

LA LETTRE DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE

7 rue Fould, 78600 Le Mesnil le Roi, France

Tel 331 39 12 17 93 (ligne directe)

e-mail : bguillot@chabot-associates.com

sites Internet : www.globalretailnews.com

www.chabot-associates.com.

SOMMAIRE

Liste des articles parus dans

La Lettre de la Distribution Internationale :

AVRIL 2009

INTERNATIONAL

- . Les investissements dans l'immobilier commercial ont chuté de 59% en 2008
- . Où investir en 2009 ?
- . En bref : Fast Retailing veut tripler le nombre de ses magasins de plus grande surface au Japon le plus rapidement possible... Les grands magasins japonais Takashimaya annoncent l'ouverture d'un magasin drapeau à Shanghai en 2012... Body Shop se concentre sur son expansion en Inde... Nakheel annonce un délai d'une année dans son programme de centres commerciaux dans les Emirats en raison de la crise mondiale... Développement des marques propres aux Etats-Unis... Mab Development : ouverture du centre My Ziel au centre de Francfort... « Moulin de Nailloux, centre commercial de magasins d'usine de nouvelle génération, est prévu au sud de Toulouse à partir du 1^{er} semestre 2010... Ikea ouvrirait des centres commerciaux en Serbie...

EUROPE

ALLEMAGNE

- . Une famille allemande sauve le promoteur américain Developers Diversified Realty et élargit son empire immobilier dans les anciens pays communistes d'Europe de l'Est
- . Metro : chute de 31% du bénéfice net en 2008

BELGIQUE

- . Groupe Delhaize : la hausse des bénéfices sur l'année 2008 a été alimentée par une augmentation des ventes de produits à la marque et une bonne gestion des coûts

FRANCE

- . Casino : hausse de 7,3% du bénéfice net en 2008. Cession d'actifs pour réduire l'endettement
- . Carrefour va réorganiser ses magasins français et faire des économies
- . Auchan : progression du CA (+7,5%) et de l'EBITDA (+9,2%) mais baisse du résultat net des activités poursuivies (-2,4%) en 2008
- . Jardiland cherche à se développer à l'international par la franchise

PAYS-BAS

. Ahold : forte augmentation des bénéfices en 2008 grâce à la modernisation des magasins pour mieux attirer les consommateurs américains

POLOGNE

. Les grands commerçants ouvrent encore des magasins malgré la crise internationale

ROYAUME-UNI

. Kingfisher : Daniel Bernard nommé à la tête du N°1 européen du bricolage et de l'équipement du foyer

FEDERATION DE RUSSIE

. Défis à court terme et promesses à long terme du commerce de détail

SUEDE

. Hennes & Mauritz se lance dans la vente en ligne de tissus d'ameublement

AMERIQUE DU NORD

ETATS-UNIS

. Augmentation des ventes au détail de 1,8% en janvier pour la 1^{ère} fois depuis 7 mois. En février, léger recul de 0,1%. Ce même mois, Wal-Mart a enregistré une accélération de ses ventes aux USA (+5,1%), en comparable et hors carburant, et le recul de ses concurrents s'est stabilisé

. La récession force Tesco à revoir sa stratégie aux USA

. Poussée des marques propres chez Wal-Mart

. Fermeture des 6 derniers Virgin Megastores américains d'ici la mi-juin

ASIE

CHINE

. Les commerçants étrangers créent des sociétés à part entière sur le marché chinois

INDE

. Carrefour se lance dans la formation des fermiers

JAPON

. Les grands magasins raccourcissent leurs heures d'ouvertures pour réduire les coûts

MOYEN-ORIENT

EMIRATS ARABES UNIS

. Nouvelles lois sur l'immobilier à Dubaï

Vous pouvez aussi lire les études :

- ✓ **Connaître le consommateur indien ou comment la faculté d'adaptation est la clé du succès**
- ✓ **L'explosion commerciale en Turquie est touchée par le sur équipement et la crise économique mondiale (2è partie)**
- ✓ **La Bulgarie attire les étrangers par ses centres commerciaux**

Quelques extraits de nos articles parus dans : La Lettre de la Distribution Internationale : AVRIL 2009

■ INTERNATIONAL

Où investir en 2009 ?

Le Royaume-Uni et l'Allemagne offrent les meilleures perspectives d'investissement en 2009 selon deux études annuelles, l'une publiée par INREV, l'association européenne pour des investisseurs dans des véhicules immobiliers non cotés, l'autre par ULI/PwC. Investisseurs, gestionnaires de fonds et fonds/gestionnaires de fonds ont choisi le Royaume-Uni comme leur pays préféré pour avoir enregistré la plus forte chute des prix en Europe. Vient ensuite l'Allemagne en raison de sa stabilité. Dans ce pays, Munich et Hambourg sont en tête des meilleures villes dans lesquelles investir cette année.

Munich a grimpé l'année dernière du 4è rang au 1^{er} notamment parce que le marché y stagne depuis longtemps. Dans le même temps, Londres a grimpé de la 15è à la 5è place l'an dernier. Les investisseurs sont moins enthousiastes sur des perspectives à Moscou en raison de la chute de son économie et du recul du prix du pétrole. La capitale russe a reculé du 1^{er} au 6è rang, les sondés étant partagés, 39% croyant dans des opportunités d'achat et 32% estimant qu'il est temps de vendre.

Selon INREV, 2010 verra les premiers signes de reprise. Pourtant, un nombre important de gestionnaires de fonds n'attend pas d'amélioration avant 2012. Dublin, Prague et Athènes sont considérées comme des villes à risque et à éviter.

Compte tenu de la volatilité du marché, les professionnels de l'immobilier choisissent de parier sur des produits sûrs ce qui se traduit dans le choix du pays et des villes. Dans les deux études, citées plus haut, l'immobilier de bureaux et l'immobilier commercial sont les secteurs préférés pour des investissements. Toutefois, INREV remarque que tous les secteurs montrent un niveau d'intérêt moindre en 2009 qu'en 2007 et 2008. Ce qui peut s'expliquer par les conditions actuelles du marché et rend les investisseurs prudents.

Pour investir dans le commerce de détail en 2009, les villes les mieux placées sont Munich, Hambourg et Istanbul. Celles à éviter sont Dublin, Prague, Athènes et Madrid.

Le prix plus élevé du pétrole avait poussé Moscou au 1^{er} rang en 2008.

| | perspectives en 2009 | perspectives en 2008 |
|------|----------------------|----------------------|
| Rang | viles | viles |
| 1 | Munich | Moscou |
| 2 | Hambourg | Istanbul |
| 3 | Istanbul | Hambourg |
| 4 | Zurich | Munich |
| 5 | Londres | Paris |
| 6 | Moscou | Lyon |
| 7 | Helsinki | Francfort |
| 8 | Paris | Stockholm |
| 9 | Berlin | Berlin |
| 10 | Francfort | Helsinki |
| 11 | Amsterdam | Milan |
| 12 | Stockholm | Prague |
| 13 | Varsovie | Rome |
| 14 | Edimbourg | Bruxelles |
| 15 | Bruxelles | Londres |

Source : Emerging Trends in Real Estate Europe 2008 and 2009 Survey

En 2008, les pays les mieux placés pour investir dans le commerce de détail étaient la Russie, la Turquie, l'Ukraine et les Balkans. L'Espagne, les grandes villes de la CEE et le Royaume-Uni étaient à éviter.

■ EMIRATS ARABES UNIS

Nouvelles lois sur l'immobilier à Dubaï.

Toute une série de nouvelles lois a été promulguée pour réguler le marché immobilier selon des normes universelles et améliorer les droits des consommateurs.

La loi 13 requiert que toutes les ventes d'actifs immobiliers soient enregistrées au Ministère de la Terre à Dubaï. La loi 14 fixe des normes entre l'emprunteur et le prêteur signant des contrats d'hypothèque et la loi Escrow, ou loi sur les séquestres, régule les fonds obtenus de la vente d'actifs.

Pourtant, le plus grave concerne les changements apportés à ces lois par l'organisme de vigilance, dit RERA (Real Estate Regulatory) qui impose aux promoteurs de réaliser les projets qu'ils ont annoncé sinon ils ne pourront plus obtenir de capitaux.

Ce faisceau de nouvelles lois pourrait toucher durement les promoteurs. Car RERA leur impose de mettre d'avance tous leurs capitaux dans la construction d'un projet et d'acquérir la terre avant d'avoir obtenu l'autorisation du dit projet.

En outre, les promoteurs ne sont autorisés à commencer la vente de leurs opérations que lorsque 20% du projet sont terminés. Pourtant, les prix chutent et les projets sont repoussés : plus de 5 000 ont été gelés à Dubaï en 2008. Plus de la moitié des

projets résidentiels et commerciaux livrables au cours des trois prochaines années ont été soit annulés soit retardés selon Jones Lang LaSalle. C'est le reflet d'un manque de capitaux et de pertes d'emploi.

Ces nouveautés apportées aux lois obligent les promoteurs à placer bien plus de capitaux d'avance à une période où le crédit s'assèche.

En plus, pour protéger les consommateurs dans leurs achats sur un marché en déclin, les promoteurs ne sont autorisés à facturer comme dépôt qu'un maximum de 30% seulement du prix d'achat de l'actif au cas où la construction n'a pas encore commencé.

RERA travaille encore sur deux autres décrets qui pourraient limiter le montant selon lequel un propriétaire peut augmenter le loyer annuel. Le but est de tenter de d'enrayer la spéculation et de réduire le nombre de promoteurs sur le marché en écartant ceux qui avaient le projet de s'installer à Dubaï.

Source : Europroperty

INDE

Connaître le consommateur indien ou comment la faculté d'adaptabion est la clé du succès.

En 2007, les consommateurs indiens ont dépensé près de \$ 450 Mds, soit deux fois plus qu'en 2000. Or, cette performance est susceptible de grimper à 802 Mds en 2012 en se basant sur le doublement des revenus par foyer selon les estimations d'un rapport publié en novembre 2008 par Economist Intelligence Unit.

Il est clair que la croissance du pays n'est pas immunisée contre le ralentissement économique mondial actuel ni contre des attaques terroristes. En fait, elle avait déjà atteint son niveau le plus bas depuis 4 ans à 7,6% au cours du 3^e trimestre 2008. Pourtant, le quart des grands commerçants internationaux y sont déjà présents ou ont l'intention d'y être bientôt.

Ces consommateurs représentent toutes les tranches de la population variée du sous-continent indien. Mais ce sont les jeunes urbains, riches, connaisseurs des marques et utilisateurs d'Internet, qui transforment le paysage. La moitié d'entre eux n'a pas encore 25 ans et ce groupe exerce une énorme influence sur les décisions d'achat de leurs parents. Ils alimentent une demande sans précédent, notamment dans les villes, en produits et services de consommation de style occidental, que ce soit des fast foods ou des consoles de jeux.

Cette explosion des produits de consommation a un impact sur d'autres activités, stimulant une croissance forte des loisirs, de l'immobilier et des voyages.

Or, l'Inde est un pays de paradoxes. Les jeunes urbains peuvent rechercher les marques internationales pour leur cachet, mais, par contre, ils n'aiment pas payer plus cher pour les avoir. Ils optent donc souvent pour des produits locaux leur ressemblant. Or, pratiquement 110 millions de familles rurales, représentant environ le tiers de la consommation totale, sont encore trop pauvres pour acheter autre chose que des produits très basiques à faible marge.

En fait, non seulement les classes sociales ont de l'appétit pour des produits de luxe occidentaux mais les fermiers, eux aussi, en rêvent. Or, les Indiens de presque tous les niveaux de revenus restent très sensibles aux prix. Bien plus, ils espèrent que produits et services reflètent leurs préférences personnelles et la plupart d'entre eux suit les recommandations de la famille et des amis.

Selon l'Indian Council for Research on International Economic Relations, le commerce moderne organisé représente tout juste 4% du commerce de détail total local (contre 20% en Chine et 36% au Brésil). Il est susceptible de grimper au rythme de 45 à 50% par an et de quadrupler sa part du total à 16% à l'horizon 2011-12. Le commerce de détail non organisé progresserait de 10% par an et totaliserait un CA de \$ 496 Mds à ces mêmes dates. Malgré la prolifération de supermarchés modernes dans les villes importantes du sud de l'Inde, la majorité des magasins alimentaires est encore traditionnelle et le service très personnel. Dans le domaine des centres commerciaux, le pays est encore en retard et se situe derrière d'autres grandes économies émergentes...

Pour lire l'article dans sa totalité, contacter bguillot@chabot-associates.com ou tel.331 39 12 17 93

■ ETATS-UNIS

La récession dans le commerce de détail va fournir d'importantes opportunités aux survivants selon la Deutsche Bank.

En se basant sur les données des 18 derniers mois, la banque estime que Wal-Mart, Target Corp, Kohl's Corp, Macy's et J.C.Penney figureront parmi les survivants bénéficiaires des \$ 20 Mds de CA dégagés à la suite de la crise. Best Buy, Bed, Bath & Beyond et Staples connaîtront également une croissance de leur CA grâce à la souplesse de leurs activités respectives. Les entreprises exploitant des magasins isolés comme Kohl's, contrairement à celles très présentes en centres commerciaux, prendront vraisemblablement de plus grosses parts de marché en raison du changement de tendances dans les habitudes d'achat de la clientèle.

La Deutsche Bank croit que \$ 19,2 Mds de ventes seront dégagés par de grands commerçants qui ont déjà fermé ou annoncé leur faillite. Circuit City Stores, Linens' N Things, Sharper Image et Mervyn's figurent dans ce groupe. Sont aussi incluses les entreprises qui continuent d'exercer mais ferment un grand nombre de magasins comme Ann Taylor et Charming Shoppes.

\$ 8,1 autres Mds de CA seront perdus par les commerçants dont la dette est évaluée au-dessous du niveau d'investissement et/ou ont un EBITDA négatif. Ce qui veut dire que Sears Holdings, Saks, Neiman Marcus, Bon-Ton Stores, Dillard's, Gap, J.Crew Group et Limited Brands verront leur CA reculer d'au moins 5%.

