

Amérique Latine - DISTRIBUTION

Étude mensuelle

Juin 2002 - N° 64



1. La conjoncture et l'environnement économique

2. Les tendances du commerce et de la consommation

3. L'actualité des enseignes

Table des Matières

I. LA CONJONCTURE ET L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE	1
AMÉRIQUE LATINE.....	1
<i>Attachez vos ceintures : zones de turbulences !</i>	<i>1</i>
<i>Le poids de la corruption.....</i>	<i>2</i>
... <i>et du travail au noir.....</i>	<i>2</i>
<i>Touchée / pas touchée par l'Argentine ?.....</i>	<i>2</i>
<i>Indicateurs économiques.....</i>	<i>3</i>
ARGENTINE	4
<i>L'industrie en panne</i>	<i>4</i>
<i>Des consommateurs pessimistes.....</i>	<i>4</i>
<i>Pas facile d'exporter des aliments au Brésil.....</i>	<i>5</i>
<i>Récolte record et record de faim.....</i>	<i>5</i>
<i>Il ne faut pas oublier la dette publique</i>	<i>5</i>
<i>Création de commerces à Córdoba.....</i>	<i>5</i>
<i>De plus en plus d'inflation pour tous.....</i>	<i>6</i>
<i>Inflation de... pauvres !.....</i>	<i>6</i>
BRÉSIL	7
<i>Période très difficile.....</i>	<i>7</i>
<i>Casse tête pour les investisseurs espagnols</i>	<i>7</i>
<i>Hausse de la production industrielle.....</i>	<i>7</i>
<i>Les avoirs à l'étranger.....</i>	<i>8</i>
<i>Un nouveau Code Civil.....</i>	<i>8</i>
<i>Chute des revenus à São Paulo.....</i>	<i>8</i>
<i>Chômeurs : juste derrière l'Inde.....</i>	<i>9</i>
CHILI	10
<i>Taux d'investissement et croissance.....</i>	<i>10</i>
<i>Combien de Chiliens et de Chiliennes ?.....</i>	<i>10</i>
<i>Le coût de la tempête.....</i>	<i>10</i>
<i>Moins de M&A</i>	<i>10</i>
<i>Quelle croissance ?.....</i>	<i>11</i>
<i>Moins de ventes à l'Argentine.....</i>	<i>11</i>
<i>Hausse des rémunérations.....</i>	<i>11</i>
MEXIQUE	12
<i>Au bord d'une crise économique ?.....</i>	<i>12</i>
<i>Beaucoup moins d'investissements</i>	<i>12</i>
<i>Compétitivité mexicaine</i>	<i>12</i>
<i>Moins de croissance et plus d'inflation.....</i>	<i>12</i>
<i>Évolution de l'Indice National des Prix.....</i>	<i>13</i>
<i>Les chiffres des IED.....</i>	<i>13</i>
... <i>des transferts familiaux.....</i>	<i>13</i>
... <i>et du commerce extérieur.....</i>	<i>14</i>
<i>Le prix des délits</i>	<i>14</i>
<i>L'emploi dans la maquila.....</i>	<i>14</i>
URUGUAY.....	15
<i>Les conséquences de la crise argentine.....</i>	<i>15</i>
<i>Le peso uruguayen vaut moins.....</i>	<i>15</i>
... <i>mais la compétitivité du pays recule.....</i>	<i>15</i>
<i>Pas de reprise au 2nd semestre</i>	<i>16</i>
<i>S&P revoit ses notes.....</i>	<i>16</i>

<i>Hausse des exportations enfin...</i>	16
<i>... et baisse des importations...</i>	17
<i>Une inflation qui se maintient...</i>	17
<i>... et un chômage qui augmente</i>	18
<i>Pression sur le projet présidentiel de sortie de crise</i>	18
<i>Augmentation des prix de gros...</i>	19
<i>Salaires : privé contre public</i>	19
<i>Les revenus des Uruguayens</i>	19
II. LES TENDANCES DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION	21
ARGENTINE	21
<i>Un même schéma perpétué : hausse des prix...</i>	21
<i>... et baisse de la consommation</i>	22
👤 Le commentaire d'i F i	23
<i>Variation de la facturation des supermarchés comparé au même mois de l'année précédente...</i>	23
<i>Volume des ventes sur les 4 premiers mois 2002 en milliard de pesos</i>	23
👤 Le commentaire d'i F i	24
<i>Variation de la facturation des shoppings comparé au même mois de l'année précédente...</i>	24
<i>Facturation des shoppings en millions de pesos (4 premiers mois 2002)</i>	24
<i>Changements dans les habitudes de consommation...</i>	25
👤 Le commentaire d'i F i	25
<i>Des crédits hors de prix...</i>	26
BRÉSIL	27
<i>Reprise de la consommation ?</i>	27
<i>Variation des ventes au détail (comparé au même mois de l'année précédente)</i>	27
<i>Variation des ventes par secteur*</i>	27
👤 Le commentaire d'i F i	28
<i>Équipements électroniques en forme...</i>	28
<i>Ventes d'appareils électroniques en millions d'unités</i>	28
<i>Ventes de magnétoscopes et de lecteurs DVD en milliers d'unités</i>	29
<i>Vous payez comment ?</i>	29
CHILI	30
<i>Une baisse des ventes qui se confirme</i>	30
<i>Variation des ventes des supermarchés (entre janvier et mai, / même période 2001)</i>	30
<i>Plus d'amendes pour protéger la concurrence</i>	30
MEXIQUE	31
<i>Progression des ventes</i>	31
<i>Le commerce de détail et de gros de 1998 à 2001 (Var.%/l'année précédente)</i>	32
<i>Grossistes : variation des ventes, de l'emploi et des salaires</i>	32
<i>Détaillants : variation des ventes, de l'emploi, et des salaires</i>	32
<i>Meubles mexicains copiés</i>	33
<i>De plus en plus de franchises</i>	33
URUGUAY	34
<i>Les habitudes de consommation changent, les entreprises aussi</i>	34
<i>Les consommateurs défendent leurs droits</i>	34

III. L'ACTUALITÉ DES ENSEIGNES	35
ARGENTINE	35
<i>Carrefour s'empare de Metro</i>	35
👤 Le commentaire d'iFi	35
<i>... et se lance dans les supérettes</i>	35
<i>Wal Mart veut aussi son Mondial</i>	36
<i>Des nouvelles de Disco Ahold</i>	36
<i>L'internationalisation de Boating</i>	36
<i>Les grands magasins Falabella à Puerto Madero</i>	37
<i>Nouveau directeur pour la CAS</i>	37
<i>Nouvelle chaîne à Córdoba</i>	37
<i>Aide au développement par les Lecor</i>	38
<i>CNC développe ses outlets</i>	38
<i>Nouveau super discount à Berazategui</i>	38
<i>L'expansion des grossistes</i>	39
👤 Le commentaire d'iFi	39
BRÉSIL	40
<i>Les résultats des enseignes</i>	40
<i>Des nouvelles de Pão de Açúcar</i>	41
<i>Sé toujours en vente</i>	41
👤 Le commentaire d'iFi	41
<i>Nouveau grand magasin pour Ponto Frio</i>	42
<i>SP Market change d'image</i>	42
<i>Baisse des ventes des shoppings « cariocas »</i>	42
CHILI	43
<i>Unimarc : vente stoppée</i>	43
<i>Les projets de Horst Paulmann</i>	43
<i>Des nouvelles de Falabella</i>	44
<i>Les pertes de D&S</i>	44
<i>Sodimac à Vallenar</i>	44
MEXIQUE	45
<i>Des nouvelles de Wal-Mart</i>	45
<i>Les projets de Soriana</i>	45
<i>Le point sur Gigante</i>	46
<i>Davantage de téléviseurs pour Elektra</i>	46
<i>Nouveaux magasins pour Femsa</i>	46

I. La conjoncture et l'environnement économique

Amérique Latine

Attachez vos ceintures : zones de turbulences !

Longtemps stable, le risque pays du **Chili** a commencé à s'inscrire en hausse, atteignant 138 points de base sur les bons du trésor américain. Il reste, cependant, loin du niveau de risque argentin qui a dépassé les 6 000 points et de celui du Brésil, qui a grimpé jusqu'à 1 120 points.

La visibilité sur le court et moyen terme est assez réduite. En effet, l'**Argentine** ne parvient pas à suffisamment redresser la barre pour que le FMI se déclare satisfait et commence à transférer des fonds. Le **Brésil**, outre les retombées économiques de son voisin sur sa croissance, doit, également, faire face aux incertitudes provoquées par le choix politique entre le candidat de Fernando Henrique Cardoso et le candidat de gauche, l'ancien dirigeant syndicaliste Luis Inácio « Lula » da Silva. Enfin, le **Chili** pâtit de la perte de vitesse de la croissance mondiale et régionale et doit réviser à la baisse ses prévisions pour le PIB en 2002 et 2003.

En **Colombie**, l'élection d'Alvaro Uribe est le signe de la volonté du pays pour mettre fin à la subversion qui risque d'embraser et la Colombie et ses voisins.

Justement, au **Venezuela**, Hugo Chávez, de retour après un « bref entracte », n'arrive pas à trouver les moyens d'apaiser le pays. Contesté par une grande partie des Vénézuéliens, le Président devrait faire des changements dans son entourage politique et au sein des forces armées.

Longtemps considéré à l'abri des turbulences par sa proximité géographique et économique avec les États-Unis, le **Mexique** doit revoir à la baisse ses prévisions de croissance ainsi que le cours du peso par rapport au dollar.

Le poids de la corruption...

Selon une enquête de la Banque Mondiale auprès de 10 000 entreprises de 80 pays, 58% des groupes interrogés affirment que la corruption est un obstacle sérieux pour les affaires en Amérique Latine. 70% des entreprises latino-américaines ont déclaré que, très souvent, elles connaissent d'avance le montant à « régler » aux fonctionnaires ou membres du gouvernement. Le Mexique serait le pays le plus corrompu de la zone.

... et du travail au noir

Un rapport de l'OIT souligne que 51% de la population active d'Amérique Latine travaille de façon informelle. Entre 1994 et 2000, ce sont 58% des femmes latino-américaines qui travaillaient au noir.

La Bolivie est le pays qui présente le taux le plus élevé de travail au noir avec 63% de la population active masculine. Elle est suivie du Brésil, avec 60%, du Honduras avec 58%, d'El Salvador avec 57%, du Guatemala avec 56% et du Mexique avec 55%. Le taux le plus faible de la Région est enregistré au Chili avec 36%.

Rappel : un travail est dit informel quand il est réalisé pour des entreprises non enregistrées ou quand il est effectué par des employés qui ne bénéficient d'aucune protection sociale.

Touchée / pas touchée par l'Argentine ?

Selon l'Organisation des États Américains-OEA et la Cepal, tout retard pour trouver une sortie à la crise argentine augmente le risque de contagion vers l'ensemble des pays latino-américains. L'instabilité argentine agit de manière négative sur les investissements dans la Région ainsi que sur ses efforts pour son insertion dans l'économie mondiale. Selon les dirigeants des deux organisations, en plus de l'Uruguay, qui est déjà tombé sous l'influence de la crise argentine, le Paraguay, la Bolivie et même le Brésil pourraient en subir les conséquences. Pour la Banque Mondiale, la crise argentine a provoqué une réduction des prêts des banques étrangères dans l'ensemble de la Région. Ainsi, au cours du premier trimestre 2002 (Argentine non comprise), les prêts des banques internationales aux pays émergents ont chuté de moitié par rapport à la même période 2001. En revanche, pour Enrique Iglesias, le Président de la BID, hormis l'Uruguay, il n'existe aucun danger de contagion sur les autres pays de la Région.

I. La conjoncture et l'environnement économique

	PIB Mds\$		PIB Δ %				Pop.M	Inflation %			Solde commercial		Réserves internat (Mds\$)		Dette ext.	Change/\$			Chôm.%
	2000	2001	2000	2001	2002	2003 (p)		2001	2000	2001	2002 (p)	2000	2001	Déc'00		Mai'02	Déc'01	Mai'02	
Argentine	283	263,8 7	-0,5	-4,5	-8,0	Nd	36,23	-0,7	-1,5	30,0	-2,22	2,5	27,0	10,22	200	3,6	1	24	
Brésil	776	576	4,42	1,51	2,0	3,5	169,8	6,2	7,33	5,2	-1,19	1,7	43,6	36,8	262	2,6	1,8	6,4	
Chili	70,9	64,1	5,4	3,1	2,2	6,0	15,0	3,7	2,6	3,3	1,64	1,4	15,9	15,14	38,98	658	531	13,3	
Colombie	99	87	2,8	1,28	1,8	Nd	42	9,2	7,65	6,5	1,57	0,3	8,6	10,19	39,5	2 300	1 840	18,8	
Équateur	79,7	12,7	1,9	5,4	3,6	6,0	12,2	91	22,4	12,8	1,61	0,9	1,8	1,2	11,2	1	1	14,4	
Mexique	397	625	7,0	-0,3	1,5	4,9	97,5	8,96	4,4	4,7	-5,36	-8,0	30,1	45,3	230	9,6	9,59	2,75	
Pérou	65	55,6	3,0	0,2	3,0	5,0	26,7	4,01	-1,1	2,0	-0,56	-0,2	9,7	9,0	29	3,55	3,52	9,3	
Uruguay	22,35	22	-1,0	-3,2	-4,0	Nd	3,2	5,75	3,59	10,0	-1,11	-0,9	2,5	1,9	6,52	18,85	11,74	15,5	
Venezuela	100	121,8	3,2	2,7	-3,0	Nd	23,2	16,2	12,3	30,0	-1,67	10,6	14,8	9,3	44,1	1 050	650	15,1	

Indicateurs économiques

Argentine

L'industrie en panne

Malgré la dévaluation du peso et la forte réduction des coûts (dont les salaires), l'industrie argentine n'a pas encore réussi à se redresser. **Pourquoi ?** D'une part, la déclaration du *default* a tari les sources de financement et, d'autre part, la chute de la consommation interne a provoqué le gel des salaires.

La dévaluation du peso n'a profité qu'aux entreprises étrangères, basées en Argentine, qui bénéficient de sources de financement accordées par les maisons mères.

Ainsi pour le centre de recherches économiques FIEL, en avril dernier, la production industrielle a été la plus basse depuis 1993 tandis que pour l'INDEC, c'était le mois d'avril 1995, suite à la crise « tequila » du Mexique.

Entre janvier et avril 2002, les secteurs des oléagineux, des produits chimiques de base, les matières plastiques et l'aluminium, poussés par l'exportation, ont présenté des chiffres en progression comparé à la même période 2001. Au total, au cours de ces 4 mois, la production industrielle du pays a reculé de 16,7% par rapport aux mêmes mois 2001.

Des consommateurs pessimistes

Selon une enquête réalisée en mai, 56% des consommateurs argentins pensent que la situation économique du pays s'aggravera en 2003. C'est le taux le plus bas depuis la publication de l'indice en juillet 1998, année où la récession du pays a démarré. Les chiffres révèlent, surtout, la faible crédibilité politique du gouvernement d'Eduardo Duhalde pour remettre l'Argentine sur la bonne voie. Parallèlement, l'étude montre que les intentions d'achat de voitures ont reculé de 15,2% par rapport à mai 2001 et 80% des personnes interrogées pensent que ce n'est pas le bon moment pour effectuer ce genre d'achats. En revanche, les intentions d'achat d'électroménagers ont grimpé de 27% comparé à avril mais elles ont reculé de 56% par rapport à mai 2001.

Pour 46,6% des Argentins interrogés, Carlos Menem est à l'origine de la situation actuelle, tandis que 40% rendent responsable la corruption politique généralisée.

Pas facile d'exporter des aliments au Brésil

Malgré la dévaluation du peso, les fortes marges imposées par la grande distribution (entre 50% et 100%), le manque de pratique des vendeurs pour utiliser des moyens de paiement sécurisés et, surtout, l'absence de financements pour les entreprises argentines sont des obstacles pour le flux des échanges commerciaux entre l'Argentine et le Brésil dans le domaine agro-alimentaire. D'autres aspects concernant la présentation des produits -emballage, poids, quantité... - devront être adaptés aux goûts des Brésiliens.

Récolte record et record de faim

La moisson 2002 présente des chiffres record pour le blé, le maïs, le soja... Mais, malgré la place de 5^{ème} exportateur mondial de céréales/aliments, la moitié des Argentins est considérée pauvre et ne peut pas accéder au panier de base.

Il ne faut pas oublier la dette publique

Avec un dollar à près de 4 pesos, une économie réduite de 12% et dévaluée de 70% et même si les remboursements de la dette sont suspendus, celle-ci continue bel et bien d'exister. Selon les analystes, même avec une réduction du montant et un quitus de la part des créanciers, le poids du service de la dette augmente chaque jour.

Ainsi, fin 2001, la dette publique nationale et provinciale atteignait 165 milliards de dollars, ce qui représentait 57% du PIB du pays. Avec l'addition de la dette privée, le taux de l'endettement grimpait à 70% !

Avec la « pésification » et la compensation reconnue aux banques suite à la dévaluation et au blocage des dépôts bancaires, la dette publique devrait atteindre 186 milliards de dollars soit 169% du PIB national...

Création de commerces à Córdoba

Au 1^{er} trimestre 2002, le Registre du Commerce a enregistré 713 inscriptions pour de nouveaux commerces. Viennent en tête les bars avec 49 inscriptions, suivis des épiceries (47 unités), des magasins de vêtements (42 unités), des kiosques de presse (37), des boucheries (34), des primeurs (30), et des confiseries situées dans les supermarchés (24)... Le rapport préparé par la Municipalité de Córdoba n'indique pas le nombre de magasins qui ont cessé toute activité.

De plus en plus d'inflation pour tous

En mai, l'indice des prix à la consommation n'a augmenté que de 4% contre une hausse de 10,4% en avril. Au total, depuis janvier, l'inflation a progressé de 25,9%. En glissement annuel, le taux atteint 47%.

Pour la population argentine dont les revenus sont les plus bas ou presque inexistants (pauvres et indigents), l'inflation progresse de manière plus rapide. Alors que la hausse moyenne est de 25,9% depuis janvier 2002, le prix du panier de base a grimpé de 42,7% durant la même période. Ainsi, l'ensemble des biens et des services dont la capacité d'achat sert à définir la ligne de pauvreté s'est renchéri de 35,7%.

Aujourd'hui, la pauvreté touche près de 52% de la population urbaine du pays soit 19 millions de personnes marginalisées des conditions de vie dignes.

Au mois de mai, à Buenos Aires, le panier composé des aliments nécessaires à l'alimentation de base d'une personne adulte coûtait 86,2 pesos contre 60,46 pesos en décembre 2001.

Exemple : Une famille de 4 personnes (2 enfants de 5 et 8 ans) doit avoir 266,4 pesos / mois de revenus pour subvenir à ses besoins alimentaires et 625,9 pesos pour couvrir l'ensemble de ses besoins alimentaires et autres services de base.

PALMARÈS DE L'ÉVOLUTION DU COÛT DE LA VIE ENTRE NOV. 2001 ET AVRIL 2002			
Buenos Aires	50,5%	Bahía Blanca	51,3%
Córdoba	53,1%	Mar del Plata	47,0%
Mendoza	51,3%	Tucumán	58,1%
Rosario	56,8%		

Inflation de... pauvres !

Selon le cabinet Equis, au cours des 7 derniers mois, l'évolution du coût de la vie a fait basculer en-dessous du seuil de pauvreté près de 5 millions d'Argentins. À ces nouveaux pauvres s'ajoutent 2,7 millions qui font partie des nouveaux « indigents » !

Dans la ville de Río Cuarto (province de Córdoba, 120 000 habitants), 40% de la population reçoit des aides alimentaires. Au total, les autorités viennent au secours de 17 000 familles soit 68 000 personnes environ.

Brésil

Période très difficile

Bien qu'exposé à la crise argentine dans beaucoup d'aspects (tourisme, industrie automobile, énergie...), le Brésil n'a pas subi, pour le moment, de dégâts trop graves,. Mais **ATTENTION** : une grande partie de la dette du pays, qui atteint, actuellement, 262 milliards de dollars est liée au dollar ou aux taux locaux. Tant que la confiance reste, le danger de dérapage reste éloigné. Ainsi, cette année, si tout va bien, le pays pourrait dégager un excédent budgétaire avant que le remboursement de la dette n'atteigne 3,5% du PIB. Mais, dans le contexte actuel, il suffirait de quelques remous politiques pour que le pays se rapproche prenne le chemin de l'Argentine, **à commencer par la déclaration d'un default...**

Ce n'est pas tout : la progression des intentions de vote pour le candidat de la gauche brésilienne, Luiz Inácio « Lula » da Silva (près de 40%) commence à inquiéter les entreprises brésiliennes et les investisseurs étrangers qui craignent, à juste titre, les changements de politique économique et sociale du Brésil. Justement, la restructuration de la dette brésilienne figure parmi les premières mesures à prendre en cas de victoire de l'ancien syndicaliste. **Attention** : en 7 jours, la baisse du real a fait augmenter la dette externe de 14 milliards de reais.

Casse tête pour les investisseurs espagnols

Telefónica de España, Santander Central Hispano, Mondragón, Iberdrola... l'ensemble des groupes espagnols a déjà investi près de 23,7 milliards de dollars au Brésil. La baisse du real face à l'euro devra faire reculer les bénéfices générés par les filiales brésiliennes. Par exemple, jusqu'en 2001, le Brésil représentait ¼ des bénéfices de Telefónica (contre 5% pour l'Argentine). L'an dernier, le Banespa, filiale du Santander Central Hispano, avait représenté 39% des revenus générés en Amérique Latine (664 millions d'euros). **Rappel** : l'Amérique Latine génère plus de 30% des bénéfices du SCH.

Hausse de la production industrielle

Pour la 1^{ère} fois depuis 9 mois, en avril, la production industrielle brésilienne a enregistré une hausse de 6% comparé à avril 2001. Ce sont les secteurs du pétrole et du gaz (+14%), des aliments (13%), des produits pharmaceutiques (19%) et du meuble (20%) qui ont été les moteurs de la progression. Ces chiffres

coïncident avec les prévisions de hausse de la demande de certains produits, dont l'électroménager. Ainsi, la production des biens durables a augmenté de 10% en avril et celle des biens non durables de 8,1%. **Rappel** : en mars, la production industrielle avait chuté de 3,8% comparé au même mois 2001.

Les avoirs à l'étranger

Selon la DECEC du Banco Central, les 6 113 déclarations des biens possédés à l'étranger par des résidents du pays totalisent de 12 milliards de dollars. Cette somme peut être déduite du passif extérieur du pays.

Un nouveau Code Civil

Après quasiment un siècle, le Code Civil de 1919 du Brésil vient d'être modifié. Cependant, d'après différents spécialistes, en termes de relations commerciales et familiales des entreprises, ce nouveau Code Civil, qui entrera en vigueur le 12 janvier 2003, présente des règles plus bureaucratiques et serait donc un retour en arrière par rapport à la législation actuelle. **Un exemple** : selon l'ancien Code, les entreprises étrangères pouvaient investir aussi bien dans des SARL que dans des SA. Le nouveau Code oblige, pour plus de transparence financière, les entreprises étrangères à n'investir que dans des SA ou dans des entreprises cotées en bourse. Les SARL, qui sont les plus nombreuses dans le pays avec 3,8 millions d'unités en 2001 (17 795 SA), seront les plus lésées.

Chute des revenus à São Paulo

Entre 1998 et 2001, à São Paulo, les revenus moyens des personnes en activité ont baissé de 11,7%. C'est la plus forte chute parmi les 6 plus importants centres urbains du pays. Concrètement, les revenus moyens mensuels à São Paulo sont passés de 983 reais en 1998 à 868 reais en 2001. **Rappel** : dans tout le pays, la baisse des revenus a atteint 9,4% entre 1998 et 2001.

VARIATION PAR TYPE D'OCCUPATION ENTRE 1998 ET 2000		
	À São Paulo	Au Brésil
Fonctionnaires publics	-7,4	-3,8
Employés non enregistrés	4,4	7,0
Employés enregistrés	-9,0	-9,3
Travailleurs indépendants	-12,4	-9,4
Employeurs	-16,7	-12,4

Chômeurs : juste derrière l'Inde

Selon une étude, en 20 ans, le Brésil est passé de la 9^{ème} à la 2^{ème} place en termes de nombre de chômeurs. Ainsi, en 1980, dans le pays, il y avait 965 000 personnes sans emploi tandis qu'en 2000, leur nombre atteignait 11,45 millions. En 1999, en Inde, il y avait 41,34 millions de chômeurs...

FOYERS PAULISTAS AVEC DES CHÔMEURS (EN %)

Classe A	32,2
Classe B	25,8
Classe C	36,6
Classe D	42,5
Classe E	52,6

Ces chiffres montrent qu'au moins 1 foyer sur 6 compte une personne sans travail régulier. En avril 2002, le taux du chômage à São Paulo atteignait 20,4% de la population active, soit 1,9 million de personnes, contre 17,5% en avril 2001.

Des 70 millions de travailleurs du pays, seulement 28 millions ont une « carte signée » et donc bénéficient des avantages sociaux légaux permanents.

Chili

Taux d'investissement et croissance

La croissance économique chilienne dépend de la reprise des marchés mondiaux. En effet, le bas taux d'investissement local actuel ne permet pas d'être le moteur pour maintenir une croissance aux niveaux enregistrés en 1989 et 1998 de 7%.

Aujourd'hui, le taux d'investissement interne est de 21% du PIB, loin des chiffres de 26% des années 1996 et 1997.

Parallèlement, le taux d'épargne, qui était de 20,7% en 1999, est passé à 19,6% en 2001. Il atteindrait 19,3% cette année pour remonter à 19,9% en 2003.

Combien de Chiliens et de Chiliennes ?

Selon les premiers chiffres du dernier recensement (2002), le Chili compterait 15 050 341 personnes (13 348 401 en 1992). De ce total, 7 646 856 sont des femmes et 7 403 485 des hommes. Par Région, la I a enregistré une hausse de sa population de 25,6%, la II de 20%, la IV de 19% et la Capitale et ses environs de 14,9%.

Le recensement a montré que, dans le pays, il y a 4 434 521 logements, soit 31,6% de plus qu'en 1992

Le coût de la tempête

Outre les pertes en vie, les précipitations des mois de mai et juin ont provoqué une série de dégâts considérables estimés à 300 millions de dollars. La tempête a touché près de 200 000 personnes, détruisant des logements, des sites de production ou les rendant impraticables. Les secteurs les plus touchés par la catastrophe sont le commerce, l'industrie, l'agriculture, la pêche, le BTP et les services financiers.

Moins de M&A

Le cycle des fusions et acquisitions au Chili est, avec une chute de 86% au cours du premier trimestre 2002 comparé au même trimestre 2001, quasiment stoppé..

Entre janvier et mars 2002, les opérations de M&A ont totalisé 226 millions de dollars dont 111 millions de dollars pour l'opération AFP-Seguros. Par origine, les opérations entre entreprises locales ont représenté 187 millions de dollars (83% du total des opérations), les Pays-Bas 10% et l'Espagne 4%.

Quelle croissance ?

Selon les dernières estimations, la croissance économique en 2002 oscillerait entre 2% et 2,4%. Ces chiffres sont en hausse comparé aux estimations réalisées fin 2001. Pour 2003, le Gouvernement table sur une progression du PIB d'environ 5%. Cette reprise devrait être accompagnée par la croissance mondiale, loin des possibles retombées des crises argentine et ... brésilienne (!).

Moins de ventes à l'Argentine

Au cours des 4 premiers mois de l'année, les exportations de produits et de services chiliens ont chuté de 70% comparé à la même période 2001. Selon la Sofofa et Prochile, les dettes des importateurs argentins vis-à-vis des entreprises chiliennes s'élève actuellement à 8 millions de dollars. **Rappel** : en 2001, le flux d'échanges commerciaux avec l'Argentine avait atteint 550 millions de dollars.

Hausse des rémunérations

En avril 2002, l'indice des rémunérations par heure pour une journée de travail ordinaire a atteint 223,29 points. Depuis 6 mois, la variation a été de 3,0% et, sur 12 mois, de 4,9%. Ainsi la rémunération moyenne mensuelle est de 256 258 pesos chiliens soit 308 dollars. Si, selon ce qu'il est prévu, le SMIC chilien est réajusté de 5% à 6%, il atteindrait 111 300 pesos chiliens soit environ 170 dollars.

Mexique

Au bord d'une crise économique ?

Pas encore. Selon le CEESP, les chiffres des finances publiques d'avril dernier et le solde commercial du premier trimestre 2002 montrent que l'économie mexicaine se trouve éloignée d'une nouvelle crise. Ainsi, au premier trimestre, le solde de la balance des paiements a présenté un déficit de 3,91 milliards de dollars soit 17,6% de moins qu'au cours du premier trimestre 2001. Sur la même période, la balance du tourisme a été excédentaire de 947 millions de dollars, soit une baisse de 13,8%.

Beaucoup moins d'investissements

En mars, les investissements du secteur productif ont chuté de 12,1% par rapport au même mois 2001. Au cours du premier trimestre, la baisse est de 6,9% comparé au même trimestre 2001, les dépenses en machines et équipements étant les plus touchées, avec une baisse de 11%.

Compétitivité mexicaine

Selon AT Kearney, une grande partie des entreprises mexicaines est en mesure de concurrencer ses pairs étrangers. Les sociétés mexicaines devraient profiter de l'ouverture des marchés ainsi que de la force du peso mexicain pour diversifier leurs fournisseurs étrangers à des conditions meilleures afin d'augmenter leur compétitivité.

Moins de croissance et plus d'inflation

L'annonce d'une croissance négative au premier trimestre a fait revoir à la baisse les prévisions de l'année : elles passent de 1,63% à 1,5%. Par ailleurs, en glissement annuel, l'inflation de mars atteint 4,66%, 11 centièmes de plus que l'objectif annuel. Les analystes prévoient qu'en 2003, l'indice des prix devrait augmenter au même rythme que celui des États-Unis et du Canada soit 3,8%.

Évolution de l'Indice National des Prix

INDICE NATIONAL DES PRIX (VAR. % COMPARÉ AU MÊME MOIS DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE)						VAR. DE JANVIER À AVRIL / MÊME PÉRIODE ANNÉE PRÉCÉDENTE					PONDÉ RATION	
	1998	1999	2000	2001	Janv2 002	Fév. 2002	Mars 2002	Avril 2002	Mai 2002	2001		2002
Prix à la consommation	18,61	12,32	8,96	1,93	0,92	0,06	0,51	0,55	0,20	1,63	1,93	100
Logements	14,1	12,6	10,5	3,89	0,1	1,9	1,2	0,7	0,3	1,97	3,89	22,2
Autres services	18,3	16,1	10,7	3,74	1,1	1,1	0,8	0,7	-0,1	4,30	3,74	6,3
Transport	19,9	11,4	8,1	3,41	2,1	0,6	0,3	0,4	0,2	1,49	3,41	15,2
Éducation et loisirs	17,1	15,6	12,8	2,23	0,8	0,7	0,5	0,2	0,2	2,79	2,23	7,7
Santé	20,2	18,1	9,0	1,95	0,5	0,8	0,2	0,5	0,3	3,72	1,95	6,8
Habillement et chaussures	16,6	13,0	8,4	1,18	-0,5	1,0	0,5	0,1	0,0	1,76	1,18	6,8
Alimentation, boisson, tabac	22,0	7,8	8,1	-0,09	1,5	-2,7	0,4	0,8	0,5	0,27	-0,09	29,4
Meubles et équipements pour le foyer	16,4	13,4	4,7	-0,64	0,0	-0,1	-0,5	0,0	-0,3	0,70	-0,64	5,7
Canasta Básica	19,0	12,9	8,7	2,83	0,85	1,04	0,51	0,40	0,20	2,54	2,83	-

Les chiffres des IED...

Au premier trimestre 2002, les IED dans le pays ont atteint 2,72 milliards de dollars soit l'équivalent de 70% du déficit des comptes courants de la période. Le montant des IED ont été générés par 2 712 entreprises dont 996 appartiennent au secteur de la *maquila*.

Du total des IED, 1,05 milliard de dollars représentent de nouveaux investissements, 1,02 milliard de dollars correspondent à des bénéfices réinvestis dans le pays et 455 millions de dollars à des importations d'actifs fixes des entreprises de la *maquila*.

Par pays d'origine, les États-Unis ont fourni 79% des IED, les Pays-Bas 4,4%, le Royaume-Uni 3,5%, et l'Allemagne 3,3%.

...des transferts familiaux...

Au 1^{er} trimestre, les envois d'argent des Mexicains résidant à l'étranger ont totalisé 2,17 milliards de dollars, soit 8,1% de plus qu'au cours du même trimestre 2001. Le montant des transferts équivaut à 88% de la valeur des exportations de pétrole entre janvier/mars 2002. Selon Rosario Marín, du Trésor Américain, les transferts de fonds des Mexicains résidant aux États-Unis atteignent 10 milliards de dollars par an. Le coût moyen pour ces transferts est de 20% de la somme.

...et du commerce extérieur

Selon le Banxico, dans le trimestre, les exportations mexicaines ont atteint 36,61 milliards de dollars soit 7,6% de moins qu'au cours du premier trimestre 2001. Dans la période, les exportations des produits non pétroliers ont chuté de 6,2% et celles des hydrocarbures de 22% sur 12 mois. Selon le COMCE, le Mexique occupe la 7^{ème} place mondiale en termes de volume d'exportations avec 150 milliards de dollars annuels.

Le prix des délits

Selon la Première Enquête Nationale sur l'Insécurité Publique, en 2001, 4,4 millions de délits ont été commis dans le pays soit 4 412 actes pour 100 000 habitants. Cela représente environ 6,05 milliards d'euros en pertes matérielles, soit 0,85% du PIB mexicain et soit 1 634,75 euros par victime.

Le plus fort taux de délits se trouve dans la Capitale avec 17 718 délits pour 100 000 habitants. Vient ensuite Morelos avec 5 573 actes délictueux par 100 000 habitants et la Basse Californie avec 5 531 actes pour 100 000 habitants.

Par ailleurs, on estime qu'une fois sur 4, la victime ne porte pas plainte.

L'emploi dans la maquila

En mars 2002, le personnel employé par la *maquila* (industrie destinée à l'exportation) mexicaine atteignait 1,06 million de personnes, un chiffre inférieur de 17,1% par rapport au même mois 2001.

Par ailleurs, au cours des 16 derniers mois, le secteur de la *maquila* a perdu 350 entreprises et 400 000 postes de travail.

Uruguay

Les conséquences de la crise argentine

Coincée entre l'Argentine et le Brésil, ses 2 géants de voisins et membre du Mercosur, l'Uruguay est très sensible aux fluctuations de ces 2 économies. Ainsi, l'Uruguay vit, comme l'Argentine, sa 4^{ème} année de récession. Ses investissements sont paralysés, la consommation est à un niveau très faible et les exportations ont beaucoup chuté, le mois de mai excepté. Par ailleurs, le principal handicap du pays reste le déficit public. Ainsi, entre février 2001-février 2002, le déficit public aurait atteint 889 millions de dollars, soit 4,76% du PIB national. Une situation qui a amené le Président Jorge Battle à adopter des mesures fiscales draconiennes.

Par ailleurs, bien que désireux de suivre l'exemple du Chili et de signer un accord de libre-échange avec les États-Unis, l'Uruguay est bloqué dans son projet par la forte présence argentine dans le pays. Considéré comme un paradis fiscal, environ 7 comptes bancaires sur 10 sont détenus par des Argentins, une dépendance qu'il a payé cher, particulièrement quand les Argentins ont compris que la crise que leur pays traversait pouvait toucher l'Uruguay. Ainsi, **au 1^{er} trimestre, les dépôts bancaires ont fondu de 2,8 milliards de dollars**. Malgré cela, Jorge Battle a démenti les rumeurs d'un possible blocage des dépôts bancaires à l'exemple du *corralito* argentin. Actuellement tous les indicateurs sont en baisse : PIB, niveau de l'emploi, production, etc.

Le peso uruguayen vaut moins...

En mai, le peso uruguayen a été dévalué de 4,14% soit 3,4 points de moins qu'en avril 2002 et soit une dévaluation de 30,38% en glissement annuel. Sur les 4 premiers mois de l'année, la dévaluation est d'environ 21,19%. Ainsi, 1 US\$ vaut 17 pesos uruguayens

... mais la compétitivité du pays recule

En mai, l'Uruguay a perdu de sa compétitivité, aussi bien par rapport à l'Argentine (-8,22%) que par rapport au Brésil (-3,12%), le real brésilien et le peso argentin s'étant déprécié plus rapidement que le peso uruguayen. En revanche, le pays a amélioré sa compétitivité par rapport au Chili, aux États-Unis, au Canada, à l'Europe, au Mexique...

PAYS (MOIS DU CALCUL)	VARIATION DE LA COMPÉTITIVITÉ
Argentine(mai)	-8,22%
Brésil (mai)	-3,12% (mais +11,4% depuis le début de l'année)
Chili (mai).....	+1,88% (et +25,95% depuis le début de l'année)
Mexique (avril)	+2,33%
Canada (avril)	+8,3%
Europe (avril)	+5,11%
États-Unis (avril)	+6,26%

Pas de reprise au 2nd semestre

En avril, selon le Centre d'Études et de Réalité Économique et Sociale-Ceres, le PIB aurait reculé de 2,5%, soit le 15^{ème} mois consécutif de baisse. Selon ce même institut, cette tendance à la baisse devrait se maintenir, amenant alors l'Uruguay à sa 4^{ème} année consécutive de récession.

S&P revoit ses notes

La persistance de la crise argentine, le déficit fiscal, la politique monétaire, etc ont amené l'agence de cotations à baisser les notes de la dette publique uruguayenne :

	Nouvelle note	Ancienne note
Dette à long terme en pesos uruguayens	BB-	BBB-
Dette à long terme en devise étrangère	BB+	BBB-
Dette à court terme en pesos uruguayens	A-3	B
Dette à court terme en devises étrangères	B	B

Hausse des exportations enfin...

La dévaluation du peso a, enfin, des résultats favorables sur les exportations. Ainsi, après avoir reculé d'environ 18,7% en janvier, de 15,1% en février, de 29,6% en mars et de 6,4% en avril, les exportations auraient progressé de 14% en mai, à 200,78 millions de dollars.

QUI A AUGMENTÉ LE PLUS SES ACHATS URUGUAYENS ?			
Pays	Var. comparé à mai 2001	Pays	Var. comparé à mai 2001
Argentine	-63,38%	Italie	Environ +200%
Brésil	+39,76%	Royaume-Uni	+21,18%
Mexique	+56,19%	Allemagne	+6,86%
Espagne	Environ +300%	États-Unis	+6,69%

... et baisse des importations

En avril, les importations ont reculé de 17,2% à 206,77 millions de dollars, la valeur cependant la plus forte depuis le début de l'année. En glissement annuel, la chute est de 18,3%, à 2,75 milliards de dollars. Par ailleurs, sur les 4 premiers mois, les importations ont reculé de 29,2% à 746,3 millions de dollars.

Une inflation qui se maintient...

En mai, l'Indice des Prix à la Consommation a enregistré une hausse de 1,19%, principalement à cause de l'augmentation des prix des transports et des communications (+2,58%). En glissement annuel, l'IPC croît de 6,49% et, sur les 5 premiers mois 2002, la hausse est de 5,33%. En revanche, les prix exprimés en dollars reculent de 2,83% en mai, soit une baisse de 13,08% sur les 5 premiers mois de l'année.

MAI : VARIATIONS EN % DE L'IPC			
Téléphonie	+2,66%	Loisirs	+1,18%
Combustibles	+5,46%	Meubles et équipements du foyer	+0,88%
Logements	+1,08%	Santé	+0,47%
Habillement	+1,48%	Éducation	+0,22%
Alimentation, boissons	+1,16%		

... et un chômage qui augmente

De février à avril, 2 100 personnes ont perdu leur emploi. Ainsi, en Uruguay, 189 500 personnes sont au chômage. Selon l'INE, 15% de la population active du pays serait au chômage.

Les chiffres du chômage :

- N° de personnes au chômage..... 189 500
- Taux de chômage 15%
- Taux de chômage des hommes de + de 25 ans à Montevideo 7,2%
- Taux de chômage des hommes de - de 25 ans à Montevideo.. 7,9%
- Taux de chômage des femmes de + de 25 ans à Montevideo.. 42%
- Taux de chômage des femmes de - de 25 ans à Montevideo... 43,8%
- 33% des chômeurs *montevideños* appartiennent aux secteurs de la restauration, de l'hôtellerie et du commerce
- Un *montevideño* met, en moyenne, 32 semaines pour trouver un nouveau travail
- À l'intérieur du pays, la durée moyenne de chômage est de 26 semaines
- 55,2% des chômeurs seraient prêts à accepter n'importe quel travail

Pression sur le projet présidentiel de sortie de crise

Le projet de loi pour relancer l'économie uruguayenne prévoit, entre autres, d'augmenter l'IRP (Impuesto a las Retribuciones Personales ou impôt sur les revenus) de 2% à 7,5% selon les revenus, d'appliquer une TVA de 23% sur la distribution de l'eau et de 14% sur le transport des passagers, d'augmenter les impôts sur les revenus des sociétés et sur les récoltes, etc. Ces mesures devraient ramener le déficit budgétaire à 2,5% du PIB et rapporter à l'État 230 millions de dollars.

Un projet fiscal que Jorge Battle, le Président uruguayen, souhaite voir aboutir. En effet, selon lui, **un refus de ce projet de loi pourrait entraîner une baisse du PIB de 5%.**

Le FMI soutient le projet du gouvernement et pense que ces ajustements fiscaux, accompagnés des crédits que l'organisme international a accordé au pays (743 millions de dollars en mars et, peut-être, 1,5 milliard de dollars supplémentaires sous peu), feront revenir l'Uruguay sur le chemin de la croissance.

Augmentation des prix de gros

En mai, les prix de gros en pesos uruguayens ont augmenté de 4,27% comparé à mai 2001 et de 14,06% en glissement annuel. Sur les 5 premiers mois de l'année, l'inflation a été de 14,29% comparé à la même période 2001. Ces hausses sont conséquence de l'augmentation des prix des produits agricoles (+5,95% en mai) et des prix de l'activité industrielle (+4,55% en mai). En revanche, en dollars, les prix n'ont pas augmenté, du fait de la dévaluation de la monnaie.

Salaires : privé contre public

En avril, le pouvoir d'achat des Uruguayens a reculé de 1,62% dû à la dévaluation du peso uruguayen et à la baisse des salaires qui auraient **reculé de 1,73% pour le secteur privé et de 1,39% pour le secteur public**. En glissement annuel, la baisse des salaires réels, tant du secteur public que du secteur privé, aurait atteint 4,12% et, de janvier à avril, elle se situerait à 3,3% comparé à la même période 2001.

En 2001, les salaires des employés du privé ont chuté de 0,9% alors que les rémunérations du public enregistraient une variation inversement proportionnelle à + 0,9%. En termes de salaire réel, le montant aurait reculé de 0,3%.

En 2002, tous secteurs confondus, le *Banco Central Uruguayo* prévoit une hausse des salaires de 3,3%, soit un recul en termes de salaires réels, sachant que l'inflation est estimée à 10%. En revanche, la tendance devrait s'inverser par rapport à 2001 et le salaire réel du secteur public devrait davantage reculer que le salaire réel des employés du privé.

Les revenus des Uruguayens

Au 1^{er} trimestre, les revenus mensuels moyens des familles uruguayennes seraient de 12 951 pesos uruguayens (environ 879 dollars), soit une baisse de 0,62% comparé au trimestre précédent et de 6,9% par rapport à la même période 2001.

En moyenne, les revenus des familles vivant à Montevideo sont de 15 732 pesos uruguayens (1 068 dollars), soit 1,37% de moins qu'au 4^{ème} trimestre 2001 et 8,9% de moins qu'au 1^{er} trimestre 2001. À l'intérieur du pays, les revenus mensuels moyens sont d'environ 9 948 pesos uruguayens (675 dollars), soit une baisse de 0,44% comparé au trimestre précédent et de 3,26% comparé au même trimestre 2001.

À Montevideo, les 20% plus pauvres gagnent, en moyenne, moins de 317 dollars / mois, les classes moyennes reçoivent 603 dollars et les 20% plus riches, 1 184 dollars.

Dans le reste du pays, les 20% plus pauvres perçoivent 216 dollars / mois, les classes moyennes gagnent 400 dollars / mois et les 20% plus riches reçoivent 750 dollars / mois.

II. Les tendances du commerce et de la consommation

Argentine

Un même schéma perpétué : hausse des prix...

Selon l'Indec, en mai, les prix auraient enregistré une **hausse de 4%**. Bien que ce soit mieux que les prévisions des organismes officiels (+7%), l'inflation persiste et s'aggrave, provoquant une perte du pouvoir d'achat des Argentins. Ainsi, **depuis le début de l'année, les prix au détail auraient progressé de 25,9% comparé à la même période 2001 et, dans les supermarchés, la hausse des prix atteint 44,7%**.

L'inflation se ressent particulièrement sur les **prix des aliments et des boissons** et touche surtout les foyers les plus modestes. Ainsi, le **prix de la « canasta básica »**, le panier argentin composé des aliments de base d'une famille, **a augmenté de 5,4% en mai** et, par ailleurs, 40% des hausses constatées en mai ne sont le fait que des augmentations de prix sur les aliments et les boissons.

De plus, comme c'est le cas depuis ces derniers mois, **les plus fortes hausses de prix sont enregistrées chez les grossistes : +12,8% en mai, soit une hausse de 84,4% sur les 5 premiers mois 2002**. Cependant, la pression sur les prix au détail par les grossistes est devenue moins lourde. Ainsi, en mai, 32,5% des hausses de prix de gros ont été répercutées sur les prix finaux au consommateur, alors qu'en janvier, ce taux était de 54,4%.

Cependant, les prix ont été contenus par le gel du prix des services. En effet, en mai, **les prix du secteur des services, qui comptent pour 47% de la canasta, n'ont augmenté que de 1,2% alors que les produits ont progressé de 6%**. Ainsi, 88% de l'inflation de mai s'explique par la hausse des prix des biens et 12% par la hausse des prix des services.

II. Les tendances du commerce et de la consommation

En outre, malgré la paralysie de l'activité de la **construction** dans le pays, (-40% sur les 4 premiers mois de l'année), les prix ne cessent d'augmenter. Ainsi, en mai, **le coût de la construction a augmenté de 4,5%, soit une hausse de 26,7% depuis le début de l'année**. Cette hausse est conséquence de la progression des prix des matériaux, qui ont augmenté de 7,4% en mai et de 51,6% depuis le début de l'année.

Produits	Variation des prix entre avril et mai
Aliments et boissons	+5%
Vêtements	+5,6%
Logements	+1,5%
Équipement et entretien du foyer	+4,2%
Santé et médicaments	+4,1%
Transports et communications	+3,1%
Loisirs	+5,1%
Éducation	+1,1%
Autres biens et services	+4,3%

Par ailleurs, entre janvier et avril, les revenus moyens d'une famille argentine ont chuté de 14,8%. **Les causes** : licenciements, baisse des salaires, élimination des heures supplémentaires, moindre activité, etc. Ainsi, alors que depuis janvier, les prix ont augmenté de 25,9%, les salaires réels ont, en moyenne, baissé de 30%. Ainsi, aujourd'hui, **une famille ne peut acquérir que 70% des biens / services qu'elle pouvait acheter en janvier et seulement 45% de ce qu'elle pouvait acheter en 1999 !**

Face aux excès commis par les commerçants qui n'affichent pas leurs prix, le Secrétariat à la Concurrence et à la Défense du Consommateur a mis en place une série de mesures, dont des **amendes allant de 500 pesos à 500 000 pesos** pour les commerces n'affichant pas les prix de leurs produits et services.

... et baisse de la consommation

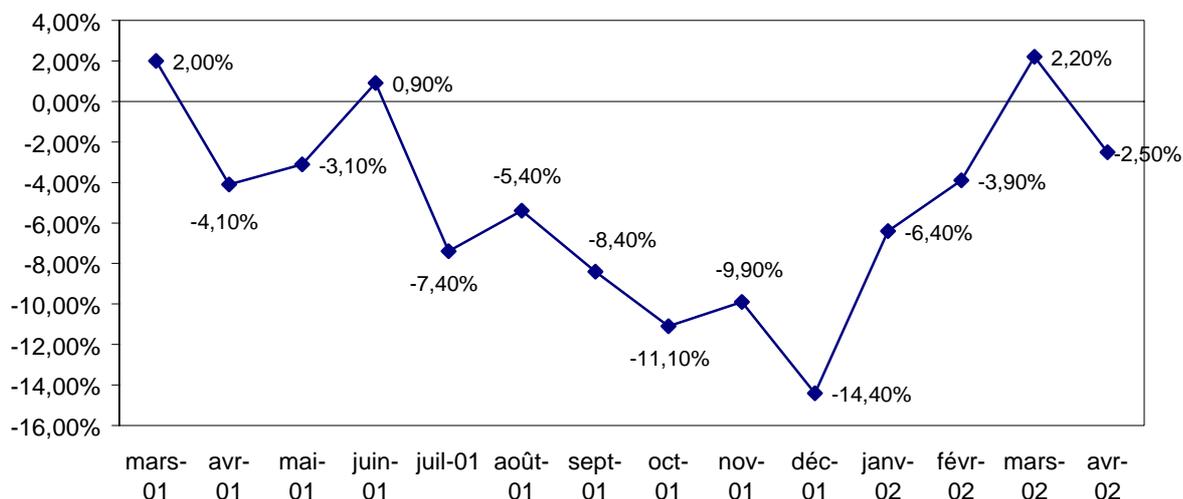
En avril, les ventes en **volume** des supermarchés ont chuté de 31,5% comparé à avril 2001. En revanche, en **valeur**, la facturation des supermarchés n'aurait reculé « que » de 2,5%, à 1,15 milliard de pesos, l'inflation tempérant la chute « physique » des ventes.

Sur les 4 premiers mois de l'année, les ventes des supermarchés reculent de 17,3% en **volume** et de 2,7% en **valeur** et le nombre d'employés du secteur baisse de 3,4% à 94 300 personnes.

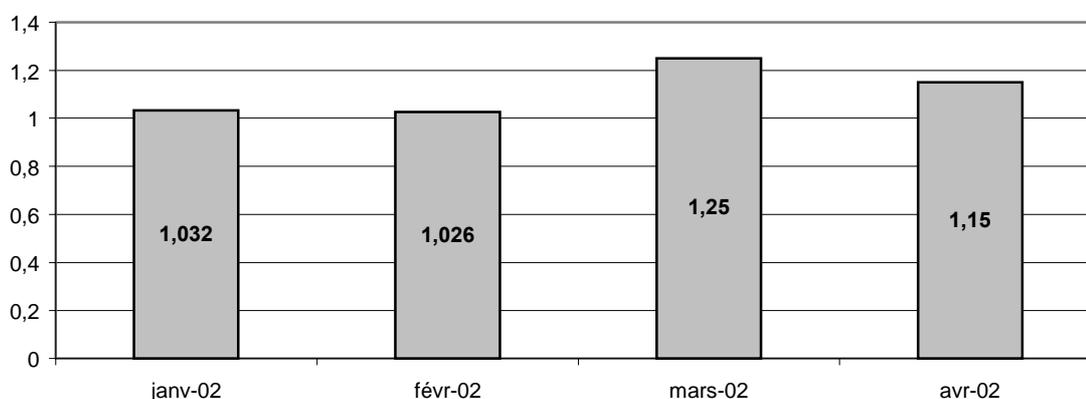
🔍 Le commentaire d'i Fi

Cette forte chute s'explique également par le férié bancaire que le pays a connu fin avril et qui a vidé les distributeurs automatiques de billets et... les portefeuilles!

Variation de la facturation des supermarchés comparé au même mois de l'année précédente



Volume des ventes sur les 4 premiers mois 2002 en milliard de pesos

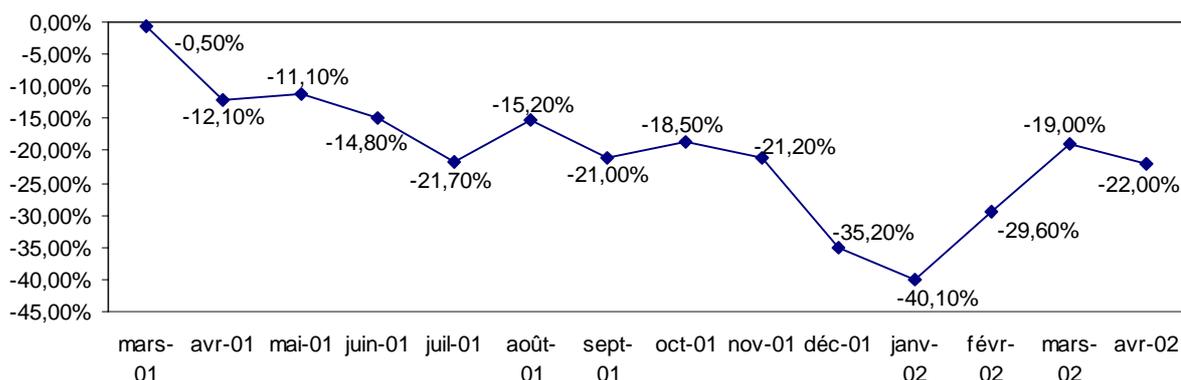


De plus, en mai, la facturation des shoppings a reculé de 22%, soit une baisse de 27,8% sur les 4 premiers mois de l'année. En avril, les centres commerciaux avaient facturé 107,4 millions de pesos (137,6 millions de pesos en avril 2001).

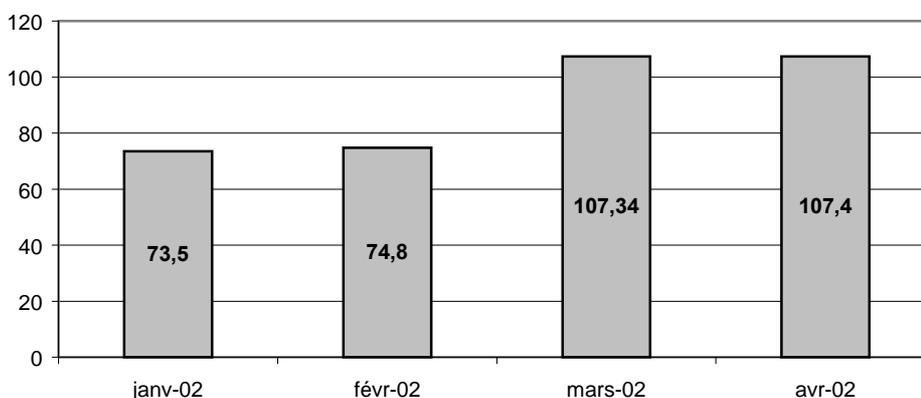
📌 Le commentaire d'i F i

Certains centres commerciaux sont « sauvés » par les touristes, attirés par les prix compétitifs qu'offre actuellement l'Argentine. Ces touristes sont, pour la plupart, Chiliens, Boliviens, Paraguayens, Uruguayens et, en moindre mesure, Nord-américains et Européens. Certains shoppings, comme le *Palmares Open Mall* de Mendoza, ont multiplié leur chiffre d'affaires par 2 ou 3.

Variation de la facturation des shoppings comparé au même mois de l'année précédente



Facturation des shoppings en millions de pesos (4 premiers mois 2002)



Changements dans les habitudes de consommation

La crise a largement modifié les habitudes d'achat des Argentins. Ainsi, depuis le début de l'année, 88% des Argentins avouent avoir changé leurs habitudes de consommation. Les produits considérés comme secondaires ou de confort sont laissés de côté. Par exemple, en avril, les **ventes de bijoux, livres, produits informatiques**, etc. ont reculé de 13,6% à 25,1% comparé à avril 2001 (voir étude mai 2002-n°63).

Il en va de même pour les **cosmétiques**. Ainsi, entre mars et avril, les ventes de produits de beauté et de produits d'hygiène personnelle ont reculé de 10%. Une baisse compensée par une hausse des prix de 27,3% sur ce segment. **Par exemple**, les ventes de produits de toilette ont reculé, sur la période, de 11,3%, les produits de rasage, de 27,9%, les crèmes de beauté de 19%, les shampoings, de 6,6%. En revanche, les ventes de dentifrices ont augmenté de 0,8%.

Par ailleurs, les consommateurs se sont tournés vers **les supérettes et les épiceries de quartier**. Plusieurs raisons : les supérettes offrent **moins de choix** et, donc, moins de chances d'être tenté. Par ailleurs, ces commerces peuvent offrir des **facilités de paiement** (la « libreta » est de retour) que n'offrent pas les hypermarchés. De plus, il y a **moins de rotations de marchandises** et, donc, les hausses de prix ne sont pas répercutées immédiatement. Enfin, l'inflation pousse les Argentins à faire leurs provisions au jour le jour. **Les épiceries offrent la possibilité d'acheter en très petite quantité, voire à l'unité.**

En outre, depuis la dévaluation, 85% des Argentins ont remplacé leur marque préférée de produits par une autre marque moins chère. Par ailleurs, 70% des Argentins auraient arrêté d'acheter certains produits.

🗨️ Le commentaire d'i F i

Cette tendance est assez récente. En effet, il y a encore 2 ou 3 mois, les Argentins résistaient à changer de marques et préféraient acheter les mêmes articles en moindre quantité. Cependant, l'étendue et la persistance de la crise ont renversé cette tendance.

Des crédits hors de prix...

Les rares commerces qui acceptent encore les paiements à crédit appliquent des taux pouvant aller jusqu'à 150% / an. Beaucoup appliquent ces taux pour compenser le risque que présentent les ventes à crédit dans un tel contexte. D'autres, en revanche, lancent de nouvelles cartes. C'est le cas de la *Tarjeta Shopping* qui permet au détenteur de la carte de payer jusqu'en 6 fois dans divers magasins adhérents.

Petit tour d'horizon des différentes cartes :

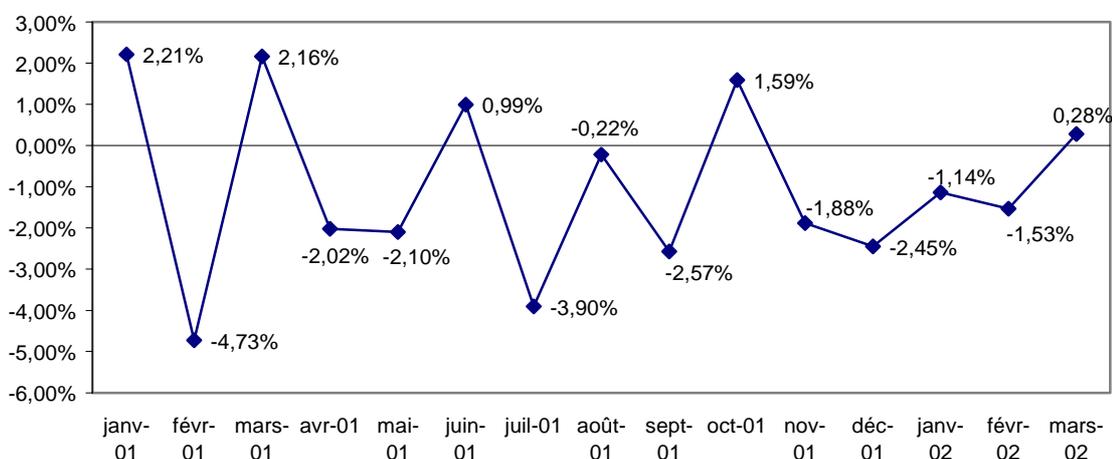
	Garbarino	Frávega	Compumundo	Teve Compras	Shopping	C&A
Carte de crédit	Refusé	MasterCard	Refusé	MasterCard	Refusé	Refusé
Taux d'intérêt pour paiement en 3 fois	-	26,34%	-	10,06%	-	-
Taux d'intérêt pour paiement en 6 fois	-	45,38%	-	non	-	-
Taux annuel	-	150%	-	40,24%	-	-
Carte de crédit propre au magasin	Carte Garbarino	Carte Frávega	Carte Compumundo	N'existe pas	Carte Shopping	Carte C&A
Taux d'intérêt pour paiement en 3 fois	19,64%	26,13%	22,05%	-	10%	24%
Taux d'intérêt pour paiement en 6 fois	59,16%	44%	43,75%	-	30%	Non
Taux d'intérêt pour paiement en 12 fois	Non	Non	Non	-	Non	Non
Taux annuel	118,33%	104,53%	88,21%	-	60%	96%

Brésil

Reprise de la consommation ?

En mars, les ventes du commerce de détail ont augmenté de 0,28%, soit la 1^{ère} hausse après 4 mois de baisse. Au 1^{er} trimestre, les ventes du secteur ont donc reculé de 0,77% comparé au même trimestre 2001.

Variation des ventes au détail (comparé au même mois de l'année précédente)



Variation des ventes par secteur*

	Mars 2002	1 ^{er} trimestre 2002	Var. ces 12 derniers mois
Total du secteur du commerce de détail	+0,28%	-0,77%	-1,45%
Combustibles et lubrifiants	+4,58%	+5,06%	+0,54%
Hypers, supers, alimentations, boissons et cigarettes	+3,53%	+0,03%	+0,26%
Vêtements et chaussures	-3,95%	-2,53%	+0,18%
Meubles et appareils électroménagers	-3,98%	-1,38%	-3,19%
Autres articles d'usage personnel et domestique	-5,39%	-4,59%	-5,89%

*Comparé à la même période de l'année précédente

🔍 Le commentaire d'i Fi

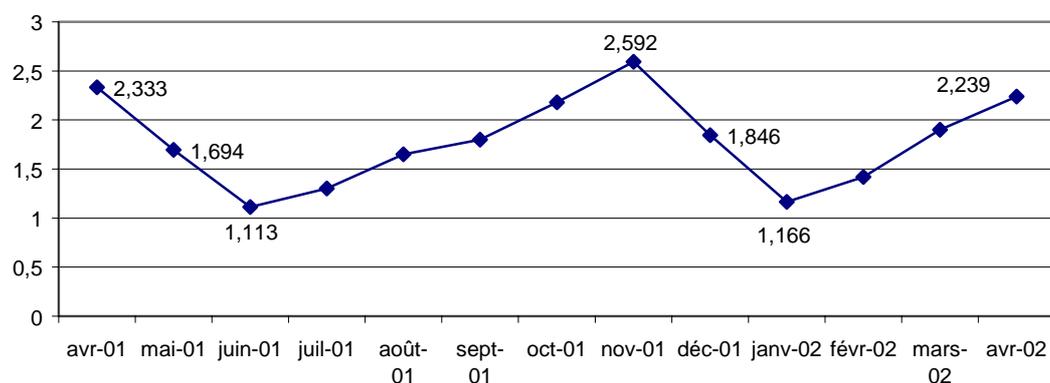
La hausse des ventes du secteur de détail dans le pays devrait se confirmer en avril et en mai grâce à l'importance que prennent, dans le pays, la Fête des Mères (2^{nde} date après Noël) et la Coupe du Monde. Le mois de juin sera donc plus révélateur d'une réelle reprise de la consommation des ménages brésiliens.

En revanche, en mai, le secteur du détail *paulista* aurait enregistré un recul de 1,37% comparé à avril 2001. Sur les 4 premiers mois de l'année, la baisse à São Paulo est de 3,8%.

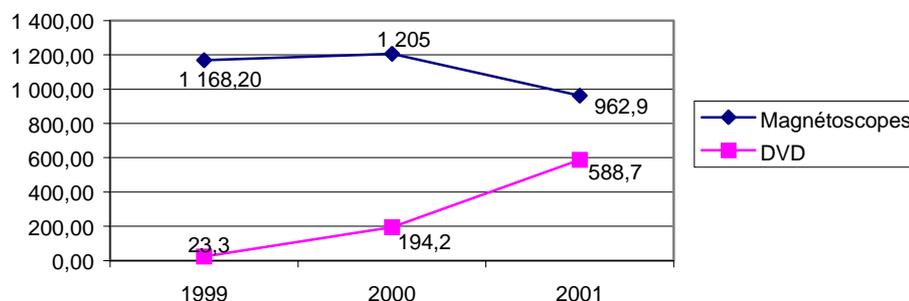
Équipements électroniques en forme

L'effet Coupe du Monde continue à jouer sur les ventes des appareils hi-fi, audio, vidéo, etc... Ainsi, en avril, les ventes ont crû de 16,18% comparé à mars, à 2,24 millions d'unités. Ces hausses devraient se maintenir en mai et juin. En 2002, l'*Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos* (Eletros) prévoit une hausse des ventes de 6% comparé à 2001, à 5,3 millions d'appareils. Les produits les plus vendus ont été les téléphones portables, avec une hausse de 20,42% comparé à mars, suivis des téléviseurs avec une progression de 17,82%. Par ailleurs, la reprise des ventes de magnétoscopes se confirme, au détriment de la vente de lecteurs DVD. Ainsi, au 1^{er} trimestre, ont été vendus 188 700 magnétoscopes et 173 100 DVD.

Ventes d'appareils électroniques en millions d'unités



Ventes de magnétoscopes et de lecteurs DVD en milliers d'unités



Vous payez comment ?

En mai, avec la Fête des Mères, les **achats par cartes de crédit ont progressé de 9,9%** comparé à avril 2002 et de 12,7% / à mai 2001, à 5,6 milliards de reais.

Cette croissance est liée à la hausse du nombre de cartes de crédit en circulation : 31,1 millions de cartes en mai 2001 et **37,2 millions de cartes** en mai 2002.

Par ailleurs, **la valeur moyenne par transaction a été de 78 reais**, contre 70 reais en mai 2001. En 2002, les paiements par carte de crédit devraient totaliser 66,7 milliards de reais, soit 14% de plus qu'en 2001.

Il semblerait que la progression des cartes de crédit se fasse au détriment des chèques. Ainsi, de janvier à avril, 807,28 millions de chèques ont été émis contre 874,3 millions sur la même période 2001. En revanche, sur la période, le nombre de chèques sans provision a augmenté de 21,5%, passant de 12,1‰ à 14,7‰.

Ainsi, la tendance au recul des impayés qui se profilait au début de l'année semblerait ne pas se prolonger (voir étude mai 2002-n°63). La part des personnes physiques dans les impayés a augmenté. Ainsi, sur les 4 premiers mois de l'année, **sur 100 protêts, 44,7 venaient des personnes physiques contre 30,4 à la même période 2001.**

Mais ces chiffres montrent également une augmentation du recours au crédit par les personnes physiques. Ainsi, depuis 1994, le nombre de prêts aux personnes physiques a augmenté de 820,2% contre 76,5% pour les personnes juridiques. Ces 12 derniers mois, le nombre de prêts a augmenté de 24,2% pour les personnes physiques et de 11,36% pour les personnes juridiques.

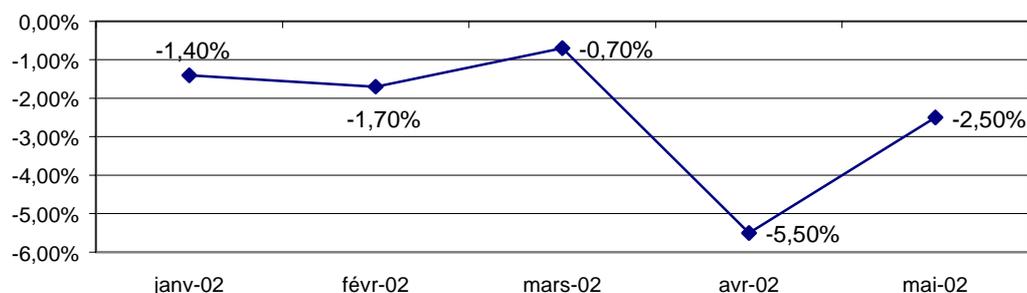
Chili

Une baisse des ventes qui se confirme

En mars, les ventes des supermarchés ont reculé de 0,7%. Les formats de plus de 10 000 m² ont concentré 29,67% de la facturation totale, contre 27,93% en mars 2001. Cette participation en hausse s'explique par l'augmentation du nombre d'hypermarchés. **En avril, les ventes des supermarchés ont reculé de 5,5% comparé à avril 2001. La baisse de la consommation se confirme en mai, avec un recul des ventes de 2,5% à 2,7% comparé à mai 2001.** Le recul de la consommation devrait s'aggraver en juin, le mois ayant commencé avec de fortes intempéries frôlant la catastrophe naturelle qui ont fait reculer, en 2 jours, les ventes des supermarchés de 80%. Au 1^{er} trimestre, la baisse des ventes a oscillé entre 2,5% et 3% et, sur les 4 premiers mois, le recul est de 2,3%.

Le secteur maintient cependant ses perspectives de croissance : +2,5% selon la Chambre Nationale de Commerce et +1,6% selon l'Association des Supermarchés du Chili – Asach.

Variation des ventes des supermarchés (entre janvier et mai, / même période 2001)



Plus d'amendes pour protéger la concurrence

Le Sénat a élaboré un nouveau projet de loi dans le but de protéger davantage la libre concurrence. Ce projet prévoit de remplacer les commissions actuelles *Resolutiva y Preventivas* par un Tribunal de Défense de la Libre Concurrence qui fonctionnerait indépendamment de la *Fiscalía Nacional Económica*. Le plus gros changement qu'incluerait ce projet de loi serait la mise en place d'amendes pouvant aller jusqu'à environ 15 millions de dollars et qui remplacerait le caractère pénal de la loi actuellement en vigueur (Décret Loi 211 de 1973).

Mexique

Progression des ventes

En mars, les ventes en gros ont reculé de 73,7% en glissement annuel. En données corrigées de variations saisonnières, ces ventes ont baissé de 1,7% comparé à février 2002. Par ailleurs, le nombre d'employés a reculé de 2,5% en glissement annuel. Ainsi, au 1^{er} trimestre 2002, les ventes en gros ont baissé de 10,6% comparé au 1^{er} trimestre 2001, l'emploi a reculé de 2,6% et les salaires réels ont augmenté de 3,0%.

Par ailleurs, **en mars, les ventes au détail ont baissé de 2,2% comparé à mars 2001, soit un recul de 1,1% sur le 1^{er} trimestre.**

À noter : en mars, avec la Semaine Sainte, les ventes auraient dû être supérieures aux résultats enregistrés.

En avril, selon l'*Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales* – Antad, les ventes des chaînes membres de l'association ont **reculé de 2% comparé à avril 2001** (nombre égal de jours). En revanche, **si l'on considère le nombre total de jours, les ventes ont progressé de 4%**. Par ailleurs, l'Antad souligne **qu'à nombre égal de magasins, les ventes d'avril ont reculé de 7,7% alors qu'à nombre total de magasins, les ventes ont baissé de 1,8%**. Ce recul aurait été la conséquence de la baisse sur le segment des vêtements (-6,6%) et des supermarchés (-2,4%).

De janvier à avril, les ventes des chaînes membres de l'Antad ont progressé de 4,1% comparé à la même période 2001. Ainsi, sur la période, les ventes des libre-service ont progressé de 2,8%, celles des grands magasins de 7,1% et celles des magasins spécialisés de 7,9%. Ainsi, les consommateurs mexicains ont préféré acheter des biens durables plutôt que des biens à consommation immédiate. Cela pourrait être dû à la facilité d'obtenir un crédit dans les grands magasins.

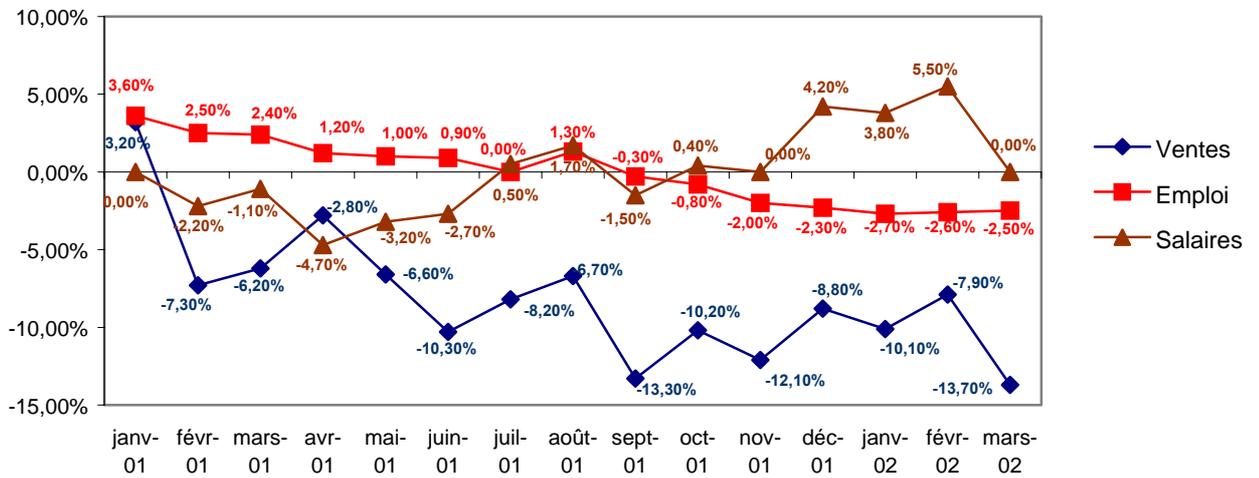
En mai, les ventes des enseignes appartenant à l'Antad devraient croître de 4% comparé à mai 2001.

En 2002, l'Antad prévoit d'augmenter ses ventes de 6,1% et ses membres devraient investir 1,5 milliard de dollars.

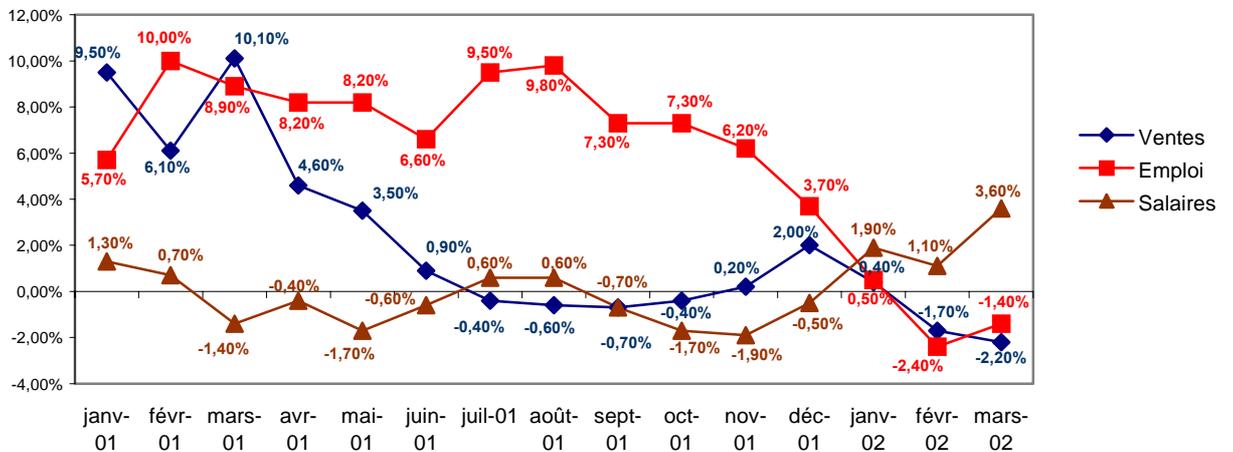
Le commerce de détail et de gros de 1998 à 2001 (Var.%/l'année précédente)

	Grossistes			Commerce de vente au détail		
	Ventes	Emploi	Salaires	Ventes	Emploi	Salaires
1998	4,6	2,2	2,1	5,5	4,8	4,1
1999	2,0	3,4	-1,5	4,3	0,8	1,6
2000	4,7	2,1	7,1	10,0	4,2	6,8
2001	-7,6	0,6	-0,5	2,7	7,6	-0,5

Grossistes : variation des ventes, de l'emploi et des salaires



Détaillants : variation des ventes, de l'emploi, et des salaires



Meubles mexicains copiés

Au 1^{er} trimestre 2002, les exportations de l'industrie mexicaine du meuble ont baissé de 50% comparé à la même période 2001. Les 2 principales causes de ce recul sont le ralentissement économique mondial ainsi que l'introduction de répliques chinoises de meubles rustiques mexicains sur les marchés nord-américains, canadiens et français. Un coup très dur à supporter pour le secteur du meuble car 80% de ses revenus proviennent des exportations. Ainsi, en 2001, le pays a exporté pour 230 millions de dollars de meubles et en a importé pour 104 millions de dollars.

De plus en plus de franchises

En 2001, le nombre de franchises a augmenté de 19% soit une croissance bien supérieure à ce qu'avait prévu l'*Asociación Mexicana de Franquicias* (AMF) qui s'attendait à une hausse de 12%. Fin 2002, l'AMF s'attend à une autre hausse et prévoit d'atteindre les 30 000 établissements franchisés. Le secteur alimentaire a été le plus dynamique.

À noter : l'investissement moyen pour ouvrir un magasin franchisé est de 500 000 pesos mexicain, soit environ 54 300 dollars. Cependant, le montant réel reste très variable selon l'activité.

Uruguay

Les habitudes de consommation changent, les entreprises aussi

Avec la crise, les Uruguayens ont rationalisé leurs achats. Un comportement auquel les entreprises ont dû s'adapter, pour garder une clientèle, mais aussi pour réduire les coûts.

Les produits sont donc proposés en paquets plus petits : bouteilles de lait ou d'huile de 500cl, bouteille de vin d'un demi litre ou de 25cl, whisky de 37cl, paquets de café de 125 grammes, chewing-gums vendus par 4 unités, etc. Les emballages ont également changé : fini les couleurs et place à des emballages plus sobres et moins coûteux. D'autres groupes ont vu, par ailleurs leurs concurrents disparaître. C'est, ainsi, le cas de Coca-Cola et Pepsi-Cola dont les secondes marques concurrentes ont disparu des rayons, les coûts de fabrication étant devenus trop lourds. Cela n'empêche pas les 2 géants de s'adapter et de réduire le format de leurs bouteilles ou de remplacer, comme en Argentine, le plastique par du verre. Coca-Cola étudierait cependant le lancement d'une bouteille de 3 litres pour qui en veut plus pour, proportionnellement, moins cher.

Les consommateurs défendent leurs droits

Au 1^{er} trimestre 2002, les plaintes déposées auprès des associations de défense du consommateur par des clients mécontents ont doublé à 3 864 plaintes. Dans le même temps, les conciliations entre consommateurs et entreprises mises en cause ont augmenté de 103,6% comparé au même trimestre 2001. C'est une tendance qui ne devrait pas ralentir. En effet, en avril, les organismes ont recueilli 1 469 plaintes, soit 16% de plus qu'en mars. De ce total, 381 sont passées en conciliation et 97 en audiences administratives. 70 conciliations sur 100 ont été favorables au consommateur.

III. L'actualité des enseignes

Argentine

Carrefour s'empare de Metro...

Afin de consolider sa présence dans la région de *Cuyo* (provinces de Mendoza, San Juan et San Luis), la chaîne française serait prête à signer un accord avec la chaîne de Mendoza Metro. Carrefour louerait à Metro plusieurs magasins à exploiter sous l'enseigne Norte, propriété de Carrefour.

Rappel : Les supermarchés Metro, propriété de la famille López, sont sous administration judiciaire depuis deux ans pour une dette de près de 100 millions de pesos. Le groupe a déjà fermé 11 de ses 16 points de vente de la région et loue 2 magasins à l'enseigne VEA (Disco-Ahold).

Le commentaire d'iFi

Par cette acquisition, Carrefour contrôlerait plus de 40% du secteur des supermarchés en Argentine, ce qui le placerait en situation de quasi monopole. Cette opération pourrait être refusée par le Secrétariat de Défense de la Concurrence, cependant, le gouvernement provincial soutient le projet. Point positif pour Carrefour : dans la situation actuelle, le pays ne peut se permettre de refuser une telle autorisation, car le projet inclut la création de 1 000 emplois.

... et se lance dans les supérettes

Carrefour est en négociation pour la fusion des 2 principales chaînes de supérettes en Argentine : Eki et Día. Cette fusion devrait donner le jour à une nouvelle enseigne contrôlée par Día, filiale de Carrefour héritée de Promodès.

À noter : Eki, contrôlée par *Global Invest* et *Bank of America*, a été l'une des chaînes les plus touchées par les pillages de décembre dernier. Plus de 40 de ses magasins ont été détruits.

Wal Mart veut aussi son Mondial

Le groupe nord-américain essaie de concurrencer Carrefour sur le plan sportif. La chaîne française a investi 1,5 million de dollars afin de devenir le *sponsor* officiel de la sélection nationale de football. À l'occasion du Mondial, Carrefour a lancé, entre autres, la marque de produits « *Selección Nacional* ».

De son côté, Wal-Mart a mis en place dans tous les supermarchés une opération de solidarité nommée le « Plus Grand Maillot du Monde ». La chaîne propose aux personnes qui souhaitent y participer d'apporter des aliments non-périssables afin de venir en aide aux plus démunis.

Cette opération dérange Carrefour qui possède des droits d'exclusivité sur certains symboles et terminologies, dont le mot « maillot » et accuse Wal-Mart de profiter indirectement de l'élan suscité par la Coupe du Monde. Par ailleurs, Carrefour menace d'attaquer en justice Wal-Mart s'il persiste à utiliser indûment l'image de cet événement.

Des nouvelles de Disco Ahold

La chaîne de supermarchés Disco (Ahold) a été condamnée à payer le double de ses impôts locaux à Córdoba. En effet, Disco est classé dans la catégorie des **supermarchés**, alors que selon les critères établis par la code fiscal, son activité commerciale et industrielle correspond à celui d'un **hypermarché**. Désormais, le groupe devra verser à la municipalité de Córdoba une taxe annuelle sur ses bénéfices de 10 ‰ au lieu des 5,2 ‰ actuels.

Par ailleurs, la chaîne Disco vient de payer les intérêts semestriels de ses bons soit un total de 350 millions de dollars : 100 millions pour ceux qui arrivent à échéance en 2003 et 250 millions pour ceux de 2008. Le paiement a été réalisé par le groupe argentin Velox (d'origine uruguayenne – Famille Peirano) et le hollandais Royal Ahold, principaux actionnaires de la chaîne.

Enfin, Plaza Vea, la chaîne d'hypermarchés de Disco-Ahold a inauguré son 1^{er} point de vente du nord-ouest du pays, dans la ville de Santiago del Estero.

L'internationalisation de Boating

La chaîne de magasins de chaussures prévoit, par le biais de franchises, de s'implanter au Chili (Santiago), au Brésil (São Paulo) et en Uruguay (Montevideo). Dans un second temps, le groupe ouvrirait des magasins en Europe.

Les grands magasins Falabella à Puerto Madero

La chaîne chilienne prévoit de s'implanter dans le magasin d'usine **Big Outlets**, que projette d'ouvrir le promoteur immobilier Aranalfe sur le quai n°1 de Puerto Madero (Buenos Aires).

Cet *outlet* devrait être inauguré en juin au rez-de-chaussée de l'immeuble Malecón. Il s'étendrait sur 3 000m² et proposerait des produits audio, hi-fi, vidéo, des vêtements, des articles pour la maison... Outre Falabella, **Big Outlets** devrait accueillir la chaîne de magasins de vêtements, **Brand Point**.

Nouveau directeur pour la CAS

Les 500 entités membres de la Chambre Argentine des Supermarchés ont décidé de nommer un directeur général indépendant à la tête de l'association. Celui-ci prendra ses fonctions en mai 2003. Il s'agit d'une grande première pour la CAS, car jusqu'à présent, elle a toujours été dirigée par les cadres des groupes leaders. Actuellement, la direction est assurée par Ovidio Bolo, représentant du groupe Carrefour dont le mandat arrive à échéance en avril 2003.

Parmi les candidats, le grand favori est Osvaldo Capoulat, qui a déjà travaillé pour Molinos Río de la Plata et pour Socma Alimentos. Le nouveau directeur devra, avant tout, mener les discussions de plus en plus fréquentes entre les supermarchés et les autorités nationales pour la hausse des prix des produits de 1^{ère} nécessité...

Nouvelle chaîne à Córdoba

Les 13 supermarchés membres de la Chambre des Supermarchés de Córdoba (Becerra, Buenos Días, Spar, Mariano Max, Top, Caracol, Almacor, Roldán, Cordiez, Delfín, Super Uno, Scrafani et Charavaglia) se sont associés afin de créer la plus grande chaîne de supermarchés de la Province. Le nouveau groupe compterait 222 magasins dans 73 villes, pour un chiffre d'affaires global de 330 millions de pesos.

Dans un premier temps, l'accord prévoit la création d'une centrale d'achat et la réalisation d'opérations commerciales communes ainsi que le lancement d'une marque propre unique pour tous les magasins. Ensuite, le nouveau groupe devrait unifier ses réseaux de distribution. Au final, cette collaboration devrait déboucher sur une fusion totale des 13 entités afin de pouvoir faire face aux chaînes internationales.

Aide au développement par les Lecor

Dans le cadre du projet «*Desarrollo del Consumo, la Producción y la Comercialización* » (développement de la consommation, de la production et du commerce), le gouvernement de la Province de Córdoba a mis à la disposition des petits supermarchés un programme de financement d'une valeur totale de 100 millions de Lecor (bons émis par la Province).

Ainsi, 11 enseignes de la province s'approvisionneront ensemble en produits alimentaires et en cosmétiques, commercialisés sous marque propre. De plus, ces magasins s'engagent à réaliser des opérations promotionnelles hebdomadaires sur 20 articles, dont 8 sont fixes : pain, viande, légumes, fromage, charcuterie, *yerba maté* et savons.

CNC développe ses outlets

La *Compañía de Negocios Comerciales* est en négociation avec des chaînes de supermarchés (Libertad et Wal Mart) et des propriétaires fonciers afin d'ouvrir un magasin à Córdoba. Par ailleurs, le groupe prévoit d'ouvrir 3 magasins supplémentaires à Buenos Aires : un à Tigre et deux autres dans les Show Centers.

À noter : Le groupe est déjà propriétaire de deux magasins d'usine de 20 000m² à Buenos Aires (un dans le centre d'expositions de La Rural et un dans la ville de Pilar), et propose des articles de 20% à 50% moins chers que les supermarchés traditionnels. En 3 mois d'existence, le point de vente de La Rural a déjà réalisé un chiffre d'affaires de 12 millions de dollars.

Nouveau super discount à Berazategui

Promu par l'État, le premier centre offrant des produits alimentaires jusqu'à 40% moins chers que les magasins traditionnels vient d'ouvrir ses portes dans la ville de Berazategui (province de Buenos Aires). L'établissement est situé dans une ancienne usine textile, éloignée du centre d'activités de la ville afin de ne pas porter préjudice aux autres commerçants.

Ce centre proposera un panier réunissant 17 produits alimentaires pour un prix total de 11 pesos, ainsi qu'un panier de consommation «de base» entre 7 pesos et 8 pesos. Deux centres similaires ont, également, été inaugurés dans la localité de Presidente Perón à Lomas de Zamora.

L'expansion des grossistes...

En 2002, la chaîne hollandaise Makro, leader du secteur grossiste, prévoit d'ouvrir 2 magasins à l'intérieur du pays, dont un à Bahía Blanca (province de Buenos Aires), soit un investissement total de 20 millions de pesos. Le groupe réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 500 millions de pesos et, au cours des derniers mois, ses ventes auraient progressé de 20%.

Cependant, la concurrence se développe. En effet, la chaîne Diarco, également, prévoit de s'implanter à Bahía Blanca afin de concurrencer directement Makro. Par ailleurs, Vital, qui possède déjà un magasin à La Plata (capitale de la province de Buenos Aires), ouvrirait un point de vente à Villa Hermosa (Buenos Aires). Enfin, Maxiconsumo, propriétaire de la marque de produits alimentaires Marolio, a conclu un accord avec la société Emilio Luque, originaire de Tucumán, afin de s'implanter dans les provinces de Tucumán, La Rioja et San Juan.

🗨️ Le commentaire d'iFi

Les grossistes ont bénéficié indirectement de la chute de la consommation qui a mis un frein à l'expansion des grandes chaînes de supermarchés en Argentine. En effet, la majorité des consommateurs préfèrent réaliser des achats plus fractionnés dans des épiceries ou des supérettes, (principaux clients des enseignes grossistes), car elles offrent de nombreux avantages, en particulier la possibilité d'acheter à crédit.

Brésil

Les résultats des enseignes

En 2001, le secteur des supermarchés au Brésil a réalisé un chiffre d'affaires global de 79,2 milliards de reais, soit environ 10% de la consommation des ménages. À l'exception de Carrefour, toutes les grandes chaînes de supermarchés au Brésil ont vu leurs ventes progresser dans l'année. Parmi les leaders, on peut citer la croissance de Wal-Mart dont le chiffre d'affaires a crû de 22,4%. **À noter** : on assiste à une légère déconcentration du secteur. En effet, en 2001, les 5 plus grandes chaînes ont facturé ensemble 34,8% du chiffre d'affaires total du secteur, contre 26,9% en 2000.

LE TOP 10 DES CHAÎNES DE SUPERMARCHÉS					
	CA 2000*	CA 2001*		CA 2000*	CA 2001*
Carrefour	9,52	9,23	Wal-Mart	1,09	1,48
Pão de Açúcar	8,54	9,06	Jerônimo Martins	0,89	1,04
Sonae	3,00	3,41	Zaffari	0,75	0,83
Bompreço	3,04	3,21	G. Barbosa	0,62	0,73
Sendas	2,48	2,62	Supermercado Coco	0,54	0,63

* En milliards de reais - Source : Supermercado Moderno

En termes de chiffre d'affaires par m², on peut remarquer que les petits supermarchés devancent de très loin les grandes chaînes.

VENTES PAR M ² DES GRANDES ENSEIGNES		VENTES PAR M ² DES PETITS SUPERMARCHÉS	
Sendas	12 514,00 reais / m ²	Yamaguchi (São Paulo)	24 601,00 reais / m ²
Pão de Açúcar	10 983,00 reais / m ²	Moreira (Goiás)	20 011,00 reais / m ²
Bompreço	10 297,00 reais / m ²	Tausté (São Paulo)	18 267,00 reais / m ²
Carrefour	9 096,00 reais / m ²	GM (Bahia)	17 500,00 reais / m ²
Sonae	7 658,00 reais / m ²	Roberto Almeida dos Santos (Bahia)	17 333,00 reais / m ²

Des nouvelles de Pão de Açúcar

Au cours du 1^{er} trimestre 2002, la chaîne a enregistré un chiffre d'affaires de 2,5 milliards de reais, soit une hausse de 8,5% comparé au 1^{er} trimestre 2001. Sur la période, les bénéfices du groupe se sont élevés à 55,8 millions de reais, en hausse de 7,3% par rapport à 2001.

Par ailleurs, le groupe vient de signer un accord avec le Banco do Brasil. Ainsi, les consommateurs pourront régler leurs factures (eau, gaz, téléphone...) directement auprès des caisses des magasins Pão de Açúcar, Barateiro et Extra. Au total, ce sont 6 000 nouveaux guichets qui seront créés et qui viendront s'ajouter aux 1 700 points d'encaissement déjà implantés dans les magasins Barateiro. Le Banco de Brasil a déjà investi 2,5 millions de reais dans ce projet.

Sé toujours en vente

Malgré ses démentis, l'enseigne portugaise Jerônimo Martins cherche un acquéreur pour les 62 points de vente que compte, au Brésil, Sé, sa chaîne de supermarchés. Par cette vente, JM vise à compenser ses pertes au Portugal (1,19 milliard de dollars). La proposition de vente initiale est de 500 millions de reais.

À l'heure actuelle, Carrefour, Pão de Açúcar, Wal-Mart, Royal Ahold (Bompreço), et **le groupe britannique Tesco, qui cherche à s'implanter au Brésil**, se sont déclarés intéressés par cette acquisition.

Le commentaire d'iFi

L'acquisition des supermarchés Sé s'avérerait être une excellente opportunité stratégique pour les grands groupes implantés au Brésil. Ainsi, grâce à cette opération, Pão de Açúcar pourrait détenir le quasi monopole du secteur des supermarchés de la région de São Paulo et du sud du pays.

Pour sa part, Carrefour pourrait enfin lancer dans la région son enseigne Champion, dont l'implantation avait été reportée du fait de la saturation du marché.

Enfin, Royal Ahold pourrait contrer la position de Carrefour et de Pão de Açúcar et augmenter son chiffre d'affaires à 4,5 milliards de reais, ce qui lui garantirait la 3^{ème} place au classement de l'ABRAS.

Nouveau grand magasin pour Ponto Frio

La chaîne d'électroménager, contrôlée par Globex, a investi 4 millions de reais dans l'ouverture, en juillet, d'un magasin dans le centre commercial *Nova América*, à Del Castilho (Rio de Janeiro), sur une surface de près de 3 000 m². Le point de vente sera aménagé sous forme «d'îlots» de produits classés par marque et comptera des conseillers spécialisés afin d'orienter les clients. **À noter** : Ponto Frio réalise un chiffre d'affaires de près de 2,2 milliards de reais et possède 350 points de vente où sont vendus, annuellement, plus de 12 millions de produits. Le groupe compte déjà un magasin « géant » à Marginal Tietê (São Paulo). Par ailleurs, en 2002, le groupe prévoit d'investir 45 millions de reais dans l'ouverture de 20 points de vente supplémentaires.

SP Market change d'image

Le centre commercial prévoit d'investir près de 16 millions de reais afin de changer son image de magasin d'usine et d'augmenter sa fréquentation de 20%. À partir d'octobre, l'espace de loisirs «Parque do Gugu» sera remplacé par le «Parque de Xuxa», la présentatrice de programmes TV pour enfants. Par ailleurs, le shopping compterait 35 enseignes de plus sur une surface totale de 4 600 m². **Rappel** : SP Market, créé en 1994, a entamé sa reconversion en 1997 grâce à la création de l'espace de loisirs «Parque do Gugu», à l'implantation de marques connues dans ses locaux et à l'ouverture d'un Cinemark (cinéma), ce qui a lui a permis d'augmenter ses ventes de 50%. D'autres centres commerciaux de la région suivent la même voie : *Campinas Outlet* est devenu **Shopping Campinas**, *Vale Desconto* s'appelle désormais **Shopping Center Vale**...

Baisse des ventes des shoppings « cariocas »

Au cours du 1^{er} trimestre 2002, les ventes des 2 principaux centres commerciaux de Rio de Janeiro, **Rio Sul** et **Barrashopping**, ont chuté de 2,5% / 1^{er} trimestre 2001. Pour la Fête des Mères, la baisse s'est élevée à 1,3%. Afin de compenser ce recul, les deux *shoppings* ont décidé de changer de stratégies. Ainsi, **Rio Sul**, dont 80% des clients appartiennent aux classes A et B, propose des services, des spectacles gratuits et des cadeaux aux visiteurs, une campagne qui augmenterait son chiffre d'affaires de 5%. De son côté, le **BarraShopping** (540 boutiques et 70 000 clients/jour) a décidé de changer de *look*. Ces travaux, dans lesquels seront investis 3 millions de reais, débuteront au second semestre 2002. Enfin, Barrashopping, afin d'attirer les touristes, mettrait en place un service de cars pour relier le centre commercial et les principaux hôtels de Rio.

Chili

Unimarc : vente stoppée

Conseillé par ABN Amro, Francisco Javier Errázuriz a décidé de suspendre la vente de sa chaîne de supermarchés Unimarc, dont il détient 80%. En effet, les conditions pour une cession optimale ne seraient plus réunies pour le moment.

Par conséquent, le groupe a décidé de poursuivre son plan de restructuration et d'ouverture de points de vente. Unimarc réorganisera, ainsi, ses supermarchés de Las Tranqueras, de Curicó et de Providencia. Ces restructurations s'avèrent essentielles car la part de marché du groupe est passée de 8,45% en 1997 à 3,82% en février 2002 pour un total de 33 points de ventes.

Attention : L'endettement d'Unimarc devrait susciter des réactions de la part de ses créanciers...

Les projets de Horst Paulmann

Cencosud, le holding du groupe contrôlée par l'homme d'affaires chilien, a lancé un projet d'expansion dans le pays, afin de compenser les conséquences de la crise argentine. L'investissement prévu de 245 millions de dollars serait destiné à la construction de nouveaux centres commerciaux.

Centre commercial	Localité	Enseignes	Investissements
Florida Center	Santiago	Jumbo et Easy	100M de dollars
Portal La Reina	Santiago	Jumbo et Easy	40M de dollars
La Dehesa	Santiago	-	45M de dollars
Portal Viña	Viña del Mar	Jumbo et Easy	40 M de dollars
Costanera Center	Viña del Mar	-	-

Par ailleurs, le groupe devrait également ouvrir un hypermarché et un magasin de bricolage à Temuco (sud du pays).

Rappel : **Jumbo** contrôle 8,12% du marché, occupant la 3^{ème} place du secteur derrière **D&S** (enseignes Líder, Ekono et Almac), le leader du secteur avec 29,8% de parts de marché et **Santa Isabel** (9,97% de PDM). Jumbo précède **Unimarc** qui détient 3,73% de parts de marché.

Des nouvelles de Falabella

Mavesa, la filiale textile de la chaîne de grands magasins, contrôlée par la famille Solari, représente moins de 2% des actifs du groupe mais réalise un chiffre d'affaires de 25 millions de dollars par an. De plus, sa production mensuelle s'élève à 58 000 unités, dont 20% est exporté vers les Etats-Unis, le Brésil, le Pérou, l'Argentine, l'Équateur et le Paraguay.

Par ailleurs, Falabella vient de signer un accord avec le groupe LVMH, pour la représentation exclusive de la marque française Christian Lacroix au Chili.

À noter : Au cours du 1^{er} trimestre 2002, les bénéfices de Falabella se sont élevés à 13,4 millions de dollars, soit une hausse de 4,7% comparé à la même période 2001. Le chiffre d'affaires a crû de 12,8%.

Les pertes de D&S

Au 1^{er} trimestre 2002, malgré une hausse de 19,9% de son chiffre d'affaires, les bénéfices du groupe, propriétaire des enseignes Ekono, Almac et Lider, ont chuté à 10,5 millions de dollars, soit une baisse de 20% comparé au 1^{er} trimestre 2001.

En 2002 les investissements de D&S devraient atteindre 150 millions de dollars, au lieu des 130 millions prévus. Par ailleurs, le groupe de la famille Ibáñez a voté une augmentation de capital de près de 250 millions de dollars d'ici 3 ans.

Sodimac à Vallenar

La chaîne de magasins de bricolage du groupe Dersa a inauguré un nouveau point de vente à Vallenar, dans lequel ont été investis 1,47 million de dollars. Le nouveau magasin proposera 8 000 articles sur une surface de 5 000m².

À noter : au 1^{er} trimestre 2002, le chiffre d'affaires de Sodimac a progressé de 32,8% comparé au même trimestre 2001. Ainsi, sur la période, ses bénéfices ont atteint 7,5 millions de dollars, contre 5,66 millions de dollars au 1^{er} 2001.

Mexique

Des nouvelles de Wal-Mart

Au cours des 18 prochains mois, le groupe prévoit d'ouvrir 60 magasins dans le pays, soit un investissement supérieur à 700 millions de dollars. Depuis le début de l'année, le groupe a inauguré 15 points de vente (restaurants, magasins, supermarchés et grands magasins confondus). **Rappel** : En 2001, Wal-Mart a inauguré 61 magasins.

Au cours des 4 premiers mois de l'année, les ventes de Wal-Mart ont atteint 3,06 milliards de dollars et, en 2002, le groupe prévoit de réaliser un chiffre d'affaires supérieur à 10 milliards de dollars.

Par ailleurs, le groupe fait l'objet d'une enquête de la part de la *Comisión Federal de Competencia*, suite à une plainte de plusieurs fournisseurs du groupe. En effet, Wal-Mart se trouverait en position dominante et en profiterait pour imposer à ses fournisseurs des prix plus bas que les autres chaînes de supermarchés.

Enfin, le groupe a lancé, en collaboration avec le gouvernement fédéral, la première rencontre d'affaires *México-Wal-Mart*, qui mettra en relation les acheteurs internationaux de Wal-Mart (Allemagne, Corée, Canada, Chine, Etats-Unis, Royaume-Uni, Argentine, Brésil et Porto Rico) avec 150 fournisseurs mexicains sélectionnés pour la qualité de leurs produits.

Les projets de Soriana

Au second semestre 2002, le groupe devrait démarrer la construction, à México DF, d'un centre de distribution destiné à accueillir les produits non-périssables. Actuellement, Soriana dispose de 6 centres de distribution dans le pays : 2 pour les produits périssables (México et Monterrey) et 4 pour les produits non-périssables (México, Monterrey, Chihuahua et Hermosillo). Ce nouvel entrepôt permettrait au groupe d'augmenter sa part de distribution centralisée de 70% à 75% ce qui accroîtra son pouvoir de négociation auprès des fournisseurs.

À noter : Au 1^{er} trimestre 2002, le chiffre d'affaires de Soriana a atteint 720 millions de dollars, pour un total de 118 points de vente, soit une hausse de 9% comparé au même trimestre 2001.

Le point sur Gigante

Au cours du 1^{er} trimestre 2002, le chiffre d'affaires de la chaîne s'est élevé à 694 millions de dollars, en progression de 4,6% comparé au 1^{er} trimestre 2001. Sur la période, les bénéfices ont atteint 17,25 millions de dollars, soit une baisse de 5,4% par rapport à 2001.

En 2002, le groupe investira 130 millions de dollars dans l'ouverture de 6 supérettes, 6 restaurants et 4 Office Depot, augmentant ainsi sa surface de vente de 7%. Par ailleurs, le groupe inaugurerait 4 points de vente aux États-Unis.

Rappel : Actuellement, le groupe compte 106 supermarchés Gigante, 63 Super G, 42 Super Precio, 54 Bodegas Gigante, 62 Radio Shack et 65 Office Depot. La surface de vente totale de Gigante atteint 1 111 998 m². De plus, la chaîne possède 41 restaurants dans le pays, soit 9 000 couverts.

Davantage de téléviseurs pour Elektra

Grâce à la Coupe du Monde de Football, la chaîne mexicaine espère augmenter de 20 % ses ventes de téléviseurs dans le pays, qui représentent, actuellement, environ 40% des ventes de la division Hi-fi, Audio et Vidéo d'Elektra. **À noter** : ce département représente 34% du total des ventes du groupe.

À noter : Au cours du 1^{er} trimestre 2002, le chiffre d'affaires du groupe a atteint 396 millions de dollars, contre 363 millions au même trimestre 2001, soit une progression de 9,1%. Sur la période, les bénéfices se sont élevés à 26,73 millions de dollars, en baisse de 2,5% comparé au même trimestre 2001. Par ailleurs, le groupe compte 846 points de vente au Mexique, est propriétaire de 98 grands magasins *Salinas y Rocha* et possède 98 magasins à El Salvador, au Honduras, au Guatemala, au Pérou et en République Dominicaine.

Nouveaux magasins pour Femsas

En 2002, le groupe investira 73 millions de dollars dans l'ouverture de 280 nouvelles épiceries Oxxo dans le pays, afin d'augmenter sa part de marché. De ce total, 44 magasins ont été inaugurés au 1^{er} trimestre.

Par ailleurs, au cours du 1^{er} trimestre 2002, les ventes et les bénéfices de Femsas ont augmenté respectivement de 19,9% et de 30,7%.