

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 :

MAI 2010

INTERNATIONAL

. En bref : Carrefour est le 1^{er} commerçant global à s'installer en Irak depuis la guerre... Home Depot : chute des dépenses publicitaires... Le Groupe Cactus, leader de la grande distribution au Grand Duché de Luxembourg, vient de signer un contrat d'adhésion à EMC, centrale d'achats du groupe Casino... Migros : des profits en hausse de 3,6% en 2009... H&M : bond de 45,2% du bénéfice net à \$ 521 millions au 1^{er} trimestre... Conforama France agrandit son réseau de franchisés... Ikea prévoit d'investir \$ 1Md dans son plus grand centre commercial de Russie...

EUROPE

. Poursuite du ralentissement des ouvertures de centres commerciaux en 2010 et au-delà
. MAB Development et Neinver ont signé un accord de joint-venture pour le développement de centres de marques en France et en Allemagne

BULGARIE

. La Bulgarie, le pays le plus pauvre de l'Union Européenne, intéresse les commerçants étrangers

FRANCE

. Okabé au Kremlin-Bicêtre : ouverture le 25 mars 2010 du 1^{er} centre commercial « vert » de France conçu selon les normes HQE
. Auchan : recul du résultat net des activités poursuivies en 2009
. Casino, toujours tiré par l'international au 1^{er} trimestre 2010
. Carrefour a dépassé ses objectifs au 1^{er} trimestre 2010
. Intersport poursuit sa croissance

ROYAUME-UNI

. Six commerçants étrangers prêts à conquérir les centres-villes britanniques
. Tesco : augmentation des profits en 2009 grâce à l'Asie
. Kingfisher : un bénéfice net en forte croissance de 86,9% en 2009
. Marks & Spencer : accélération de la croissance des ventes au 4^e trimestre

FEDERATION DE RUSSIE

. Auchan, l'une des entreprises étrangères les plus actives sur le marché russe, se situe au second rang de la distribution derrière X5

AMERIQUES

ETATS-UNIS

- . Le Canada permet aux commerçants américains de s'internationaliser sur un marché plus proche et plus familier que l'Europe ou l'Asie
- . General Growth Properties (suite) : retour de Simon Property Group à la table des négociations
- . Foot Locker : objectifs prioritaires et expansion globale

BRESIL

- . Trois géants se partagent le plus grand marché d'Amérique latine

ASIE

- . La région connaît une nouvelle croissance : augmentation des revenus et émergence d'une nouvelle classe moyenne. Problèmes rencontrés par les entreprises japonaises sur les marchés asiatiques
- . McDonald's cible l'Asie

INDE

- . Nouvelles réglementations sur les Investissements Directs Etrangers dans le commerce de gros

JAPON

- . Commerce de détail : hausse de 4,2% des ventes en février après +2,3% en janvier
- . Abandon du projet de fusion entre les grands magasins Takashimaya et H2O Retailing

MOYEN-ORIENT

- . Landmark Group va investir \$ 150 millions au Moyen-Orient au cours des 3 années à venir
- . Spinneys se développe en Egypte

Vous pouvez aussi lire les études :

- ✓ **La consommation en Chine d'ici à 2015, prévisions**
- ✓ **Le nouveau consommateur japonais**
- ✓ **Portrait du consommateur indien**

* * * *

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

■ EUROPE

Poursuite du ralentissement des ouvertures de centres commerciaux en 2010 et au-delà.

Selon la dernière étude de Cushman & Wakefield, « European Shopping Centre Report », 7,4 millions de m² ont été ouverts en Europe en 2009, soit une baisse de près de 20% par rapport à 2008 (9,3 millions de m²). Or, cette baisse du volume total continuera de diminuer avec 6,1 millions de nouveaux m² prévus en 2010 et 5 millions en 2011, soit le niveau du début des années 2000.

Projets de centres commerciaux en Europe.

En 2010/11			En 2009		
Rang	Pays	Milliers m ²	Rang	Pays	Milliers m ²
1	Russie	2 539	1	Russie	1 592
2	Turquie	1 307	2	Turquie	653
3	Italie	1 006	3	Italie	633
4	France	879	4	Pologne	628
5	Bulgarie	609	5	France	560
6	Espagne	605	6	Pays-Bas	380
7	Pologne	539	7	Allemagne	372
8	Royaume-Uni	498	8	Roumanie	314
9	Allemagne	481	9	Ukraine	300
10	Roumanie	418	10	Portugal	280

Source : Cushman & Wakefield

En tête, la Russie doit reprendre le rythme accéléré de son développement. Dans ce pays, 2,5 millions de m² sont prévus en 2010 et 2011, soit 22% du total européen. Trois grands projets de centres commerciaux de plus de 100 000 m² verront le jour cette année dont 2 à Moscou : Vegas (130 000 m²) et Mall of Russia (101 000 m²). Le pays ne compte toutefois que 73 m² de surface de centre commercial par habitant contre 225 m² en moyenne en Europe. La reprise récente de la consommation offre de nouvelles perspectives aux commerçants notamment dans les régions.

La Turquie se développe rapidement avec 1,3 million de m² nouveaux de centres commerciaux prévus entre 2010 et 2011. Le parc pourrait grossir d'un quart en deux ans. On note le développement de grands projets comme Forum Marmara (160 000 m²) prévu en 2011.

La France est après l'Italie le pays d'Europe occidentale dans lequel le volume total de m² en projet est le plus élevé avec près de 900 000 m² de centres commerciaux prévus d'ici à la fin de 2011.

La baisse de la consommation des ménages et les difficultés de financement ont arrêté la construction d'un nombre important de projets, notamment en Roumanie où le volume de nouveaux m² ne devrait atteindre que 290 000 m² en 2010 et 130 000 m² en 2011 contre 314 000 en 2009 et 750 000 en 2008.

C'est dans les marchés émergents (Russie, Turquie et Pologne) que la reprise du développement des centres commerciaux sera la plus importante grâce à des perspectives de consommation des ménages favorables et aussi parce que ces pays ne sont pas saturés en équipement commercial.

■ BRESIL

Trois géants se partagent le plus grand marché d'Amérique latine.

Ce sont : Companhia Brasileira de Distribuicao Grupo Pao de Açucar (CA \$ 13 Mds en 2009), Carrefour (\$ 12,6 Mds) et Wal-Mart (\$ 9,5 Mds).

Tous les trois veulent investir lourdement dans ce pays dans les années à venir. Les classes moyennes se développant, les dépenses annuelles en alimentaire doivent augmenter de 50% d'ici à 2015 à \$ 406 Mds selon les estimations d'un analyste local de Planet Retail. Comparé aux autres BRICs, le Brésil offre moins d'obstacles que la Russie, l'Inde ou la Chine. L'Inde interdit les magasins étrangers multi marques et la Russie limite l'expansion des commerçants. La Chine attire par sa croissance économique rapide dont le taux est attendu à +8% cette année contre +5,8% au Brésil. Toutefois, « Le Brésil est plus développé sur le plan des infrastructures et de la création de richesses. Ses consommateurs sont habitués à faire leurs achats dans les hypermarchés alors que les Chinois sont plus traditionnels. »

Déjà N°1 au Mexique, **Wal-Mart** cherche à rattraper Carrefour pour devenir le N°2 ou 1 du plus gros marché d'Amérique latine. Il a l'intention d'investir \$ 1,2Md en 2010 pour ouvrir 110 nouveaux magasins au Brésil s'ajoutant aux 436 déjà en exploitation et peut même s'intéresser à une acquisition. Pour défendre sa position de N°2 avec 14,2% de part de marché et environ 500 magasins, **Carrefour** table sur un investissement de \$ 1,4 Md sur 2 ans en vue d'ouvrir 70 nouveaux points de vente et doubler la part du Brésil dans son CA total à 20% en 2015. **Pao de Açucar**, détenu à 34% par Casino, investira \$ 2,8 Mds en 2012 pour ajouter 300 nouveaux points de vente à sa chaîne de 1 080 unités.

■ INDE

Nouvelles réglementations sur les Investissements Directs Etrangers dans le commerce de gros.

De nouvelles réglementations, publiées par le ministre de l'Industrie fin mars, peuvent conduire à revoir les accords existants et créent la consternation et le doute parmi les investisseurs du commerce de détail. Elles disent que les ventes à des « groupes » ne doivent pas dépasser 25% du CA d'une société de cash & carry. Elles imposent aussi aux sociétés de cash & carry de dresser des rapports élaborés sur leurs ventes quotidiennes comme de préciser le nom de l'acheteur, son numéro d'enregistrement et le montant de la vente. Apparemment, ces nouvelles réglementations ne seront pas modifiées et ne comporteront pas d'exceptions.

Le plus difficile concerne les 25% parce que certains accords ont été structurés pour que les sociétés de cash & carry, propriétés d'investisseurs étrangers, vendent l'essentiel de leurs marchandises à des commerçants indiens, lesquels vendent à leur tour aux consommateurs.

L'Inde permet aux étrangers de détenir 100% de sociétés du commerce de gros, mais interdit les Investissements Directs Etrangers dans les commerçants vendant directement aux consommateurs. Donc, les grossistes appartenant à des étrangers peuvent vendre à des boutiques et à des restaurants, mais pas à des consommateurs individuels. Si le 1^{er} Ministre est en faveur d'investissements dans le commerce de détail, de nombreux activistes et politiciens indiens détestent les grands surfaces car ils craignent que 100% d'IDE dans ce secteur ne finissent par ouvrir son accès aux commerçants étrangers et poussent des millions de petits boutiquiers au chômage. Pourtant, les autoriser permettrait de ralentir l'inflation de 2 points grâce à leurs chaînes

d'approvisionnement quand les prix alimentaires ont grimpé en un an de 20% en janvier dernier.

Les deux partenaires, Bharti et Wal-Mart ont créé une joint venture à parts égales en 2007 et tablent sur 7 ouvertures cette année, espérant en compter 15 unités en 2012. Ils prennent le temps de la réflexion et étudient ces nouvelles réglementations. Pour l'instant, Metro, qui approvisionne des commerçants, n'a pas obligé ses clients à fournir des précisions sur l'enregistrement de la TVA comme l'imposent les nouvelles lois.

Le groupe Tata a passé des accords contractuels avec le britannique Tesco et avec l'Australien Woolworth qui approvisionnent ses supermarchés Trent et Infinity Retail. Tesco a ouvert des cash & carry et signé simultanément un accord de franchise exclusif avec Trent. Cet accord permet aux hypermarchés Star Bazaar de Trent d'accéder à sa chaîne d'approvisionnement, à ses systèmes informatiques et de gestion des stocks et à ses infrastructures. En échange, Trent paiera de faibles honoraires à Tesco pour utiliser ses services.

L'Inde est un marché de détail dont la croissance peut atteindre 35% par an à \$ 80 Mds en 2015 d'après McKinsey.

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 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 « photocollage ».

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