

# 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 :

FEVRIER 2010

#### *INTERNATIONAL*

. Investir dans les BRIC est considéré comme un pari relativement sûr et de haute rentabilité compte tenu de la forte demande des consommateurs  
. En bref : Auchan lance la formule de prix bas permanents dans un hypermarché sous l'enseigne Priba par Auchan à Mulhouse... Go Sport : nouveau recul en 2009.... Ahold : ralentissement de la croissance au 4<sup>e</sup> trimestre 2009... La chaîne de 19 supermarchés russes Ramstore rebaptisée Citistore... Carrefour annonce une centaine de magasins nouveaux en Turquie en 2010, expansion à Singapour et expiration de son contrat avec le japonais Aeon... Tesco a ouvert en Chine début janvier 2010 le premier de ses 3 centres commerciaux Lifespace...

#### *EUROPE*

. Les consommateurs européens prêts à affronter un environnement morose en 2010

#### *ALLEMAGNE*

. Metro renforce sa présence à l'international et CA de l'exercice 2009

#### *BELGIQUE*

. Delhaize Group : croissance des revenus de 2,6% en 2009 à taux de change identiques sur l'année 2009

#### *FRANCE*

. L'immobilier d'entreprise va t'il redémarrer en 2010 ?  
. Record d'ouvertures de m2 en 2009  
. Carrefour : croissance modeste au 4<sup>e</sup> trimestre 2009  
. Casino : baisse du CA en France (-4,8%) et croissance à l'international (+6,7%) en 2009  
. Centres E.Leclerc : le CA total de l'enseigne (France et international) s'est élevé en 2009 à € 29,4 Mds (+5%), hors carburants, dont € 27,2 Mds en France (+5,6%)

#### *ROYAUME-UNI*

. Tesco : solide croissance des ventes à Noël grâce à l'accent sur la fidélité  
. Si les temps sont encore difficiles pour Marks & Spencer, Next et John Lewis Partnership se sont bien portés pendant la période de fin d'année  
. Kesa Electricals : amélioration des ventes dans la plupart des filiales du groupe

## **FEDERATION DE RUSSIE**

- . L'aggravation de la crise en 2009 a révélé la faiblesse du marché de l'immobilier et de ses acteurs ainsi que les erreurs des projets durant les années de forte croissance
- . McDonald's contraint à payer ses loyers plus chers à Moscou
- . Magnit : le CA a grimpé de 28,1% en 2009

## **AMERIQUE DU NORD**

### **ETATS-UNIS**

- . Recul inattendu des ventes en décembre. Des fermetures sont encore en vue. Les promoteurs, ne voulant pas augmenter leur taux de vacance, font des concessions à leurs locataires
- . Ameublement, équipement du foyer : ventes en hausse au 4<sup>e</sup> trimestre
- . Wal-Mart cherche à réduire le coût de sa chaîne d'approvisionnement cette année

## **AMERIQUE LATINE**

- . Wal-Mart de Mexico : un CA en hausse de 10% en 2009 à \$ 20,6 Mds
- . CBD veut introduire 3 de ses divisions prospères à la Bourse de Sao Paulo (Brésil)
- . Expropriation d'Exito au Venezuela par Hugo Chavez

## **ASIE**

### **INDE**

- . Carrefour : accord en vue avec Kishore Biyani de Future Group pour ouvrir des magasins franchisés en Inde

## **JAPON**

- . Forever 21 décidé à se développer au Japon : 3 ouvertures sont prévues en 2010
- . Fast Retailing dévoile des performances records

**Vous pouvez aussi lire les études :**  
✓ Les Champions de la Distribution en 2008/9  
✓ Les grands commerçants américains par leurs investissements en 2009

\* \* \* \*

**Quelques extraits de nos articles parus dans :**  
**La Lettre de la Distribution Internationale :**  
**FEVRIER 2010**

## **■ INTERNATIONAL**

### **Les Champions de la distribution en 2008/9**

La nouvelle édition des Champions de la Distribution par Deloitte Research cerne les 250 plus grands commerçants mondiaux au cours de leurs exercices financiers 2008 et pour certains jusqu'au 30 juin 2009. La croissance économique prenant fin en 2008, la récession apparue aux USA s'est étendue au reste du monde. Les distributeurs ont alors

été confrontés à un environnement caractérisé par un ralentissement des dépenses des ménages et par de fortes turbulences au sein des marchés de l'immobilier, de l'emploi et du crédit.

Les ventes au détail totales des 250 Champions ont dépassé les US\$ 3 800 Mds en 2008, soit une augmentation de 5,5% par rapport à 2007 (3 600 Mds). Mais la récession mondiale a pesé sur leurs résultats financiers et leur rentabilité a reculé de 3,7% en 2007 à 2,4% en 2008. Sur les 2/3 des 184 distributeurs ayant publié leurs résultats, 30 ont déclaré des pertes contre 14 un an plus tôt.

En 2008, sur les 250 premiers distributeurs mondiaux, 61 ont vu leurs ventes diminuer contre 44 en 2007. Toutefois, malgré la situation, en tenant compte des fluctuations de change, elles ont progressé de 6,3% en 2008 contre 7,6% en 2007.

Toutes les zones géographiques et tous les secteurs du commerce ont été touchés mais ce sont les Européens qui ont souffert le plus, leur rentabilité reculant en moyenne de 4,1% en 2007 à 2,7% en 2008 alors que les Nord-Américains passaient de 3,6% à 2,4%. Seuls les commerçants du Moyen-Orient et d'Afrique ont vu la leur progresser.

Chez les distributeurs spécialisés en équipement du foyer, les marges bénéficiaires ont glissé de près de la moitié soit de 6,8% à 3,1%. Chez ceux de l'habillement, les ventes ont été négatives et les bénéfices divisés par 2 à 4,1%. Dans la distribution alimentaire, les bénéfices ont diminué de 3 à 2,2% pour des ventes en hausse de 8,6%.

#### Le Top 10 des champions globaux de la distribution :

Sté	Pays d'origine	Rang 2008	CA 2008 (\$ US millions)	Croissance (%)*	Rang en 2007
Wal-Mart	USA	1	401 244	9,4	1
Carrefour	France	2	127 958	4,3	2
Metro	Allemagne	3	99 004	4,8	4
Tesco	Royaume-Uni	4	96 210	12,0	3
Schwarz (Lidl)	Allemagne	5	79 924 (e)	12,3	7
The Kroger Co	Etats-Unis	6	76 000	7,2	6
The Home Depot	Etats-Unis	7	71 288	1,9	5
Costco Wholesale	Etats-Unis	8	70 77	11,2	9
Aldi	Allemagne	9	66 063 (e)	5,1	10
Target	Etats-Unis	10	62 884	6,1	8

Source : Deloitte

(e) estimation \$ taux de croissance annuelle moyen des ventes sur 5 ans

Les 10 grands de la distribution sont les mêmes qu'en 2007 mais leur classement a changé. Ils représentent plus de 30,2% du total des ventes des 250 distributeurs contre 29,6% en 2007. Wal-Mart reste en tête devant Carrefour. Tesco a reculé d'un rang au 4<sup>e</sup> et a cédé la place à Metro. Schwarz (Lidl) a bénéficié d'une forte croissance interne et de la force de l'euro occupant la place de The Home Depot qui a souffert de la crise de l'immobilier aux USA...

*Pour lire la suite de cet article, consulter*

[bugillot@chabot-associates.com](mailto:bugillot@chabot-associates.com) ou tel.+331 39 12 17 93/mobile +336 70 86 64 20

## ■ FEDERATION DE RUSSIE

**L'aggravation de la crise en 2009 a révélé la faiblesse du marché de l'immobilier et de ses acteurs ainsi que les erreurs des projets durant les années de forte croissance.**

Les actifs les plus intéressants et de très haute qualité ont été gérés de manière à éviter l'aggravation du taux de vacance ainsi que la chute des loyers. En 2009, l'offre du marché de l'immobilier commercial a augmenté de près de 900 000 m<sup>2</sup> pour totaliser 4 857 000 m<sup>2</sup> (2 535 000 de m<sup>2</sup> GLA) en fin d'année. Début décembre, le taux de vacance moyen à Moscou était proche de 5% et ne devrait guère varier à la fin de 2010.

À la fin du 3<sup>e</sup> trimestre, les loyers s'étaient stabilisés dans les centres commerciaux de Moscou. Jusqu'à présent, le taux du loyer était déterminé par un fixe plus un pourcentage sur le CA, la partie fixe étant généralement très faible. Aujourd'hui, elle augmente, l'indexation annuelle variant de 3 à 7%. Bien plus, à la fin de 2009, les propriétaires de centres commerciaux prospères ont arrêté d'offrir des rabais. Mais, de nombreux actifs immobiliers qui ont du mal à trouver des locataires aujourd'hui continuent à faire des concessions d'après Colliers Russie.

Malgré les difficultés de la situation actuelle, de nouvelles enseignes sont entrées sur le marché en 2009 comme Kika (ameublement), H&M, River Island, New Look, Gap, Fun City...

La construction d'un certain nombre de projets se poursuit à Moscou même si leur achèvement est repoussé de 2 à 3 ans pour certaines grosses opérations. Pourtant, il n'en existe aucun nouveau sur ce marché. Ceux des régions se sont dégelés notamment ceux situés dans les villes manquant d'actifs de qualité et aux foyers disposant de salaires élevés.

## ■ ETATS-UNIS

**Wal-Mart cherche à réduire le coût de sa chaîne d'approvisionnement cette année.**

Cette décision fait partie d'un plan visant à augmenter la proportion de marchandises achetées directement auprès des fabricants plutôt qu'à des fournisseurs ou autres tiers. Le géant mondial du commerce voit là l'occasion de consolider ses approvisionnements globaux « comme source importante de puissance pour les temps futurs ».

Avec un CA annuel de plus de \$ 400 Mds, Wal-Mart est connu pour négocier âprement avec ses fournisseurs, exploitant sa puissance d'achat pour obtenir des rabais. Il dépense environ \$ 100 Mds dans l'achat de marchandises de marques propres en alimentaire, habillement ou tous articles pour la maison. Mais il en acquiert moins du 5e directement auprès des fabricants et procède généralement pays par pays.

Or, Wal-Mart a estimé qu'en s'approvisionnant à 80% directement, il pourrait réduire les coûts de sa chaîne de 5-15% en 5 ans, permettant des économies potentielles de \$ 4 à 12 Mds.

En partie pour tenter de combiner les achats des 15 pays dans lesquels il est présent, Wal-Mart a créé 4 centres internationaux de merchandising pour l'habillement et le non-alimentaire dont un à Mexico concentré sur les pays émergents et un au Royaume-Uni pour servir sa marque George.

À la fin de l'année, il pense acheter directement habillement, draps et serviettes pour ses magasins d'Amérique, du Canada et du Mexique. Il prévoit aussi d'élargir ses achats aux fruits et légumes frais pour les magasins de ces trois pays après un test initial avec des pommes qui lui ont permis des réductions de 10% de ses coûts d'achat. Il pense élargir encore ce programme à d'autres catégories comme les fruits de mer, le surgelé et l'épicerie sèche emballée.

# SOUSCRIVEZ

## LA LETTRE DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE

### Bulletin de souscription

(11 numéros / an)

Prénom ..... Nom.....

Fonction.....

Société..... Adresse .....

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

Tel ..... Fax ..... 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](mailto:bguillot@chabot-associates.com)**

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

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