

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

SOMMAIRE

Liste des articles parus dans

La Lettre de la Distribution Internationale :

JANVIER 2012

INTERNATIONAL

. De nombreuses grandes enseignes américaines risquent de reconsidérer leur expansion en Europe en raison notamment de faibles perspectives de croissance économique
. *En bref* : Deutsche Bank cède le centre commercial PEP à Munich pour € 400 millions... X5, N°1 de la distribution alimentaire russe, a enregistré une perte nette de \$ 2,1 millions au 3^e trimestre... Shanghai Lianhua Supermarket Holdings (Lianhua) achète Hualian GMS (20 magasins) au groupe Bailian... Carrefour ouvertures récentes en Argentine, Colombie, Chine, Albanie... Pixmania élargit son offre au meuble... Le Bon Marché commencera à se rénover en 2012. Les travaux s'étaleront sur 5 ans et porteront sur un agrandissement de 4.300 m² dont 3.400 m² en alimentaire... Lille Métropole : Immochan réalisera un pôle commercial, spécialisé dans l'équipement de la maison... Gap : ouverture du 1^{er} Banana Republic à Paris, sur les Champs-Élysées, le 8 décembre 2011... Camaïeu : ouverture du 1.000^e magasin à Casablanca dans Morocco Mall le 2 décembre dernier...

EUROPE

ALLEMAGNE

. Metro AG a lancé un avertissement sur son CA et ses bénéfices 2011

BELGIQUE

. Delhaize Group prévoit l'ouverture de 450 magasins entre 2012 et 2014

ESPAGNE

. Sonae Sierra renforce son engagement sur le marché espagnol

FRANCE

. Carrefour cherche à racheter son franchisé Guyenne et Gascogne. L'opération se compose d'une OPA et d'une OPE à titre subsidiaire, l'ensemble coûterait € 530 millions
. Auchan : le 117^e hypermarché français du Groupe, ouvert le 9 novembre 2011, a été inauguré le 7 décembre à Sarcelles (Val d'Oise)
. Leclerc pousse le format Drive dont il est le leader en France

- . Franchise : situation de la franchise en France en 2011 et développement à l'étranger
- . Jouet : 8,4 cadeaux sont offerts par enfant pour la fête de Noël

ROYAUME-UNI

- . Tesco est le seul des 4 grands alimentaires britanniques à perdre des parts de marché au Royaume-Uni
- . Kingfisher : ralentissement de la baisse des ventes au 3^e trimestre grâce à des conditions climatiques exceptionnelles
- . Kesa : un difficile second semestre
- . A Londres, la City n'appartient pratiquement plus aux Britanniques

FEDERATION DE RUSSIE

- . La Russie va rejoindre l'OMC

AMERIQUES

- . Black Friday, un bon début de saison avec une hausse record des ventes de 6,6% ce jour-là
- . Tendances de la saison
- . CBD : objectif 2012, se concentrer sur la croissance organique
- . La Colombie : record d'investissement en 2011

ASIE

CHINE

- . H&M cible les petites villes
- . Inditex : hausse du bénéfice net de 10% au 3^e trimestre

INDE

- . Suspension de la décision d'ouvrir la porte aux commerçants internationaux

MOYEN-ORIENT/AFRIQUE

- . Le Groupe Casino se développe en franchise au Qatar et au sultanat d'Oman
- . Dubaï et Abu Dhabi sont les deux premières destinations de la région MENA pour la qualité de vie des cols blancs
- . Abu Dhabi table sur la modernisation du commerce de détail avec les étrangers quand l'Inde la redoute
- . Spinney's a de grands projets pour 2013 : un CA de \$ 1 Md

Vous pouvez aussi lire les études suivantes :

- ✓ **En Russie, le marché de détail pourrait atteindre un CA de \$ 800 Mds à l'horizon 2013. De nouveaux concepts et des projets dans les villes régionales**
- ✓ **Le commerce de détail sera t'il bientôt saturé à Dubaï ?**

* * * *

Quelques extraits de nos articles parus dans : La Lettre de la Distribution Internationale : JANVIER 2012

■ FEDERATION DE RUSSIE

En Russie, le marché de détail pourrait atteindre un CA de \$ 800 Mds à l'horizon 2013. De nouveaux concepts et des projets dans les villes régionales.

Après une chute brutale du taux de croissance économique de 28,1% à 4,7% en 2009 dans le sillage de la crise globale, des signes de reprise ont commencé à émerger. Ainsi, selon le dernier rapport émis par PMR « Retail in Russia in 2011 », la progression du commerce de détail a atteint 12,9% à \$ 543,5 Mds en 2010.

Toutefois, au cours des prochaines années, le marché ne rétablira probablement pas le rythme d'avant la crise malgré l'amélioration des conditions économiques et des prévisions relativement positives pour les temps à venir.

Croissance des ventes au détail sur la période 2005-2013.

	Croissance (%)	CA (Mds \$)
2005	-	231
2006	23,7	287
2007	24,8	360
2008	28,1	458
2009	4,7	481
2010	12,9	543,5
2011 estim.	15,4	627
2012 prévis.	10,9	696
2013 prévis.	11,8	735

Source : PMR Publications

Le Groupe X5 Retail, qui exploite les magasins alimentaires Pyaterochka, Perekryostok et Karusel reste le leader de la distribution par le CA. Outre la croissance annuelle à deux chiffres de son CA total, il a enregistré une hausse de 7% des ventes à magasins comparables en 2010.

Au second rang, on trouve le groupe Tander et Auchan au 3^{ème}. Un grand changement est apparu avec la faillite de certains grands acteurs comme Tsifograd et Dixis (téléphones mobiles), Mir et Domo (électronique) et Alpi (alimentaire).

Au cours des 12 derniers mois, plusieurs grosses transactions ont été enregistrées : Kopeyka a été rachetée par X5 Retail à la fin de 2010 et au début de 2011, Dixy Group a annoncé le projet d'acquérir Victoria Group, exploitant les chaînes Victoria, Kvartal, Dyoshevo, Cash et Semeinaya Kopilka.

En 2010, les 20 plus grands commerçants représentaient environ 11% des ventes totales au détail et les 3 premiers contrôlaient près de 5% du marché.

Les plus grands changements en 2010 concernent Eldorado qui a cédé la place de leader à M.Video, en même temps, Media Markt a rattrapé Technosila et dans le bricolage, Leroy Merlin est devenu le leader avec un CA de \$ 1,2 Md.

Les plus grands distributeurs russes par le CA en 2010.

Sociétés	secteur	Enseignes	CA (millions US \$)	% variation annuelle	Nbre mag
1. X5 Retail Group	Alimentaire	Karusel, Kopeyka...	11.280	24	2.469
2. Tander	Alimentaire	Magnit	7.777	39	4.055
3. Auchan Group	Alimentaire, bricolage	Auchan, Raduga, Atak	5.944	13	97
4. Metro Group	Alimentaire, électronique	Metro C&C, Media Markt	4.678	13	104
5. M.Video	électronique	M.Video	2.800	23	219

Source : PMR conversion

Tendances du commerce de détail.

La demande.

La demande des consommateurs, des commerçants et des investisseurs stimule cette explosion. Les investissements dans l'immobilier commercial sont en hausse comme les ventes au détail totales après la contraction en 2009.

Le marché russe est loin d'être saturé en centres commerciaux notamment dans les régions. **En effet, il a construit le plus grand stock d'Europe avec 404.000 m2 au 1^{er} semestre 2011, soit le cinquième du total** selon Cushman & Wakefield. En 2012, 2.900.000 autres m2 sont encore attendus.

Selon Rosstat, les revenus réels ont augmenté légèrement en août 2011 de 1,1% par rapport à un an plus tôt, soit une croissance plus lente qu'en juin. Les ventes au détail se sont pourtant s'est accélérées avec 7,8% en août contre 5,6% en juillet.

L'offre.

En raison des incertitudes liées aux permis de construire à Moscou, l'essentiel de la nouvelle offre est prévue dans la capitale et sa région: 52% du nouveau stock y est construit contre plus de 20% en 2010. 7 grands projets ont été livrés au 3^e trimestre: Mega à Oufa (110.000 m2 GLA) et à Samara (103.000 m2), Yuzhny à Kazan (46.000 m2), Rio à Iaroslav (53.000 m2) et à Vologda (35.000 m2), Rodnik à Tcheliabinsk (58.000 m2) et Grenada à Lyoubertsy (15.000 m2).

Les nouveaux concepts.

Deux nouveaux concepts se développent en Russie comme les retail parks et les centres de marques : Outlet Village Belaya, construit sur 38.000 m2 à Kotelniki, dans la région de Moscou par le promoteur américain Hines et par la société d'agriculture locale Belaya Dacha, ouvrira en avril 2012. Ensemble, ils investissent un total de \$ 160 millions dans ce projet déjà commercialisé à plus de 90%. Loué à 90%, il compte parmi ses locataires TsUM, Ferragamo, Burberry, Trussardi, Escada, CK Jeans, Puma, Adidas et Reebok....

Les retail parks sont étudiés par un certain nombre de promoteurs et il existe une demande de la part des grandes surfaces, les Russes devenant de plus en plus friands de nouvelles formes du commerce de détail, selon Cushman & Wakefield.

Fashion House Moscow et Vnukovo Outlet Village sont prévus aussi en 2012. Vnukovo Outlet Village comptera 150 magasins et sera construit par 3 investisseurs privés, moyennant \$ 55 millions étalés sur 5 à 7 ans. Le 3^e, Fashion House Moscow, comptera 192 magasins et restaurants et sera un centre fermé. Liebrecht & Wood Investment Fund investit \$ 97 millions dans sa construction: 75% de la surface sont loués et l'on y trouvera des enseignes comme Puma, Nike, Lacoste et TsUM...

Fashion House a ouvert d'autres villages de marques en Europe Orientale et propose aux investisseurs et aux promoteurs des contrats de franchise.

Les conditions climatiques de La Russie pourraient poser des problèmes à ce type de centre car ils sont généralement à ciel ouvert, permettant de réduire les charges de chauffage et donc les coûts. D'où des loyers plus faibles. Mais, les partenaires russes sont persuadés que le climat n'arrêtera pas les consommateurs. Une fois ces 3 nouveaux centres ouverts, un outlet mall pourrait s'ouvrir à Moscou. L'étape suivante se produira à Saint-Pétersbourg où Fashion House possède un terrain.

Quand l'énorme Vegas Mall a été ouvert sur 386.000 m², le centre commercial Waymart de 30.000 m², non loin de là et à 26 kms de l'autoroute encerclant Moscou, était devenu trop grand avec ses locomotives Auchan et M.video. Face à cette concurrence, son propriétaire Way-M donc a décidé de le recapitaliser sous la forme du centre de magasins à prix réduits BrandCity Outlet Center, ouvert en septembre, par le promoteur Rosital. C'est officiellement le premier centre de magasins à prix réduits de Russie dans lequel on trouve aussi des magasins traditionnels et c'est un centre couvert. On y trouve 7 enseignes dont All Seasons, Samsonite, bientôt M.Video... 65% sont loués de \$ 500 à 850 le m².

A plus long terme, les analystes annoncent un nouveau format, le centre de proximité ou de voisinage en centre-ville, conçu comme un centre commercial de 3.000 à 10.000 m² sur plusieurs niveaux autour d'un supermarché locomotive avec quelques magasins et restaurants. On parle aussi d'un centre commercial spécialisé groupant des commerçants du même secteur comme l'électronique, le sport ou l'ameublement. Or, à Moscou, des centres y font déjà penser comme Sport-Hit (sport) et Gorbushka (électronique). Centres spécialisés et retail parks peuvent aussi être construits dans la ville puisqu'ils se sont bien adaptés à l'environnement de bâtiments industriels.

Outre la capitale, les promoteurs continuent de livrer de nouveaux centres commerciaux et annoncent des projets dans d'autres villes de sorte que fin 2013, la part de stock dans les plus petites villes régionales va progresser de 24 à 27%.

Globalement, selon Jones Lang LaSalle, entre la fin de 2011 et 2013 les centres commerciaux vont progresser à environ 3,5 millions de m² dont 25% à Moscou et sa région.

L'offre au 3è trimestre

	Moscou	Région de Moscou	St. Pétersbourg	Millioniki	Autres villes	Russie
Stock c.c x (000 m2)	3.152	386	1.552	3.628	2.695	11.413
Nbre c.cx	80	24	44	106	105	359
Stock pour 1.000 habitants (m2)	274		320	263		
Livraisons 3è T 2011 (000 m2)	0	0	44	323	103	470
Livraisons T1/T3 2011 (000 m2)	126	33	173	415	103	850
Pipeline à fin 2013 (000 m2)	426	455	386	841	1.409	3.517
Nbre c.cx dans le pipeline	10	20	12	26	43	111

Source Jones Lang LaSalle

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

■ EMIRATS ARABES UNIS

Le commerce de détail sera t'il bientôt saturé à Dubaï ?

La surface commerciale a augmenté de 60% à Dubaï depuis 2005 et la surface par tête est pratiquement le double d'Abu Dhabi, au second rang au Moyen-Orient. Si le développement rapide du marché de détail a contribué à la classer comme grande destination mondiale pour le shopping et le tourisme, la vitesse de son expansion a aussi écarté des projets plus anciens. Les malls Dubai Mall et Mall of the Emirates sont des réussites mais de nombreux acteurs, moins importants et plus anciens, vont devoir s'adapter en urgence pour se différencier.

Al Ghazal Mall à Satwa, à quelques kilomètres de Dubai Mall, a été touché par la baisse de fréquentation et se voit contraint depuis ces quelques dernières années de proposer des loyers bien moins chers. On y trouve aussi des services comme un dentiste, un cabinet d'urgence médicale et un ophtalmo, un restaurant libanais... et un Carrefour Market. Ce centre, qui s'est demandé comment lutter contre les grands centres régionaux, a su se transformer en un centre communautaire. Mais, d'autres ne suivent pas la même approche pour se différencier. Au contraire, certains parmi les plus anciens s'agrandissent plutôt que de se repositionner ou de réduire leur surface. Ainsi, Al

Ghurair Mall, construit en 1981, le plus ancien mall de Dubaï, dépense US\$ 544 millions pour pratiquement doubler sa taille et ajouter un hôtel. Dans le même temps, Burjuman Mall augmente la sienne de 25%.

Les évènements politiques et sociaux dans la région Moyen-Orient/Afrique du Nord durant le Printemps Arabe de 2011 ont conforté le rôle de Dubaï en tant qu'asile. Les inquiétudes concernant l'endettement à la fois dans la zone euro et aux USA ont touché le côté positif de l'immobilier de Dubaï au 3^e trimestre de cette année. L'expérience de la crise financière 2008/9 montre que l'émirat reste étroitement lié aux tendances de l'économie globale et l'éventualité d'une récession dans les marchés matures a provoqué une approche plus prudente des acteurs, dont les projets d'expansion ont été repoussés jusqu'à ce que la situation s'éclaircisse.

Des signes de stabilité et de retour de la confiance sont visibles notamment dans le commerce de détail. Des acteurs en quête d'investissement dans l'immobilier de Dubaï ont montré un intérêt accru en 2011, notamment parmi ceux hors de la zone du Gulf Cooperation Council. Mais, il reste concentré sur quelques actifs achevés, producteurs de revenus, et la demande est faible pour des projets partiellement terminés ou moins intéressants. L'absence continue de grandes transactions reflète le manque de produits de qualité sur le marché à des prix attractifs.

Indicateurs-clés.

	2010	2011 estimation
Emirats :		
Population (millions)	7,5	7,9
Croissance population	8,3%	5,0%
PIB par tête (\$)	39.624	47.748
Croissance réelle PIB	1,4%	5,2%
Inflation annuelle	0,9%	4,0%
Taux d'échange (\$/dirham)	3,67	3,67
Dubaï :		
Population	1.905	1.953
Croissance population	7,8%	2,5%
PIB par tête (\$)	29.350	34.500

Source : Global Insight/Dubai Statistics Centre

Les loyers dans le commerce de détail se sont stabilisés dans les malls de qualité. Dans Mall of the Emirates, Dubai Mall et Deira City Centre, ils se situent à \$ 1.170 au m². Dans les malls plus anciens, les bailleurs essaient de se repositionner dans le choix de leurs commerçants ou d'être plus flexibles dans leurs négociations afin de maintenir leur taux d'occupation. L'une des tendances éminentes est la volonté croissante des bailleurs de fixer des loyers en fonction du CA pour le bénéfice des deux parties.

Le taux de vacance est resté stable à environ 20%. Certains propriétaires ont aussi choisi d'utiliser les surfaces disponibles pour des commerces temporaires ou saisonniers.

L'offre au 3^e trimestre.

Le stock de malls à Dubaï représente environ 2,6 millions de m2. 160 000 m2 ont été terminés au cours de ce trimestre. Si de nouveaux projets de centres de communauté sont au programme à court terme, aucun nouveau grand centre commercial ne l'est, Mirdif City Centre, étant le dernier du cycle en cours.

L'offre du marché de détail sur 2010/2013 à Dubaï.

Stock terminé (m2 GLA)			
2010	2011	2012	2013
2.417.000	2.560.000	2.580.000	2.583.000
Projets à venir			
-	2.800	3.000	353.000

source : Jones Lang LaSalle, Q3 2011

Depuis 5 ans, Dubaï a connu une expansion rapide de son commerce de détail avec une offre de plus d'un million de m2 sur le marché. Depuis le second semestre 2010, l'offre proposée s'est rapidement ajustée aux conditions changeantes et l'offre nouvelle a été limitée à quelques petits centres de communauté et de voisinage ou à l'agrandissement de projets existants comme le Mall of the Emirates. Les projets les plus réussis sont ceux comprenant des activités de loisirs ou offrant des services sociaux. Les centres super régionaux représentent l'essentiel de la surface commerciale à Dubaï mais on s'attend à ce que ce pourcentage recule car les centres de communauté continuent à représenter l'essentiel de l'offre à venir.

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

■ INDE

Suspension de la décision d'ouvrir la porte aux commerçants internationaux.

Le 7 décembre, le gouvernement indien a répondu à la demande de l'opposition et suspendu sa décision d'autoriser les commerçants multi marques étrangers à détenir 51% dans des joint-ventures indiennes. Cette décision, qui vise à protéger le petit commerce, est provisoire et le Parlement a adopté la résolution jusqu'à ce qu'un consensus soit trouvé sans préciser de date.

Jusqu'à présent, les Investissements Directs Etrangers dans le commerce multi marques étaient interdits, 51% seulement étaient autorisés dans le commerce mono-marque depuis 2006, permettant l'entrée de plus de 50 commerçants globaux en partenariat avec des commerçants indiens.

Sans la suspension, les commerçants multimarques étrangers auraient pu détenir 51% des joint-ventures indiennes et d'ouvrir des grandes surfaces avec des partenaires locaux dans ce pays d'1,2 milliard de consommateurs. Plus largement, cette décision d'ouverture donnait aussi le signal que le pays cherchait à attirer les fonds étrangers. Voilà deux décennies, il a rénové son économie pour la rendre plus ouverte contrairement aux périodes précédentes de planning centralisé. Mais, l'an dernier, le gouvernement a été largement critiqué par l'opposition de ne pas relancer les IDE, en chute de 28% à \$ 29,4 Mds sur l'exercice 2010/11 à fin mars, car les prévisions économiques s'assombrissaient. La croissance du PIB est aujourd'hui estimée à environ

7,5% pour 2011 contre 9% prévus au début de cette année et la roupie indienne a récemment chuté par rapport au dollar.

Les IDE dans le commerce de détail rencontraient une sévère opposition politique dans la crainte que les magasins de proximité et boutiques traditionnelles disparaissent en cas de lutte contre de gros commerçants multinationaux. Pourtant, l'idée a été émise que cette ouverture pourrait bénéficier aux consommateurs, fournisseurs, fermiers et petits commerçants locaux, qu'elle apporterait des investissements étrangers plus importants dans les entrepôts de froid, la technologie des entrepôts et la logistique contribuant ainsi à réduire l'inflation des prix alimentaires. Elle permettait aussi d'éliminer des intermédiaires entre fermiers et consommateurs et l'implantation d'un commerce moderne

L'ouverture aux étrangers impliquait aussi que Wal-Mart (9 cash & carry en partenariat avec Bharti depuis 3 ans), Metro (8), Carrefour (1 ouvert, un second annoncé) et autres Tesco, qui a tissé des liens de franchise avec les hypermarchés Star Bazaar de Tata, pouvaient alors ouvrir des magasins de détail en Inde, où ils sont déjà présents avec ces cash & carry, seule forme autorisée jusqu'alors et avaient annoncé des projets pour 2012 avant cette décision finale.

Cette décision devait aussi non seulement transformer le paysage commercial, mais ses infrastructures. Actuellement, le commerce local, dominé par le commerce traditionnel, manque de chaînes d'approvisionnement modernes comme d'entrepôts frigorifiques. D'où un gâchis important de nourriture dans un pays où la malnutrition demeure encore un problème sérieux.

Le commerce de détail local, dominé par des commerçants traditionnels, est estimé à \$ 450/470 Mds, en hausse de 20% par an, dont 27 Mds seulement sont réalisés par le commerce organisé. On s'attend à ce qu'au cours des 5 années à venir, le marché atteigne \$ 675 Mds dont 85 Mds pour le commerce organisé.

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 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 « photocollage ».

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**