

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

SOMMAIRE

Liste des articles parus dans

La Lettre de la Distribution Internationale :

OCTOBRE 2009

INTERNATIONAL

- . Augmentation des Investissements Directs Etrangers en 2010
- . Les rues les plus chères du monde
- . Récession et criminalité dans le commerce et la distribution
- . En bref : CBD est redevenu le leader de la distribution brésilienne devant Carrefour... Aldi construit son 1^{er} magasin sous cette enseigne aux USA pour une ouverture prévue en 2010... Nature & Découvertes exporte son concept en Suisse : « Reconnecter le citadin à la nature »... Carrefour à Doha, Carrefour serait en pourparlers avec le groupe indien Future (Pantaloon Retail), son partenaire franchisé Majid Al Futtaim à Téhéran... Le coréen Lotte Shopping annonce l'ouverture de nouveaux magasins en Inde, Chine et au Vietnam... La RFID explose dans le secteur de l'habillement...

EUROPE

- . Baisse des ouvertures de centres commerciaux jusqu'en 2011

ESPAGNE

- . Inditex : chute des ventes au 1^{er} semestre

FRANCE

- . Odysseum : ouverture le 24 septembre 2009 du plus grand centre commercial de France à Montpellier
- . L'Ukraine a pesé sur les profits d'Auchan au 1^{er} semestre
- . Starbucks cherche à étendre sa présence en France et prend le contrôle de sa division locale

ROYAUME-UNI

- . Kingfisher : les chiffres du 1^{er} semestre, clos le 1^{er} août 2009, dévoilent un résultat net supérieur aux attentes
- . Kesa Electronics : recul des ventes notamment en France au cours du 1^{er} trimestre clos le 31 juillet 2009

FEDERATION DE RUSSIE

- . Carrefour : changement de stratégie dans le pays

REPUBLIQUE TCHEQUE

- . Expansion de la distribution alimentaire

SUEDE

- . Ikea : malgré la crise internationale, l'exercice 2009 reste une bonne année
- . H&M veut se développer en Asie

AMERIQUE DU NORD

ETATS-UNIS

- . Penser les centres commerciaux autrement, sans grandes surfaces
- . Centres de magasins d'usine : données à fin 2008
- . Les leaders du commerce américain
- . Les fermiers et les commerçants bio ont décidé de lancer des produits de marque propre à prix bas pour attirer et retenir les consommateurs attentifs à leurs dépenses

ASIE

CHINE

- . Les commerçants chinois commencent à se lancer dans la protection de l'environnement

INDE

- . Lancement de Treasure Showcase

JAPON

- . Projets ambitieux de Fast Retailing : réaliser \$ 54 Mds en 2020 ou multiplier son CA actuel par 7

PAYS DE LA COOPERATION DU GOLFE

- . Les Emirats attirent de plus en plus d'enseignes internationales
- . Emke s'étend dans le commerce de détail

Vous pouvez aussi lire les études :

- ✓ **Les investisseurs internationaux et le commerce de détail européen. Ils sont attirés par la chute des prix au Royaume-Uni. Augmentation des investissements dans l'immobilier commercial en France**
- ✓ **La franchise en Iran**
- ✓ **La Turquie s'ouvre progressivement aux investissements étrangers notamment dans le commerce de détail**

* * * *

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

■ CHINE

Les commerçants chinois commencent à se lancer dans la protection de l'environnement.

Selon un récent rapport de la China Chain Store and Franchise Association, la plupart des commerçants chinois en est encore aux balbutiements dans le domaine de la protection de l'environnement. Leurs efforts ont été ralentis par plusieurs facteurs dont le coût élevé des équipements permettant d'économiser l'énergie et l'absence de systèmes efficaces de maintenance et de surveillance permettant d'engendrer une utilisation efficace.

Carrefour a investi plus de \$ 29 millions dans la rénovation et la reconstruction de ses magasins existants en 2008 permettant de réduire leur consommation d'énergie de 15% une fois les travaux finis. Les nouveaux établissements en cours de construction sont tous équipés dans ce but et leur consommation sera de 20% inférieure à celle des anciens.

Chez **Wal-Mart**, les nouveaux magasins consomment 23% d'électricité et 17% d'eau en moins par an par rapport aux magasins types de 2005.

Le Britannique **Tesco** terminera les travaux de rénovation de l'ensemble de ses 64 magasins à la fin de cette année.

Selon le même rapport de la CCFA, les efforts menés par les commerçants chinois pour économiser l'énergie sont essentiellement concentrés sur l'économie d'électricité des systèmes d'air conditionné, les éclairages et la réfrigération. Depuis 2007, ils se sont lancés dans la rénovation de leur parc existant et certains ont élargi leurs efforts aux zones de bureaux, centres de logistique et entrepôts.

Le ministre du Commerce a lancé une campagne de préservation de l'énergie auprès des commerçants depuis 2007 afin de les aider à réduire leurs coûts de 20% à l'horizon 2010 (la consommation d'énergie représente 40% des coûts opérationnels des grands magasins et autres magasins de détail). Le gouvernement devrait améliorer sa politique dans le domaine de la protection de l'environnement auprès des commerçants, 81% d'entre eux considérant qu'adopter des technologies pour économiser l'énergie sont le moyen le plus efficace pour réduire la consommation. 41% d'entre eux estiment qu'il est primordial de l'économiser.

L'étude de la CCFA montre que depuis 2007 jusqu'en 2008, un commerçant moyen a investi entre \$ 73 000 et 440 000 dans des rénovations. Mais, la masse des entreprises a investi moins de 73 000 et il faut 3 ans pour amortir l'investissement.

Un autre défi pour les commerçants réside dans l'absence de chaîne de recyclage pour les déchets industriels et de systèmes de gestion pour la préservation de l'énergie interne.

Selon le même rapport, les 120 000 magasins des 100 plus grands commerçants chinois peuvent économiser 1,7 Md de KWh d'électricité et 1,6 million de tonnes de dioxyde de carbone par an en réduisant de 20 à 30% l'énergie dans leurs établissements rénovés. Déjà l'interdiction des sacs plastique depuis un an a contribué à diminuer l'utilisation de plus de 40 Mds d'unités.

■ JAPON

Projets ambitieux de Fast Retailing : réaliser \$ 54 Mds en 2020 soit multiplier son CA actuel par 7.

Tadashi Yanai, président et fondateur de Fast Retailing, l'homme le plus riche du Japon selon la revue Forbes, a de grands projets pour modifier la manière dont les consommateurs font leurs achats de vêtements. « Nous voulons être une marque qui change réellement le monde. Nous voulons devenir une société globale. » Pour atteindre son but, Uniqlo, marque phare du groupe, connue pour ses innovations comme la vente de t-shirts en tubes plastiques ou la fabrication de tissus retenant la chaleur du corps, va être développée à l'international. 100 à 200 nouvelles boutiques sont ainsi prévues par an dans le monde hors du Japon. Dans ce contexte, Uniqlo s'installe à Paris le 1^{er} octobre sur 2 000 m², dans le quartier de l'Opéra. En 2010, ce sera à Shanghai et à Moscou pour la 1^{ère} fois.

Parallèlement, Fast Retailing cherche à augmenter son CA actuel de \$ 7 Mds au taux d'échange moyen à \$ 54 Mds en 2020 par son développement à l'international et par voie d'acquisitions sur l'archipel, ayant à sa disposition \$ 4 Mds à investir. Même si ce CA a plus que doublé au cours des 6 dernières années, il a encore un long chemin à parcourir !

Rappelons qu'en 2007, Fast Retailing avait lancé une OPA sur Barney's New-York, mais c'est Istithmar de Dubaï qui l'a emporté (*cf. article ici*).

Au 30 juin, Uniqlo comptait 867 magasins dont 777 au Japon.

■ Les Emirats attirent de plus en plus d'enseignes internationales.

Les Emirats, dont la croissance annuelle moyenne doit atteindre 12% au cours des 4 années à venir, continuent de fasciner de nombreux commerçants globaux.

Une consommation par foyer en hausse et une activité de services en pleine expansion alimentent la croissance du commerce de détail attirant les investissements des grandes sociétés étrangères dans les Emirats selon un rapport publié début septembre du bureau d'étude de marché américain RNCOS. On y lit que « Les infrastructures sophistiquées du commerce de détail et une richesse basée sur le pétrole continuent d'attirer dans le pays des commerçants étrangers. Cela ne stimule pas seulement le commerce régional, mais génère aussi d'immenses opportunités d'emploi pour la population locale. » Ce rapport confirme les données de CB Richard Ellis publiées en avril qui précisaient que 45% de tous les grands commerçants internationaux étaient présents dans les Emirats en 2008 contre 39% en 2007.

Même si la récession a pesé sur les ventes des magasins et des restaurants du pays, le commerce de détail est en passe de connaître une croissance annuelle de 12% sur la période 2009-2013. Selon RNCOS, l'Arabie Saoudite et les Emirats Arabes Unis sont les marchés du commerce les plus dynamiques du Moyen-Orient... la présence d'une grande population d'expatriés et la majorité des investissements dans le commerce local de ces pays ont contribué à maintenir son rythme de croissance.

Selon le même rapport, le commerce de détail au Moyen-Orient se transforme rapidement et son CA était estimé à plus de \$ 400 Mds à la fin de 2008 dans toute cette partie du monde qui ne serait que légèrement touchée par la récession grâce à des fondamentaux économiques forts et à un système bancaire bien protégé.

SOUSCRIVEZ

LA LETTRE DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE

Bulletin de souscription

(11 numéros / an)

Prénom Nom.....

Fonction.....

Société.....Adresse

.....

C.P. Ville..... Pays.....

TelFax Mobile.....

e-mail :@.....Secteur d'activité.....

Je souhaite recevoir LLDI gratuitement par e-mail en Français pendant 2 mois

Je souhaite recevoir LLDI gratuitement par e-mail en Anglais pendant 2 mois

Je m'abonne à LLDI :

- | | | |
|-----------------------------|--|--|
| ◆ en français par mail | <input type="checkbox"/> ou par support papier | <input type="checkbox"/> € 530 TTC (TVA 5.5%) tarif France |
| ◆ en anglais par mail | <input type="checkbox"/> ou par support papier | <input type="checkbox"/> € 540 (sans TVA) pour l'étranger |
| ◆ Licence Société 1 langue | <input type="checkbox"/> (e-mail seulement) | <input type="checkbox"/> € 1 200 HT* sans TVA) pour l'étranger |
| ◆ Licence Société 2 langues | <input type="checkbox"/> (e-mail seulement) | <input type="checkbox"/> € 1 500 HT* sans TVA) pour l'étranger |
| ◆ Licence Groupe 1 langue | <input type="checkbox"/> (e-mail seulement) | <input type="checkbox"/> € 2,000 HT* sans TVA pour l'étranger |
| ◆ Licence Groupe 2 langues | <input type="checkbox"/> (e-mail seulement) | <input type="checkbox"/> € 2,500 HT* |

paiement à l'ordre de : Chabot & Associates/LLDI par chèque, virement bancaire.

ou carte de crédit (Visa/ Master Card), par sécurité, merci de nous contacter

N.B : La licence de La Lettre de la Distribution Internationale ou de Global Retail Newsletter octroie un droit de copie interne pour l'adresser par mail à toute personne de votre entreprise en toute légalité en respectant la propriété intellectuelle, économisant ainsi le « photocopillage ».

Prière de retourner ce bulletin de souscription et votre règlement à : **B.GUILLOT,**
Chabot & Associates - LLDI, 7 rue Fould - 78600 - Le Mesnil Le Roi - France : Tel/Fax +331 39 12 17 93
bguillot@chabot-associates.com

Références bancaires :

IBAN : FR 76 1027 8063 7900 0408 7734 543 - Bank Identification Code (Swift) : CMCIFR2A

Banque : CCM Seine Forêt -1 rue du Vieux Marché, 78100 SAINT GERMAIN EN LAYE – France.

e-mail : bguillot@chabot-associates.com

Internet sites : www.globalretailnews.com

www.chabot-associates.com