnel. Présentée comme une première en France l’installation frigorifique permet de récupérer de la chaleur aux fins d’alimenter les installations de chauffage et de production d’eau chaude sanitaire.

**La Halle prête à sortir la tête de l’eau**

Après sa descente aux enfers et 137 millions d’euros de perte en deux ans, l’ex fleuron de Vivarte repart de l’avant, avec un parc de magasins réduit et un nouveau virage stratégique. 230 magasins ont été retiré de la force de vente de la Halle avec pour effet, de rabaisser la hauteur de la barre pour revenir à l’équilibre.

**Ouverture le dimanche : les grands magasins l’approchent en ordre dispersé**

Les grands magasins parisiens vont-ils pouvoir signer, en bonne intelligence, avec les syndicats un accord de branche leur permettant d’ouvrir tous les dimanches. Rien n’est moins sûr. Une ultime réunion est programmée le 24 novembre. En cas d’échec, Galeries Lafayette, Printemps, Bon Marché et autres devront obtenir un d’entreprise chacun de leur côté.

**Trois années de Croissance pour Carrefour France**

Le troisième trimestre est excellent pour Carrefour, qui aligne les bons résultats en France et en Europe, et reste solide à l’international. La croissance organique du groupe atteint 4,2%. Tous les formats sont en progression, une mention particulière pour la proximité, qui profite des transformations des magasins Dia. À noter qu’en France *« La croissance est continue depuis trois ans »* Le groupe enregistre un 11e trimestre consécutif dans le vert : 1,6% en organique à 10,27 Mrds €.

**Le Printemps fête cette année ses 150 ans**

Pour le groupe que préside Paolo de Cesare, l’année en cours est un millésime qui fera date. En marge de son anniversaire spectaculaire, le groupe devrait enregistrer une croissance de ses ventes de 8 à 9% sur l’exercice clos fin mars prochain, pour atteindre 1,8 milliard d’euros, dont 1 milliard pour son navire amiral du boulevard Haussmann. L’accélération est d’autant plus significative de l’excellente santé du groupe qu’il avait déjà enregistré une progression de 6,9% sur le dernier exercice. Paolo de Cesare estime que les 100 millions qu’il compte investir boulevard Haussmann permettront au groupe d’atteindre entre 2 et 2,2 milliards d’euros de chiffre d’affaires à l’horizon 2020.

**Les Galeries Lafayette ouvrent deux nouveaux magasins de déstockage**

Les Galeries Lafayette annoncent l’ouverture de deux nouveaux magasins de déstockage en France. Situés au cœur de deux centres commerciaux « outlet » tous deux propriétés du groupe Klépierre. Ces magasins concepts ouvriront respectivement au sein du centre Marques Avenue de la Séguinière (Maine et Loire) fin 2015 et au sein du Nailloux Outlet Village (Haute Garonne) début 2016. Ces deux « Galeries Lafayette Outlet proposeront respectivement sur 880 m² et 1 000 m² un choix de marques de mode et accessoires femme, homme et enfant de la saison précédente avec des réductions allant de -30 à -70%, et des arrivages fréquents de collections de grandes marques.

**Maître d’Ouvrage : L’association pour l’histoire du commerce (Président Claude Brosselin)**

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

**Diffusion : Yves Soulabail**

Sources principales d’information:

Sources personnelles directes

-Presse économique et Financière

-Presse spécialisée (LSA,)