

# LA LETTRE DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE

7 rue Fould, 78600 Le Mesnil le Roi, France

Tel 01 39 12 17 93 (ligne directe)

e-mail : [bguillot@chabot-associates.com](mailto:bguillot@chabot-associates.com)

sites Internet : [www.globalretailnews.com](http://www.globalretailnews.com)

[www.chabot-associates.com](http://www.chabot-associates.com).

## SOMMAIRE

Liste des articles parus dans

### La Lettre de la Distribution Internationale :

**OCTOBRE 2008**

#### **INTERNATIONAL**

. Le commerce en ligne résiste t-il mieux à la crise ? Au Royaume-Uni, les ventes en ligne explosent. Elles ont représenté 30% à 50% de l'ensemble des ventes en 5 ans...

Aux USA, les grands commerçants augmentent leurs investissements dans leurs sites en ligne. Les Américains croient que le commerce en ligne résiste mieux que d'autres secteurs du commerce de détail

. En bref : Metro se prépare à entrer au Kazakhstan en 2009 avec un 1<sup>er</sup> cash & carry à Astana, la capitale... Eldorado, 1<sup>ère</sup> chaîne russe de magasins d'électronique, pourrait voir son prêt transformé en prise de participation par son créancier... Bloomingdale à Dubaï... Carrefour s'installe à Bahreïn... Le fonds d'investissement privé du Koweït, Global Investment House, a pris une participation dans le distributeur saoudien Al Sawani Food & Industrial Supply... Sonae Sierra annonce 3 projets de centres commerciaux au Portugal... Pizza Hut se lance dans la commande en ligne en France... Asda, N°3 britannique de la distribution alimentaire, filiale de Wal-Mart, déplace sa production hors de Chine vers des pays à plus bas coûts... Marks & Spencer ouvre son 1<sup>er</sup> magasin en Chine (Shanghai)... Gap vient de signer un accord de franchise au Mexique et acquiert Athleta, prêt-à-porter de sport féminin aux USA...

#### **EUROPE**

. Vers un ralentissement de la consommation en Europe

. Le commerce de détail en Europe : va-t'on vers une révolution ou vers une évolution ?

. Explosion attendue de l'hypermarché en Europe Centrale & Orientale

#### **ALLEMAGNE**

. Metro : real,- Magasin du Futur, enregistre des résultats positifs lors de ses 100 premiers jours

#### **ESPAGNE**

. Inditex : chute de 3,1% du bénéfice net au 2<sup>e</sup> trimestre

#### **FRANCE**

. Le hard discount a gagné 0,4 point de part de marché à 13,9% en un an

. Groupe Auchan : l'international a représenté près de 50% du CA au 1<sup>er</sup> semestre

## **ROYAUME-UNI**

- . Aldi et Lidl rencontrent un grand succès au Royaume-Uni
- . Kingfisher : baisse du bénéfice avant impôt, réorganisation de Brico Dépôt en France
- . Topshop à New-York : l'ouverture à Soho repoussée d'octobre au printemps 2009

## **FEDERATION DE RUSSIE**

- . Renforcement de la concurrence. Entrée de Carrefour

## **SUEDE**

- . Ikea touché par le ralentissement économique
- . H&M défie la morosité du commerce de détail

## **AMERIQUE DU NORD**

### **ETATS-UNIS**

- . Changement dans la fréquentation mensuelle des centres commerciaux
- . Les centres commerciaux sous la pression des fermetures de magasins. Les propriétaires pâtissent de 10 années d'un excès de construction
- . Chez Mc.Donald's, l'Europe progresse plus vite que les USA
- . Home Depot se concentre sur les prix bas et les économies d'énergie

## **ASIE**

- . Wal-Mart cherche à se développer en Asie du Sud-est

## **JAPON**

- . Pour s'imposer comme acteur majeur de l'habillement international, le japonais Fast Retailing va ouvrir des magasins en Inde et en Russie et reste intéressé par des acquisitions aux USA et en Europe

## **MOYEN-ORIENT**

- . Mall of Arabia dans les Emirats : le futur centre commercial gigantesque sera partie intégrante de la Cité de l'Arabie sur les terres du parc à thème Dubailand, le plus grand projet du monde de tourisme et de loisirs

**Vous pouvez aussi lire les études :**

- ✓ **Les commerçants locaux prêts à affronter les géants globaux**
- ✓ **Le Brésil, un marché de détail prometteur**
- ✓ **La croissance des marchés émergents donne naissance à de nouveaux millionnaires. Globalisation des millionnaires des BRICS**

\*\*\*\*

## Quelques extraits de nos articles parus dans : La Lettre de la Distribution Internationale : OCTOBRE 2008

### ■ EUROPE

#### **Explosion attendue de l'hypermarché en Europe Centrale et Orientale.**

L'hypermarché, implanté en Europe Orientale depuis le début des années 90, doit dépasser les autres formes du commerce de détail alimentaire selon les analystes de Business Monitor International. En 2006, il en représentait tout juste le tiers dans 15 marchés-clés d'Europe Centrale et Orientale avec un CA de US\$ 39,54 Mds. À l'horizon 2011, les analystes estiment que ce CA va grimper à \$ 89,2 Mds, soit une croissance de 125%, supérieure à la croissance globale du commerce de détail alimentaire attendue à 95%. « L'hypermarché a un potentiel considérable pour une expansion future en termes de valeur absolue comme de nombre de magasins et de pénétration » déclare BMI, qui ajoute, « La croissance économique va continuer à stimuler le commerce de détail dans la région et l'hypermarché profitera de l'augmentation du nombre de propriétaires de voitures et du développement des parcs d'activités commerciales. »

Les « variations » entre les marchés sont dues aux différentes réglementations, aux revenus disponibles et au prix des terrains. Les chercheurs de BMI prédisent que **la Russie et l'Ukraine seront « les moteurs du développement de l'hypermarché »** même si sa croissance sur ces marchés est freinée par des facteurs comme la crise bancaire et le krach du marché immobilier.

L'expansion des acteurs locaux et la menace continue d'interventions gouvernementales dans ce secteur sont des risques pour les commerçants internationaux.

### ■ INTERNATIONAL

#### **Les commerçants locaux prêts à affronter les géants globaux.**

Le commerce de détail devient progressivement une activité internationale. Dans la course aux pays émergents, Wal-Mart et Carrefour, qui se sont développés dans le monde entier, affrontent aujourd'hui de puissants commerçants locaux.

Selon des informations de Deloitte et un récent rapport publié par Just-food, intitulé Globalisation de la distribution alimentaire, prévisions pour 2013, on note des changements chez les commerçants exploitant des magasins dans plusieurs pays. En 2007, les commerçants présents dans au moins 3 pays ont vu leur CA augmenter de près de 2 points plus vite que les commerçants présents dans 1 ou 2 pays alors qu'en 2006 les commerçants préférant « rester concentrés sur leur marché domestique » avaient dépassé les groupes actifs à l'étranger en terme de croissance.

Les commerçants présents dans plus de 10 pays ont enregistré une marge bénéficiaire nette moyenne de 4,7% contre 3,1% pour ceux présents dans 1 ou 2 pays selon Deloitte. « Les commerçants établis reconnaissent que face à une croissance organique domestique plus difficile à soutenir sur les marchés matures, l'expansion est devenue une étape nécessaire pour sécuriser leur future rentabilité.»

Les grands groupes internationaux se concentrent plus précisément sur la Russie, l'Inde et la Chine. Mais ils ont souvent à affronter, sans pouvoir s'y dérober, la complexité des réglementations et de la législation locale en matière d'investissements étrangers.

Si la concurrence est surtout menée par Carrefour et Metro ou Tesco et Wal-Mart sur ces nouveaux marchés, le rapport de Deloitte souligne que la croissance des économies en développement rapide a donné naissance à leurs propres conglomérats locaux qui deviennent de plus en plus des adversaires puissants prêts à affronter la concurrence internationale : X5 en Russie, Bharti Enterprises en Inde...

Ce rapport souligne aussi que les restrictions sur les investissements étrangers dans un certain nombre de marchés octroient des avantages significatifs aux acteurs locaux. « Compte tenu de la corruption latente et des restrictions en matière de réglementation concernant les investissements dans le commerce de détail, notamment en Chine et en Inde, les sociétés locales ont un gros avantage sur leurs rivaux internationaux, en agissant rapidement et en adoptant leurs meilleures pratiques stratégiques. »

Le rapport ajoute que...

*"Pour lire l'intégralité de cet article, prendre contact avec :*  
[bguillot@chabot-associates.com](mailto:bguillot@chabot-associates.com) ou tel.331 39 12 17 93

## ■ ETATS-UNIS

**Les centres commerciaux sont sous la pression des fermetures de magasins. Les propriétaires pâtissent de 10 années d'un excès de construction.**

Dans les grands centres commerciaux, les propriétaires sont confrontés à la hausse du taux de vacance, au ralentissement des ventes et à la mise sous protection du code des faillites de chaînes créées de longue date comme Mervyn's, Linens'n Things, Boscov's et Sharper Image.

Une chaîne d'habillement comme Gap, non seulement ralentit ses projets d'expansion, mais essaie de réduire la s. des magasins existants pour diminuer ses coûts locatifs. Les restaurants populaires Cheesecake Factory testent un prototype plus petit. American Eagle demande aux bailleurs des centres commerciaux peu performants des diminutions de loyers.

Dans les centres commerciaux sommaires, le taux de vacance est à son plus haut niveau depuis 1995 à 8,2% et le loyer moyen a reculé de 0,4% entre le 1<sup>er</sup> et le second trimestre pour la première fois depuis une décennie. Dans les centres régionaux, le taux de vacance atteint 6,3%, le plus haut niveau depuis 2002. Or, même si les loyers ont augmenté de 0,2% entre le 1<sup>er</sup> et le second trimestre, ils sont en chute en tenant compte de l'inflation.

Face aussi au prolongement de la crise de l'habitat et à l'absence de financement pour la construction, des promoteurs ont été contraints à annuler, repousser ou réduire leurs projets, préférant se concentrer sur des rénovations. Certains vendent des centres

