

Amérique Latine - DISTRIBUTION

Étude mensuelle

Juillet 2002 - N° 65



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>Crise et financement</i>	1
<i>Panorama peu optimiste</i>	2
<i>Éviter la contagion</i>	2
<i>La confiance des Espagnols</i>	2
<i>Sommet du Mercosur : beaucoup de lamentations et peu de résultats</i>	3
<i>Indicateurs économiques</i>	4
ARGENTINE	5
<i>Une polémique inutile autour du FMI</i>	5
<i>Élections le 30 mars 2003</i>	6
<i>Quels candidats ?</i>	6
<i>Baisse du niveau de vie</i>	6
<i>Les salaires ont augmenté !</i>	7
<i>... et le chômage aussi</i>	7
<i>Les tableaux des licenciements</i>	7
<i>Nationaliser les services ?</i>	8
<i>Profitez de la baisse des prix !</i>	8
<i>Réserves en peau de chagrin</i>	8
<i>Moins d'exportations vers le Brésil</i>	8
<i>L'état de la dette</i>	9
<i>PIB par habitant en baisse</i>	9
<i>L'industrie au ralenti</i>	9
<i>...mais pas l'inflation</i>	9
BRÉSIL	10
<i>Chute record de la production industrielle</i>	10
<i>Lente croissance vers 2003</i>	10
<i>Les capitaux ne font pas confiance</i>	10
<i>8 années de Plano Real</i>	11
<i>Solde commercial confortable</i>	11
<i>Moins de M&A</i>	11
<i>Hausse des revenus</i>	11
<i>Le poids du dollar sur le panier</i>	12
<i>L'inflation guette</i>	12
<i>La course à la présidence</i>	12
<i>Attention aux entreprises frauduleuses</i>	12
CHILI	13
<i>Le PIB en baisse</i>	13
<i>Moins de faillites</i>	13
<i>Moins d'exportations et d'importations</i>	13
<i>... et davantage de chômage</i>	13
<i>Terre d'accueil pour Latino-américains ?</i>	13
MEXIQUE	14
<i>Davantage de chômage, peu de croissance</i>	14
<i>... mais croissance quand même</i>	14
<i>La dette publique et les réserves</i>	14
<i>Réajustement du peso</i>	14
<i>Prix et salaires</i>	15
<i>Fox autorisé à voyager</i>	15

URUGUAY.....	16
<i>Les changements de juin</i>	16
<i>Hausse des IED en 2001</i>	16
<i>Les mauvaises notes de l'Uruguay</i>	17
<i>Beaucoup moins de réserves</i>	17
<i>PIB en recul</i>	17
<i>Le peso perd de sa valeur</i>	17
... <i>mais reste moins compétitif que le real et le peso argentin</i>	17
<i>Exportations en hausse</i>	18
<i>Variation du PIB depuis janvier, comparé au même mois 2001</i>	18
... <i>et importations en chute</i>	18
<i>Inflation encore et toujours</i>	19
<i>Pouvoir d'achat en baisse</i>	19
<i>Le secteur public, 3 fois plus dépensier que le privé</i>	19
<i>Acheter en Argentine</i>	20
II. LES TENDANCES DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION.....	21
ARGENTINE	21
<i>Substitution des importations</i>	21
<i>Hausse des prix de juin</i>	22
 <i>Le commentaire d'i Fi</i>	22
<i>La chute des ventes se poursuit : le cas des supermarchés</i>	23
<i>Résumé du secteur des supermarchés</i>	24
<i>Évolution des prix et des ventes (en volume) dans les supermarchés</i>	24
<i>Évolution de la facturation des supermarchés (en milliards de pesos)</i>	25
<i>La situation des shoppings</i>	25
<i>Résumé des données sur les centres commerciaux</i>	25
<i>Évolution de la facturation des shoppings</i>	26
... <i>et la situation du secteur de la construction</i>	26
<i>Une Fête des Pères bien triste</i>	26
<i>Changements dans les habitudes de consommation</i>	27
<i>Les changements selon l'âge, le sexe et le nombre de personnes qui composent le foyer</i>	27
<i>Les changements dans la consommation par type de produits – en %</i>	28
<i>Quels sont les nouveaux lieux d'achat ?</i>	28
<i>Les changements par type de magasins</i>	29
<i>Les changements selon le type de foyers et le lieu de résidence</i>	29
<i>Le style d'achat dans les supermarchés et les hypermarchés</i>	30
<i>Faveur aux remèdes-maison</i>	31
<i>De moins en moins de librairies</i>	31
BRÉSIL	32
<i>Le commerce des années 90</i>	32
<i>Mai : les résultats des supermarchés</i>	33
<i>L'effet Coupe du Monde</i>	33
<i>La croissance du tele-marketing</i>	34
<i>Les problèmes des meubles</i>	34
CHILI	34
<i>Ventes toujours en baisse dans les supers</i>	34
<i>Baisse du pouvoir d'achat</i>	35
<i>Exemple du budget mensuel d'une famille type - classes socio-économiques C2 et C3</i>	35
<i>Crédits : comparaisons Chiliens / Chiliennes</i>	35
<i>Composition des portefeuilles crédits selon le sexe</i>	35
<i>Composition du portefeuille des crédits des Chiliens et des Chiliennes</i>	36
<i>Age moyen de demande de crédit</i>	36
<i>Profil du crédit à la consommation</i>	36
<i>Les franchises chiliennes</i>	37

MEXIQUE	37
2001 : l'année du commerce électronique	37
Avril : le point sur le commerce de détail et de gros.....	37
☛ Le commentaire d'i.F.i.....	38
Grossistes : variation des ventes, de l'emploi et des salaires	38
Détailants : variation des ventes, de l'emploi et des salaires	38
Les ventes de l'Antad.....	39
URUGUAY.....	39
Le renouveau du E-commerce ?.....	39
III. L'ACTUALITÉ DES ENSEIGNES	40
AMÉRIQUE LATINE.....	40
Mauvaise passe pour Velox.....	40
ARGENTINE	41
Nouvel acquéreur pour Groppo	41
Plus de clients pour le Mercado Norte.....	41
Plus de personnel pour Avon	41
Le succès des pharmacies Vantage	41
La croissance de LPC Outlets.....	42
BRÉSIL	43
La CBD rachète les supermarchés Sé	43
☛ Le commentaire d'i.F.i.....	43
Bompreço s'installe a Bahia	43
Union entre Pão de Açúcar et Nestlé.....	44
Le succès des marques 1 ^{er} prix	44
Nouvelle chaîne de pharmacies à Rio	45
Les marques de luxe à l'assaut des shoppings de Rio.....	45
Les investissements de Casas Bahia.....	45
CHILI	46
Des nouvelles du groupe Paulmann.....	46
☛ Le commentaire d'i.F.i.....	46
Unimarc –KFW : rien ne va plus !	46
Les résultats de Falabella	47
Tops : bon investissement pour Santa Isabel	47
Les projets de la famille Fürst.....	47
Pas d'accalmie pour Las Brisas.....	48
Les ventes de Chilemat.....	48
Nouveau centre commercial à Melipilla	48
MEXIQUE	49
Gigante en péril.....	49
Home Interiors investit.....	49
Le point sur Fragua	49
Pharmacies : l'union fait la force	50
URUGUAY.....	50
Multiahorro restructure ses magasins.....	50
Nouveau restaurant pour Costa Azul.....	50

I. La conjoncture et l'environnement économique

Amérique Latine

Crise et financement

La conjoncture économique, régionale et mondiale, a provoqué un recul considérable des investissements internationaux. En dehors des transferts des maisons-mère des groupes multinationaux vers leurs filiales locales, l'accès aux fonds est devenu très difficile, voire pratiquement nul. À l'exception de pays comme le Chili et le Mexique, l'émission de bons, de titres et les crédits bancaires sont devenus rares ou très onéreux. Selon la Barclays, au 1^{er} semestre 2002, l'émission de dette souveraine des pays latino-américains n'atteint que 10 milliards de dollars contre 40 milliards de dollars en 2001.

Les groupes qui font appel aux capitaux internationaux ont dû fournir des garanties supplémentaires pour obtenir des fonds ou ont dû y renoncer, faute d'intéressés. Ce fut ainsi le cas du brasseur brésilien Ambev et du fabricant de papier mexicain Copamex. Les entreprises argentines, qui demandent des ressources auprès des banques, doivent payer aujourd'hui plus de 30% l'an contre 18,4% il y a un an.

Le phénomène s'est aggravé du fait de la rétrogradation des qualifications de la dette de tous les pays d'Amérique Latine. Pour la Coface, la qualification du Brésil, du Paraguay et du Venezuela est passée de « - B » à « C » et celle de l'Uruguay de « B » à « C ».

Le BIS a signalé, également, que la situation argentine pourrait gêner les autres pays dans l'émission de titres. Il estime que les épargnants détenteurs de bons latino-américains pour un montant d'environ 20 milliards de dollars pourraient essuyer de très lourdes pertes.

Panorama peu optimiste

Selon le CEESP, en 2002, la croissance de la Région ne devrait atteindre que 0,4% par rapport à 2001.

Avec de telles perspectives, le Continent doit faire face à des problèmes cruciaux : la guérilla en Colombie, les désordres politiques et sociaux au Venezuela, les élections au Brésil, une crise économique aiguë en Argentine...

Éviter la contagion

Les organismes internationaux et les responsables politiques locaux affirment que la crise argentine n'a touché que l'Uruguay. Cependant, le Brésil reste vulnérable du fait de la baisse des exportations vers l'Argentine et à cause de la perte de confiance des investisseurs internationaux. La crise bancaire au Paraguay semble être circonscrite au pays, même s'il s'agit de groupes originaires des pays membres du Mercosur.

En revanche, selon la CEPAL, la situation argentine risque de se propager dans toute la Région, ne serait-ce que d'un point de vue psychologique, avec toutes les conséquences que cela implique vis-à-vis des investisseurs étrangers.

Cependant, la persistance et l'aggravation de la crise argentine ont fini par toucher d'autres pays, limitrophes ou non, à commencer par l'Uruguay. La BID a débloqué 1,5 milliard de dollars pour aider l'Uruguay à faire face à ses échéances. Le Paraguay (membre du Mercosur) a subi le contrecoup des déboires de certaines banques uruguayennes.

Le Brésil continue d'être malmené par les retombées de la crise argentine et par les craintes que suscite l'éventuelle élection à la présidence du pays d'un candidat de gauche.

La confiance des Espagnols

Selon la Cepal, entre 1992 et 2001, les capitaux espagnols investis en Amérique Latine ont oscillé entre 72 milliards de dollars et 83 milliards de dollars, soit près de 50% du total investi par les pays membres de l'Union Européenne. De ce total, 65% a été investi au Brésil, 35% en Argentine et 7,4% au Chili.

De plus, les groupes espagnols ont tendance à faire une distinction entre l'Amérique du Sud et le Mexique. En effet, le BBVA a déclaré qu'actuellement les investissements au Mexique représentent 70% du total placé dans la Région.

Par ailleurs, le Président du BBVA, Francisco González, a déclaré que la présence de la banque espagnole en Amérique Latine avait eu un impact positif sur les systèmes financiers de la Région et a, parallèlement, lancé un avertissement en direction de l'Argentine : les banques étrangères ne resteront pas dans le pays à n'importe quel prix. Il faut donc trouver des solutions capables de générer une stabilité économique, sociale et politique à moyen terme.

Sommet du Mercosur : beaucoup de lamentations et peu de résultats

Début juillet, Buenos Aires a accueilli les ministres de l'économie et les présidents des banques centrales des pays membres du Mercosur (Argentine, Brésil, Paraguay et Uruguay) ainsi que le Chili et la Bolivie, en tant que membres associés.

Tous les participants se sont déclarés victimes de l'effet « tango » de la crise argentine et ont cherché les moyens d'éviter des situations similaires dans le futur. Le degré d'incidence de cette crise varie selon les pays partenaires : le Brésil et le Chili ont été touchés par la baisse des exportations vers l'Argentine ; l'Uruguay par la fuite des capitaux argentins placés dans le pays et le Paraguay et la Bolivie par le retour de la main-d'œuvre émigrée en Argentine ...

La déclaration finale a réaffirmé les principes de base de l'intégration du Mercosur invitant le Mexique à s'y associer.

Le front commun recherché par Duhalde pour faire face aux exigences du FMI a échoué, tous les pays participants à la réunion ayant des relations fluides avec le FMI.

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 (p)	2003 (p)		2001	2000	2001	2002 (p)	2000	2001	Déc'00		Juin'02	Mai'02	
Argentine	283	263,8 7	-0,5	-4,5	-30,0	nd	36,23	-0,7	-1,5	30,0	-2,22	2,5	27,0	10,2	160,0	3,95	1	24,0
Brésil	776	576	4,42	1,51	2,0	3,5	169,8	6,2	7,33	7,8	-1,19	1,7	43,6	36,5	262,0	2,85	1,8	6,4
Chili	78,09	64,1	5,4	3,1	2,2	3,2	15,0	3,7	2,6	3,3	1,64	1,4	15,9	15,14	38,98	700	531	13,3
Colombie	99	87	2,8	1,28	1,5	nd	42,0	9,2	7,65	6,05	1,57	0,3	8,6	10,19	39,5	2 300	1 840	18,8
Équateur	99,7	12,7	1,9	5,4	3,6	6,0	12,2	91,0	22,4	12,8	1,61	-6,2	1,8	1,2	11,1	1	1	14,4
Mexique	397	625	7,0	-0,3	1,5	4,0	97,5	8,96	4,4	4,7	-5,36	-8,0	30,1	42,7	233,0	10	9,59	2,75
Pérou	65	55,6	3,0	0,2	3,0	4,5	26,7	4,01	-1,1	2,0	-0,56	-0,2	9,7	9,0	29,0	3,7	3,52	9,3
Uruguay	22,35	22	-1,0	-3,2	-12,0	nd	3,2	5,75	3,59	16,0	-1,11	-0,9	2,5	1,8	6,8	25	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	45,1	1 306	650	19,0

Indicateurs économiques

Argentine

Une polémique inutile autour du FMI

Stiglitz, Mussa, Hanke et bien d'autres économistes de renommée internationale ont donné leur opinion sur le rôle que le Fonds Monétaire International a joué dans la crise argentine.

Il est, cependant, curieux qu'au moment de la mise en place de la convertibilité, il y a un peu plus de 10 ans, personne, et pas plus le FMI que les prestigieux économistes qui se manifestent aujourd'hui, n'ait signalé les risques d'une telle politique économique.

Le silence des institutions et des spécialistes face à la dérive économique de l'Argentine est également surprenant. La situation catastrophique que connaît ce pays ne s'est pas créée en un jour, du hasard ou du fait du FMI. C'est une longue histoire ignorée ou incomprise par les grands spécialistes de tous bords.

Pendant de longues années, personne n'a ainsi tiré la sonnette d'alarme sur la surévaluation du peso et ses conséquences sur l'économie argentine. Pendant ce temps là, les Argentins étaient plus occupés à importer tout ce dont ils avaient besoin au lieu de produire dans le pays.

La dénationalisation des industries et des sources de richesses du pays n'ont soulevé aucun commentaire à l'époque où Carlos Menem déclarait que l'Argentine faisait partie du PREMIER MONDE !

Peut-on improviser, en quelques mois, un chômage de 20% de la population active, une pauvreté qui touche 50% des Argentins et un endettement de près de 160 milliards de dollars ? Certainement pas. Peut-être les grands noms de l'économie mondiale avaient détecté les perversions qui allaient frapper si cruellement ce pays et se sont manifestés au cours de ces dix dernières années. Mais apparemment, ils ne l'ont pas fait avec la même intensité qu'aujourd'hui, où seul un constat des dégâts est dressé.

Dans le contexte actuel, polémiquer sur les responsabilités du FMI dans la crise argentine apparaît plus comme une recherche de notoriété que comme un réel désir d'apporter une aide pour jeter les bases d'une véritable reconstruction nationale. Il faut passer aux choses sérieuses sans perdre de temps.

Élections le 30 mars 2003

Le Président Duhalde a communiqué le calendrier électoral qui débouchera, le 30 mars 2003, sur les élections générales. Ainsi, en novembre 2002, les partis devront élire leurs candidats, l'élection présidentielle aura lieu en mars (avec un éventuel 2^{ème} tour en avril) et la passation du pouvoir se fera le 25 mai (date anniversaire du renversement du Vice-roi espagnol de Buenos Aires en 1810). Face au manque de résultats de son administration depuis 6 mois, Eduardo Duhalde a été contraint d'avancer la date des élections présidentielles prévue initialement en septembre 2003.

Quels candidats ?

Carlos Menem, sans aucun doute ! Celui qui a conduit la destinée politique et économique de l'Argentine pendant 2 mandats présidentiels (10 ans) recueille près de 45% des intentions de vote, les Argentins le pensant capable de sortir le pays de la crise... De son côté, l'ex-Président candidat a déclaré « qu'il était le seul capable de reconstruire le pays »... Il semblerait que la population argentine ait oublié quelle est l'équipe gouvernementale qui a amené le pays à sa situation actuelle. Cette position coïncide avec la disparition ou la perte de prestige d'autres figures politiques du pays. **Attention** : 41,4% des personnes interrogées sur le retour politique de Carlos Menem pensent qu'il ne pourra pas gagner les prochaines élections.

Selon les sondages, parmi les candidats qui recueilleraient le plus de voix, figurent Elisa Carrió (député de la province du Chaco) avec 19% des intentions de vote et Adolfo Rodríguez Saá avec 11%. Le gouverneur de Santa Fe, Carlos Reutemann (ancien pilote de F1) s'est déclaré hors course.

À noter : lors des élections, il y aura 16 507 postes à pourvoir, au niveau national, provincial et local.

Baisse du niveau de vie

Selon une enquête, 8 Argentins sur 10 affirment que leur situation économique s'est dégradée au cours des 12 derniers mois (88% dans le Grand Buenos Aires). Au début de l'année, la proportion était de 5 sur 10. La même enquête révèle que seulement 2% d'entre eux pensent que la situation s'est améliorée et que pour 16%, elle est restée stable. Le sentiment de recul touche toutes les classes sociales du pays et, en particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans (52%) appartenant aux classes hautes et moyennes hautes (50%).

Ces résultats sont les plus pessimistes depuis 20 ans et sont comparables à ceux des périodes de la guerre des Malouines (1982) et de l'hyperinflation (1989/1990).

Les salaires ont augmenté !...

Suite à l'accord signé entre le gouvernement et les chambres syndicales sectorielles, seulement 23% des entreprises ont déclaré avoir octroyé des hausses salariales de 100 pesos (27 dollars) pendant 6 mois ! Cela est peu : en 6 mois, la hausse des prix atteint 30% pour une augmentation des salaires de moins de 15%...Parallèlement, près de 51% des entreprises envisagent des plans sociaux et des restrictions budgétaires.

Attention : les secteurs industriels des produits de consommation de masse (agroalimentaire) destinés à l'exportation ont enregistré des hausses d'embauches.

... et le chômage aussi

En mai, les entreprises de Buenos Aires et de ses environs, ainsi que celles de Córdoba et de Rosario (respectivement 2^{ème} et 3^{ème} villes du pays), ont licencié 15 200 travailleurs, soit 98 200 licenciements depuis janvier 2002. En mai, dans le pays, 115 000 personnes ont perdu leur emploi. Le chômage touche plus de 22% de la population active du pays. Selon le cabinet *Tendencias Económicas*, entre janvier et juin, les plans sociaux ont touché 329 500 Argentins !

Attention : actuellement 51,4% de la population argentine (18 219 000 personnes) vit en dessous du seuil de pauvreté. De ce total, 66,6% ont moins de 18 ans et 21,9% sont considérés indigents (7 777 000 personnes).

Les tableaux des licenciements

Selon une enquête, au cours du 1^{er} semestre 2002, 70% des entreprises auraient licencié du personnel et 59% envisagent de licencier en 2002..

Segments touchés par les licenciements entre janvier et juin 2002 :

Tous les niveaux : 6%

Cadres supérieurs : 8%

Direction : 29%

Professionnels : 41%

Personnel administratif / opérationnel : 39%

Autres : 8%

30% des entreprises projette de licencier du personnel d'ici fin 2002 dont :

Tous les niveaux d'emplois : 5%

Haute direction : 10%

Gestion : 43%

Professionnels : 52%

Personnel administratif et opérationnel : 52%

Autres : 10%

Nationaliser les services ?

Après la vague des privatisations tous azimuts des années 90 (ère Menem), une grande partie de l'opinion publique argentine souhaite la nationalisation des services. Ainsi, actuellement, 46% des personnes interrogées pensent que l'État devrait assumer la gestion des services de distribution d'eau, d'électricité, transport... contre 30% entre 1989 et 1995.

Profitez de la baisse des prix !

Avec un cours du dollar à presque 4 pesos, le pays est devenu l'un des meilleurs marchés de la planète. Ainsi, dans le palmarès des villes les plus chères, Buenos Aires est passée de la 23^{ème} place (2001) à la 133^{ème} en juin 2002. Par ailleurs, le Big Mac, qui coûtait en Argentine, 2,5 dollars en 2001 (même prix qu'à New York) vaut, aujourd'hui, l'équivalent de 0,70 dollar (1,25 dollar au Brésil).

Réserves en peau de chagrin

Selon le nouveau président du *Banco Central de la República Argentina*, depuis janvier, les réserves du pays ont perdu 4,9 milliards de dollars. De cette somme, la moitié a été destinée à des institutions financières et l'autre moitié aux interventions de la banque pour enrayer la dévaluation du peso.

Moins d'exportations vers le Brésil

En juin, les exportations vers le Brésil ont chuté de 40% comparé à juin 2001, à 351 millions de dollars, soit le montant le plus bas de ces 7 dernières années (septembre 1994 : 300,2 millions de dollars). Parallèlement, les importations argentines de produits brésiliens ont chuté de 64,1% comparé à juin 2001, à 166 millions de dollars. **À noter** : au 1^{er} semestre, l'Argentine a dégagé un excédent commercial de 1,47 milliard de dollars, 3 fois plus qu'au 1^{er} semestre 2001.

L'état de la dette

Au 1^{er} trimestre 2002, la dette externe, publique et privée, a diminué de 7,6 milliards de dollars, à 132,56 milliards de dollars. **Ce chiffre est 2,2 fois supérieur au PIB du pays.** Mais **attention**, près de 60% de la réduction est due, d'une part, à la chute de la valeur des titres du gouvernement et, d'autre part, au transfert de la propriété de ces titres vers des Argentins. Ce transfert viendra augmenter, évidemment, le montant de la dette interne argentine.

À noter : la fuite des capitaux n'a été arrêtée ni par l'enchérissement du dollar ni par le *corralito* (blocage des comptes bancaires). Au cour du 1^{er} trimestre 2002, près de 2,6 milliards de dollars sont sortis du pays et, au total, l'Indec estime à 108,75 milliards de dollars les actifs argentins placés à l'étranger.

PIB par habitant en baisse

La dévaluation du peso a fait reculer le PIB par habitant, le situant en-dessous de celui du Paraguay, de la Bolivie, de l'Équateur ou du Nicaragua. En effet, avec près de 37 millions d'Argentins et un PIB d'environ 64,11 milliards de dollars, la moyenne annuelle par habitant atteint 1 730 dollars contre 7 245 dollars en 2001. Ce calcul a été réalisé à partir de la Parité du Pouvoir d'Achat-PPA qui mesure le pouvoir d'achat relatif entre différentes devises par rapport aux mêmes biens et services acquis respectivement.

En bref : au premier trimestre 2002, le PIB argentin a chuté de 16,3% comparé au même trimestre 2001, soit la plus forte chute de l'histoire économique du pays. Cette baisse représente une perte de richesse d'environ 42 milliards de dollars. Le pays est en récession depuis près de 4 ans.

L'industrie au ralenti...

Bien que l'activité industrielle se soit améliorée en mai par rapport à avril, les données de l'Indec montrent une chute de 13% par rapport à mai 2001. Depuis janvier, la baisse atteint 15,8% comparé à la même période 2001.

...mais pas l'inflation

En juin, l'indice des prix a progressé de 3,6% ce qui totalise 30,5% au premier semestre. La plus forte hausse a été enregistrée par les produits alimentaires qui font partie du panier de la ménagère, qui subit, depuis janvier, une hausse de plus de 50% par rapport au même semestre 2001.

Brésil

Chute record de la production industrielle

En mai 2002, la production manufacturière du pays s'est écroulée de 5,1% par rapport à avril 2002 et de 0,9% par rapport à mai 2001. C'est le plus fort recul depuis mai 1995. **Rappel** : en 2001, la production industrielle brésilienne avait reculé de 1,5% comparé à 2000.

Lente croissance vers 2003

La faible progression de l'économie brésilienne au 1^{er} semestre 2002, contre les prévisions d'accélération qui devait suivre le rationnement d'électricité, la crise argentine et les attentats du 11/09/01, est une menace pour la croissance 2003.

Les principaux obstacles seraient l'arrêt de la baisse des taux, la chute des revenus / salaires et la crise financière. Sans oublier la campagne électorale ouverte sur la possible victoire d'un candidat de gauche, l'ancien syndicaliste Luiz Inácio « Lula » da Silva.

Ainsi, le dollar est passé de 2,30 reals en janvier à 2,85 reals en juin (+24%). Parallèlement, le taux du risque pays a atteint 15,27% en juin contre 7,17% en mars.

Attention : la dette externe est estimée à 132 milliards de dollars. Avec la chute du real, la valeur a augmenté de 19%, soit 25 milliards de dollars...

Les capitaux ne font pas confiance

La protection du real a obligé le Banco Central do Brasil à vendre chaque jour des dollars. En même temps, les investisseurs financiers étrangers ont commencé à se retirer du marché. Cependant, d'ici décembre, les entreprises brésiennes ont besoin d'environ 16 milliards de dollars pour faire face à leurs obligations, malgré une réserve de 5 milliards de dollars pour défendre la devise nationale.

Par ailleurs, en 2001, les particuliers possédaient près de 10 milliards de dollars investis à l'étranger, dont 80% aux Etats-Unis. Les entreprises possédaient près de 60 milliards de dollars.

8 années de Plano Real

Pour l'anniversaire de la création du real actuel, le Brésil a réussi à atteindre une certaine stabilité malgré un chômage en hausse et une croissance faible. Par ailleurs, les 8 années du gouvernement Cardoso, dont le mandat s'achèvera en décembre, ont eu comme point de départ une période faste, en 1995, avec une croissance globale du PIB de 4,22% et de 77,55% par habitant et un chômage qui ne touchait que 4,7% de la population active. Entre 1995 et 2001, la croissance moyenne a été de 2,4% avec un chômage de 7,7%.

Solde commercial confortable

Au 1^{er} semestre 2002, l'excédent de la balance commerciale a atteint 2,6 milliards de dollars, soit un peu plus de la moitié estimée pour l'année (5 milliards de dollars). Le solde du semestre a été atteint grâce à la diminution de 23% des importations par rapport au même semestre 2001. Sur la période, les exportations ont diminué de 13,4%, totalisant 25 milliards de dollars.

Moins de M&A

Entre janvier et juin, les opérations de fusions et d'acquisitions ont chuté de 47% comparé à la même période 2001. Ainsi, dans le semestre, 97 opérations de sociétés brésiliennes, contre 184 l'an dernier, ont été enregistrées. Les secteurs qui ont enregistré la plus forte baisse de M&A ont été les télécommunications (3 contre 14 en 2001), les technologies de l'information (5 contre 19 en 2001) et la publicité / édition (1 contre 10 en 2001).

Rappel : en 2001, dans le pays, 340 opérations de fusions, d'acquisitions et de joint-ventures avaient été réalisées.

Hausse des revenus

Une enquête de *Seade-Dieese* révèle qu'en avril 2002, les revenus des travailleurs brésiliens ont progressé de 3,4% par rapport à mars atteignant une moyenne de 841 reals. Dans le secteur privé, le salaire moyen a augmenté de 1,9%, mettant ainsi fin à 6 mois de baisse. La plus forte hausse des rémunérations a été enregistrée dans l'industrie avec +3,9% par rapport à mars, à 966 reals.

Le poids du dollar sur le panier

En juin, la variation du dollar a touché le prix du panier de base dans 14 des 16 capitales du pays. Ainsi, à Recife, la hausse atteint 5,18% / à juin 2001, à João Pessoa 3,77% et à Salvador 3,06%. Les paniers les plus chers ont été ceux de Porto Alegre à 134,41 reais (+0,68%) et de São Paulo (131,5 reais+1,7%).

L'inflation guette

Selon la FGV, en juin, l'inflation a atteint 1,35%, soit une progression de 5% à 5,5% pour toute l'année. Pour 2003, les prévisions ont été revues à la hausse à près de 5,25% (contre 3,25% initialement). Entre mai 2001 et mai 2002, l'indice des prix a grimpé de 7,77%. Ainsi, le prix du gaz méthane a augmenté de 21,45%, celui de l'électricité de 10,12%, l'éducation de 7,11%, les voitures d'occasion de 6,04%, les médicaments de 4,29%, le transport urbain de 3,33%.

La course à la présidence

Fin juin, les enquêtes sur les intentions de vote donnaient toujours gagnant Luiz Inácio « Lula » da Silva (PTB) avec 38%. La 2ème place serait disputée entre José Serra, candidat du parti de l'actuel président, et Ciro Gomes (PPS) avec (selon l'enquête), respectivement 20%/17% et 18%/18%. La dernière surprise est venue du côté de « Lula » lorsqu'il a annoncé le soutien et la candidature à la vice-présidence de José Alencar (PL), le plus important industriel textile du pays, connu pour ses positions nationalistes.

Selon les analystes, la victoire du Brésil dans le Mondial du Football n'aurait pas amélioré l'image du parti gouvernemental malgré le baiser de Cardoso sur le trophée devant les 600 000 personnes qui ont manifesté leur joie à Brasilia (c'est la plus grande manifestation depuis la fondation de la capitale en 1966).

Attention aux entreprises frauduleuses

En plus des attaques et du banditisme, les entreprises brésiliennes doivent faire face aux araras (gros perroquets), firmes créées pour frauder les sociétés. Ainsi, en 2001, le nombre de cas de fraude a augmenté de 13% par rapport à 2000. Entre janvier et avril 2002, le nombre d'araras aurait progressé de 18,6% par rapport à la même période 2001. L'an dernier, les 750 araras recensées ont occasionné 37,2 millions de reais de préjudice aux entreprises, ce qui a entraîné le protêt de 18 399 titres et de 9 765 chèques sans provisions.

Chili

Le PIB en baisse

Selon le Ministre des Finances, Nicolás Eyzaguirre, en 2002, la croissance du pays atteindrait 3,2% mais il a ajouté qu'une hausse de 2% à 2,5% serait déjà une bonne chose. Selon d'autres sources, la progression serait d'environ 2,8%.

Moins de faillites...

Au 1^{er} semestre 2002, le journal officiel a publié 64 déclarations de faillites, dont 41 dans la capitale. C'est 17,95% de moins qu'au même semestre 2001. La fermeture de ces sociétés a provoqué la perte de 7 399 emplois. Depuis 1982, le secteur du commerce a enregistré le plus grand nombre de faillites : 715.

Moins d'exportations et d'importations...

En mai, les exportations chiliennes ont diminué de 6,8% comparé à mai 2001 totalisant 1,55 milliard de dollars. Au cours des 5 premiers mois de l'année, la chute est de 7,9% par rapport à la même période 2001.

En mai 2002, les importations ont baissé de 1,8% à 1,4 milliard de dollars et entre janvier et mai, la chute atteint 10,7% à 6,35 milliards de dollars.

... et davantage de chômage

En mai, le taux de chômage a atteint 10,4% de la population active. Entre janvier et mai, les emplois subventionnés par l'État chilien ont crû de 140% comparé à la même période 2001. En juin, le taux de chômage à Santiago et dans sa banlieue a atteint 13,5%.

Terre d'accueil pour Latino-américains ?

Les difficultés économiques ou sociales qu'affrontent certains pays voisins ont provoqué un afflux d'immigrés au Chili. Il s'agit surtout d'Argentins, de Péruviens et de Boliviens. Entre janvier et avril 2000, le pays a enregistré 5 500 demandes de permis de travail, 6 000 à la même période 2001 et plus de 16 000 en 2002.

Mexique

Davantage de chômage, peu de croissance...

La baisse de la croissance du 1^{er} trimestre a agi de façon négative sur l'emploi. Ainsi, le taux de chômage du 1^{er} semestre 2002 a atteint 2,8% de la population active contre 2,4% au cours de la même période 2001. Dans la période, le secteur de la *maquila* a perdu 16% de ses effectifs à cause du recul de la demande nord-américaine. Parallèlement, en mai, le sous-emploi a représenté 24,3% des salariés du pays (22,7% en mai 2001).

... mais croissance quand même

Selon le Gouverneur du Banco Central, Guillermo Ortiz, en 2002, l'économie mexicaine devrait progresser de 1,8% à 1,9% grâce à la force de la croissance attendue au deuxième semestre.

Rappel : en 2001, le PIB avait reculé de 0,3% et, au 1^{er} trimestre 2002, il avait chuté de 2%.

La dette publique et les réserves

En mai, la dette externe publique du Mexique a atteint 75 milliards de dollars et la dette interne publique, près de 72 milliards de dollars. Par rapport à décembre 2001, les engagements extérieurs ont diminué de 1,6 milliard tandis que les engagements intérieurs ont augmenté de 3 milliards de dollars du fait de l'indexation de la dette.

Fin juin, l'État mexicain disposait de 42,72 milliards de dollars de réserves. Depuis le début de l'année, les actifs se sont accrus de 773 millions de dollars.

Depuis janvier, la masse monétaire a augmenté de 576 millions de dollars totalisant 21,29 milliards de dollars.

Réajustement du peso

Entre janvier et juin, le peso mexicain a été dévalué de 7,25% par rapport au dollar. Ce repli est la conséquence de la perte de valeur généralisée des devises latino-américaines due aux différentes crises que connaît la Région (Argentine,

Venezuela, Colombie, Brésil, etc.) ainsi qu'aux scandales financiers des entreprises américaines (Enron, WorldCom...) et au ralentissement de la croissance mondiale.

Prix et salaires

En juin, l'inflation a atteint 4,9% contre 4,4% en décembre 2001. Pour 2002, les prévisions tablent sur une hausse de 4,5%. En mai, les rémunérations ont augmenté de 6,5% en termes réels, malgré le recul de l'économie mexicaine.

Fox autorisé à voyager

Le Président Vicente Fox a été autorisé, par décret, à quitter le pays, afin de se rendre en visite officielle au Brésil, en Argentine et en Uruguay. Fox a participé à la réunion de travail des chefs d'État des pays du Mercosur.

Rappel : en mars, Vicente Fox n'avait pas été autorisé à voyager aux États-Unis... (question de procédure...).

Uruguay

Les changements de juin

Le grand changement du mois de juin est, sans nul doute, la décision du gouvernement uruguayen de laisser flotter le peso (20 juin 2002). Ainsi, est abandonné le système de fourchette de flottement du peso, qui obligeait le *Banco Central del Uruguay* à intervenir sur le marché de change. Selon le Ministre de l'Économie, Alberto Bensión, le flottement du peso augmente la confiance des investisseurs en la capacité, la rapidité et la force de réaction des secteurs de production uruguayens.

Le flottement du peso a provoqué des hausses de prix généralisées et le mécontentement des Uruguayens, qui voient leur niveau de vie se dégrader. Ainsi, dans les 2 jours qui ont suivi l'annonce du gouvernement, le peso uruguayen a perdu 11%. Très lié à l'économie de l'Argentine, l'Uruguay est ainsi le pays le plus touché par la crise argentine : baisse des exportations, sortie des capitaux argentins de l'Uruguay, considéré comme le paradis fiscal du Rio de la Plata, baisse du tourisme... Ainsi, cette année, la crise argentine devrait coûter 470 millions de dollars à l'Uruguay, principalement à cause de la baisse des exportations.

De plus, le Gouvernement a annoncé des mesures supplémentaires pour le contrôle des dépenses : Ainsi, la vente des immeubles de ses ambassades de Buenos Aires, de México et de Paris et l'augmentation des tarifs des services publics. À ce sujet, l'État uruguayen possède les groupes Ancap (pétrolier), UTE (électricité), Antel (téléphonie) et OSE (distribution d'eau). Le Gouvernement pourrait, également, supprimer des Ministères, dont celui des Sports et du Tourisme et diminuer le nombre de fonctionnaires. Les mesures prises par l'Uruguay et, donc, sa volonté de mettre en place un plan de relance ont convaincu le FMI d'accorder au pays une aide d'1,5 milliard de dollars.

Hausse des IED en 2001

Selon le *Banco Central del Uruguay*, en 2001, le solde des IED dans le pays a crû de 15,24%, à 2,41 milliards de dollars. Les investissements des groupes étrangers ont atteint 17,81 milliards de dollars et les investissements à l'étranger des Uruguayens ont totalisé 15,4 milliards de dollars.

Les mauvaises notes de l'Uruguay

Malgré les promesses du Gouvernement uruguayen, les aides du FMI et les différentes mesures de relance mises en place, la confiance n'est pas au rendez-vous. Ainsi, le risque pays a été multiplié par 6 depuis janvier, passant de 248 points de base à 1 470 points, soit un record historique. Il serait en passe de rattraper le Brésil dont le risque pays a été multiplié par 2, à 1 726 points de base.

Beaucoup moins de réserves

Selon le *Banco Central del Uruguay*, les réserves internationales du pays ont chuté de 14% en mai, à 221 millions de dollars et de 20% en juin. Ainsi, au 1^{er} semestre, les réserves ont chuté de 3,1 milliards de dollars, à 1,47 milliard de dollars, soit une chute de 52,5%.

PIB en recul

Au 1^{er} trimestre, le PIB a chuté de 10,1% comparé au même trimestre 2001. Ainsi, sur la période seul le secteur de l'agroalimentaire a légèrement progressé, avec +0,5%. En revanche, le tourisme, l'hôtellerie et la restauration ont vu leur activité chuter de 20%. Les industries ont enregistré une baisse de 17,8%, la construction a reculé de 14%, le secteur des transports et communications de 6,4% et la distribution d'eau, d'électricité et de gaz de 3,7%.

La chute du PIB devrait se situer entre 6,4% et 7% pour 2002 et atteindre 0,3% en 2003.

Le peso perd de sa valeur...

En juin, le peso aurait perdu 4,49% de sa valeur, soit un recul de 26% au 1^{er} semestre. Par ailleurs, suite à la décision de laisser flotter librement la monnaie, le peso uruguayen a, entre le 20 juin et le 7 juillet, perdu 15,7% de sa valeur par rapport au dollar.

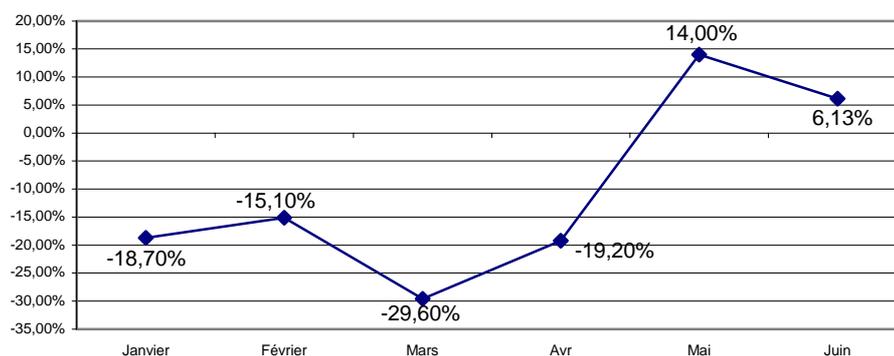
... mais reste moins compétitif que le real et le peso argentin

Malgré ces fortes baisses, en juin, la compétitivité de l'Uruguay recule de 5,62% face à l'Argentine (-60% depuis janvier) et de 4,88% face au Brésil (+5,95% depuis janvier).

Exportations en hausse...

Avec la dévaluation du peso uruguayen, en juin, pour le second mois consécutif, les exportations ont augmenté : +6,13% comparé à juin 2001, à 184 millions de dollars. Cependant, les hausses des mois de mai (+14%) et de juin ne suffisent pas à compenser la baisse cumulée depuis janvier, d'environ 10,4%.

Variation du PIB depuis janvier, comparé au même mois 2001



VARIATION PAR RÉGION DES EXPORTATIONS EN JUIN COMPARÉ À JUIN 2001			
Pays	Var.	Pays	Var.
Argentine	+54,04%	Espagne	+87,45%
Brésil	+23,05%	Italie	+10%
Mexique	56,35%	Allemagne	+57,83%
		États-Unis	+10,31%

PRINCIPALES VARIATIONS PAR PRODUITS DES EXPORTATIONS / MÊME PÉRIODE 2001			
Secteur	Var juin '02/juin '01	Secteur	Var. sur le semestre
Viande	+300%	Produits laitiers et miel	+10,91%
Peaux et cuirs	+30,56%	Bois et charbon	+7,82%
Céréales	-38,36%	Textile	-71,64%

... et importations en chute

En mai, la récession a continué à frapper les ventes de biens importés. Selon le *Banco Central del Uruguay*, les importations ont chuté de 21,7%, à 226,42 millions de dollars. Ainsi, entre mai 2001 et mai 2002, les importations ont reculé de 20,3%, totalisant 2,68 milliards de dollars. De plus, sur les 5 premiers mois

2002, le recul des importations atteint 28,4%, soit 961,82 millions de dollars.

En mai, les importations de biens de consommation baissent donc de 39% et celles de biens de capital de 76,22%. Par ailleurs, les importations en provenance d'Argentine ont reculé de 28,64% et celles en provenance du Brésil de 44,64%. Les importations en provenance d'Europe sont les seules en hausse, avec une progression de 9,54%.

Inflation encore et toujours...

Selon l'*Instituto Nacional de Estadísticas del Uruguay (INE)*, en juin, l'IPC a progressé de 1,77%, soit une hausse de 7,19% depuis le début de l'année.

Depuis la décision de laisser flotter la monnaie, le Gouvernement a revu à la hausse ses prévisions pour l'inflation 2002, tablant sur 12% au lieu des 9,9% initialement prévus.

Par segment, en juin, la plus forte hausse de prix est enregistrée par les transports et les communications, avec +3,88%. Les aliments ont augmenté de 2,11%, les loisirs de 2%, les meubles et l'équipement pour le foyer de 1,47%, les loyers de 1,18% et l'éducation de 0,76%.

Pouvoir d'achat en baisse

Inflation, baisse des salaires et chômage : 3 ingrédients de la perte de pouvoir d'achat des Uruguayens, qui, en mai, a reculé de 2,87%.

Ainsi, entre mars et mai, le chômage a augmenté de 6 dixièmes comparé au 1^{er} trimestre 2002, à 15,6% de la population active. Ainsi, environ **196 400 personnes se trouvent sans emploi**.

Par ailleurs, en mai, l'Indice Moyen des Salaires (IMS) a reculé de 1,63%, soit 0,31% en glissement annuel et -1% depuis le début de l'année. Le secteur le plus touché par la baisse des salaires a été l'industrie du papier, avec un recul des salaires de 3,52%, suivi des produits chimiques (-3,04%) et du commerce de gros (-2,62%).

Le secteur public, 3 fois plus dépensier que le privé

Face à la récession du pays, les secteurs privé et public se sont serrés la ceinture. Ainsi, au 1^{er} trimestre, les dépenses du secteur privé ont reculé de

9,73% alors que celles du public ont baissé de 3,67%.

Acheter en Argentine

Depuis la dévaluation, acheter en Argentine revient moins cher pour les Uruguayens frontaliers. Ainsi, 4 000 Uruguayens de la ville de Paysandú traversent chaque semaine la frontière pour faire leurs achats dans la ville argentine de Colón, principalement pour acquérir des aliments, qui sont jusqu'à 50% moins chers qu'en Uruguay. Par ailleurs, la limite est fixée à 10 kilogrammes de marchandises argentines par semaine.

Le trafic devient de plus en plus dense et des pics sont observés les samedis, où, environ, 3 000 personnes traversent la frontière. En semaine ce sont 200 personnes et 70 véhicules qui font le déplacement.

Cette situation n'est pas du goût des commerçants *sanduceros* (de Paysandú) qui ont, naturellement, vu leurs ventes chuter.

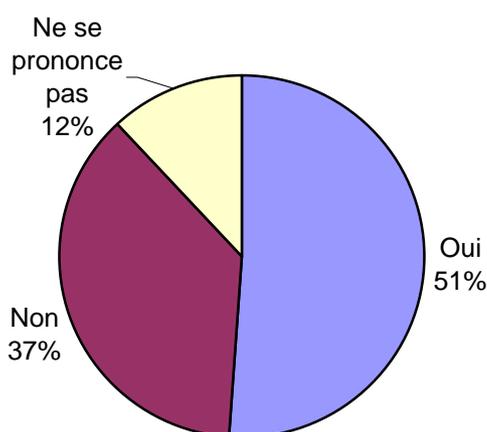
II. Les tendances du commerce et de la consommation

Argentine

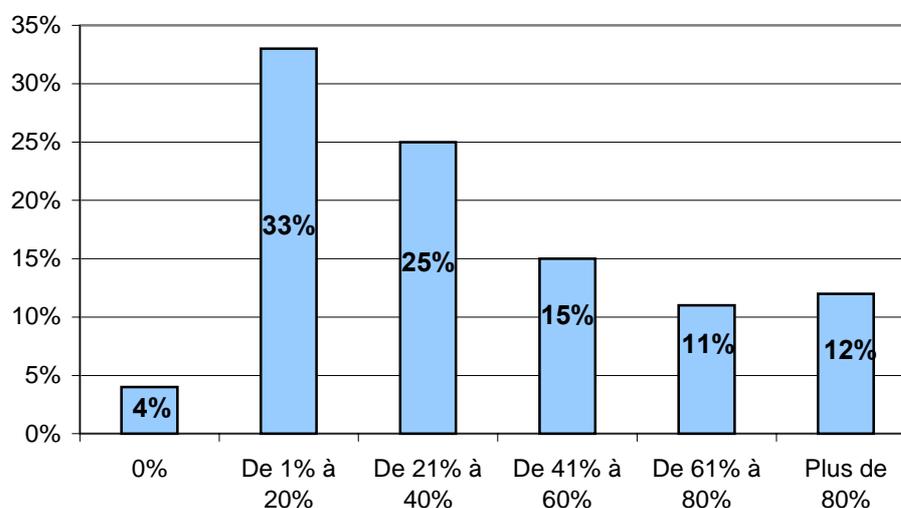
Substitution des importations

Selon une enquête de la Chambre de Commerce Argentine (CAC), avec la dévaluation, 51% des commerçants auraient remplacé les produits importés par des produits nationaux et 1 commerçant sur 7 aurait observé des changements dans les habitudes de consommation de ses clients.

Avez-vous remplacé les produits importés par des produits nationaux ?



À combien évalueriez-vous l'augmentation des prix chez le fournisseur ?



Hausse des prix de juin

En juin, le prix de la *canasta básica*, le panier de la ménagère, a enregistré une hausse de 5,2%, soit une progression de 50% depuis le début de l'année.

À Buenos Aires, la « *canasta básica* » a augmenté de 7,8%, soit la 2^{nde} augmentation la plus importante depuis le début de l'année, après celle d'avril. Ainsi, **au 1^{er} semestre, les prix à Buenos Aires accusent une hausse de 60,85%.**

Sur le mois, les prix au détail ont augmenté de 3,6%, soit une hausse de 30,5% depuis le début de l'année. Les prix de gros ont crû de 8,2% pour les produits d'origine nationale et de 5,4% pour les importés. Depuis le début de l'année, la hausse des prix de gros atteint 95,6%, soit +88,1% pour les produits locaux et +204,6% pour les importés.

Le commentaire d'i Fi

Pourquoi une telle différence entre l'augmentation des prix au détail et des prix de gros ?

- 1) Beaucoup de détaillants n'ont pas répercuté les hausses des grossistes sur les prix finaux au consommateur, à cause de la récession que vit le pays.
- 2) Les prix au détail sont encore contenus par les **services publics**, dont les prix n'ont augmenté « que » de 6,4% depuis le début de l'année.

Les plus importantes hausses de prix sont enregistrées par :

Produits	Var. / mai 2002	Produits	Var. / mai 2002
Alimentation et boissons	+4,8% (soit +39,1% depuis janvier 2002)	Logements et services publics	+3,3%
Transport et télécommunications	+4,3%	Équipement et entretien du foyer	+3,1% (soit +45,1% depuis janvier 2002)
Loisirs	+4,2% soit +40,5% depuis janvier 2002)	Éducation	+0,8%
Habillement	+3,9% (soit +43,1% depuis janvier 2002)	Santé	+0,5%

La chute des ventes se poursuit : le cas des supermarchés...

Les Argentins consomment moins mais dépensent plus. Ainsi, en **mai**, les **ventes en valeur** des supermarchés ont chuté de 27,7% alors que les supermarchés **facturaient** 1,2 milliard de pesos, soit 10,4% de plus qu'en mai 2001 et 4,7% de plus qu'en avril 2002. Ainsi, entre mai 2001 et mai 2002, le prix des produits a augmenté de 52,7%.

De plus, **de janvier à mai**, les ventes en **volume** des supermarchés ont chuté de 19,2% comparé à la même période 2001, alors que le **chiffre d'affaires** du secteur ne reculait que de 0,2%.

Par ailleurs, **les ventes des chaînes de taille moyenne souffriraient moins de la crise que les grandes.** Ainsi, en avril, les ventes des grandes chaînes du secteur ont chuté de 5,3% alors que les ventes des chaînes de taille moyenne progressaient de 15,4%. En revanche, en termes de **ventes par m²**, les grandes restent leaders avec 601 pesos par m², soit 3,47% de moins qu'en mai 2001, contre 432 pesos par m² pour les chaînes de taille moyenne, ce qui représente toutefois une hausse de 21,4% comparé à la même période 2001.

Le nombre de points de vente recule également. Ainsi, en avril, le secteur des supermarchés comptait 1 324 magasins, soit 0,9% de moins qu'en avril 2001. En revanche, la surface de vente augmente de 1% sur la période à 2,03 millions de m². **Le nombre d'employés du secteur recule de 3,6% à 94 396 personnes.**

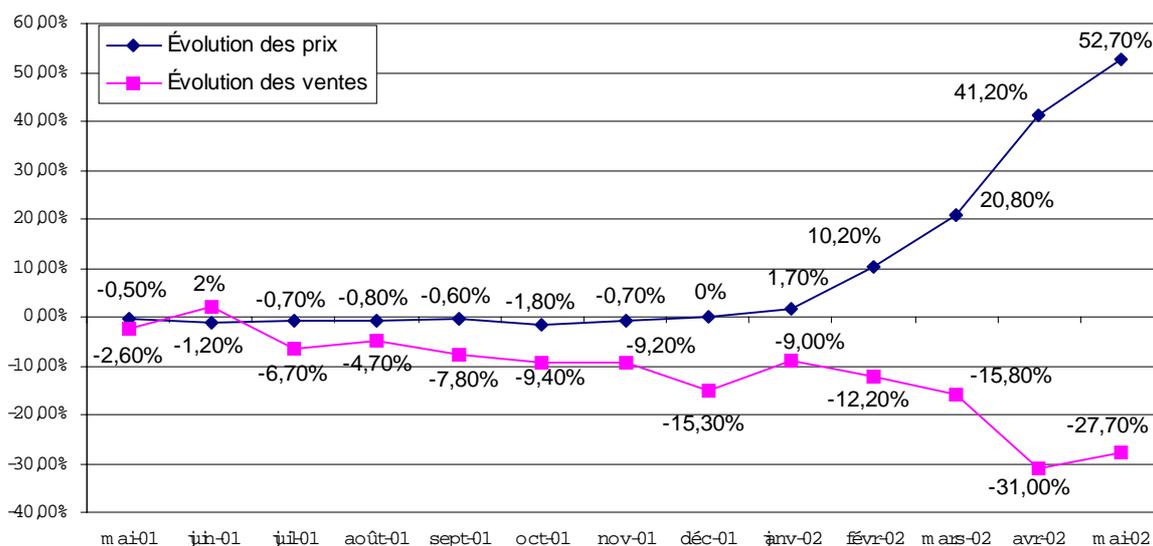
Résumé du secteur des supermarchés

Variation des ventes en avril 2002 comparé à avril 2001	
Alimentation et boissons	-5,95%
Cosmétiques / Parfums / hygiène	-8,8%
Vêtements / chaussures / textile	-19,1%
Hi-fi / Audio/ Vidéo / Informatique et articles pour le foyer	-25,7%

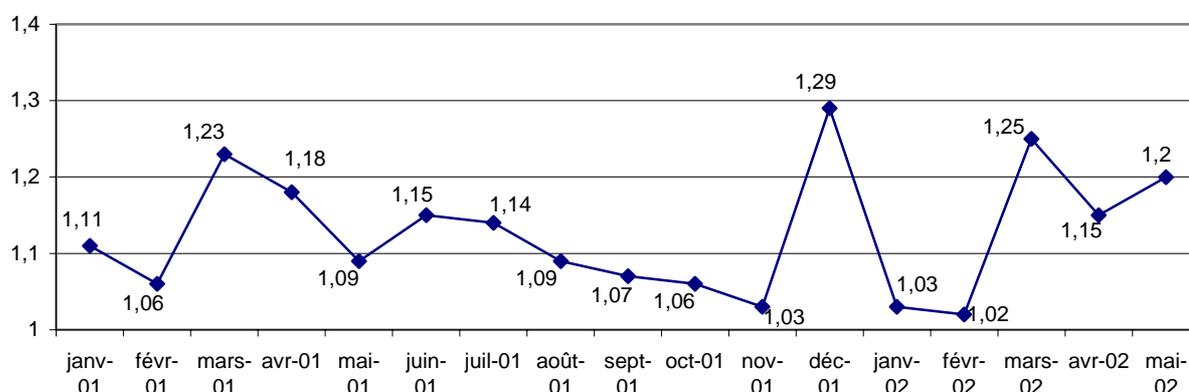
Récapitulatif du secteur – résultats en avril 2002 et variation / à avril 2001		
	Avril 2002	Var. / avril 2001
Nombre de points de vente	1 324	-0,9%
Surface de vente	2,03 millions de m ²	+1%
Nombre d'employés	94 396	-3,6%

Évolution des prix et des ventes (en volume) dans les supermarchés

Données en % comparé au même mois de l'année précédente



Évolution de la facturation des supermarchés (en milliards de pesos)



La situation des shoppings

Les **shoppings** pâtissent, également, de la baisse du pouvoir d'achat des Argentins. Les centres commerciaux bénéficient de l'arrivée des **touristes étrangers**, mais leurs achats ne compensent cependant pas la baisse des ventes nationales. Ainsi, les **ventes des shoppings baissent de 11,7%** comparé à mai 2001, à 115,1 millions de pesos. De janvier à mai, les ventes dans les shoppings reculent de 22,7% comparé à la même période 2001.

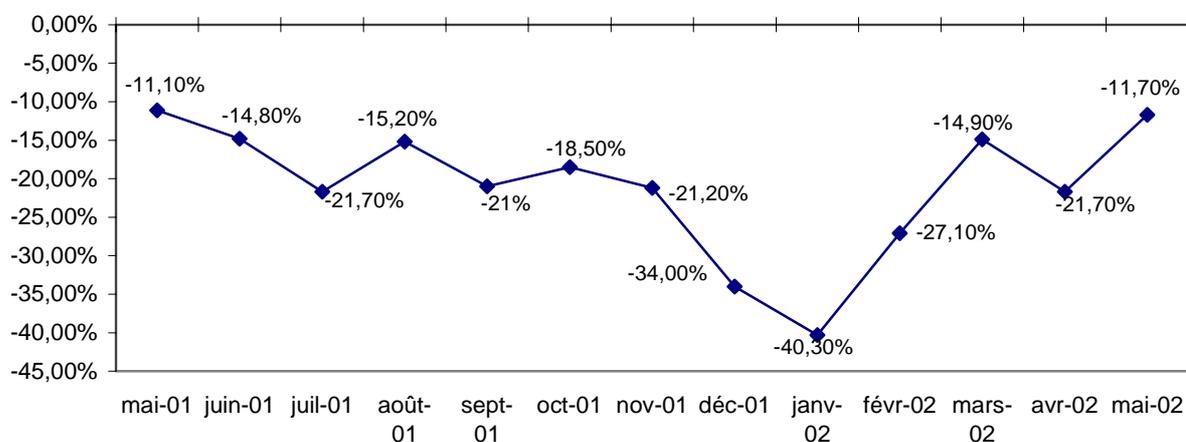
Par ailleurs, en avril, le secteur comptait **2 048 magasins**, soit 0,1% de moins qu'en avril 2001. En termes de surface de vente, les shoppings ont progressé de 7,6%, à 5,7 millions de m².

Résumé des données sur les centres commerciaux

Mai 2002 : variation des ventes comparé à mai 2001	
Vêtements / chaussures / maroquinerie	-5,84%
Vêtements et accessoires de sport	-22,2%
Meubles / textiles / décoration intérieure	-26,4%
Restaurants	-25,3%
Hi-Fi / audio / vidéo / électroménagers	-64,7%
Jeux et jouets	-33,8%
Librairie et papeterie	-2,7%
Salles de jeux	-30,5%
Parfumeries / pharmacies (produits de 1 ^{ère} nécessité)	-3%

Évolution de la facturation des shoppings

Variation en % comparé à la même période de l'année précédente.



... et la situation du secteur de la construction

Selon l'Indec, en mai, **l'activité de la construction a chuté de 35,9% comparé à mai 2001 mais a progressé de 3,3% comparé à avril 2002**. Sur les 5 premiers mois 2002, le secteur accuse un **recul de 39%**. Les prix des **matériaux de construction** ont augmenté de 4,9% en mai, soit une hausse de 59,1% depuis le début de l'année. Les **prix à la construction** ont crû de 3% en juin, soit +29,5% depuis le début de l'année.

En mai, le **nombre de permis de construire** délivrés au secteur privé a reculé de 54,6% comparé à mai 2001, principalement à Buenos Aires.

L'optimisme n'est pas, non plus, au rendez-vous : 35,7% des entreprises du secteur de la construction civile et 25% des sociétés du secteur de la construction publique sont paralysées.

Une Fête des Pères bien triste

La Fête des Pères (16 juin) coïncidait avec le Jour la fête nationale du Drapeau. Un long week-end férié qui n'a cependant pas encouragé les ventes. Ainsi, celles-ci auraient reculé de 39,3% comparé à la Fête des Pères de 2001.

Les plus fortes baisses des ventes par segment / 2001			
Articles informatiques	-93%	Maroquinerie	-28%
Hi-fi, Audio, Vidéo...	-70%	Disques	-22%
Outils	-52%	Livres	-18%
Articles de sport	-44%	Parfums	-14%
Vêtements	-37%	Montres / bijoux	-22%
Chaussures	-31%	Vins / Alcools	-15%

Changements dans les habitudes de consommation

Résultats d'une enquête de l'agence ACNielsen sur le comportement du consommateur après la dévaluation.

Composition de l'enquête :

Période : mars – avril 2002

Nombre de sondés : 291 personnes dont 76% de femmes et 24% d'hommes

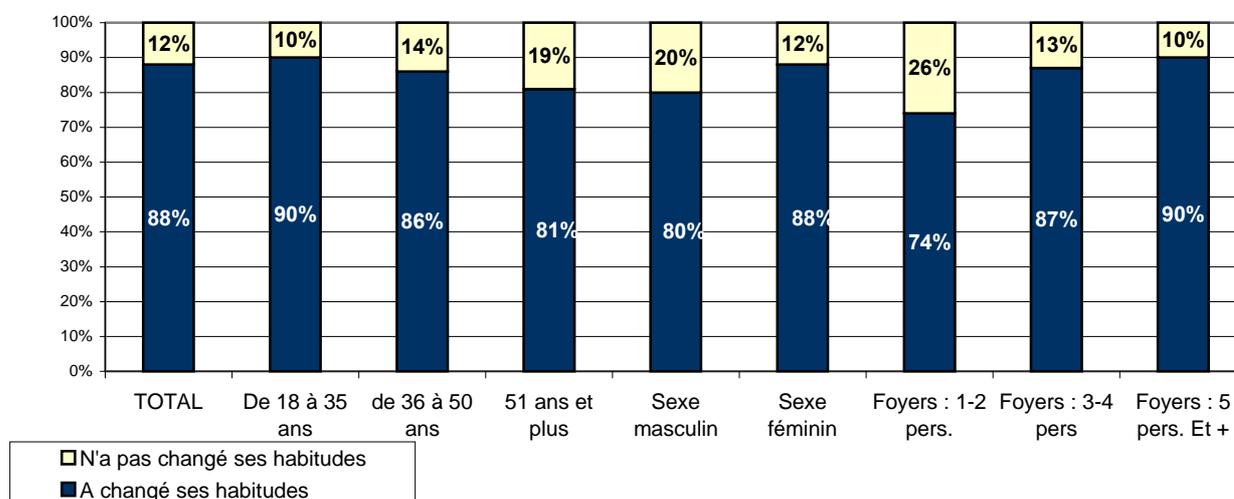
Niveau d'éducation : 41% = niveau secondaire incomplet ; 32% = niveau universitaire incomplet ; 27% = enseignement supérieur

Âge : 37% ont entre 18 et 34 ans, 32% entre 35 et 50 ans et 31% entre 51-70 ans

Taille du foyer: 1-2 personnes: 26%; 3-4 personnes: 49%; 5 personnes et +: 25%

Zone : 40% Buenos Aires ; 60% dans la banlieue de Buenos Aires

Les changements selon l'âge, le sexe et le nombre de personnes qui composent le foyer



II. Les tendances du commerce et de la consommation

Les segments ayant le plus changé leurs habitudes depuis la dévaluation sont les personnes de **18 ans à 35 ans**, les **femmes** et les **foyers composés de 5 personnes et plus**.

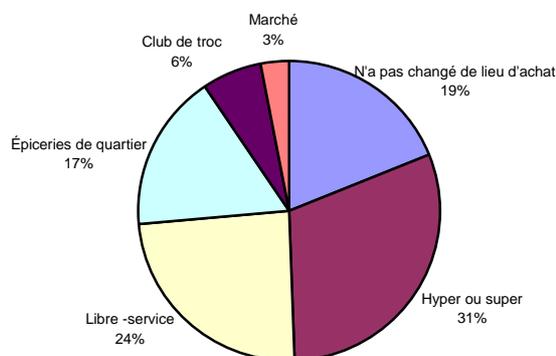
Les changements dans la consommation par type de produits – en %

	TOTAL	Boissons	Alimentation de base	Autres Aliments	Entretien du foyer	Cosmétique et hygiène
A fait des changements	88	77	77	85	88	84
Achète des marques moins chères	85	33	49	38	51	46
A cessé d'acheter certains produits	69	37	12	32	32	32
Achète en moindre quantité	45	14	17	15	22	12
N'a pas fait de changements	12	23	23	15	12	16

Les produits les plus touchés par la baisse des ventes sont les **cosmétiques** et les **produits d'hygiène corporelle**, les **produits de nettoyage et l'alimentation (excepté les aliments de base)**. Par ailleurs, **toutes les alternatives pour payer moins cher sont explorées**. Ainsi, les Argentins sont **moins fidèles aux marques** et ont, dans la majorité des cas, remplacé leurs marques habituelles pour une autre moins chère. Ils ont également **cessé d'acheter certains produits**.

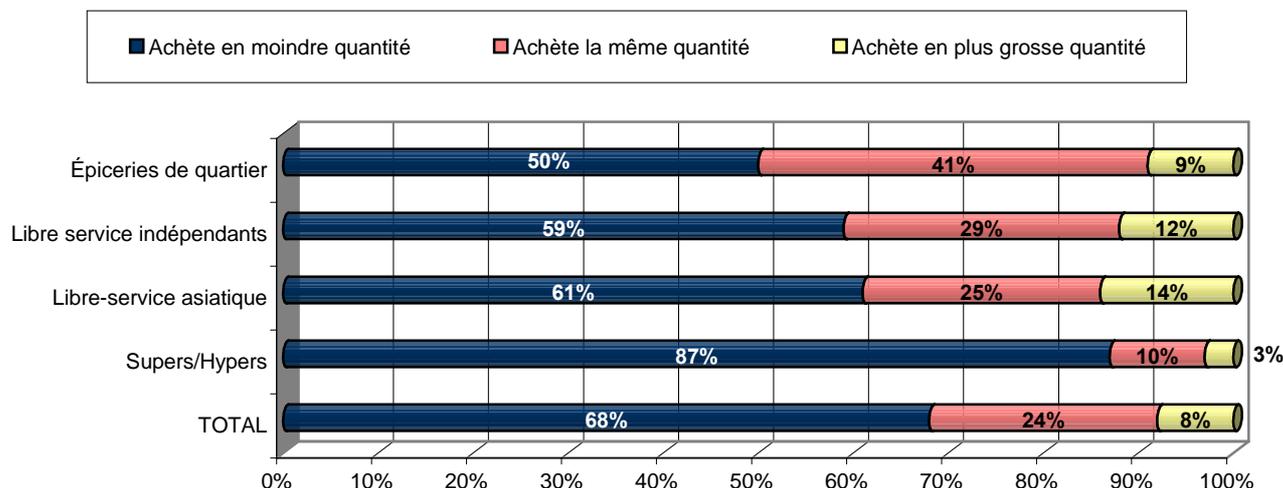
Quels sont les nouveaux lieux d'achat ?

(Changements pour de nouveaux magasins ou pour des magasins peu fréquentés avant dévaluation)



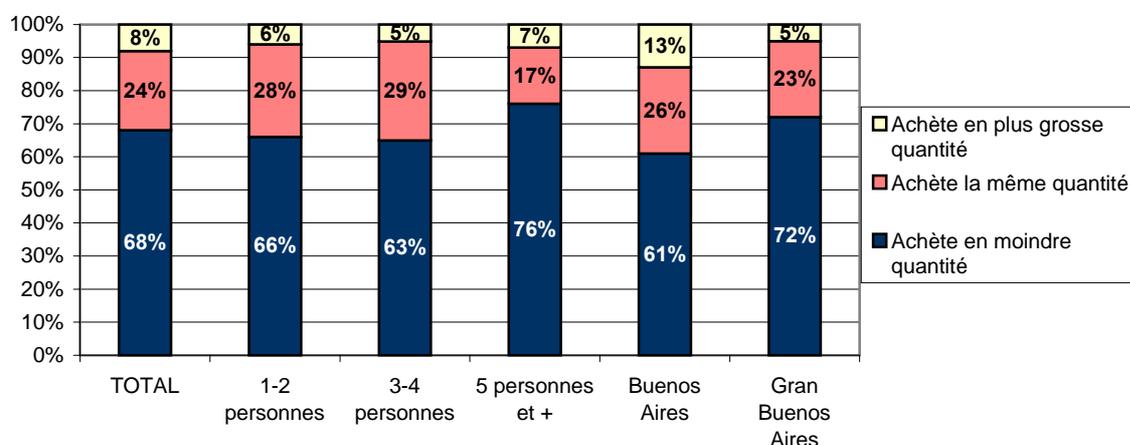
Les Argentins sont moins fidèles à leur lieu d'achat et se sont surtout tournés vers les hypermarchés et les supermarchés. Notons, également, l'apparition en force du **troc**, déjà pratiqué par 6% des personnes interrogées.

Les changements par type de magasins



Les libre-service et, surtout, les **épicerie de quartier** sont les moins touchés par la dévaluation. En effet, les hausses de prix dans les rayons de ces points de vente sont plus tardives, le stock de ces magasins étant moins souvent renouvelé. Par ailleurs, les épicerie offrent des facilités et des services que n'offrent pas les supermarchés et les hypermarchés : les achats en très petite quantité, les crédits (la *libreta*)...

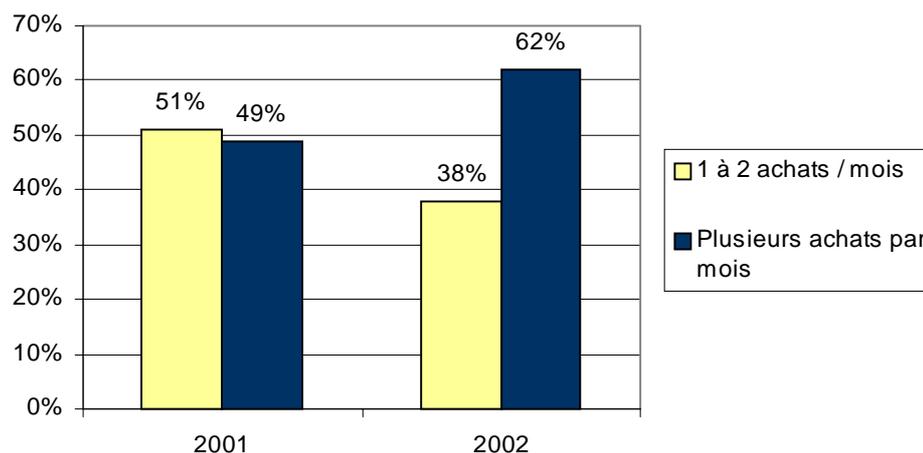
Les changements selon le type de foyers et le lieu de résidence



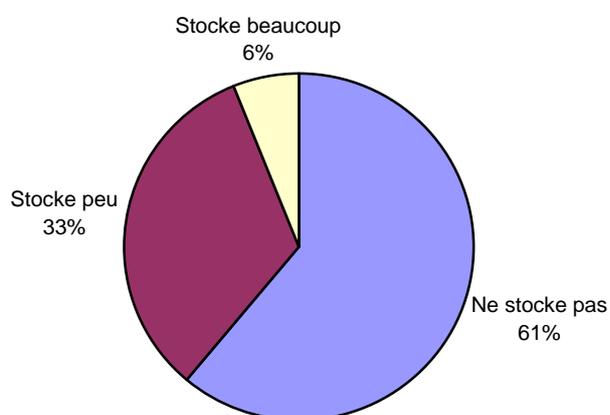
Les foyers ayant le plus réduit leurs achats sont les **familles nombreuses** (5 personnes et plus) et ceux résidant dans la **banlieue de Buenos Aires**.

Le style d'achat dans les supermarchés et les hypermarchés

1) Fréquence



2) Le comportement face au stockage des produits



Ces comportements concordent. Ainsi, les Argentins font, désormais, leurs courses **plusieurs fois par mois**. Ils **achètent donc moins** en une fois et ont tendance à **ne pas stocker ou moins stocker**.

Par ailleurs, ils sont de plus en plus attentifs aux offres. Ainsi, environ **1 Argentin sur 2 achète exclusivement les produits en promotion**.

Faveur aux remèdes-maison...

Au 1^{er} semestre, les ventes de médicaments ont chuté de 65%, comparé à la même période 2001. Les Argentins remplacent leurs médicaments habituels par des produits en libre-prescription ou reviennent au « fait maison ». Seuls les tranquillisants, les anti-dépresseurs et les somnifères tirent quelque peu leur épingle du jeu en accusant une baisse de 3% à 4%.

Le secteur compte actuellement 12 600 pharmacies. Du total des produits, 15% sont importés. Par ailleurs, à la hausse du prix des médicaments, les pharmacies doivent faire face aux délais de remboursement. Ainsi, les *Obras Sociales* (sécurité sociale) remboursent les pharmacies en 80 ou 90 jours et elles devraient donc 280 millions de pesos aux pharmacies. Face à ce délai, les fournisseurs imposent des paiements à, maximum, 21 jours.

De moins en moins de librairies

Ces 2 dernières années, 200 librairies ont fermé leurs portes, sur les 1 000 que comptait le secteur en 2000.

La crise et la récession ont, ainsi, provoqué une chute de leurs ventes de 30% à 50%. Une tendance en particulier observée dans les petits magasins. En effet, le chiffre d'affaires des grandes chaînes, qui représentent 35% du secteur, est 1 000 fois supérieur à celui des petites librairies.

Pour survivre, les magasins indépendants ont donc dû trouver des alternatives. Certains ont misé sur le tourisme et sur la vente aux collectionneurs, en jouant sur le prix du dollar suite à la dévaluation. Ce comportement a cependant été marginal. D'autres ont conclu des alliances entre indépendants, pour réaliser des achats en commun et diversifier leurs offres, ou ont développé leurs activités en intégrant dans leurs magasins des activités culturelles ou récréatives (ateliers de lecture, tables rondes, rencontres avec des écrivains connus...).

Brésil

Le commerce des années 90

Le ***Plano Real***, instaurée en 1994 pour stabiliser la monnaie brésilienne, a eu de fortes conséquences sur la facturation du commerce de détail. Ainsi, le chiffre d'affaires du secteur est passé de **283,3 milliards de reais en 1990 à 411 milliards de reais en 1996**. Après 1996, la progression du chômage, l'augmentation des taux d'intérêt, la baisse du salaire moyen (-13,5% dans les années 90) etc. ont ralenti cette croissance et **en 2000, le commerce de détail a facturé 453 milliards de reais**.

Par ailleurs, le **nombre de consultations auprès du Système Central de Protection aux Crédits (SCPC)**, qui est un indicateur de l'évolution des ventes à crédit, est passé de 8 millions en 1990 à 17,93 millions en 2001. La stabilisation de l'inflation, l'accès aux crédits et une confiance retrouvée dans leur monnaie ont poussé les Brésiliens à consommer et avoir recours au crédit. Preuve en sont les 2,5 millions de téléviseurs et les 663 084 voitures vendus en 1990 contre les 5,3 millions de téléviseurs et 1,5 million de voitures vendus en 2001.

Par ailleurs, selon l'IBGE, la **participation des supermarchés et des hypermarchés dans le commerce de détail est passée de 19,1% en 1990 à 24,1% en 2000**. Une croissance qui s'est faite au détriment du commerce traditionnel, dont la participation est passée de 15% en 1990 à 8,5% en 2000.

De plus, dans les années 90, le **nombre de commerces employant jusqu'à 19 personnes a crû de 67,2%** alors que le **nombre de commerces employant plus de 20 personnes a augmenté de 12,2%**. En revanche, les **bénéfices des petits commerces (moins de 19 employés) ont crû d'environ 51%** alors que les **bénéfices des chaînes plus importantes ont progressé de 64,2%**. De plus, les bénéfices par point de vente des 500 plus grandes enseignes de supermarchés sont passés de 6,3 millions de reais en 1990 à 14 millions de reais en 2000. De plus, **en 2000, chaque employé gagnait 3,5 salaires minimum, contre 3,7 salaires minimum en 1990**.

Par ailleurs, l'IBGE a, également, mesuré la participation du **commerce électronique**. Celui-ci reste timide, ne représentant, en 2000, que 0,1% des recettes du commerce de détail, contre 2,2% pour le porte-à-porte et 1,6% pour la vente par téléphone.

Mai : les résultats des supermarchés

Coupe du Monde, Fête des Mères, augmentation du SMIC... Ces facteurs ont encouragé la consommation. Ainsi, selon l'Abras, en mai, les ventes en volume des supermarchés ont crû de 2,65% comparé à mai 2001 et de 6,29% comparé à avril 2002. Sur les 5 premiers mois, les ventes accumulent une baisse de 1,71%. Par ailleurs, pour l'année, l'Abras prévoit une hausse des ventes de 2%.

En valeur, en mai, les ventes des supermarchés ont crû de 10,26% comparé à mai 2001 et de 6,52% comparé à avril 2002, soit une hausse de 5,9% depuis janvier. Par ailleurs, en mai, les prix de détail ont crû de 0,28% comparé à avril.

Toujours selon l'Abras, les investissements du secteur devraient s'élever à 1,04 milliard en 2002, contre 1,5 milliard en 2001.

Pour compenser la baisse des ventes enregistrée jusqu'à présent, les enseignes se tournent vers les consommateurs des classes C et D et lancent des lignes de produits « 1^{er} prix » coûtant jusqu'à 43% moins chers que les marques leader et jusqu'à 15% moins chers que les marques propres (voir Partie 3 – l'actualité des enseignes p58).

L'effet Coupe du Monde

En juin, selon l'*Associação Comercial de São Paulo* (ASCP), les ventes au comptant ou par chèques pré-datés ont augmenté de 6,6% comparé à juin 2001. De plus, selon, le SCPC, les ventes à crédit auraient diminué de 0,6%. En moyenne, les ventes totales auraient progressé de 3,2% comparé à juin 2001.

Selon le Banco Central, en mai, les impayés ont atteint un pourcentage record, avec 15,2%. En avril, le taux avait déjà été record avec 15,1% d'impayés. En mai, les taux d'intérêt sur le segment des personnes physiques a atteint 70% / an, contre 69,6% en avril.

En juin, le nombre de remboursements avec des retards de plus de 30 jours a augmenté de 11,8%. La hausse de juin est cependant compensée par la progression du nombre de personnes ayant renégocié ou honoré leurs dettes en retard : +21,4%.

Leur 5^{ème} titre de Champion du Monde de Football devrait redonner confiance et envie aux Brésiliens de consommer.

La croissance du tele-marketing

Cette année, les ventes effectuées par marketing direct atteindraient 15,6 milliards de reais. Le tele-marketing est en pleine croissance sur le marché brésilien. Ainsi, selon l'*Associação Brasileira de Empresas de Marketing Direto*, les ventes par tele-marketing étaient de 7,9 milliards de reais en 1997 et atteignaient 12,2 milliards de reais en 2000.

Les problèmes des meubles

Entre 1994 et 2000, **les ventes de meubles en bois ont crû de 114%, encouragées par la croissance du secteur hôtelier**. Un secteur très prometteur mais touché par des problèmes structurels importants qui ralentissent sa croissance. Ainsi, le secteur du meuble est composé de 14 866 entreprises (dont 88% sont des micro-entreprises) qui emploient moins de 500 personnes. Le secteur est donc éclaté, les sociétés ont des difficultés à trouver les matières premières. Le travail au noir est très développé, les entrepreneurs méconnaissent les normes techniques et le secteur est peu compétitif sur le marché mondial.

Chili

Ventes toujours en baisse dans les supers

En mai, les ventes des supermarchés ont reculé de 2,8%, accumulant une baisse de 2,4% depuis le début de l'année. Ces résultats seraient la conséquence d'une **baisse des prix**, les ventes mesurées en volume étant identiques à celles enregistrées aux mêmes périodes 2001. Par ailleurs, sur les 4 premiers mois, la Région de Santiago a représenté 47,4% du total des ventes des supermarchés, suivie de la V Région, avec 10,2% des ventes et la VIII Région (9,7% des ventes).

Le faible résultat des supermarchés pèse sur les ventes du secteur du détail qui, en mai, enregistrent une hausse des ventes de, seulement, 0,3% comparé à mai 2001. Ainsi, sur les 5 premiers mois, les ventes ont progressé de 1,1% comparé à la même période 2001. Les 2 seuls segments en hausse sont les **chaussures**, avec une hausse de 30,8% en mai (segment en croissance depuis 2 ans) et les **vêtements**, segment qui progresse de 5,5%. Les ventes des autres segments chutent : -10,2% pour les **matériaux de construction**, -5,9% pour les **meubles**, -4,6% pour la « **ligne foyer** » et -3% pour les **appareils électroménagers**.

Baisse du pouvoir d'achat

Entre décembre 1999 et avril 2002, les salaires ont augmenté d'environ 26,6% alors que les dépenses des foyers progressaient de 57%. Cela représente, ainsi, une perte de 30% du pouvoir d'achat des consommateurs chiliens.

Exemple du budget mensuel d'une famille type - classes socio-économiques C2 et C3.

Ce sont les classes économiques les plus représentatives de la consommation du pays. Au nombre de 5 868 027 personnes, soit 38,6% de la population totale, ils gagnent, environ 640 000 pesos / mois (900 dollars).

	1997	2002
Eau	8 288 pesos (11,8 dollars)	13 009 pesos (18,6 dollars)
Électricité	4 983 pesos ((7,12 dollars)	5 670 pesos (8,1 dollars)
Essence	231 pesos / litre (0,33 dollar)	380 pesos / litre (0,54 dollar)
Transport	12 000 pesos (17,1 dollars)	80 000 pesos (114,3 dollars)
Éducation université	119 973 pesos (171,4 dollars)	176 175 pesos (266 dollars)
Éducation collège/lycée	78 253 pesos (111,8 dollars)	126 214 pesos (180,3 dollars)
Loyer	54 820 pesos (78,3 dollars)	De 115 000 pesos (164,3US\$) à 138 000 pesos (197,1US\$)

Par ailleurs, comparé à 1997, de nouvelles dépenses sont venues s'ajouter, comme la télévision par câble (22,5US\$/mois en 1999 et 25,5US\$ / mois en 2002), l'Internet ou le téléphone portable.

Crédits : comparaisons Chiliens / Chiliennes

Selon une étude de la *Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras* (SBIF), chaque Chilien emprunterait, environ, 5,7 millions de pesos, soit environ 8 150 dollars, dont 3,9 millions de pesos pour les femmes (5 570 dollars) et 6,8 millions de pesos pour les hommes (9 710 dollars).

Composition des portefeuilles crédits selon le sexe

	Hommes	Femmes
Composition des crédits	62%	38%
Moyenne des crédits	6,8 millions pesos (9 710 US\$)	3,9 millions pesos (5 570 US\$)
Crédits hypothécaires	10,3 millions pesos (14 700)	8 millions pesos (11 400 US\$)
Crédits commercial	5,9 millions pesos (8 400 US\$)	2,6 millions pesos (3 700 US\$)
Crédit à la consommation	1,6 million pesos (2 280 US\$)	1,15 million pesos (1 640 US\$)
Ratio des remboursements en retard sur la dette totale	2,3%	1,57%

II. Les tendances du commerce et de la consommation

La part des femmes endettées est inférieure à celle des hommes. Ainsi, sur 100 crédits, 38 sont contractés par des femmes et 62 par des hommes. En revanche, ce taux (38%) est supérieur à la part que représente la femme sur le marché du travail (33%). De plus, les hommes seraient endettés à hauteur de 20 fois leurs revenus mensuels, contre 19,1 fois pour les femmes. Les crédits à la consommation et les crédits hypothécaires représentent, respectivement, 2,8 fois et 17,8 fois les revenus mensuels des Chiliens contre 2,4 fois et 16,7 fois les revenus des Chiliennes.

Composition du portefeuille des crédits des Chiliens et des Chiliennes

	Hommes	Femmes
Crédit à la consommation	19%	22%
Crédit commercial	36%	24%
Crédit hypothécaire	45%	54%

Age moyen de demande de crédit

L'âge moyen d'endettement se situe entre 31 ans et 41 ans.

	Hommes	Femmes
Crédits hypothécaires	51 ans – 61 ans	21 ans - 31 ans
Crédit commercial	61 ans – 71 ans	71ans – 81 ans
Crédit à la consommation	41 ans – 61 ans	41 ans – 61 ans

Profil du crédit à la consommation

1 425 012 personnes ont contracté un crédit à la consommation pour un montant moyen de 1,44 million de pesos, soit environ 2 060 dollars

Montant moyen emprunté en fonction du revenu mensuel		
Revenus	Hommes	Femmes
Supérieur à 1,025 million pesos (1 460 US\$)	3,6 millions pesos (5 140 US\$)	2,1 millions pesos (3 000 US\$)
Entre 520 000 pesos et 1,025 million pesos (entre 740 dollars et 1 460 dollars)	2,1 millions pesos (3 000 US\$)	1,6 million pesos (2 285 US\$)

Les franchises chiliennes

Le Chili compte environ 50 franchises, contre 150 en Argentine, 500 au Brésil, 2 000 au Royaume-Uni et 4 000 aux États-Unis. Ce système a donc un gros potentiel de croissance au Chili. En effet, ouvrir un commerce sous franchise est plus sûr. Ainsi, 60% des commerces créés échouent au bout de 3 ans. Dans le cas des franchises, le taux d'échec baisse à 5%. En effet, les magasins franchisés bénéficient, dès leur ouverture, d'une renommée et d'une image de marque.

Le montant moyen de l'investissement est d'environ 35 000 dollars. Les royalties sont fonction de l'activité et peuvent varier entre 2% et 10%.

Mexique

2001 : l'année du commerce électronique

En 2001, le commerce électronique en Amérique Latine a crû de 137% comparé à 2000, à 1,3 milliard de dollars. L'an dernier, au Mexique, le commerce électronique a brassé 134 millions de dollars, soit + 80% comparé à 2001. Cette progression est inférieure à la moyenne de la région, les Mexicains restant effrayés par le piratage du code des cartes bancaires. Ainsi, 66% des achats faits par Internet sont payés par carte de crédit/débit, dont la moitié par carte Visa.

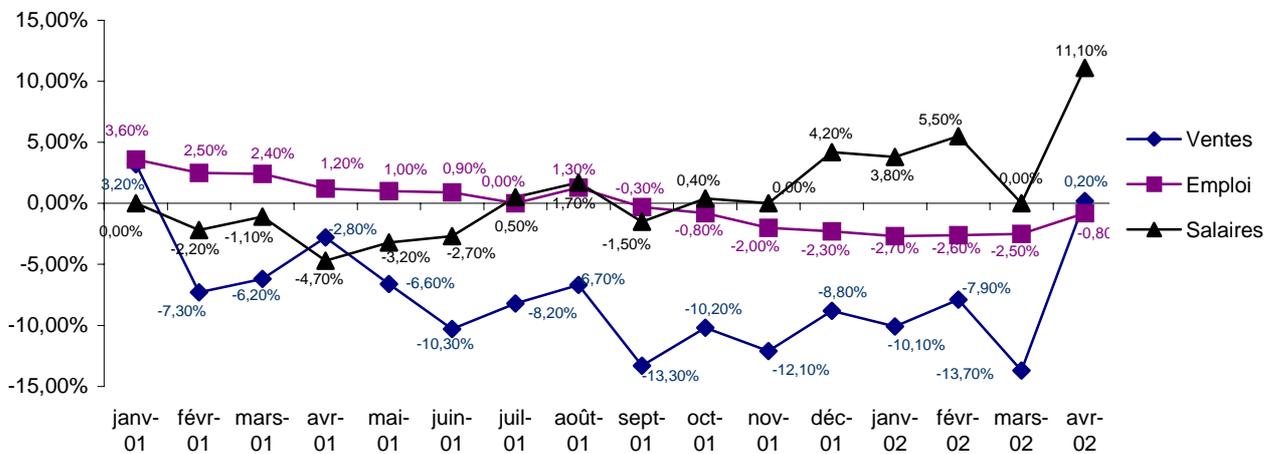
Avril : le point sur le commerce de détail et de gros

Selon l'Inegi, en avril, les ventes au détail ont crû de 4,4% comparé à avril 2001 et les ventes de gros ont progressé de 0,2%. Ainsi, sur les 4 premiers mois, les ventes au détail enregistrent une hausse de 0,2% comparé à la même période 2001 et les ventes de gros reculent de 8%. Par ailleurs, en avril, les salaires dans le commerce de gros ont augmenté de 11,1% comparé à avril 2001, alors que le nombre d'employés du secteur reculait de 0,8%. Dans le commerce de détail, les salaires ont progressé de 1,9% et le nombre d'employés a reculé de 1,2%.

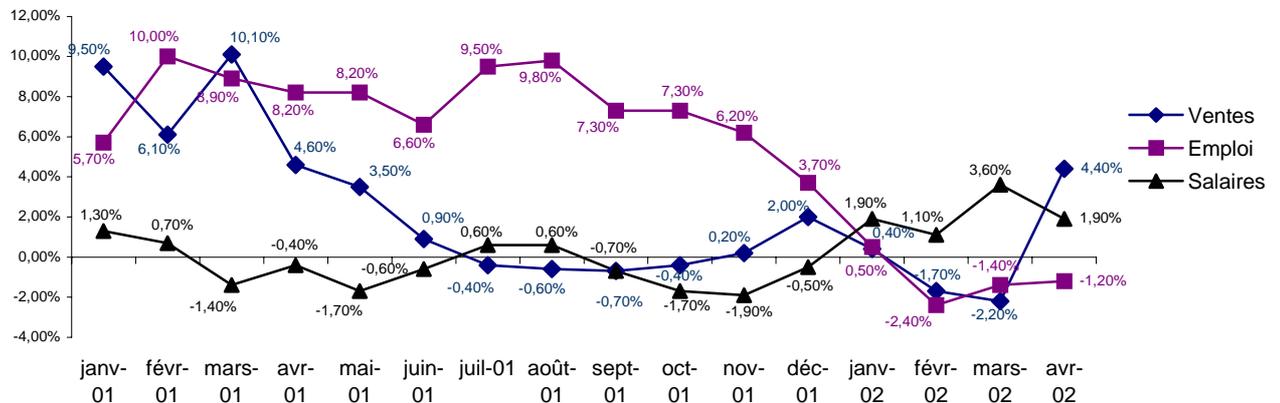
Le commentaire d'i Fi

Le secteur du commerce de détail enregistre, globalement, de meilleurs résultats que le commerce de gros. **Pourquoi ?** La hausse des rémunérations générales, la relative stabilité du Mexique face aux problèmes de la région, la surévaluation du peso mexicain et la croissance du crédit à la consommation, qui, de janvier à avril, a crû de 26,1% comparé à la même période 2001, ont encouragé les ventes.

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



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



Les ventes de l'Antad

En mai, les ventes à nombre égal de magasins des enseignes qui font partie de l'*Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales* ont chuté de 2,2% comparé au même mois 2001. À nombre total de magasins, les ventes ont progressé de 5%.

Ces résultats montrent une reprise par rapport à avril, où les ventes à nombre égal de magasins avaient chuté de 7,7% et les ventes à nombre total de magasins, de 1,8%.

À noter : les mois de mai 2001 et mai 2002 ont eu le même nombre de jours ouvrables et le même nombre de samedis et dimanche.

Uruguay

Le renouveau du E-commerce ?

Pour relancer les ventes *on-line*, qui ont reculé de 70% en 2001, les achats jusqu'à 50\$ effectués sur des sites étrangers seront exemptés de frais de douane. Pour les achats jusqu'à 100\$, la taxe sera de 60%.

Répartition des achats on-line des Uruguayens					
Livres	50%	Loisirs	15%	Vêtements / articles pour le foyer	10%
CD, Audio	15%	Jeux	10%		

III. L'actualité des enseignes

Amérique Latine

Mauvaise passe pour Velox

La banque centrale argentine a contraint **le pôle bancaire** du groupe argentin Velox Distribution Holding, propriété de la famille uruguayenne Peirano Basso, à suspendre ses activités par manque de liquidités, le groupe cumulant une dette de 496,2 millions de dollars. Qu'advient-il du pôle de distribution du groupe qui contrôle, en partenariat avec le distributeur hollandais Ahold, les chaînes Disco (Argentine) et Santa Isabel (Chili, Pérou et Paraguay) et qui, selon les analystes risque de faire faillite ? Si le manque de liquidités de Velox se confirme, c'est Ahold qui devra honorer sa dette s'il veut maintenir son activité et acquérir les parts de Velox. Ainsi, le groupe hollandais contrôlerait la totalité des enseignes et maintiendrait sa présence dans la Région.

Par ailleurs, les autorités fiscales paraguayennes ont ordonné la mise en examen de Juan Peirano Basso et de José Peirano Basso, respectivement président et vice-président de Velox, qui contrôle le Banco Alemán au Paraguay, pour abus de confiance et mauvaise conduite en période de crise. Cette mise en examen a donné lieu à l'ouverture d'une enquête sur les comptes du Banco Montevideo, également propriété de Velox en Uruguay, et une investigation sur les actifs du groupe au Chili n'est pas à exclure.

Cette mise en examen a d'ores et déjà, poussé à la démission Juan José López, président de la chaîne Santa Isabel, lié à la filiale du Banco Velox au Chili. Par ailleurs, les frères Juan Peirano Basso, José Peirano Basso et Dante Peirano Basso ont également démissionné du directoire du groupe.

Argentine

Nouvel acquéreur pour Groppo

Les 3 magasins de la chaîne de supermarchés de *Bell Ville* (Province de Córdoba) ont été vendus pour 1,5 million de pesos. Son acquéreur est la coopérative Sudecor Litoral, qui fait ainsi ses premiers pas dans la grande distribution. En effet, jusqu'à présent, la coopérative se consacrait exclusivement aux services financiers à ses adhérents.

Par ailleurs, à partir du mois d'août, la chaîne concurrente de Ahold dans la région, devrait changer de nom.

Plus de clients pour le Mercado Norte

Depuis décembre 2001, la fréquentation de l'un des marchés de Córdoba a crû de 40% et ses ventes ont augmenté de près de 33%. Ainsi, ces genres de halles ont récupéré certains clients perdus lors de l'arrivée des hypers dans la ville.

Par ailleurs, le profil du client a changé : de plus en plus de femmes fréquentent le marché pour y réaliser des achats quotidiens ou hebdomadaires. De plus, on note une hausse de la fréquentation des étudiants et des professionnels.

Plus de personnel pour Avon

La campagne menée par Avon sur le thème « *La belleza da trabajo* » a dépassé les espérances du groupe. En un mois, le spécialiste de la vente directe (cosmétiques, produits de nettoyage, vêtements, lingerie, bijoux...) a augmenté son effectif de 30 000 vendeuses, ce qui a compensé la baisse des ventes.

À noter : La vente directe qui n'impose ni horaires fixes, ni investissement personnel, est une source de revenus supplémentaires très appréciée des familles en période de crise.

Le succès des pharmacies Vantage

Au cours du 1^{er} semestre 2002, la chaîne de pharmacies a réalisé un chiffre d'affaires de 90 millions de pesos, soit une hausse de 104% comparé au 1^{er} semestre 2001.

Par ailleurs, sur la période, **Vantage** a inauguré 36 points de vente supplémentaires, soit un nombre total de 126 magasins (13 en propriété et 113 en franchise) implantés dans la Capitale Fédérale, dans le grand Buenos Aires, à Córdoba, à Santa Fé et à Santiago del Estero. Au 2nd semestre 2002, le groupe inaugurerait de nouvelles franchises dans le sud du pays, ainsi qu'à Mendoza et à Tucumán.

Enfin, la chaîne de pharmacies lancerait une gamme de produits de marque propre sur des articles de 1^{ère} nécessité.

À noter : Depuis 1999, chacun des points de vente de Vantage croît, annuellement, entre 10% et 35%. Ce succès est dû à la politique d'investissement du groupe et à la sélection des lieux d'implantation.

La croissance de LPC Outlets

La chaîne de magasins d'usine souhaiterait s'implanter dans l'intérieur du pays. Ainsi, d'ici fin 2002, le groupe inaugurerait deux centres : le premier à San Miguel de Tucumán et le second à Córdoba.

Par ailleurs, LPC Outlets étudie la possibilité d'ouvrir des succursales à Rosario, Mar del Plata, Bahía Blanca, Neuquén et dans plusieurs villes de la banlieue de Buenos Aires.

À noter : le groupe possède déjà 3 magasins d'usine à Buenos Aires dont les ventes, au 1^{er} semestre 2002, ont totalisé 18 millions de pesos. Le groupe prévoit d'atteindre un chiffre d'affaires de 42 millions de pesos d'ici la fin de l'année.

Brésil

La CBD rachète les supermarchés Sé

C'est la Companhia Brasileira de Distribuição (**Pão de Açúcar**), contrôlée par Casino à hauteur de 25% et par la famille Diniz, qui a racheté **Sé**, la chaîne de supermarchés de São Paulo, propriété du portugais Jérónimo Martins. L'opération, estimée à 500 millions de reais au départ, s'est finalement élevée à 400 millions de reais, la conjoncture économique du pays ayant découragé les investisseurs étrangers. De ce total, 250,57 millions de reais ont été destinés à l'acquisition proprement dite, 25 millions de reais ont été versés en capital circulant et 124,42 millions de reais correspondent aux dettes de la chaîne au Brésil.

Par le rachat des 60 magasins de Sé, la CBD, déjà leader de la grande distribution dans le pays, augmente sa part de marché, qui passe de 12% à 15% au Brésil et à 22% dans l'État de São Paulo. De plus, le nombre de magasins du groupe passe de 435 à 507 magasins, soit une surface de vente d'un million de m² et il sera présent dans 11 États du pays. Cependant, la CBD prévoit déjà la fermeture de deux à trois de ces magasins ainsi que la reconversion d'une partie d'entre eux en *Pão de Açúcar*.

Le commentaire d'i.F.i

L'État de São Paulo, qui concentre 45% des ventes de la distribution brésilienne pour 10 millions de consommateurs est une région clé pour les distributeurs. Par cette acquisition, la CBD confirme à la fois sa présence dans la zone et empêche ses concurrents de s'y développer. Ainsi, le groupe britannique Tesco n'initiera pas son implantation au Brésil. De même, Carrefour qui ne possède à São Paulo qu'un magasin Champion et quelques enseignes Dia, ne pourra pas rattraper son retard sur le leader. Enfin, le Hollandais Ahold (**Bompreço**) ou encore le Portugais **Sonae** ne seront pas en mesure d'étendre leur zone d'influence à São Paulo.

Bompreço s'installe a Bahia

La chaîne de supermarchés, propriété du groupe hollandais Ahold, a investi 80 millions de reais dans l'ouverture d'un nouveau centre de distribution à Jaboatão dos Guararapes, près de Recife (Pernambuc). Le nouvel entrepôt possède une

surface de 63 000 m² et pourra accueillir jusqu'à 44 000 palettes, ce qui réduira de 30% les coûts opérationnels du groupe dans le Nord-Est du pays.

Par ailleurs, le groupe prévoit d'investir 40 millions de reais dans l'agrandissement de son centre de Salvador (Bahia) et d'y construire cette année un centre de distribution d'aliments périssables. Cette opération traduirait la volonté du groupe de s'implanter sur le segment de l'épicerie.

Par ailleurs la fusion entre Bompreço et la chaîne de supermarchés G. Barbosa, initiée en décembre 2001, a été suspendue par la CADE. En effet, cette fusion placerait Bompreço en position dominante à Salvador de Bahia, à Feira de Santana (Bahia) et à Aracajú (Sergipe).

Union entre Pão de Açúcar et Nestlé

La chaîne a signé un accord avec Nestlé visant à augmenter de 30% les ventes du groupe agroalimentaire dans les enseignes Barateiro, Extra et Pão de Açúcar.

Ainsi, l'opération prévoit de promouvoir 500 des 700 produits Nestlé que la chaîne propose dans ses gondoles, via une meilleure exposition des produits : présentation sous forme d'îlots, promotions exceptionnelles, tirage au sort...

À noter : En mai 2002, les ventes de Pão de Açúcar ont crû de 7%, soit 5% de plus que les prévisions des analystes, qui tablaient sur une hausse de 2% du fait de la conjoncture économique et politique du pays.

Le succès des marques 1^{er} prix

Pour faire face à la chute des ventes qu'a subi le secteur au cours des 4 premiers mois de l'année, les chaînes de supermarchés se tournent vers les consommateurs des classes C et D. Ainsi, les acteurs de la grande distribution ont lancé des produits 1^{er} prix, coûtant jusqu'à 43% moins cher que les marques leaders et jusqu'à 15% moins chers que les marques propres.

En 2002 la chaîne « carioca » **Sendas**, qui occupe la 5^{ème} place du classement des distributeurs de l'ABRAS, élargirait sa gamme de produits 1^{er} prix, appelée *Mais en Conta*. Ainsi, à la fin de l'année, le groupe proposerait 90 articles dans 60 magasins, contre 27 articles dans 2 points de vente actuellement.

De même, **Pão de Açúcar**, investirait dans Barateiro, sa marque de produits 1^{er} prix. Celle-ci serait commercialisée dans les enseignes Barateiro de São Paulo et

de Rio de Janeiro (suite au rachat des points de ventes ABC – Voir étude N°58 – Décembre 2001).

Enfin, **Carrefour** développerait également sa marque de produits 1^{er} prix dans son enseigne Dia, à São Paulo, et l'américain **Wal-Mart** propose ses produits discounts dans les magasins *Todo Dia* (São Paulo).

Nouvelle chaîne de pharmacies à Rio

Issue de l'union de 18 petites et moyennes pharmacies, une nouvelle chaîne a vu le jour dans l'État de Rio de Janeiro. La nouvelle enseigne dont le nom n'a pas encore été révélé se développera sous forme de franchises. Cette union permettra aux anciennes pharmacies indépendantes de faire pression sur les prix pratiqués par leurs fournisseurs et d'obtenir des remises plus importantes.

La chaîne compte déjà l'adhésion d'établissements d'Ipanema, de Leblon, de Barra, de Tijuca et d'Irajá. D'ici la fin de l'année, le nouveau groupe espère atteindre les 50 points de vente dans la région afin de concurrencer des chaînes comme *Pacheco, Max e Padrão* ou encore *Cityfarma*, qui contrôlent chacune plus de 100 magasins et proposent à leurs clients des remises de près de 10%.

Les marques de luxe à l'assaut des shoppings de Rio

D'ici octobre, 7 grandes marques de luxe, en particulier françaises et italiennes, s'installeront à Rio de Janeiro. La plupart de ces griffes, comme Kenzo, Olivier&Co, Emporio Armani ou encore Ermenegildo Zegna, ont élu le centre commercial Fashion Mall comme lieu d'implantation.

Par ailleurs, le centre commercial bénéficiera de l'inauguration dans ses locaux de magasins de marques déjà présentes dans la région : Hugo Boss (vêtements masculins), l'Occitane (produits cosmétiques)...

Les investissements de Casas Bahia

La chaîne a investi un million de reais dans la construction d'un nouveau point de vente à Ipatinga (Minas Gerais). Actuellement, le groupe possède 300 magasins, situés dans 8 États du pays dont Brasília. Au cours du 1^{er} trimestre 2002, les ventes de Casas Bahia ont atteint un milliard de reais et le groupe prévoit de réaliser cette année un chiffre d'affaires de 4 milliards de reais, contre 3,6 milliards de reais en 2001.

Chili

Des nouvelles du groupe Paulmann

Cencosud, le holding du groupe contrôlé par Horst Paulmann, a conclu un accord avec *Empresas Iansa* pour l'acquisition de sa filiale Proterra, spécialisée dans le bricolage, l'équipement du foyer et les activités liées à l'agriculture et l'élevage. L'opération, qui devrait se concrétiser dans 3 mois pour un montant de 27 millions de dollars, prévoit d'ores et déjà la location pour 30 ans des points de vente Proterra à Cencosud.

Par ailleurs, Cencosud investirait entre 10 et 15 millions de dollars pour la construction d'un nouvel hypermarché de la chaîne Jumbo à Peñalolén qui serait inauguré en 2003. Parallèlement, le groupe termine la construction du centre commercial Florida Center. Cencosud a, également, décidé d'investir 6,5 millions de dollars dans la construction d'un immeuble de bureaux jouxtant son centre commercial Alto Las Condes de Santiago. Enfin, d'ici 2003, le groupe prévoit d'investir 255 millions de dollars afin de consolider ses chaînes d'hypermarchés Jumbo et de bricolage Easy.

Le commentaire d'i.F.i

Proterra, qui contrôle 1% du marché, est la seule chaîne de magasins de bricolage chilienne exclusivement implantée en province. Cette acquisition permettrait ainsi à Cencosud de développer la présence de sa chaîne de magasins de bricolage **Easy** en province. En effet, hors Santiago, l'enseigne ne compte que deux magasins (1 à Rancagua et 1 à Viña del Mar). Par ailleurs, le nombre de magasins Easy passerait de 5 à 15 points de vente dans le pays.

Unimarc –KFW : rien ne va plus !

La banque allemande Kreditanstalt für Wiederaufbau-KFW a demandé à ce que la chaîne chilienne, propriété de Javier Errázuriz, soit mise en faillite. La dette d'Unimarc envers KFW s'élève à 2,1 millions de dollars, payables sur 10 ans. L'action de la banque intervient après le refus de Javier Errázuriz de céder Unimarc au groupe Jumbo.

En réponse à l'action de son créancier allemand, Unimarc a dénoncé une manœuvre de la banque pour profiter d'une faille de la loi chilienne.

Les résultats de Falabella

Au cours du 1^{er} trimestre 2002, les bénéfices de la chaîne de grands magasins, propriété de la famille Solari, ont atteint 12,98 millions de dollars, soit une hausse de 4,7%, comparé au 1^{er} trimestre 2001.

Par ailleurs, pour faire face à la crise argentine, Falabella investirait 50 millions de dollars afin de développer ses activités au Pérou (Saga Falabella) et au Chili. Au Chili, le groupe prévoit d'inaugurer de nouveaux points de vente dans le centre commercial Plaza Huechuraba et à Los Angeles.

Cependant, les résultats de Plaza Vespucio et Farmacias Ahumada, les deux sociétés contrôlées par Falabella, ont chuté. D'une part, au cours du 1^{er} trimestre 2002, les bénéfices de la chaîne de pharmacies implantée au Chili, au Pérou et dans le sud du Brésil, ont reculé de 30% comparé à la même période 2001, à 1,5 million de dollars. D'autre part, sur la période, Plaza Vespucio, contrôlée par Falabella via le groupe Plaza, a vu ses bénéfices diminuer de 0,6% par rapport au 1^{er} trimestre 2001, à 2,15 millions de dollars.

À noter : 10 millions d'actions Falabella, soit 0,5% des parts du groupe auraient été vendues pour un montant de 8 millions de dollars, à la bourse de Santiago. La famille Solari nie avoir effectué cette transaction.

Tops : bon investissement pour Santa Isabel

À peine un an après son lancement dans le pays, Tops, le nouveau format d'hypermarchés de Santa Isabel, représenterait déjà 9% du chiffre d'affaires total du groupe. Pour le moment, il existe 2 hypermarchés Tops dans le pays (un à Concepción et un à Puente Alto) qui auraient, tout deux, dépassé de 30% les prévisions de vente. D'ici fin 2002, Santa Isabel transformerait deux de ses points de vente traditionnels de Santiago en hypermarchés Tops et construirait un magasin supplémentaire en province.

Les projets de la famille Fürst

Les propriétaires du Grupo Plaza et son associé *Inversiones Cordel* (capitaux européens) étudient l'ouverture d'un centre commercial tous les 18 ou 20 mois à partir de l'inauguration du Plaza Maulo, en avril dernier, à Talca. Le prochain centre commercial ouvrirait ses portes à Osorno et demanderait un investissement de 15 à 20 millions de dollars. Le site s'étendra sur 6 000 m² et aura 100 magasins, 6 cinémas, un supermarché, un espace de restauration...

Pas d'accalmie pour Las Brisas

La chaîne de supermarchés contrôlée par Jürgen Paulmann (ne pas confondre avec son frère Horst propriétaire de Cencosud) a enregistré une chute de 10% de ses revenus en 2001 (91 millions de dollars) à cause de l'implantation de chaînes concurrentes dans les villes de Valdivia, Osorno et Temuco.

Actuellement, Las Brisas possède 18 locaux entre Arica (nord du pays) et Puerto Montt (sud du pays) contrôlant 2,4% des parts de marché. La dernière inauguration a été faite en mai à Concón Alto et la prochaine aura lieu à Calera de Tango début 2003.

En 2002, Las Brisas prévoit une hausse de 10% de ses ventes par rapport à 2001.

Les ventes de Chilemat

En 2001, la chaîne de quincailleries et de matériaux de construction Chilemat, 2^{ème} du pays après MTS, a réalisé un chiffre d'affaires de 88 millions de dollars.

Chilemat est une société à but non-lucratif qui réunit 40 quincailliers, contrôlant 78 magasins dans le pays.

Nouveau centre commercial à Melipilla

Moisés Leyán, propriétaire d'une chaîne de supermarchés locale a investi 12 millions de dollars dans la construction du centre commercial Mall Leyán Plaza, situé dans le centre de la ville de Melipilla. L'établissement, qui devrait être inauguré en septembre 2002, s'étendra sur 30 000m² et comptera deux sous-sols ainsi que 4 étages dédiés à la vente où seront présents, entre autres, un supermarché San Francisco, 3 salles de cinémas Cinemastar, un espace restauration et un espace loisirs.

Le groupe annonce, déjà, un taux d'occupation de 75% pour le centre commercial et prévoit d'accueillir plus de 700 000 personnes par mois.

Mexique

Gigante en péril

La chaîne de distribution devrait verser l'équivalent de 61% de ses actifs, soit 1,17 milliard de dollars aux actionnaires de la chaîne de magasins *Blanco*. En effet, Gigante n'aurait pas honoré une dette de 15 millions de dollars contractée en 1993, lors du rachat de la chaîne de magasins Blanco. Par ailleurs, la JV formée par Gigante et Price-Smart a décidé d'ouvrir 2 Price Smart au 1^{er} trimestre 2003.

Home Interiors investit

En 2002, le groupe nord-américain spécialisé dans la vente par correspondance d'articles pour la décoration intérieure, investirait 16 millions de dollars afin de lancer de nouveaux produits pour conquérir de nouveaux segments de marché.

Depuis son implantation dans le pays, il y a 5 ans, les ventes d'Home Interiors, sont en constante augmentation. Ainsi, ces 2 dernières années, la croissance du groupe a été de 60%. En 2001, ses ventes ont atteint 36,5 millions de dollars et, en 2006, elles atteindraient 160 millions de dollars.

Le point sur Fragua

Au cours du 1^{er} trimestre 2002, les ventes de la chaîne de pharmacies ont atteint 138,47 millions de dollars, contre 114,55 millions de dollars à la même période 2001, soit une hausse de 20,9%. Cette croissance est due à l'ouverture de nouveaux points de vente. À nombre égal de magasins, la progression atteint seulement 10%.

Par ailleurs, au cours des 3 premiers mois 2002, la surface de vente a crû de 17,8%, à 99 546m² et le nombre de clients a augmenté de 19,4%.

Enfin, en 2002, le groupe augmenterait son chiffre d'affaires de 20%, à 602,78 millions de dollars, grâce à l'ouverture de 35 magasins supplémentaires et à son implantation dans 2 États du pays.

Pharmacies : l'union fait la force

L'Association Nationale des Pharmacies Mexicaines a invité toutes les entreprises du secteur à s'unir pour créer une franchise nationale. En effet, l'arrivée massive, en 2003, des chaînes de pharmacies étrangères pourrait entraîner la fermeture de la moitié des 20 000 pharmacies en activité dans le pays. Le type de franchise à adopter ne sera divulgué qu'en septembre prochain. Cependant, 9 000 chefs d'entreprise se seraient déjà portés candidats pour participer au projet.

Uruguay

Multiahorro restructure ses magasins

La chaîne de supermarchés a entrepris la restructuration et l'agrandissement de son supermarché *Multiahorro 9*. Ainsi, la surface de vente du magasin passera de 400m² actuellement à 600m². De même, 3 nouvelles caisses seront mises en place, soit un total de 11 caisses et le groupe construira 12 nouvelles places de parking.

Par ailleurs, dans le cadre de l'opération « *Policía de Proximidad* », en collaboration avec le Ministère de l'Intérieur, *Multiahorro* a construit des cabines de sécurité destinées à accueillir des policiers à l'intérieur du parking des supermarchés *Multiahorro 10* et *11*.

Nouveau restaurant pour Costa Azul

La chaîne de restaurants a inauguré le complexe *Superkart*, son 5^{ème} établissement dans la capitale, au *Montevideo Shopping Center*. Ce nouveau local, d'une superficie de 4 000m², comprend une pizzeria *Costa Azul*, une piste de karting de 300m de longueur, un mini-golf et un espace barbecue pouvant accueillir jusqu'à 30 personnes.

Par ailleurs, afin d'attirer plus de clients, le groupe a signé un accord avec la chaîne de cinémas *Movie Center*, également implantée au *Montevideo Shopping Center*. Ainsi, pour 2 places de cinéma achetées chez *Movie Center*, les clients bénéficieront d'un menu offert chez *Costa Azul*. Inversement, pour 2 menus achetées dans le restaurant, le cinéma offrira une place aux visiteurs.