

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 :

MARS 2010

INTERNATIONAL

. Retour fragile de la confiance parmi les investisseurs : les transactions en 2010 au même niveau qu'en 2004

. En bref : Matahari, 1^è chaîne de grands magasins indonésiens reprise par le groupe d'investisseurs CVC Capital Partners pour US\$ 765 millions... Bain Capital, société de capital investissement, va acquérir la master franchise de Domino's Pizza au Japon et agrandir la couverture géographique de la chaîne américaine de restauration rapide au-delà de Tokyo et d'Osaka... La fusion de Gruppo Coin avec les magasins Upim va donner naissance au plus gros commerçant d'habillement d'Italie... Ikea : augmentation de la part de marché et ouverture de magasins... 129 grands magasins allemands Karstadt intéressent 6 acheteurs potentiels... Carrefour va céder son magasin de Moscou et ses droits à Auchan et à l'allemand Obi... La fusion CBD-Pao de Açucar avec Casas Bahia est suspendue au Brésil... Le chilien Cencosud a annoncé que la famille péruvienne Wong songeait à vendre sa participation de 2,28% pour \$ 176 millions... Le magnat américain de l'alimentaire Burkle cherche à prendre le contrôle de Barney's New-York...

EUROPE

. Unibail-Rodamco reprend Simon Ivanhoe pour € 715 millions
. Explosion des ventes sur Internet

ALLEMAGNE

. Recul des ventes au détail en 2009. Concurrence entre chaînes de discount et de supermarchés

FRANCE

. Retif : la Bank of Scotland est devenue son actionnaire principal
. La franchise en 2009
. Go Sport : retour à la rentabilité en 2009
. Carrefour : chute du bénéfice net de 70% en 2009
. PPR : rebond de l'activité au 4^è trimestre

ROYAUME-UNI

. Asda s'oriente vers l'ouverture de petits magasins urbains

FEDERATION DE RUSSIE

. Restauration rapide : McDonald's célèbre ses 20 années de présence et arrivée de Burger King

SUÈDE

. Hennes & Mauritz : croissance des ventes

AMERIQUES

ETATS-UNIS

. Perspectives dans l'immobilier commercial en 2010

. Simon Property offre \$ 10 Mds pour l'acquisition de General Growth Properties, son concurrent

. Wal-Mart : mise en place d'une nouvelle organisation visant une plus grande efficacité dans la gestion de ses 3 700 magasins américains. Consolidation de certaines opérations américaines par la division du pays en 3 régions dirigées par des présidents différents

. Le marché de l'ameublement sur la voie de la reprise

VENEZUELA

. Négociations en cours concernant l'acquisition par le gouvernement de la participation de Casino dans Cativen

ASIE

CHINE

. Ventes au détail en 2009 : croissance de 15,5% à \$ 183 Mds

. Evolution du consommateur chinois

INDE

. De nouvelles marques globales prêtes à faire leur apparition dans le pays

JAPON

. Uniqlo, en quête d'acquisitions

MOYEN-ORIENT/AFRIQUE DU NORD

. La Fnac s'implante au Maroc

. Bloomingdale's : ouverture le 1^{er} février du 1^{er} grand magasin sous cette enseigne hors des USA, à Dubaï, dans le plus grand centre commercial du Moyen-Orient, Dubai Mall

. Carrefour en Iraq

Vous pouvez aussi lire les études :
✓ **La globalisation du commerce de détail**

* * * *

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

MARS 2010

■ INTERNATIONAL

LA GLOBALISATION DU COMMERCE DE DETAIL

Le rapport émis par CB Richard Ellis sur la globalisation du commerce de détail montre qu'en 2008/9, certains commerçants ont dû freiner, voire arrêter, leur expansion internationale par mesure de prudence vis-à-vis du contexte économique ou pour survivre. D'autres ont saisi une nouvelle opportunité d'augmenter leur part de marché plus rapidement que chez eux. Depuis, le contexte a changé considérablement.

Facteurs-clés.

L'étude de 208 commerçants dans 67 pays montre que 46% étaient présents dans chacune des 3 principales régions du monde. Mais, la globalisation du commerce de détail y est encore à ses tous débuts,

Le Royaume-Uni reste le pays le plus attirant pour les commerçants étrangers : 58% d'entre eux y sont présents. Généralement, l'Europe est considérée comme le marché de détail le plus international,

Les commerçants de luxe, présents dans plus de 27 pays, et les commerçants spécialisés en habillement/chaussures sont bien plus internationaux que ceux d'autres secteurs,

Londres est la ville qui domine le classement avec plus de 60% de tous les commerçants étudiés, Paris et New York se situent respectivement aux 2^e et 3^e rangs et Dubaï au 4^e,

Les commerçants de tous les secteurs ont poursuivi leur expansion en 2008 malgré le ralentissement rapide de l'activité : ceux de l'étude étaient en moyenne présents dans 16,5 pays étrangers à la fin de 2008 contre 14,7 pays à la fin de 2007,

Les commerçants ont non seulement continué à s'internationaliser, mais à se « globaliser » : plus de 40% de toutes les nouvelles ouvertures en 2008 ont eu lieu hors des bases des commerçants.

Les premiers bénéficiaires de cette globalisation ont été les marchés émergents avec le Moyen-Orient, l'Asie et l'Europe de l'Est dominant la liste des nouvelles ouvertures. Les opportunités de franchise importantes, notamment en Asie et au Moyen-Orient, ont aidé certains commerçants à s'implanter à moindre coût et peu de risques.

Classement 2008 des pays les plus recherchés.

| Rang 2008 | Pays | % commerçants présents dans les pays | | Rang 2007 |
|-----------|---------------------|--------------------------------------|------|-----------|
| | | 2008 | 2007 | |
| 1 | Royaume-Uni | 58% | 55% | 1 |
| 2 | Espagne | 48 | 47 | 2 |
| 3 | France | 46 | 43 | 4 |
| 4 | Emirats Arabes Unis | 45 | 39 | 6 |
| 5 | Allemagne | 45 | 44 | 3 |
| 6 | Chine | 42 | 37 | 10 |
| 7 | Russie | 42 | 38 | 9 |
| 8 | Italie | 41 | 40 | 5 |
| 9 | Suisse | 40 | 38 | 8 |
| 10 | Etats-Unis | 39 | 39 | 7 |
| 11 | Belgique | 38 | 34 | 12 |
| 12 | Autriche | 38 | 36 | 11 |
| 13 | Canada | 37 | 31 | 18 |
| 14 | Japon | 37 | 33 | 13 |
| 15 | Arabie Saoudite | 37 | 24 | 31 |
| 16 | Singapour | 36 | 33 | 14 |
| 17 | Turquie | 36 | 30 | 23 |
| 18 | Hong Kong | 34 | 31 | 19 |

Source : CB Richard Ellis, Special Report 2009

Les pays émergents ont été très recherchés : l'Arabie Saoudite est passée du 31^e rang au 15^e, le Koweït du 30^e au 19^e, la Turquie du 23^e au 17^e et la Chine du 10^e au 6^e. Les commerçants ont été attirés par la croissance du nombre de consommateurs, la disponibilité des emplacements, l'ouverture d'un nouveau grand centre commercial étant souvent déterminante pour une entrée dans un nouveau pays.

Pour lire la suite de cet article, consulter

bguillot@chabot-associates.com ou tel.+331 39 12 17 93/mobile +336 70 86 64 20

■ ETATS-UNIS

Wal-Mart: mise en place d'une nouvelle organisation visant une plus grande efficacité dans la gestion de ses 3 700 magasins américains. Consolidation de certaines opérations américaines par la division du pays en 3 régions dirigées par des présidents différents.

Wal-Mart Stores consolide la logistique, l'immobilier et des magasins sous la haute main de Bill Simon, Directeur des Opérations aux USA. Andy Barron sera chargé du merchandising des magasins et des stratégies concernant les 3 nouvelles divisions : Walmart Ouest, Walmart Sud et Walmart Nord. Cette décision a été prise pour une plus grande efficacité et une réduction des coûts permettant de baisser les prix et d'augmenter le CA.

Le commerçant crée aussi une autre division, Global.com, pour superviser son activité globale en ligne et a nommé Wan Ling Martello, ancien Directeur Financier de Walmart International, au poste de Directeur Opérationnel. Raul Vazquez, Directeur de

Walmart.com aux USA, devient président de Walmart Ouest. En outre, 11 200 postes ont été supprimés dans les magasins entrepôts Sam's Clubs.

Ces changements interviennent pratiquement un an après la nomination de Mike Duke, Président Directeur Général à la tête de l'entreprise depuis le 1^{er} février, succédant à Lee Scott, parti en retraite. Il s'est aussi penché sur la manière d'approvisionner les magasins en marchandises mieux adaptées aux goûts locaux et a analysé les moyens d'ouvrir des magasins sur de nouveaux marchés après avoir saturé de nombreuses régions par de grands supercenters. Il a passé un contrat d'approvisionnement de \$ 2 Mds en marchandises diverses auprès du chinois de Canton Li & Fung Ltd devant permettre des économies.

Au 4^e trimestre, le contrôle étroit des coûts a permis à Wal-Mart de dégager un résultat net en progression de 22,2% à \$ 4,63 Mds pour un CA net en hausse de 4,5% à \$ 112,8 Mds grâce à l'international (\$ 29,57 Mds, +19,5%) et à l'ouverture de 200 nouveaux magasins. En comparable aux USA, les ventes de Wal-Mart aux USA ont glissé de 2% aux USA et de 1,6% au niveau du groupe hors carburant au cours des 13 semaines closes le 29 janvier en raison surtout de la chute des prix en alimentaire et dans l'électronique grand public.

Sur l'année 2009, les ventes ont progressé de 1% à \$ 405 Mds et le résultat s'est fixé à 14,3 Mds contre 13,4 Mds un an plus tôt. À l'international, le CA a dépassé pour la 1^{ère} fois le cap des \$ 100 Mds (+1,3%). Les magasins-entrepôts Sam's Clubs ont vu leurs ventes baisser de 0,4% à \$ 46,7 Mds, mais qui se sont pourtant améliorées de 3,8% au 4^e trimestre (\$ 12,28 Mds). En 2009, 3 millions de m² de s.de v. nouvelle ont été ouverts dont plus de la moitié hors des USA.

Pour le 1^{er} trimestre en cours, le géant table sur une croissance étale de son CA aux USA par rapport à 2009 avec une croissance de plus ou moins un point.

■ JAPON

Uniqlo, en quête d'acquisitions.

Fast Retailing, maison mère de l'enseigne japonaise de mode éphémère Uniqlo et autres marques (Comptoir des Cotonniers, Princesse Tam Tam et Theory), cherche à investir \$ 11 Mds pour renforcer sa présence globale. Son but réaffirmé est de transformer Uniqlo en un géant de l'habillement dans le mode et de dépasser Gap et H&M par des acquisitions notamment aux USA et en Europe.

Pour ce groupe, la croissance organique prendrait plus de temps. Sa sécurité financière est solide avec environ \$ 1,8 Md de cash et \$ 2,8 Mds d'actifs nets au cours de l'exercice clos en août. Le CA annuel était en hausse de 17% à 685 Mds de yen (\$7,5 Mds) et le bénéfice net de 14% à 49,80 Mds. Le CA d'Uniqlo à l'international a représenté 5,5% du total de Fast Retailing, soit \$ 419 millions, et les autres marques 8,1%.

Fast Retailing, N°1 japonais de l'habillement par le CA, se démarque d'autres grandes entreprises japonaises en quête d'expansion à l'étranger, mais disposant de moins de cash en cette période de crise économique dans l'archipel.

Tadashi Yanai, l'un des hommes les plus riches du pays, qui a fondé Fast Retailing en 1984, déclare avoir pris des leçons des erreurs du passé. En 2003, il a fermé 16 boutiques sur 21 au Royaume-Uni et un petit nombre aux USA en raison de performances décevantes. Aux Etats-Unis, il n'en a conservé qu'une, ouverte en 2006 à New-York dans le quartier de SoHo. C'est là qu'il a été convaincu de poursuivre son

expansion sur les grandes zones urbaines plus promptes à accepter des marques étrangères.

Uniqlo concentre ses efforts de croissance organique sur l'Asie : Chine, Hong Kong, Corée du Sud, Singapour et Taiwan, des marchés encore sous-développés pour lui par rapport aux USA et à l'Europe. Toutefois, il n'est pas pressé d'ouvrir les 6 à 10 autres magasins prévus à Paris avant 2011 malgré les premiers succès rencontrés dans celui de l'Opéra, qui réalise le CA le plus important de ses 880 magasins.

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 « 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

www.chabot-associates.com