

LA LETTRE DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE

5, rue de Châteaudun, 75009 PARIS, France

Tel/fax : +331 48 74 64 70 (ligne directe)/+336 70 86 64 20

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 :

OCTOBRE 2011

INTERNATIONAL

- . 10 pays classés par le flux des Investissements Directs Etrangers en 2010
- . Les rues commerçantes les plus chères du monde en 2011
- . Les marques : Apple devient le N°2 mondial après Google et pèse aujourd'hui \$ 39,3 Mds
- . *En bref* : Casino ouvrirait 30 hypermarchés et 5 plus petits magasins à Bahreïn, aux Emirats et au Koweït d'ici 3 ans... J.C.Penney : William Ackman et Vornado Realty Trust ont augmenté leur participation dans le capital de la chaîne de grands magasins américains... Wal-Mart a embauché Lev Khasis, l'ancien directeur général de X5, le plus gros distributeur de Russie, avant son départ en mars pour « raisons personnelles »... Belaya Dacha, le 1^{er} village de marques de Russie, construit sur 38 000 m² à Kotelniki, dans la région de Moscou, par le promoteur américain Hines, ouvrira ses portes en avril 2012... H&M ouvrira un premier magasin drapeau en Bulgarie en mars 2012... Après l'acquisition par Groupe Arnault SAS de 961 634 options d'achat d'actions Carrefour, Blue Capital, Colony Blue Investor et Groupe Arnault SAS ont atteint le seuil de 20% des droits de vote de Carrefour... Le groupe PPR reporte la vente de son activité Redcats... Kiloutou crée la 1^{ère} place de marché de la location en France... Immochan a dévoilé son projet Europa City en région parisienne... Altarea Cogedim vient de signer 20 baux commerciaux avec le groupe Vivarte...

EUROPE

- . Westfield Stratford City, le plus grand centre commercial d'Europe, a été ouvert le 13 septembre à l'est de Londres, près du site des Jeux Olympiques de 2012
- . Les grands magasins espagnols El Corte Ingles seraient proches d'un accord avec Metro AG concernant Galeria Kaufhof

ESPAGNE

- . Inditex : un bénéfice net en hausse de 14% au 1^{er} semestre

FRANCE

- . L'américain Costco arrive en France et annonce l'ouverture de grandes surfaces.
- . Intermarché entend déployer des magasins de proximité Express dans les grandes agglomérations et notamment à Paris
- . Progression continue du commerce électronique au 1^{er} semestre

ROYAUME-UNI

- . Les nouveaux paris de Marks & Spencer : le distributeur lance un second grand plan de rénovation
- . Kesa conserva sa division déficitaire Comet au Royaume-Uni. Baisse des performances au cours de la période du 1^{er} mai au 15 septembre dans un contexte difficile

FEDERATION DE RUSSIE

- . Kingfisher prévoit de développer Castorama en Russie
- . Des investisseurs s'intéressent de plus en plus au commerce en ligne

SUEDE

- . Ikea veut se développer en Espagne et au Royaume-Uni et cherche à élargir la clientèle de ses cuisines aux Etats-Unis

AMERIQUES

- . Nouvelle tendance aux Etats-Unis : les magasins commencent à réduire leur surface
- . Esprit va vendre des magasins en Amérique du Nord et se retire de plusieurs marchés européens
- . The Home Depot Inc. se lance dans le concept du Drive
- . Face à l'augmentation des ventes en ligne, Best Buy, N°1 de l'électrodomestique dans le monde, perd la confiance de ses investisseurs dans la crainte de voir son modèle dépassé
- . Toys R Us a trouvé sa voie entre Wal-Mart et Amazon.com
- . Rallye et Casino renforcent leur position dans le brésilien GPA

ASIE

CHINE

- . Pour accélérer son développement, Wal-Mart s'allie à des acteurs du commerce en ligne
- . Inter Ikea Centre Group, promoteur d'Ikea, agrandit la surface de 3 malls in Chine et table sur la construction d'un 4^e à Shanghai

JAPON

- . Tesco a décidé de se retirer de l'archipel et de vendre ses exploitations, préférant investir dans des pays plus prometteurs comme la Chine et la Corée du Sud
- . Fast Retailing annonce un programme d'expansion dynamique pour rattraper ses concurrents comme Gap et Zara avec l'objectif d'être le leader mondial de l'habillement en 2020 avec un CA de l'ordre de \$ 60 Mds

Vous pouvez aussi lire l'étude suivante :
✓ **Les 500 plus gros commerçants de la zone Asie-Pacifique**

* * * *

Quelques extraits de nos articles parus dans :
La Lettre de la Distribution Internationale :
OCTOBRE 2011

■ **ETATS-UNIS**

Nouvelle tendance aux Etats-Unis: les magasins commencent à réduire leur surface.

Les magasins de grandes surfaces de 20 000 m² et plus ont dominé le commerce de détail depuis les deux dernières décennies. Or, le contexte a évolué avec le commerce en ligne, les changements démographiques favorisant les centres villes et la nouvelle attitude du consommateur en quête d'un environnement plus intime.

Outre la surface, les commerçants de mode se concentrent aujourd'hui sur l'installation de cabines d'essayage et l'utilisation d'éclairages ou d'odeurs pour attirer les acheteurs car ils sont forcés d'adopter une nouvelle approche face à leur évolution. En effet, l'importante génération du Baby Boom a commencé à prendre sa retraite et le nombre de femmes au travail continue sa progression, ayant déjà bondi à 65 millions en 2010 contre 19 millions en 1964 selon le Labor Department.

De fait, J.C.Penney a récemment ouvert un grand magasin de plus petite surface près de San Francisco dont il déclinera le concept sur 5 000 à 6 000 m² contre 10 000 m² et plus pour ses grands magasins traditionnels.

Wal-Mart ouvre maintenant des magasins Express de 1 500 m² tout en continuant d'espérer que sa croissance sera tirée par ses Supercenters (hypermarchés) dans les années à venir. Sears Holdings et Best Buy explorent la possibilité de la sous-location ce qui leur permettra de réduire leur surface. Target prévoit de construire des City Target de 6 000 m² à 10 000 m², adaptés au marché urbain, quand ses magasins traditionnels ont entre 12 000 et 16 000 m².

Les villes sont habitées par un nouveau type de consommateur, le WOOF ou « personne âgée nantie », des foyers sans enfants dans leurs 50 ans et plus qui ont quitté les banlieues après avoir vendu leurs maisons pour revenir en ville. La Génération Y, les 10-28 ans, compte 80 millions de personnes et forme aussi une cohorte urbaine susceptible de louer plus longtemps que les générations précédentes en ville. La Génération des universitaires de 25-34 ans s'est précipitée sur les centres villes selon une analyse comparative du Census Bureau en 2000 et des études menées entre 2005 et 2009. Dans les 51 grandes zones métropolitaines des USA, le nombre de jeunes diplômés

universitaires est en hausse de 26% dans les centre-ville contre 13% dans les zones périphériques.

Les changements démographiques, conjugués au bouleversement économique, sont un coup dur pour les grandes surfaces. Aux USA on comptait près de 5,5 m² de surface commerciale par tête en 2010 contre 4,05 m² en 1990 selon la société d'information immobilière CoStar.

■ JAPON

Fast Retailing annonce un programme d'expansion dynamique pour rattraper ses concurrents comme Gap et Zara avec l'objectif d'être le leader mondial de l'habillement en 2020 avec un CA de l'ordre de \$ 60 Mds.

Fast Retailing veut ouvrir 200 à 300 magasins par an hors de l'archipel, essentiellement en Asie d'ici 3 ans : 100 en Chine, 100 en Asie du sud-est, 50 en Corée et 30 à Taiwan contre 20 aux USA et en Europe, en vue d'en contrôler 4 000 à l'horizon 2020. Pour cela, il utilisera des fonds disponibles pour des investissements futurs comme des fusions et des acquisitions et non pas pour des rachats d'actions.

Le plus gros commerçant spécialisé en habillement du Japon s'intéresse aussi à l'Inde, à l'Australie et à Nouvelle-Zélande comme à l'Amérique du Sud. Au Japon, il compte 840 Uniqlo et 180 seulement ailleurs dans le monde. Il espère que son expansion rapide à l'étranger sera la clé de sa croissance car il affronte une économie stagnante, une concurrence féroce, une déflation persistante et un déclin de la population au Japon.

Son objectif premier est de réaliser un CA de \$ 22 Mds (1,7 trillion de yen) à la clôture de son exercice en août 2015 et table sur \$ 60 à 65 Mds en 2020 sur les marchés asiatiques moins concentrés et dont la croissance est plus forte. Mais, il a encore un long chemin à parcourir pour rattraper ses concurrents sur le plan du nombre de magasins : Inditex est le plus grand commerçant de mode éphémère du monde par le CA avec plus de 5 000 magasins dans 78 pays ; Gap (CA \$ 14 Mds) en compte plus de 3 200 dans le monde et H&M 2 300 magasins dans 40 marchés.

Son président et fondateur, Tadashi Yanai, classé par Forbes comme l'homme le plus riche du Japon en 2010, a déclaré « vouloir que la marque soit le symbole du Japon dans le monde et soit « LA » marque de l'habillement. » Il a récemment fait de l'anglais la langue officielle de la société et prie ses employés de commencer à travailler au siège dès 7 heures du matin.

Les ventes d'Uniqlo au Japon, qui représentent près des $\frac{3}{4}$ des ventes consolidées de Fast Retailing, ont chuté de 6% au cours de l'année, close en août et une nouvelle chute de 8,2% du résultat est attendue au cours de la même période.

■ ASIE / PACIFIQUE

LES 500 PLUS GRANDS COMMERCANTS DE LA ZONE ASIE-PACIFIQUE

Cette étude, publiée pour la 8^e année par KPMG, Euromonitor International et Retail Asia couvre les 500 premiers commerçants de 14 économies de la zone Asie-Pacifique. Elle montre la reprise du commerce de détail dans la région avec une hausse de 10% des ventes et un CA impressionnant de \$ 834 Mds en 2010, contre +3% un an plus tôt, car les derniers effets de la récession se sont estompés. Autre signe de reprise sur la scène du commerce de détail, aucun pays en 2010 n'a enregistré de recul de ses ventes exprimées en monnaie locale et en dollar US contrairement aux années précédentes.

Les 12 plus grands commerçants par le CA de la zone Asie-Pacifique en 2010

pays	format	enseigne	société	CA 2010 (US\$ m)
1 Japon	mag.de proximité	7-Eleven	Seven & I Holdings	31 064
2 Japon	grand magasin	Jusco, Saty, Posful...	Aeon Group	26 501
3 Australie	supermarché	Woolworths...	Woolworths	25 857
4 Japon	grand magasin	Ito Yokado, Seibu, Sogo	Seven & I Holdings	24 426
5 Japon	mag.de proximité	Lawson, Lawson Store	Lawson	20 974
6 Australie	supermarché	Bi-Lo, Coles	Wesfarmers	19 116
7 Japon	mag.de proximité	Am/ pm, Family Mart	Family Mart	15 992
8 Japon	mag.articles durs	Labi, Tecc Land	Yamada Deni	13 668
9 Japon	mag.de proximité	Circle K, Sunkus	Uny	12 651
10 Chine	mag.articles durs	Gome, Yongle...	Gome Electrical Appliances	11674
11 Japon	grand magasin	Isetan, Mitsukoshi	Isetan Mitsukoshi Holdings	10 561
12 Chine	mag.articles durs	Suning	Suning Appliance Chain Store	10 467

Source : Retail Asia

En 2010, la Chine a rattrapé le Japon en tant que seconde plus grande économie mondiale enregistrant la plus forte croissance. Les 124 commerçants chinois étudiés ont vu leurs ventes progresser de +14,5% en 2009/ 2010 au total de US\$ 139 Mds...

Pour lire la suite de cet article, consulter :

bguillot@chabot-associates.com ou tel/fax+331 48 74 64 70/mobile +336 70 86 64 20

SOUSCRIVEZ

LA LETTRE DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE

Bulletin de souscription

(11 numéros/ an)

PrénomNom

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 ou virement bancaire.

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, 5, rue de Châteaudun, 75009 PARIS- France :

Tel/Fax +331 48 74 64 70/336 70 86 64 20

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