

# **Amérique Latine - DISTRIBUTION**

## **Étude mensuelle**

**Décembre 2002 - N° 70**



**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
2002, un triste constat.....	1
Croissance au ralenti.....	2
Rester optimistes.....	3
Optimisme espagnol.....	3
Indicateurs économiques.....	4
ARGENTINE .....	5
Mieux : l'excédent primaire.....	5
La meilleure période économique : enquête.....	5
Les échéances de 2003.....	5
Une radiographie économique.....	6
La croissance selon Lavagna.....	7
Evasion fiscale endémique.....	7
Les variations de la TVA.....	7
Crise et chômage.....	7
Le nouveau calendrier électoral.....	8
Qui sera le candidat du PJ ?... ..	8
... et des autres partis ?.....	8
BRÉSIL .....	9
Le futur cabinet de « Lula ».....	9
Ample excédent commercial.....	10
Il faut trouver 61 milliards de dollars.....	10
☛ Le commentaire d'iFi.....	10
Commerce avec les pays du Golfe.....	10
Croissance limitée.....	11
Taux et inflation.....	11
Programme Zéro Faim.....	11
L'emploi s'améliore.....	11
Les milliards du 13 <sup>ème</sup> mois.....	12
CHILI.....	12
Coalition politique éclatée.....	12
Moins d'inflation... ..	12
... et plus de croissance.....	12
Moins de dollars et de risque.....	13
Emplois en difficultés.....	13
MEXIQUE .....	14
Un marché prometteur et sûr.....	14
Loin des objectifs de Vicente Fox.....	14
Le plus fort pouvoir d'achat.....	15
Les fonds des immigrés.....	15
Le poids de l'économie parallèle.....	15
URUGUAY.....	16
Un pays compétitif.....	16
Déficit en hausse.....	16
Plus de chômage.....	16

<b>II. LES TENDANCES DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION.....</b>	<b>17</b>
AMÉRIQUE LATINE.....	17
<i>Évolution des prix à la consommation depuis 1997.....</i>	17
Tab 2.1 : l'inflation des prix à la consommation en Amérique Latine .....	17
ARGENTINE .....	18
<i>L'inflation ralentit.....</i>	18
... <i>aidée, entre autres, par la baisse de la TVA.....</i>	18
Tab 2.2 : estimation de l'impact de la baisse de la TVA sur les prix.....	19
<i>La consommation va-t-elle repartir à l'approche de Noël ?.....</i>	19
Tab 2.5 : variation des ventes en volume et en valeur des supermarchés depuis octobre 2001 en pesos .....	19
Tab 2.6 : variation des ventes en pesos des shoppings ( comparé au même mois 2001).....	20
☛ Le commentaire d'iFi .....	20
Tab 2.7 : les ventes de novembre 2002 comparé à novembre 2001 et octobre 2002.....	21
<i>Tucumán, la ville la plus chère d'Argentine .....</i>	21
Tab 2.8: les prix des principales villes argentines comparé à Buenos Aires ( en %).....	22
<i>Toujours pessimistes, mais un peu moins.....</i>	22
Tab 2.9 : indice de confiance des familles.....	22
BRÉSIL .....	23
<i>Une inflation pesante.....</i>	23
Tab 2.10: la variation mensuelle des prix de gros et des prix au détail depuis janvier 2002.....	23
Tab 2.11 et 2.12 : variations mensuelles des prix à São Paulo par segment.....	24
... <i>qui pèse sur le panier de base... ..</i>	26
Tab 2.13 : le coût et la variation du panier de base en novembre de 7 principales villes .....	26
... <i>et sur la consommation.....</i>	26
Tab 2.14 : les variations des ventes en septembre par secteur.....	26
Tab 2.15: les variations des ventes au détail depuis janvier, comparé au même mois 2001 .....	27
<i>Noël sera-t-il digital ?.....</i>	27
Tab 2.16 : évolution estimée des ventes on-line de 1999 à 2005 en millions de reais .....	27
CHILI.....	28
<i>Un nouveau marquage des prix .....</i>	28
<i>Des données contrastées pour le détail.....</i>	28
<i>Consommation toujours pas relancée dans les supermarchés.....</i>	28
Tab 2.17 : variation des ventes des supers depuis janvier, comparé au même mois 2001.....	28
MEXIQUE .....	29
<i>Le point sur les ventes .....</i>	29
Tab 2.20 : Variation des ventes au détail et de gros (/au même mois de l'année d'avant) .....	29
URUGUAY.....	30
<i>Baisse généralisée de la consommation... ..</i>	30
Tab 2.23 : les baisses des ventes par segment au 3 <sup>ème</sup> trimestre/même trimestre 2001 .....	30
... <i>et hausse des prix.....</i>	30
Tab 2.24 : l'évolution de l'IPC depuis janvier 2001 : base 100=décembre 2000.....	30
☛ Le commentaire d'iFi .....	31
... <i>qui augmente le pessimisme.....</i>	31
<i>Petits commerçants, exemptés de TVA .....</i>	31
<b>III. L'ACTUALITÉ DES ENSEIGNES .....</b>	<b>32</b>
ARGENTINE .....	32
<i>Guerre d'enseignes à Mendoza.....</i>	32
<i>Les livres de La Rural mobilisent les foules .....</i>	32
<i>L'hémorragie continue chez The Exxel Group.....</i>	33
<i>Le Bon Marché du groupe Aranalfe.....</i>	33
<i>Les jouets propres de Wal-Mart.....</i>	33
<i>Une nouvelle librairie Yenny.....</i>	34
<i>Une nouvelle marque dans le sport.....</i>	34
<i>Centres commerciaux : un projet à Pinamar.....</i>	34
... <i>et un autre à Luján.....</i>	34

BRÉSIL .....	35
<i>Un panier de base pour 155,33 reais</i> .....	35
<i>Plus de fréquentations dans les shoppings cariocas</i> .....	35
• Le commentaire d'iFi .....	35
<i>Pão de Açúcar lance sa marque propre</i> .....	36
<i>Plus de décorations pour les shoppings paulistas</i> .....	36
<i>Home Leader, le nouveau rayon de leader Magazine</i> .....	36
CHILI .....	37
<i>Les parts de marché des différentes chaînes</i> .....	37
<i>D&amp;S affronte ses fournisseurs...</i> .....	37
... <i>et arrive à un accord avec Nautika</i> .....	37
<i>De nouveaux Sodimac en 2003</i> .....	38
<i>Unimarc arrive à un accord avec KFW</i> .....	38
<i>Les centres commerciaux d'Inmobiliaria Maulén</i> .....	38
MEXIQUE .....	39
<i>Comerci reprendrait les magasins d'Auchan</i> .....	39
<i>Elektra réussit le lancement du Banco Azteca</i> .....	39
<i>Gigante ouvre ses premiers Price Smart</i> .....	40
<i>Fragua : bonne année 2002</i> .....	40
URUGUAY .....	41
<i>Manzanares sous administration judiciaire</i> .....	41

# I. La conjoncture et l'environnement économique

## Amérique Latine

---

### *2002, un triste constat*

---

En 2002, presque tous les pays de la Région ont vu se précipiter un grand nombre d'événements économiques, politiques et sociaux, qui ont eu une incidence négative sur l'idée globale du « progrès » des pays latino-américains.

Le signe le plus fort des différentes tempêtes qui ont secoué le Continent dans l'année a été donné par l'Argentine, avec le départ obligé du Président Fernando de la Rúa, placé face à son incapacité à contrôler la dérive économique provoquée par la **convertibilité** et aggravée par le blocage des comptes bancaires (**corralito**) décrété par son ministre de l'Économie, Domingo Cavallo. Malgré les efforts déployés par l'Uruguay pour ne pas suivre la direction de son voisin, le pays est tombé dans la même problématique que l'Argentine.

Les échéances politiques ont constitué un autre élément perturbateur du climat de la Région. Et pour cause. Le Brésil, 9<sup>ème</sup> puissance économique mondiale, a vécu, tout au long de 2002, une campagne politique dont le candidat favori (et victorieux) venait de la gauche syndicaliste, ce qui n'a pas manqué d'inquiéter tout le monde, que ce soit au Brésil ou à l'étranger.

Plus au nord du continent, la guérilla colombienne n'a perdu ni de sa force ni de son potentiel de provocation, malgré la détermination qu'affiche la nouvelle équipe gouvernementale pour venir à bout de ce problème.

Le pays voisin, le Venezuela, est, aussi, touché par la contestation d'une grande partie de la population contre son Président, Hugo Chávez. La succession de manifestations et de mesures gouvernementales n'a fait qu'aggraver la situation économique du pays, sauvée, bien sûr, par sa richesse pétrolière.

Au Mexique, qui réussit à conserver un petit rythme de croissance, à la fois tiré et gêné par les Etats-Unis, la situation n'est guère brillante : le chômage persiste, la croissance stagne et sa dépendance à l'économie de son voisin ne le rend que plus fragile.

Les exceptions dans ce contexte plus que morose sont le Chili, le Pérou et la République Dominicaine.

Le premier a su conserver la confiance des marchés, ce qui s'est traduit par la prime de risque la plus basse du continent. Les déboires de son voisin transandin ont fait craindre des retombées négatives sur le rythme de croissance, qui reste toutefois réduit.

Curieusement, les fondamentaux de l'économie péruvienne restent toujours au-dessus de la moyenne. Malgré ce contexte « exceptionnel », l'image politique d'Alejandro Toledo ne sort pas renforcée : lors des dernières élections régionales, le parti de son adversaire et ancien président déchu, Alan García, est sorti gagnant. **Rappel** : ayant plongé le pays dans une spirale d'inflation et de corruption, Alan García avait été chassé par l'arrivée d'un autoritaire Fujimori, qui a fui le Pérou et vit réfugié au Japon...

En tout cas, les va-et-vient, toujours difficiles à expliquer et à comprendre, ont, bien sûr, eu des impacts négatifs sur le chômage et la pauvreté.

Ainsi, après une décennie de réformes et d'ouverture des marchés, les pays latino-américains sont de nouveau au point mort, criblés de dettes et de revendications sociales.

Au vue des résultats qu'a donnés cette ouverture des marchés, comment s'étonner des réactions contre la politique des Etats-Unis et des organismes de financement internationaux ? Comment s'étonner des manifestations anti-mondialisation ? En revanche, l'apparition et le triomphe des candidats politiques au profil populiste et gauchiste est moins étonnant.

### ***Croissance au ralenti***

---

---

Si on la compare à l'évolution économique des pays d'Asie ou d'Europe de l'Est, la croissance en Amérique Latine apparaît en retard et déséquilibrée. D'une part, la production manufacturière n'a pas permis d'atteindre les niveaux prévus et, d'autre part, les investissements ont chuté de façon considérable.

Comble de malheurs, la situation économique des Etats-Unis, le principal débouché pour la majorité des économies latino-américaines, n'a pas aidé à soutenir une demande, surtout de matières premières. En outre, le ralentissement de l'activité économique américaine a limité le flux des IED vers l'Amérique Latine. Enfin, le niveau d'endettement des pays latino-américains a fermé la source des financements, tant pour le secteur public que pour le secteur privé. Dans ce sens, il faut tenir compte du niveau d'endettement de l'ensemble des pays latino-américains pour 2003 : plus de 600 milliards de dollars.

Pour sortir de ce tunnel - manque de croissance et fort endettement - il faudrait parier sur la vigueur de la reprise économique aux Etats-Unis en 2003 et, en parallèle, sur la capacité des gouvernants à résoudre les crises qui frappent le Venezuela, l'Argentine, l'Uruguay, la Colombie... Sans oublier le Brésil, où la future équipe gouvernementale devra donner des signes forts, tant pour les marchés internationaux que locaux.

### ***Rester optimistes***

---

---

Pour beaucoup d'analystes, si la situation économique argentine et brésilienne reste dans la direction actuelle, en 2003, la croissance de l'ensemble du Continent devrait tourner autour de 2%, et ce malgré le risque d'un défaut de paiement de l'Uruguay, dont les conséquences sont moindres que celles de l'Argentine.

### ***Optimisme espagnol***

---

---

D'abord, c'étaient les grands groupes industriels et financiers espagnols qui confirmaient leurs décisions de conserver leurs investissements dans les pays de la Région. Maintenant c'est au tour du Président du Gouvernement espagnol, José María Aznar, de le confirmer.

Selon lui, les investissements, qui étaient de 4,5 milliards de dollars entre 1990 et 1995, sont passés à 108 milliards de dollars au cours des 5 années suivantes et devraient continuer à progresser malgré la crise argentine, car il s'agit d'investissements stratégiques pour l'économie espagnole.

## 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	2002	2000	2001	2002 (p)	2003 (p)		2001	2000	2001	2002 (p)	2000	2001	Déc'01		Oct'02	Oct'02	Nov'02	
<b>Argentine</b>	283	263,37	98,4	-0,5	-4,5	-18,0	1,0	36,23	-0,7	-1,5	45,0	-2,22	2,5	27,0	9,6	160,0	3,6	1	24,0	
<b>Brésil</b>	776	576	Nc	4,42	1,51	1,2	2,0	169,8	6,2	7,33	8,5	-1,19	1,7	43,6	35,5	216,5	3,7	1,8	11,0	
<b>Chili</b>	78,09	64,1	61,7	5,4	3,1	1,5	3,5	15,4	3,7	2,6	3,0	1,64	1,4	15,9	15,2	39,6	733	531	9,9	
<b>Colombie</b>	99	87	Nc	2,8	1,28	1,7	2,0	42,0	9,2	7,65	6,9	1,57	0,3	8,6	10,6	39,5	2 775	1 840	18,1	
<b>Équateur</b>	99,7	12,7	Nc	1,9	5,4	3,5	3,5	12,2	91,0	22,4	13,5	1,61	-6,2	1,8	1,3	11,1	1,0	1	14,4	
<b>Mexique</b>	397	614	605	7,0	-0,3	1,2	3,5	97,5	8,96	4,4	5,1	-5,36	-8,8	40,8	45,3	250,0	10,3	9,59	3,05	
<b>Pérou</b>	65	55,6	Nc	3,0	0,2	3,5	3,0	26,7	4,01	-1,1	2,0	-0,56	-0,2	9,7	9,8	29,0	3,61	3,52	8,5	
<b>Uruguay</b>	22,35	22	13	-1,0	-3,2	-9,0	-2,0	3,2	5,75	3,59	31,0	-1,11	-0,9	2,5	1,6	5,1	28,0	11,74	19,2	
<b>Venezuela</b>	100	121,8	Nc	3,2	2,7	-7,8	2,2	23,2	16,2	12,3	30,0	-1,67	10,6	14,8	9,2	46,0	1 350	650	18,5	

## Indicateurs économiques

## Argentine

### ***Mieux : l'excédent primaire***

Au cours des 10 premiers mois de l'année, l'excédent primaire a atteint 3,72 milliards de pesos (un peu plus d'un milliard de dollars) contre 3,55 milliards de pesos au cours de la même période 2001, soit 10,9% de plus que prévu.

Selon le Ministère de l'Economie, entre janvier et octobre, les dépenses ont atteint 30,79 milliards de dollars, contre 38,48 milliards de pesos inscrits dans le budget pour toute l'année 2002. **Mais attention** : la différence vient du non paiement de la partie de la dette due en 2002.

Hormis cela, les chiffres sont positifs grâce à la hausse de 500 millions de pesos des revenus de l'État et à la baisse de 1 milliard de pesos des dépenses. Le poste « Plan Chefs de Foyers » (aides aux foyers démunis) a représenté la plus forte dépense supplémentaire du budget : 700 millions de pesos.

### ***La meilleure période économique : enquête***

Un sondage réalisé pour *La Nación* révèle que 36% des 1 200 personnes interrogées trouvent que la période de gouvernement de Carlos Menem a été la meilleure période économique du pays. En 2<sup>ème</sup> position, arrive la période du Président Juan Domingo Perón avec 15% des voix et, enfin, la période des gouvernements militaires (années 70) et de Raúl Alfonsín, avec 8%. Les personnes interrogées ont surtout apprécié la stabilité de la période de Menem qui recueille une opinion favorable surtout parmi les classes les moins favorisées.

### ***Les échéances de 2003***

Le changement des règles économiques et financières n'ont ni réduit, ni permis de contrôler les dettes de l'État. Au total, en 2003, le pays devra rembourser 29,61 milliards de dollars soit l'équivalent de 2,9 fois les réserves du Banco Central. Du montant total, 19,25 milliards de dollars correspondent au principal et le solde aux intérêts et le reste à d'autres obligations vis-à-vis des organismes internationaux de financement. Ainsi, le défaut de paiement, la dévaluation et la *pesification* du pays ont cassé tous les contrats et engagements existants avant janvier 2002 mais pas la dette publique, qui, en décembre 2002, atteint 154 milliards de dollars contre 144,4 milliards de dollars un an auparavant.

**Attention** : la *pesification* de l'économie s'est traduite par une économie d'environ 30 milliards de dollars pour les comptes de l'État argentin. Parallèlement, l'émission de bons bancaires de compensation, l'échange des dépôts bancaires, la nationalisation de la dette des provinces ont accru la dette publique d'environ 30 milliards de dollars. **Autre indicateur** : en décembre 2001, le ratio dette publique/PIB était de 54%, pour 123% en décembre 2002.

## **Une radiographie économique**

---

Lors de la célébration de la 8<sup>ème</sup> Conférence de l'Union Industrielle Argentine (le Medef local) rapports et conclusions sur la situation du pays suite à la sortie de la convertibilité et la *pesification* de l'économie argentine ont été présentés.

### **L'Indec (l'Insee local) fait remarquer que :**

- La présence de capital étranger parmi les 500 premières entreprises argentines est passée de 46% à 65% au cours de la dernière décennie, ce qui prouve une **dénationalisation du secteur productif du pays**.
- Entre 1993 et 2001, les entreprises privatisées du secteur des services publics ont représenté 38% de la valeur ajoutée des 500 entreprises citées. Toutefois, elles ont dégagé 57% des bénéfices de l'ensemble.
- La hausse de la productivité des 500 entreprises a augmenté grâce à la réduction d'environ 100 000 postes de travail et aux 103 milliards de pesos d'investissements.

### **La Cepal a présenté les conclusions suivantes :**

- La plupart des entreprises argentines mise sur les exportations pour éviter la crise.
- 30% des entreprises consultées misent sur les exportations autres que celles vers les pays du Mercosur.
- Près de 59% des entreprises interrogées considèrent que le financement n'est pas un problème car elles font partie de groupes internationaux ayant accès à des sources de financement propres.

Ces conclusions abondent dans le sens des « pro-exportations », qui misent sur leur force grâce à la dévaluation du peso et à la chute de la consommation interne. Mais, **bien que les conditions soient réunis pour envisager un décollage de l'économie, il serait prématuré de parler de reprise** .

En outre, ces perspectives plutôt optimistes ne doivent pas cacher le tableau économique et social actuel : seulement 34% des employés bénéficient d'une couverture sociale, 21,5% de la population active est au chômage, 57% des Argentins vivent en-dessous du seuil de pauvreté...

## ***La croissance selon Lavagna***

---

---

Le Ministre de l'Économie argentin a estimé que la croissance devrait atteindre, en moyenne, 4% l'an. Il mise sur un accord avec le FMI pour faciliter cette reprise. Parallèlement, dans la Conférence de l'UIA, Roberto Lavagna a promis une baisse de la TVA en cas d'amélioration de la collecte fiscale. Selon lui, si les négociations avec le FMI aboutissent, il quitterait son poste en laissant la possibilité de demander un financement d'environ 15 milliards de dollars, ce qu'il considère élevé étant donné le niveau d'endettement du pays.

## ***Evasion fiscale endémique***

---

---

L'évasion fiscale dans le pays tourne autour de 40 milliards de pesos/an (soit 12 milliards de dollars). Ce montant est presque équivalent à la collecte du Trésor, estimé à 50 milliards de pesos. Les experts préconisent une diminution de la TVA et la suppression des subventions accordées via le non paiement des impôts.

## ***Les variations de la TVA***

---

---

Depuis son instauration en janvier 1975, l'impôt sur la valeur ajoutée a changé 11 fois son taux. En moyenne, une TVA différente a été appliquée tous les 2 ans et demi. Au cours des années 90, la hausse moyenne de la TVA a été de 170% en termes réels. Ainsi, en 1975 le taux était de 13% pour parvenir à 21% en 1995 et terminer à 19% (de façon temporaire dit-on) en novembre 2002. Le nouveau taux a permis aux carburants de baisser leur prix : -1,1% pour l'essence, -1,3% pour le gasoil. La baisse généralisée dans la grande distribution devrait osciller entre 1% et 1,5%. **Attention** : la TVA sur les fruits et les légumes a été fixée à 9,5%.

Bien que l'objectif recherché soit la relance de la consommation, de nombreuses branches commerciales ont décidé de ne pas changer les prix car ils n'avaient pas bougé, malgré la hausse de l'inflation et la dévaluation du peso.

## ***Crise et chômage***

---

---

La mise en route du «Plan Chefs de Foyer» (aides et « petits boulots » pour les familles démunies) pourra faire diminuer le taux de chômage qui, en mai 2002, avait atteint 21,5% de la population active, soit près de 3 millions de personnes. En même temps, le plan augmentera le taux du **sous-emploi** ainsi que la **détérioration de la qualité de l'emploi**. **Rappel** : le «Plan Chefs de Foyer» prévoit le versement de 150 pesos (40 dollars environ) par famille par mois.

## ***Le nouveau calendrier électoral***

---

---

Finalement, le parlement argentin a voté le projet envoyé par Eduardo Duhalde, fixant au 27 avril 2003 la date des élections générales et au 25 mai 2003 l'abandon du siège présidentiel. Ainsi, 1) les autorités actuelles ne pourront plus modifier la date des élections, 2) la date de la passation de pouvoir n'est pas fixée, 3) avec un ballottage prévu pour le 18 mai et le départ de Duhalde le 25 mai, en une semaine, il sera très difficile de parvenir à un scrutin définitif ce qui laisse supposer qu'il y aura un **président provisoire** le temps de publier les chiffres officiels du résultat des élections.

## ***Qui sera le candidat du PJ ?...***

---

---

Peu à peu, en même temps que le pays avance vers les élections générales en 2003, les candidatures commencent à s'affirmer. Bien connues de tous les Argentins, celles de **Menem** et de **Rodríguez Saá** restent en lice pour le Parti Justicialiste. Mais, un autre candidat du « consensus » du Parti ne pourrait-il pas rentrer dans la course, comme Duhalde, par exemple ? Il suffirait sans doute qu'il obtienne un signe positif d'un accord du FMI et qu'il y ait campagne de son entourage pour qu'il se sente dans « l'obligation » de lancer sa candidature... ? **Attention** : le candidat manqué du PJ, Carlos Reutemann (actuel gouverneur de Santa Fe et ancien champion de F1), a lancé le nom d'Eduardo Duhalde comme l'un des possibles candidats à la présidence !

Le dernier sondage crédite la formule Menem/Romero de 18,9% d'intention des votes soit 3% de plus qu'en septembre et celle de Rodríguez Saá/Posse recule de 9,8% à 9,2%.

## ***...et des autres partis ?***

---

---

Le Partido Radical a présenté 3 formules : Rodolfo Terragno/Jaime Linares, Leopoldo Moreau/Mario Losada et Osvaldo Alvarez Guerrero/Gustavo Callejas.

La gauche argentine (Izquierda Unida, Partido Comunista, et Movimiento Socialista de los Trabajadores) soutient la candidature de la députée nationale Patricia Walsh.

## Brésil

### ***Le futur cabinet de « Lula »***

À mesure qu'approche l'accession au pouvoir de Luiz Inácio da Silva, les personnalités et les formations qui ont contribué à sa victoire commencent à faire valoir leurs droits à un portefeuille ministériel « bien mérité ». Mais les alliés de «Lula» souhaitent être consultés pour les nominations, ce qui complique la tâche.

Dans la dernière liste des **ministrables « sûrs »** figuraient :

- José Direceu : Chef de la Maison Civile de la Présidence
- Antônio Palloci : Ministère de l'Économie
- Luiz Dulci : Secrétariat à la Présidence
- Cristovam Buarque : Ministère de l'Éducation
- Jacques Wagner : Ministère du Travail

Une autre liste des « **possibles** » portefeuilles :

- Celso Amorim : Ministère des Affaires Étrangères
- Antoninho Marmo Trevisan : Ministère du Plan
- Marina da Silva : Ministère de l'Environnement
- Benedita da Silva : Secrétariat aux Affaires Sociales
- Olívio Dutra : Ministère des Transports
- Luiz Gushiken : Ministère des Communications
- Roberto Rodrigues : Ministère de l'Agriculture
- Luis Eduardo Greenhalgh : Ministère de la Réforme Agraire
- Eugênio Staub : Ministère de l'Industrie et du Développement
- Márcio Thomaz Bastos : Ministère de la Justice

**A noter** : se sentant mis sous pression par ses anciens compagnons de lutte syndicaliste, Luiz Inácio da Silva n'a pas hésité à mettre les points sur les « i » lors d'une réunion publique. Face à 500 dirigeants syndicalistes, Lula a signifié que sa victoire ne représentait pas l'instauration d'une « patrie syndicaliste » et qu'il fallait avoir « moins de fanfaronnades et plus de compétences... ».

Par ailleurs, le Président élu a déclaré que son gouvernement sera caractérisé par une politique économique de production plutôt que de spéculation.

### **Ample excédent commercial**

La balance commerciale a clôturé le mois de novembre avec un solde positif de 1,26 milliard de dollars, ce qui totalise 11,32 milliards de dollars depuis janvier (55,12 milliards de dollars d'exportations et 43,8 milliards de dollars d'importations). Par rapport à novembre 2001, les exportations ont progressé de 13,9% tandis que les importations ont chuté de 8,3%. Les champions des ventes ont été les secteurs de l'aéronautique et de l'électronique ainsi que les panneaux de bois et les moteurs.

### **Il faut trouver 61 milliards de dollars**

Pour faire face aux engagements du Brésil au cours du premier semestre 2003, le futur gouvernement de Lula devra disposer de 61 milliards de dollars s'il veut éviter de déclarer un défaut de paiement.

En avril, les échéances avoisinent quelques 11,4 milliards de dollars qui devront être payés ou bien être négociés en vue du rééchelonnement de la dette, dont l'octroi dépendra de l'attitude de Lula vis-à-vis de la réforme fiscale, du système de protection sociale du pays et des décisions en matière de salaires et d'inflation. La tâche ne sera pas facile, mais Lula devrait profiter de l'élan positif qu'il a suscité, tant de la part d'une grande majorité des Brésiliens que des investisseurs internationaux dont le cauchemar vécu lors de la campagne électorale s'est transformé en un presque heureux partenariat.

#### **☛ Le commentaire d'iFi**

Comme nous l'avons manifesté à plusieurs reprises, tout le monde est d'accord pour reconnaître que le Brésil a besoin de profondes réformes. Un gouvernement issu de la droite traditionnelle n'aurait jamais osé toucher certains acquis, mais un président originaire d'une gauche syndicaliste pourra, légitimement, justifier ses choix réformateurs sans susciter grand scandale, surtout lorsqu'il a le soutien de plus de 60% de la population du pays.

### **Commerce avec les pays du Golfe**

En 2002, le Brésil devrait dégager un excédent commercial avec 22 pays arabes d'environ 500 millions de dollars. En plus des exportations traditionnelles (sucre, poulets, minerais de fer), le Brésil a réussi à gagner des parts de marché dans les secteurs du transport (cars, tracteurs), de la viande, des chaussures... En 2002, les exportations devraient totaliser 2,7 milliards de dollars.

### ***Croissance limitée***

---

---

Selon les estimations, en 2002, l'économie du Brésil ne devrait progresser que de 1,2%. En 2003, le PIB augmenterait de 2%, pour atteindre 3,5% en 2004. L'OCDE estime que le poids de la dette représente le risque le plus sérieux pour le développement du pays et l'obtention des aides financières supplémentaires. Par ailleurs, la hausse des taux décrétée fin novembre est venue aggraver la situation des emprunteurs locaux.

### ***Taux et inflation***

---

---

Le 21 novembre, les autorités monétaires ont relevé le taux de base (Selic) de 21% à 22% soit le plus fort taux depuis juin 1999. Cette hausse place le Brésil à la première place mondiale en termes de taux d'intérêts réels, devant la Pologne (8,1%) et la Turquie (5,9%). En effet, une fois déduite l'inflation, le taux d'intérêt réel a atteint **9,3%** en octobre (9,7% en septembre). Même avec cette hausse de taux, les estimations du marché pour l'inflation tablent sur environ 11% en 2002 et 10% pour 2003, bien au delà des prévisions officielles qui pariaient sur une progression de 6,5% pour l'an prochain. En novembre, l'IPC a atteint 5,2%, soit le plus fort taux depuis août 1994.

### ***Programme Zéro Faim***

---

---

Ce fut l'un des objectifs annoncés tout au long de la campagne politique de da Silva : nourrir 9,6 millions de Brésiliens de plus en 2003. Pour ce faire, le futur gouvernement devra augmenter les denrées alimentaires de base du panier de la ménagère : riz, lait et feijão (haricots noirs, nourriture de base des Brésiliens). Pour satisfaire ce Programme, l'offre de lait, par exemple, devra croître de 5% en 2003 mais, pour subvenir totalement aux besoins de 44 millions de Brésiliens, la progression de la production devrait grimper de 23% au cours des prochaines années. Ainsi, les 21 milliards de litres de lait produits dans le pays devraient augmenter, en 2003, d'1 milliard de litres. L'offre de feijão devrait progresser de 12% en 2003 et de 56% au cours des années suivantes...

### ***L'emploi s'améliore***

---

---

En octobre 2002 et pour la 1<sup>ère</sup> fois depuis 1994, plus de 1 million d'emplois dûment enregistrés ont été créés. Les secteurs créateurs d'emplois ont été le commerce, les services et l'industrie de transformation.

## **Les milliards du 13<sup>ème</sup> mois**

En 2002, le paiement du 13<sup>ème</sup> mois devrait représenter l'équivalent de 30,5 milliards de reais et devrait concerner 47,8 millions de personnes.

Cette somme correspond à 2,5% du PIB estimé à 1 200 milliards de reais. Près de 70% du montant total du 13<sup>ème</sup> mois, soit 21,3 milliards de reais, rentreront sur la marché vers le 20 décembre. La croissance nominale 2002 de ce 13<sup>ème</sup> mois est de 8,9% par rapport à 2001.

Le montant moyen du 13<sup>ème</sup> salaire atteint 639 reais et, parmi les États du pays, Brasília enregistre la somme la plus élevée : 1 315 reais.

## **Chili**

### **Coalition politique éclatée**

Le Président du Parti Démocrate Chrétien, le Sénateur **Adolfo Zaldívar**, a déclaré que le soutien de la plus importante formation politique de la *Concertación* était arrivé à sa fin. **Concertación**, qui a réussi à déplacer du pouvoir pacifiquement le Général **Pinochet**, était composée par une alliance entre démocrates chrétiens, socialistes et sociaux démocrates (PPD, le parti de Lagos). Cette alliance avait porté au pouvoir l'actuel Président **Ricardo Lagos**.

### **Moins d'inflation...**

En novembre, l'IPC a été de -0,1% principalement, grâce à la baisse des prix des combustibles observée depuis le mois d'octobre. C'est le 3<sup>ème</sup> recul depuis janvier. Ainsi, au cours des 11 premiers mois de l'année, l'inflation est de 3,3%.

### **... et plus de croissance**

En septembre, l'Imacec a progressé de 2,1%, soit une hausse de 2% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2002. Avec beaucoup de chances, le PIB 2002 pourrait atteindre 2% si la situation se redresse significativement au 4<sup>ème</sup> trimestre. En revanche, la progression économique pour 2003 pourrait osciller entre 2,6% et 3,1%.

### ***Moins de dollars et de risque***

---

---

Selon le FMI, le Chili détient le plus bas taux de dépôts bancaires en dollars de toute l'Amérique Latine. Au total, seulement 10% du total des dépôts sont libellés en devises étrangères contre 75% en Uruguay et 60% en Argentine.

Ce reflet de confiance de la part des Chiliens correspond à la plus basse prime de risque des pays latino-américains : 130 points de base (8 décembre 2002).

### ***Emplois en difficultés***

---

---

Entre août et octobre, le taux de chômage atteint 9,6%, soit 0,1% de moins qu'au cours de la même période 2001. Malgré le plan d'aides à l'emploi, en 12 mois, seulement 19 850 emplois ont été créés, soit un total de 5,36 millions de postes dans le pays.

Actuellement, 570 000 personnes recherchent un emploi, dont 487 000 parce qu'ils ont été licenciés.

## Mexique

---

### ***Un marché prometteur et sûr***

---

---

Selon Alan Greenspan, l'entrée du pays dans la zone de libre échange avec les Etats-Unis et le Canada a limité sa vulnérabilité face à la conjoncture économique actuelle mondiale et régionale. Selon le Président de la Réserve Fédérale, l'ouverture de l'économie mexicaine a été contrôlée par des institutions solides qui sont la garantie d'une stabilité politique et d'un contrôle de la corruption. **Rappel** : Le TLCAN (Alena) a influencé la balance commerciale du Mexique avec les Etats-Unis, en faisant passer le déficit, en 1993, de 2,44 milliards de dollars à un excédent de 27,37 milliards de dollars entre janvier et septembre 2002.

Cette vision est partagée par des investisseurs allemands et français. Au Mexique, près de trente groupes industriels allemands originaires de la Bavière sont présents, dont BMW, Siemens, Audi... En même temps, les exportations bavaroises vers le Mexique ont atteint près de 650 millions de dollars en 2001, soit 30% de plus qu'en 2000. Par ailleurs, un groupe de 6 entreprises françaises a annoncé investir 580 millions de dollars dans l'État d'Aguascalientes dans les secteurs de l'automobile, de l'électronique et de l'agroalimentaire.

Autre partenaire de taille, la Chine aura exporté vers le Mexique près de 5 milliards de dollars en 2002 contre 300 millions de dollars d'importations de produits mexicains. Avec ces chiffres, le Mexique est devenu le principal partenaire latino-américain de la Chine, à la place du Brésil.

### ***Loin des objectifs de Vicente Fox***

---

---

Les analystes de CIDE, d'ITAM et de Capem Oxford estiment que dans aucune des 6 années de gouvernement du Président Fox, le pays n'aura la capacité de faire progresser le PIB de 7%. Les spécialistes signalent que, alors que le pays est victime du ralentissement économique des Etats-Unis, le Mexique a perdu beaucoup de sa compétitivité faute de réformes structurelles internes et d'un accord politique pour les fixer. Ainsi, aucun pronostic table sur une croissance supérieure à 1,5% en 2002 et à 3,5% en 2003. Ce n'est qu'en 2004 que l'économie du Mexique pourrait progresser à un rythme supérieur à 4,5%.

**A noter** : au cours des 2 années de gouvernement Fox, le PIB a progressé, en moyenne, de 0,4%/an. Avant lui, l'administration la plus pauvre en termes macroéconomiques avait été celle du Président Miguel de la Madrid, avec une croissance zéro au cours des 2 premières années de son gouvernement.

### ***Le plus fort pouvoir d'achat***

---

---

Parmi les économies de la Région, le Mexique présente un pouvoir d'achat moyen par famille de 19 420 dollars annuels. Le pays est dépassé par Porto Rico avec 31 727 dollars par famille par an.

### ***Les fonds des immigrés***

---

---

Selon la Cepal, le Mexique est le 1<sup>er</sup> pays latino-américain en termes de réception de transferts d'argent des émigrés et le 2<sup>ème</sup> mondial, après l'Inde. Les 5,5 milliards de dollars de transferts représentent 1,1% du PIB mexicain.

### ***Le poids de l'économie parallèle***

---

---

Selon l'Inegi, les ressources générées par l'économie informelle du pays représentent 12% du PIB national. Par ailleurs, dans le pays, le manque de traces officielles du travail de millions de mexicains, de leurs biens immobiliers, de leurs opérations financières... est estimée à 315 milliards de dollars ! Ce capital « mort » représente 7 fois celui de Pemex et 31 fois le montant des IED du pays.

Le Ministère de l'Économie a annoncé la mise en place d'un nouveau plan pour lutter contre la contrebande. Ce programme sera mis en place sur 4 ans et devrait réduire de 10% à 15%/an la contrebande. Ainsi, le Gouvernement estime que ce programme intercepterait entre 900 millions de dollars et 1,5 milliard de dollars de marchandises de contrebande/an. **À noter** : seulement sur le secteur textile, la contrebande représente un marché de 9 milliards de dollars l'an, soit l'équivalent de la valeur du marché textile légal.

# Uruguay

---

## ***Un pays compétitif***

---

---

En novembre, le pays a accru sa compétitivité grâce à la hausse des prix en dollars enregistrée dans des pays voisins dont l'Argentine, le Brésil... Ainsi, en novembre, sur la base de change réel, les prix uruguayens ont gagné 8,1% de compétitivité par rapport à l'Argentine, 4,14% par rapport au Brésil et 4,5% par rapport au Chili.

## ***Déficit en hausse***

---

---

Le déficit du gouvernement a doublé à 763 millions de dollars, soit 4,8% du PIB. Près de 36% de l'investissement public a été destiné au Ministère des Transports et des Travaux Publics et 18% à celui du Logement. La collecte de la TVA a représenté 51% du total perçu par la DGI dans le mois.

## ***Plus de chômage***

---

---

Entre août et octobre, 233 700 personnes étaient à la recherche d'un emploi, ce qui représente 19,2% de la population active. Comparé à la même période 2001, le chômage a augmenté de 4 points avec 38 700 chômeurs de plus.

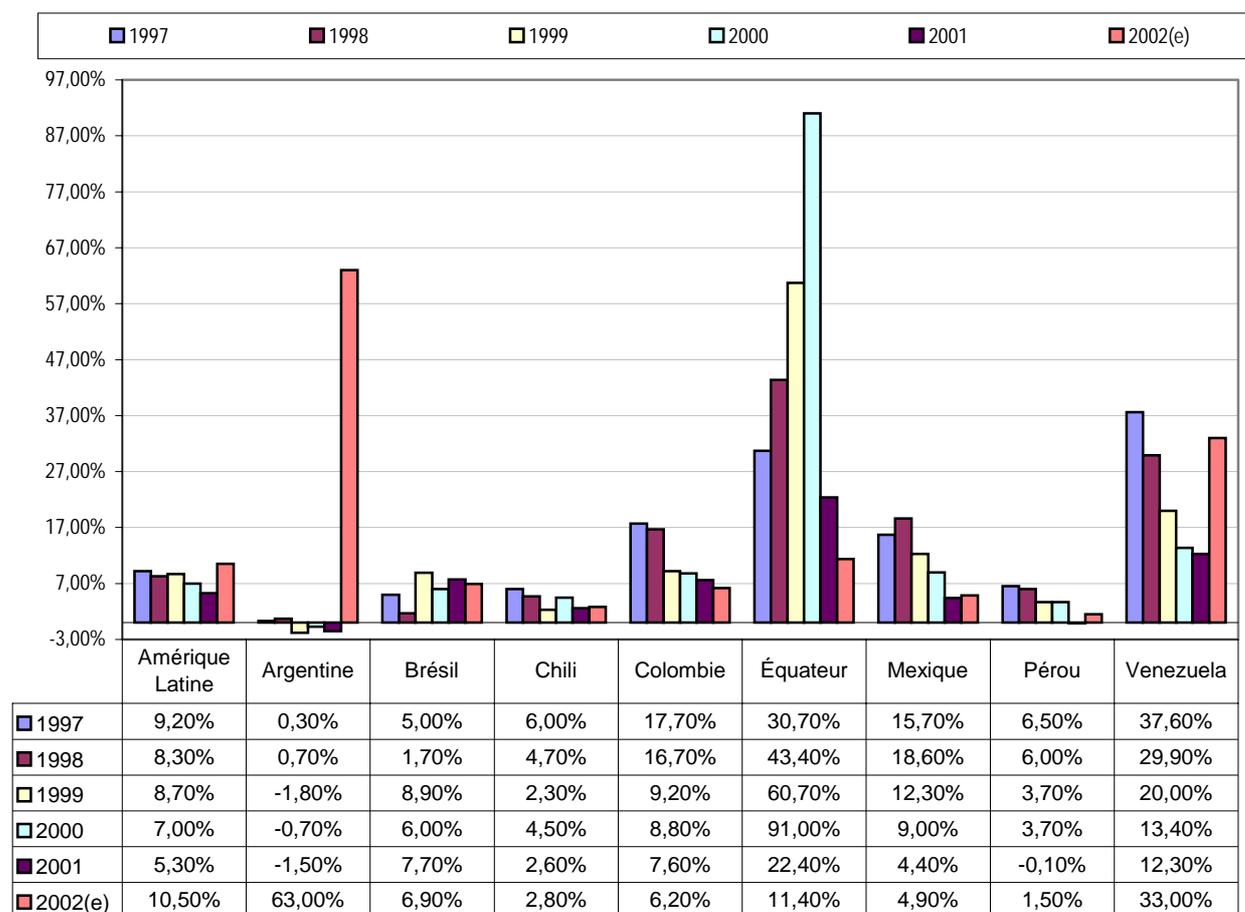
**Attention** : la pauvreté s'accroît de manière significative et, en 2001, touchait 27,9% des Uruguayens.

## II. Les tendances du commerce et de la consommation

### Amérique Latine

#### Évolution des prix à la consommation depuis 1997

Tab 2.1 : l'inflation des prix à la consommation en Amérique Latine



## Argentine

---

### ***L'inflation ralentit...***

---

---

En novembre, les prix au détail ont augmenté de 0,5% comparé à octobre et les prix de gros ont chuté de 1,7%, soit leur première baisse depuis la dévaluation.

Ainsi, **de janvier à novembre, les prix de gros ont progressé de 118,7% et les prix au détail ont augmenté de 40,7%**, soit en dessous des prévisions initiales qui tablaient sur une inflation de 50%.

Dans notre rapport du mois de novembre, nous signalions qu'en octobre l'indice des prix à la consommation avait reculé de 2,4%. Il s'agissait du premier mois sans inflation depuis l'abandon de la convertibilité en janvier 2002. Mais... en novembre l'inflation a retrouvé une ligne ascendante de 0,5% selon l'Indec et de 1,2% selon le CCR. Avec ces nouveaux chiffres, depuis la *pesification*, **l'inflation du pays atteint 74,2% (ou 41% pour l'Indec)**.

Les plus fortes hausses ont été enregistrées par des produits alimentaires dont le cacao (+219%). **Attention** : fin novembre, la baisse de la TVA n'a pas encore été répercutée.

### ***... aidée, entre autres, par la baisse de la TVA***

---

---

L'inflation a été, en partie, contenue par la baisse de la TVA qui a été ramenée, jusqu'à mi-janvier, de 21% à 19% et de 10,5% à 9,5%, afin de relancer la consommation.

Cela correspond, en moyenne, à une baisse des prix de 1,7%. Toutefois, cette réduction n'est pas assez significative pour être réellement perçue par les Argentins. Cela ne devrait donc pas suffire à relancer la consommation.

**Pour que la baisse de la TVA ait une incidence visible sur les prix et que la consommation en soit donc encouragée, il faudrait que la TVA baisse de 5 points.**

Tab 2.2 : estimation de l'impact de la baisse de la TVA sur les prix.

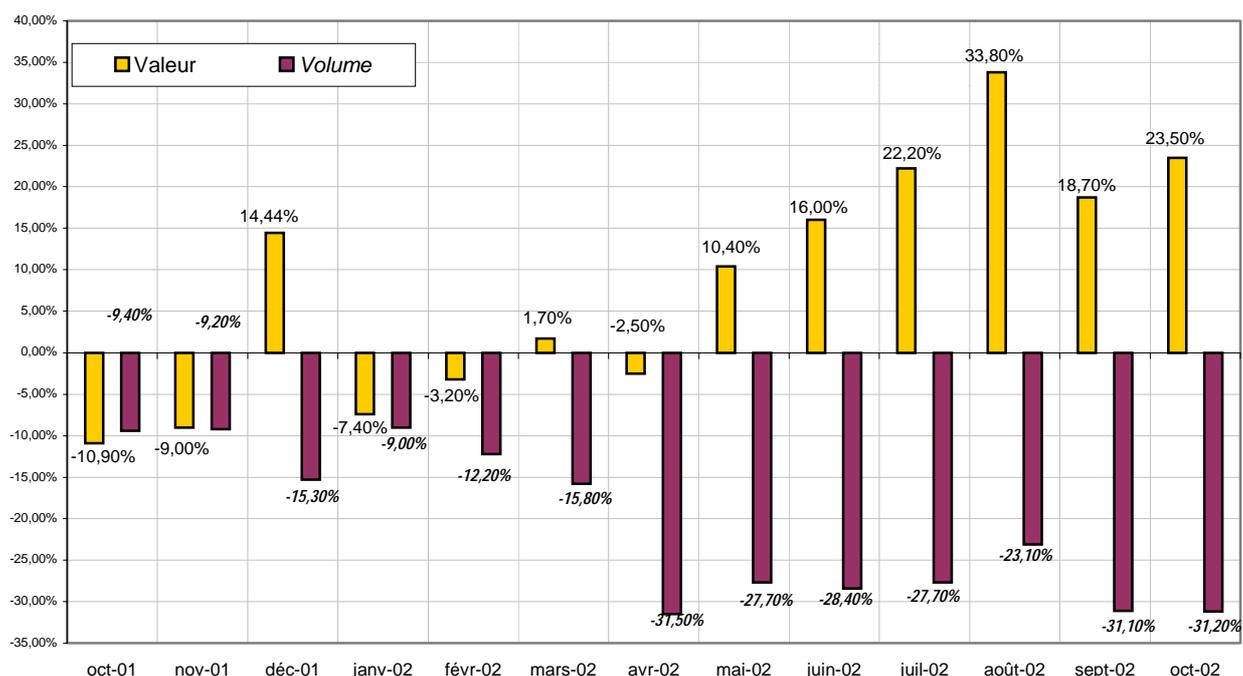
Secteur	Baisse estimée	Secteur	Baisse estimée
Bricolage/Bazar	-2%	Bijouterie	-2%
Pharmacies/Parfumeries	-1,65%/-1,70%	Librairie	-1,70%
Hôtellerie/restauration	-1,8%	Électroménager	-1,5%
Immobilier	-2%	Mercerie	-2%
Automobile	-1,65%	Habillement	-1,7%

### La consommation va-t-elle repartir à l'approche de Noël ?

En octobre, le volume vendu par les **supermarchés** a reculé de 31,2% comparé à octobre 2001, soit une baisse de 25,6% depuis le début de l'année, comparé à la même période 2001. Toujours grâce à l'inflation, leur chiffre d'affaires, **en pesos**, a, en revanche, progressé de 23,5% comparé à octobre 2001 et de 3,7% comparé à septembre 2002, à 1,31 milliard de pesos. Ainsi, sur les 10 premiers mois, les supermarchés ont facturé 8,3% de plus qu'à la même période 2001.

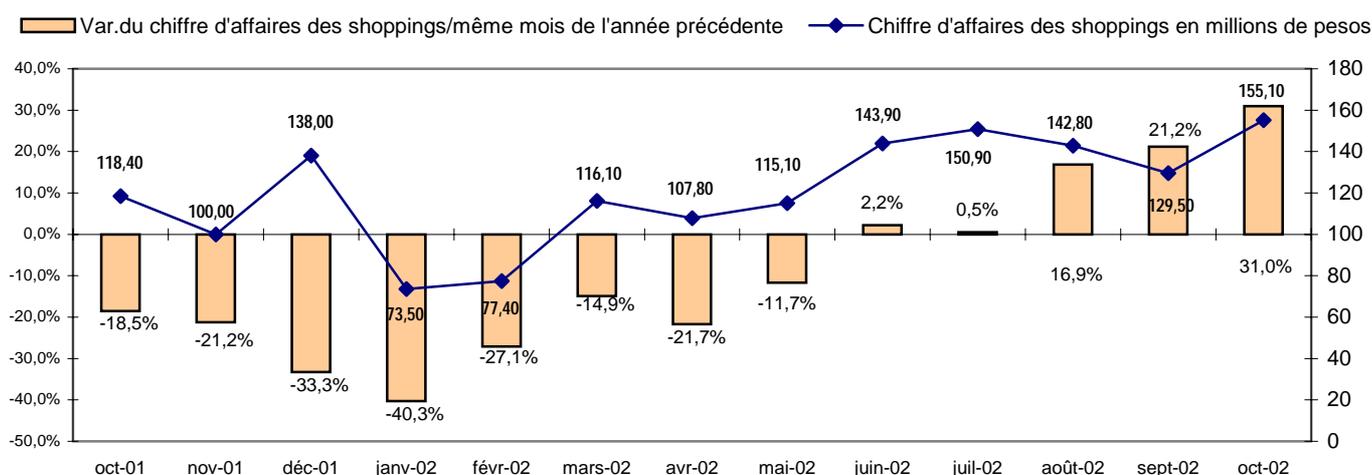
**Attention** : évidemment, la facturation est plus élevée en pesos mais reste largement inférieure en dollars, la monnaie d'endettement des supermarchés, dans la plupart des cas. Ainsi, si l'on prend la facturation d'octobre 2002, en dollars, celle-ci reste inférieure de 65,6% à octobre 2001 !

Tab. 2.5 : variation des ventes en volume et en valeur des supermarchés depuis octobre 2001 en pesos



Même cas de figure dans les **shoppings** : en octobre, les ventes en volume ont reculé de 13,7% comparé à octobre 2001 alors que leur chiffre d'affaires **en pesos** progressait de 31% à 155,1 millions de pesos. Ainsi, sur les 10 premiers mois, les ventes en volume ont reculé de 25,9% et les ventes en valeur ont perdu 4,2% comparé à la même période 2001. **Toutefois, en dollars, le chiffre d'affaires d'octobre a reculé de 63,6%.**

**Tab 2.6 : variation des ventes en pesos des shoppings ( comparé au même mois 2001)**



### 🔍 Le commentaire d'iFi

Peu de chances pour que Noël voit une réelle reprise des ventes dans les supermarchés et les shoppings **comparé à Noël 2001**, lorsque la crise a éclaté.

Toutefois, il devrait y avoir reprise comparé aux mois précédents, avec lesquels le niveau de comparaison est déjà très bas. En effet, les prix et la consommation, en comparaison mensuelle, se sont stabilisés et le tourisme de frontière devrait aider les ventes du secteur. En novembre, une amélioration s'est ainsi déjà faite ressentir dans plusieurs secteurs, dont la bijouterie, l'habillement, les machines à coudre, le tourisme, national et frontalier (voir tableau 2.6).

Mais attention, il y a un **point noir à ce semblant d'embellie** : en même temps que le gouvernement baissait de 2 points la TVA, il annonçait une hausse moyenne des tarifs des services publics de 9%. L'impact du dégel des prix des services publics sur le portefeuille des Argentins est trop incertain pour que les Argentins conservent leur optimisme, qui est encore tout relatif. Les hausses qui ont été enregistrées en novembre (voir tableau 2.6) devront être revues à la baisse.

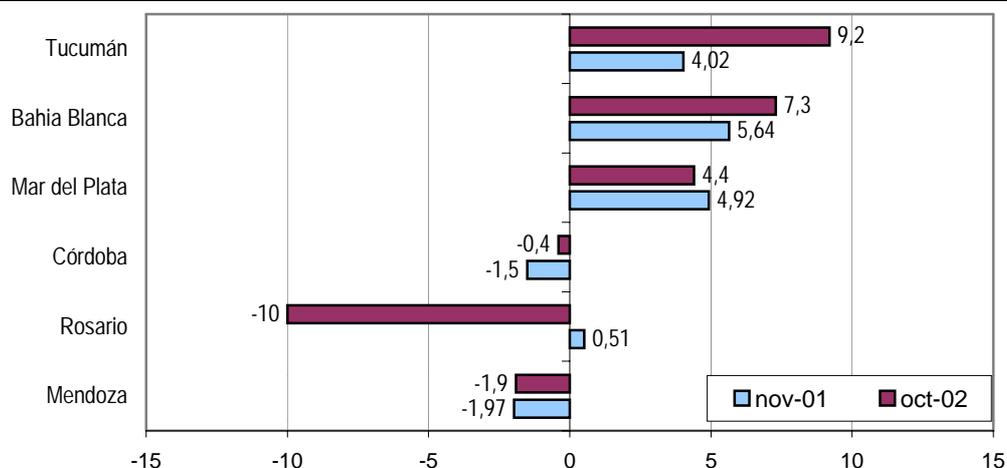
Tab 2.7 : les ventes de novembre 2002 comparé à novembre 2001 et octobre 2002

	Var./nov.01	Var./oct. 02		Var./nov.01	Var./oct.02
<b>Machines à coudre</b>	+48%	+22%	<b>Matériel électrique</b>	-30%	+3%
<b>Tourisme national</b>	+60%	+22%	<b>Bricolage</b>	-20%	+3%
<b>Habillement</b>	-28%	+16%	<b>Pharmacies</b>	-39%	+2%
<b>Tourisme de frontière</b>	+65%	+15%	<b>Électroménager</b>	-45%	+2%
<b>Bijouterie</b>	-23%	+15%	<b>Revêtements murs/sols</b>	-42%	0%
<b>Ventes immobilières</b>	-75%	+8%	<b>Véhicules neufs</b>	-45%	0%
<b>Sécurité</b>	+17%	+7%	<b>Meubles pour le foyer</b>	-49%	0%
<b>Gaz Naturel Comprimé</b>	+8%	+7%	<b>Cinéma</b>	-29%	-3%
<b>Véhicules d'occasion</b>	+11%	+5%	<b>Chaussures</b>	-24%	-5%
<b>Fleurs</b>	-24%	+5%	<b>CD et cassettes</b>	-28%	-5%
<b>Pneumatiques</b>	-32%	+5%	<b>Bazar/cadeaux</b>	-29%	-5%
<b>Matériel pour la construction</b>	-40%	+4%	<b>Textile blanc</b>	-31%	-6%
<b>Meubles de bureaux</b>	-42%	+4%	<b>Parfums</b>	-41%	-14%
<b>Sports</b>	-53%	+4%			

### ***Tucumán, la ville la plus chère d'Argentine***

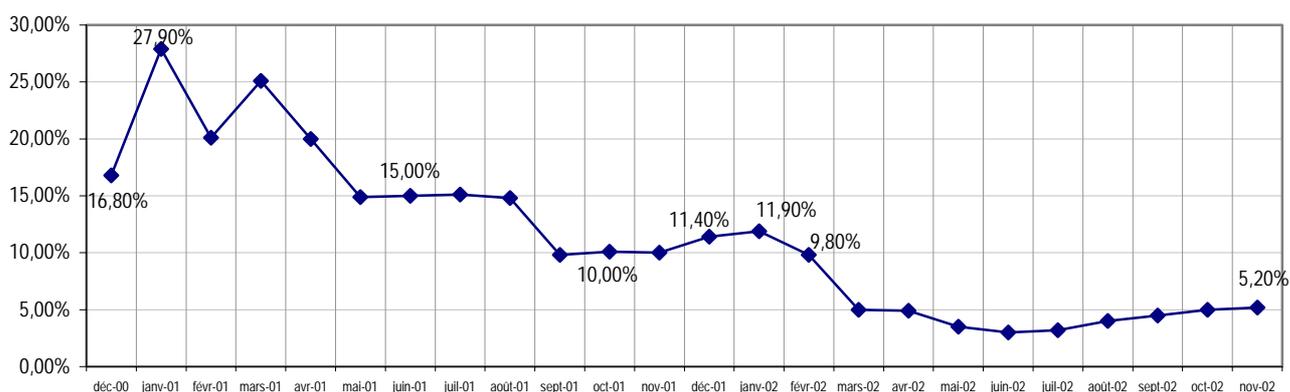
Tucumán est la ville argentine la plus touchée par l'inflation. Ainsi, en moyenne, les habitants de cette ville du nord-ouest (1 200 km de Buenos Aires) paient les produits 10% plus chers que les habitants de la capitale. Une situation qui s'explique par le peu de concurrence du marché sur la zone, où peu de grandes chaînes sont présentes. Cela contraste avec le cas de Mendoza, la ville la moins chère d'Argentine, où une guerre des prix se livre entre les grandes enseignes (voir partie 3).

Tab 2.8: les prix des principales villes argentines comparé à Buenos Aires ( en %)



### ***Toujours pessimistes, mais un peu moins***

Tab 2.9 : indice de confiance des familles



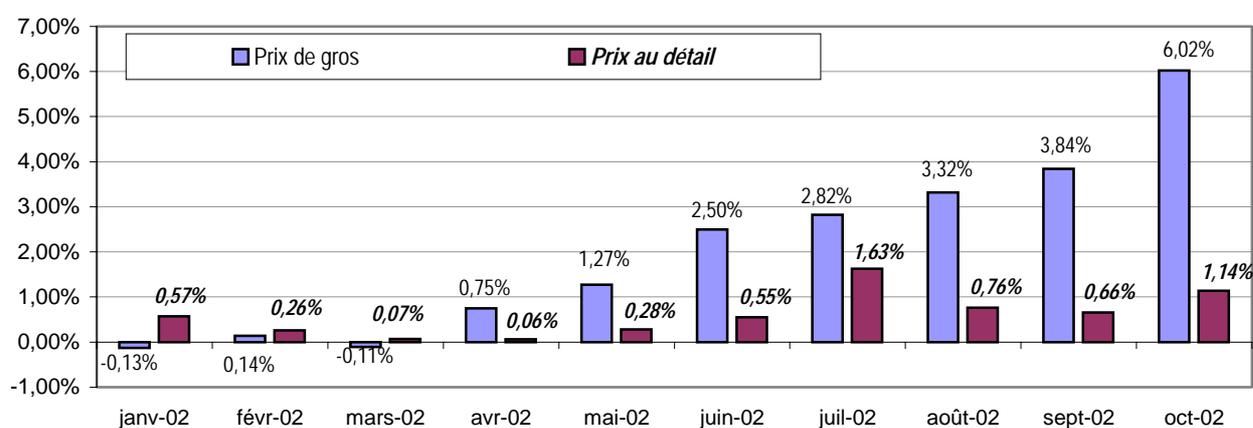
Les familles argentines semblent, doucement, reprendre confiance, tout comme les commerçants. Ainsi, concernant la situation de l'Argentine pour les 3 mois à venir, 29% pensent qu'elle s'améliorera. Toutefois, pour 35% d'entre eux, elle restera identique et pour 27%, elle empirera.

## Brésil

### Une inflation pesante...

L'inflation sera sans nul doute un des (très) nombreux défis à relever par le futur gouvernement. Ainsi, en octobre, les prix au détail ont enregistré une hausse de 1,14%. L'inflation pour 2002 a dépassé l'objectif de 4,4% fixé initialement. Tout aussi préoccupant est l'indice des prix de gros, qui ne cesse d'augmenter depuis janvier, jusqu'à atteindre +6,02% en novembre comparé à octobre !

**Tab 2.10: la variation mensuelle des prix de gros et des prix au détail depuis janvier 2002**



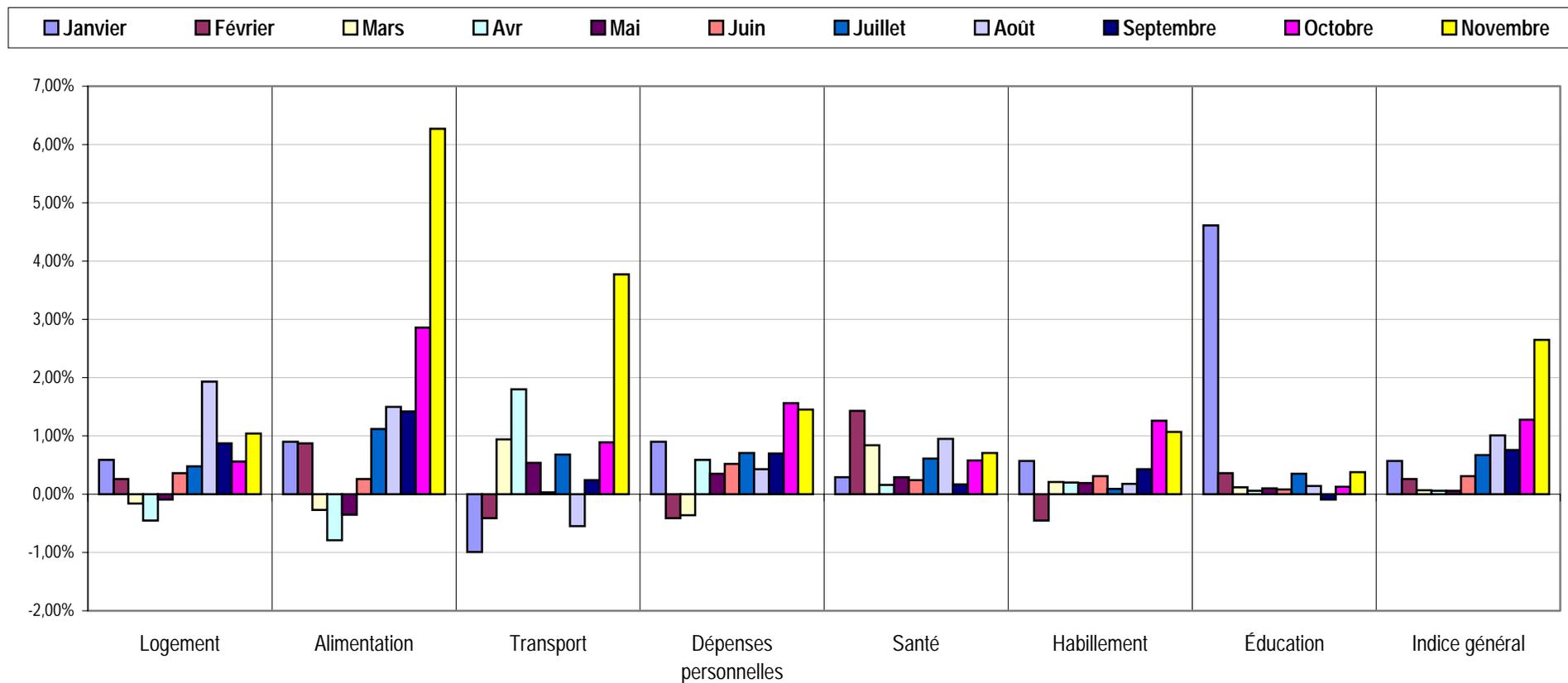
L'inflation de São Paulo est encore plus marquée, avec, en novembre, une hausse de 2,65%, la plus forte hausse enregistrée depuis juillet 1995 (+3,72%). (voir tableaux 2.11 et 2.12).

L'inflation a plusieurs causes, dont, principalement, la hausse des taux de base, qui est passé de 21% à 22%/an, les réajustements et les spéculations qui anticipent l'arrivée du nouveau gouvernement au pouvoir et la chute du real comparé au dollar, ce qui fait monter le prix des produits importés, d'où la hausse des prix de gros que les commerçants doivent, tout du moins en partie, répercuter sur les prix au détail...

**Tab 2.11 et 2.12 : variations mensuelles des prix à São Paulo par segment**

	Logement	Alimentation	Transport	Dépenses personnelles	Santé	Habillement	Éducation	Indice général
<b>Janvier</b>	0,59%	0,90%	-0,99%	0,90%	0,29%	0,57%	4,61%	0,57%
<b>Février</b>	0,26%	0,87%	-0,41%	-0,41%	1,43%	-0,45%	0,36%	0,26%
<b>Mars</b>	-0,16%	-0,27%	0,94%	-0,36%	0,84%	0,21%	0,12%	0,07%
<b>Avr</b>	-0,45%	-0,79%	1,80%	0,59%	0,16%	0,20%	0,06%	0,06%
<b>Mai</b>	-0,09%	-0,35%	0,54%	0,35%	0,29%	0,19%	0,10%	0,06%
<b>Juin</b>	0,36%	0,26%	0,03%	0,52%	0,24%	0,31%	0,08%	0,31%
<b>Juillet</b>	0,48%	1,12%	0,68%	0,71%	0,61%	0,09%	0,35%	0,67%
<b>Août</b>	1,93%	1,50%	-0,55%	0,43%	0,95%	0,18%	0,14%	1,01%
<b>Septembre</b>	0,87%	1,42%	0,24%	0,70%	0,17%	0,43%	-0,09%	0,76%
<b>Octobre</b>	0,56%	2,86%	0,89%	1,56%	0,58%	1,26%	0,13%	1,28%
<b>Novembre</b>	1,04%	6,27%	3,77%	1,45%	0,71%	1,07%	0,38%	2,65%

## II. Les tendances du commerce et de la consommation



**... qui pèse sur le panier de base...**

En novembre, les hausses enregistrées par le panier de base oscillent entre 3,82% à João Pessoa et 9,89% à Rio de Janeiro. Ainsi, **la hausse moyenne pour le pays est de 7,05% comparé à octobre 2001**. Le panier le plus cher est celui de Porto Alegre, à 161,58 reais. Il enregistre une hausse de 6,85% en novembre 2002 comparé à novembre 2001. Le panier le moins cher est celui de João Pessoa, à 116,71 reais. **Le prix moyen du panier de base est de 135,11 reais, soit 67,56% du salaire minimum brésilien (200 reais)**.

**Tab 2.13 : le coût et la variation du panier de base en novembre de 7 principales villes**

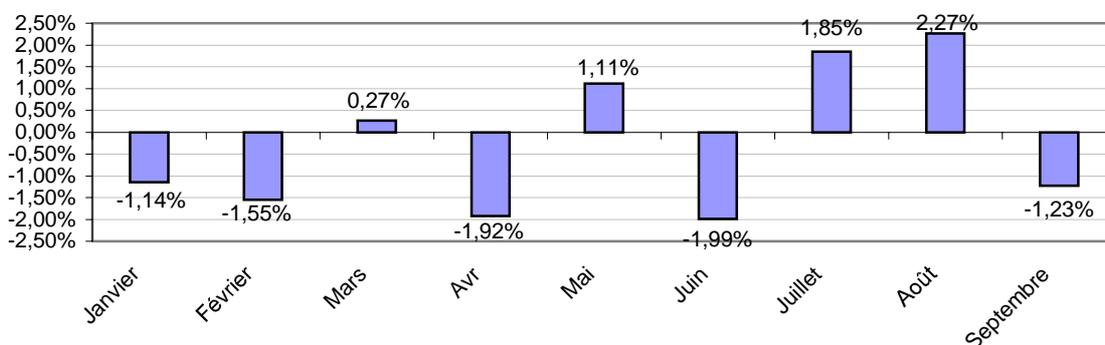
Ville	Panier en reais	Var./oct.02	Var. depuis janvier	Var annuelle	% du SMIC	Temps de travail nécessaire pour avoir accès au panier
Rio de Janeiro	148,05	9,89%	17,31%	18,27%	80,16%	162h51min
Curitiba	150,65	9,29%	15,29%	16%	81,56%	165h43min
São Paulo	154,74	8,88%	20,33%	21,57%	83,78%	170h13min
Brasilia	144,78	7,47%	13,92%	16,11%	78,39%	159h15min
Florianópolis	147,77	7,38%	15,59%	18,13%	80,01%	162h33min
Porto Alegre	161,58	6,85%	23,23%	27,04%	87,48%	177h44min
Belém	132,10	5,76%	19,73%	22,24%	71,52%	145h19min

**... et sur la consommation**

En septembre, les ventes au détail ont reculé de 1,23% / à septembre 2001, dû à la forte baisse enregistrée par les supermarchés (-6,02%). Ainsi, de janvier à septembre, les ventes ont reculé de 0,23% comparé à la même période 2001.

**Tab 2.14 : les variations des ventes en septembre par secteur**

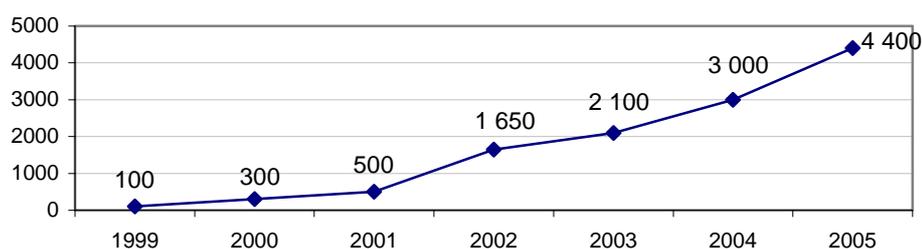
Secteur	Var/sept. 2001	Var janv-sept.02 / janv-sept01
Hypermarchés/supermarchés	-6,02%	-1,07%
Combustibles/Lubrifiants	+11,37%	+5,53%
Habillement/chaussures	+0,11%	-1,75%
Mobilier/électroménager	-0,86%	+0,92%
Autres articles à usage domestique	+1,93%	-1,36%
Motos/Autos/équipements	+0,52%	-18,69%

**Tab 2.15: les variations des ventes au détail depuis janvier, comparé au même mois 2001**

### **Noël sera-t-il digital ?**

Cette année, les ventes pour les fêtes de fin d'année devraient progresser de 3,5% à São Paulo et jusqu'à 18% à Rio de Janeiro. Ainsi, les Brésiliens semblent avoir anticipé les achats de Noël, puisque dès le premier jour de décembre, un dimanche, les magasins et shoppings enregistraient une hausse de leur fréquentation de 10% à 20% comparé au 1<sup>er</sup> dimanche de décembre 2001.

Mais les plus fortes hausses devraient être enregistrées par l'e-commerce. Ainsi, Submarino et Saraiva, 2 sites de vente on-line, enregistrent des hausses respectives de leurs ventes de 34% et de 75% comparé à la même période 2001. Pour l'année entière, les ventes on-line devraient atteindre 1,65 milliard de reais, soit une hausse de 230% !

**Tab 2.16 : évolution estimée des ventes on-line de 1999 à 2005 en millions de reais**

## Chili

### Un nouveau marquage des prix

Dès le 30 mars 2003, les supermarchés devront afficher la valeur par unité d'un produit. Cette mesure vise à augmenter la transparence des prix et, ainsi, aider le consommateur à faire son choix.

### Des données contrastées pour le détail

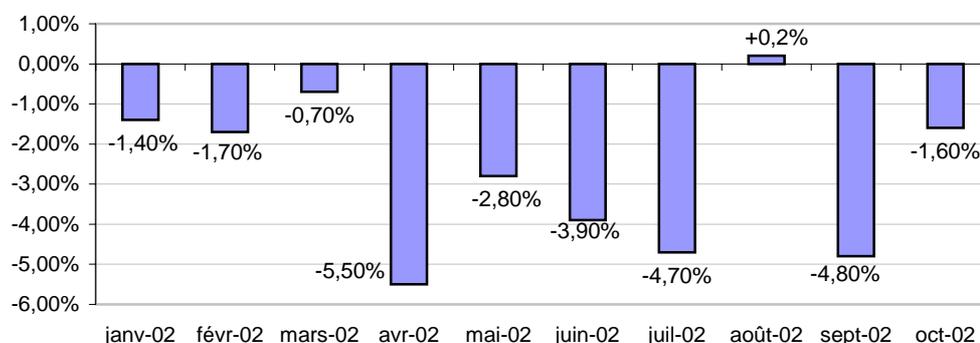
En octobre, selon la Confédération du Commerce de Détail et du Tourisme, les ventes au détail ont reculé de 1,6% comparé à octobre 2001, soit une baisse de 1,5% depuis janvier. En revanche, selon la Chambre, Nationale de Commerce, elles auraient progressé de 1,7%, soit le taux le plus élevé depuis février de cette année.

Ces différences s'expliquent par le fait que les 2 associations prennent en compte des données différentes. Ainsi, la Confédération du Commerce de Détail et du Tourisme prend habituellement en compte plus de segments que la CNC.

### Consommation toujours pas relancée dans les supermarchés

En octobre, selon l'Association des Supermarchés du Chili, les ventes des supermarchés ont reculé de 1,6% comparé à octobre 2001. C'est le 10<sup>ème</sup> mois consécutif de baisse (hormis août 2002). Ainsi, sur les 10 premiers mois, les ventes ont baissé de 2,7% comparé à la même période 2001.

**Tab 2.17 : variation des ventes des supers depuis janvier, comparé au même mois 2001**



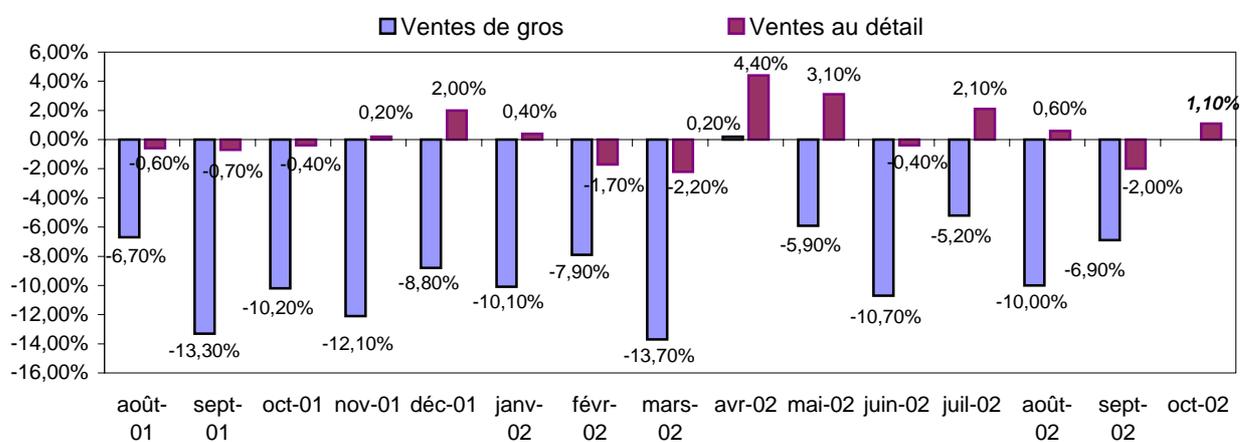
## Mexique

### Le point sur les ventes

En septembre, les **ventes de gros** ont chuté de 6,9% comparé à septembre 2001. La trajectoire continue sur sa pente descendante, handicapée par une faible consommation interne et par des exportations au ralenti. En termes de données corrigées des variations saisonnières, elles ont reculé de 2,59% comparé à la même période 2001. Par ailleurs, le nombre d'employés du secteur des grossistes a reculé de 1% alors que les salaires moyens progressaient de 2,1%.

Pour le **commerce de détail**, en septembre, les ventes ont reculé de 2% comparé à septembre 2001. Ce chiffre reflète une demande déprimée. Toutefois, septembre est traditionnellement un mois où la consommation ralentit. Sur le même mois, le nombre d'employés a reculé de 0,5% alors que les salaires moyens progressaient de 1,9%.

**Tab. 2.20 : Variation des ventes au détail et de gros (/au même mois de l'année d'avant)**



## Uruguay

### Baisse généralisée de la consommation...

Au 3<sup>ème</sup> trimestre, aucun secteur n'a été épargné par la baisse de la consommation. Rien d'étonnant, puisque entre janvier et octobre, les salaires réels ont accumulé une baisse de 18,53%.

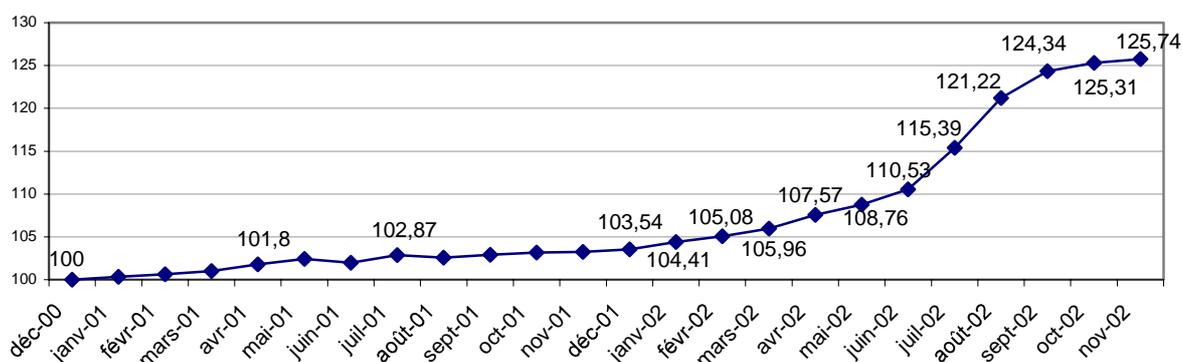
**Tab 2.23 : les baisses des ventes par segment au 3<sup>ème</sup> trimestre/même trimestre 2001**

<b>Camions</b>	-87,3%	<b>Tourisme Habillement</b>	De -20% à -29%
<b>Autos</b>	-77,6%	<b>Confiserie</b>	-18,6%
<b>Électroménager</b>	-63,3%	<b>Supermarchés*</b>	-13,4%*
<b>Bricolage ; Cosmétiques ; Chaussures ; Équipements auto/informatique</b>	De -30% à -37%	*Le secteur des supermarchés est celui qui emploie le plus de personnel (6 850 personnes) et qui compte le plus grand nombre de locaux (105 magasins).	

### ... et hausse des prix

En novembre, l'IPC est resté relativement stable dû à la parité entre l'inflation et la variation de change entre le peso uruguayen et le dollar. Ainsi, l'inflation de novembre a été de 0,43% et la devise américaine n'a progressé que de 0,47%, par rapport au peso. De janvier à novembre, l'Indice des Prix au Consommateur a progressé de 24,38% comparé à la même période 2001. Ainsi, l'inflation 2002 devrait tourner autour de 28% et celle de 2003 autour de 25%.

**Tab 2.24 : l'évolution de l'IPC depuis janvier 2001 : base 100=décembre 2000**



### **Le commentaire d'iFi**

Les fêtes de fin d'année ne devraient pas relancer la consommation. Ainsi, dans les **centres commerciaux**, on devrait s'attendre à une baisse des ventes de 20% comparé à 2001. Jusqu'à octobre, les ventes ont déjà accumulé une baisse de 45% comparé à janvier-octobre 2001. Pour l'ensemble du secteur des **cadeaux de Noël**, le recul devrait être de 15%.

**Par ailleurs, face aux menaces de grèves et de manifestations, les Vénézuéliens ont anticipé leurs achats de Noël à novembre.** Peut-être ce mois-ci verra-t-il un recul réduit comparé à novembre 2001, voire une embellie par rapport à octobre 2002. Toutefois cela n'aura rien à voir avec une éventuelle reprise, mais plutôt à la peur que génère l'instabilité économique et politique du pays.

### **... qui augmente le pessimisme**

---

---

Selon le dernier sondage de Consecomercio, 65,6% des commerçants pensent que les ventes du dernier trimestre 2002 vont diminuer, 13,9% pensent qu'il n'y aura pas de changement et 20,5% pensent qu'elles augmenteront. Par ailleurs, 78% des commerçants ont confirmé qu'ils n'avaient pas l'intention d'investir contre 28% qui envisagent d'investir.

### **Petits commerçants, exemptés de TVA**

---

---

Le Gouvernement a fait passer un décret pour que soient exonérés de TVA, les prestataires de services, les commerçants, les industriels... qui, en 2001 ou 2002, ont réalisé des opérations pour un montant inférieur ou égal à 3 000 *Unidades Tributarias* (UT), soit 44,4 millions de bolivars (environ 32 900 dollars).

# III. L'actualité des enseignes

## Argentine

---

### Guerre d'enseignes à Mendoza

---

---

Que cherche **Carrefour-Norte** quand il ouvre à Mendoza, en pleine période de crise, les 12 supermarchés qu'il avait acquis à la chaîne Metro ?

Avec ces 12 nouveaux supers, **la province de Mendoza compte 86 grandes surfaces**, pour 87 à Córdoba, province qui a 2 fois plus d'habitants. Pour certains, ces inaugurations s'expliquent par le fait que **Mendoza est, derrière Chubut, la province qui enregistre le plus grand nombre d'opérations/m<sup>2</sup> : 40,6** contre une moyenne nationale de 27,7. **Discutable**, car la consommation est toujours en crise et même si, comparé à 2001, le CA est en hausse en pesos, en dollars, il faut le diviser par un peu plus de 3. Toutefois, **les grands gagnants seront les consommateurs**. En effet, l'inévitable guerre des prix que se livrent les grandes chaînes présentes dans la zone fait de Mendoza la province où l'inflation est la plus faible du pays (voir partie 2 page 27). Ainsi, un des concurrents local de Carrefour sera la chaîne de **supermarchés Vea**, du groupe Ahold, qui détient actuellement 54% de parts de marché avec 29 magasins.

### Les livres de La Rural mobilisent les foules

---

---

La foire de livres et CD organisée par le centre des expositions La Rural a été visitée par plus de 10 000 personnes, dont plus de la moitié est repartie avec des achats. Ceux-ci ont profité, à l'approche de Noël, des avantages sur les prix. En effet, les 180 000 livres exposés et les CD mis en vente étaient proposés jusqu'à 30% ou 40% moins cher : des romans historiques à 12 pesos, des livres de marketing, de droit, des biographies... à 8 pesos, etc.. Dure concurrence pour les librairies et les grands magasins...

### ***L'hémorragie continue chez The Exxel Group***

---

---

Après avoir perdu Musimundo (magasins de livres et musique), Freddo (glaces), Latinstocks, la majorité des marques de vêtements groupés chez IBG et le contrat d'exclusivité de Mastercard en Argentine, le fonds d'investissement fondé par l'Uruguayen Juan Navarro vient de perdre Interbaires, la société qui contrôlait les duty free du groupe.

Ainsi, Intebaires passera entre les mains d'une des banques créditrices du fonds, la Deutsche Bank, en échange de l'abandon de la dette que The Exxel Group avait auprès de cet établissement. Ainsi, la Deutsche Bank contrôlera 80% d'Interbaires et les 20% restants seront toujours entre les mains de l'État. Interbaires avait été acheté par The Exxel Group en 1997, pour un montant de 605 millions de dollars.

Il y a à peine 2 ans, The Exxel Group contrôlait encore 73 entreprises en Argentine et ses actifs dépassaient les 4,8 milliards de dollars. Aujourd'hui, The Exxel Group ne compte plus qu'une douzaine d'entreprises, dont celle de courrier privé OCA (qui connaît d'importantes difficultés financières), le groupe alimentaire Fargo, la société textile IBG, propriétaire des marques Paula Cahen D'Anvers, Lacoste et Coniglio...

### ***Le Bon Marché du groupe Aranalfe***

---

---

Le groupe Aranalfe a inauguré son 1<sup>er</sup> magasin Au Bon Marché, sur le quai n°1 de Puerto Madero de Buenos Aires. Ce point de vente réunit dans un même local de plus de 1 000m<sup>2</sup> différentes marques de vêtements, dont Mimo & Co., Prune, Caro Cuore, Kosiuko, Giesso Hombre, Cuesta Blanca...

### ***Les jouets propres de Wal-Mart***

---

---

La chaîne a présenté en Argentine son concept de *megajugueterías*, des magasins de jouets « géants » qui proposeront plus de 2 000 produits nationaux et importés. L'incorporation de ces nouveaux espaces s'est accompagnée du lancement des marques propres de jouets de Wal-Mart, soit Kid Connection et les poupées Brittany. Par ailleurs, la chaîne a annoncé qu'elle rénoverait ses espaces consacrés au vin, pour y incorporer de nouveaux services.

### ***Une nouvelle librairie Yenny***

---

---

La chaîne de magasins de livres/musique, contrôlée par le groupe Isha, a investi 2 millions de dollars dans un magasin de 900m<sup>2</sup>, dans le shopping Alto Palermo (Alto Palermo). Ce nouvel établissement fonctionnera comme un magasin ancre.

### ***Une nouvelle marque dans le sport***

---

---

En plus des chaussures Merrell, le groupe Grimoldi commercialisera maintenant les vêtements de la même marque, pour concurrencer les 2 leaders du secteur du sport, Adidas et Nike et atteindre un chiffre d'affaires de 7 millions de pesos, soit une hausse de ses ventes de 15% en 2003. Grimoldi négocie avec plusieurs grandes chaînes, afin que les produits Merrell soient commercialisés dans plus de 250 points de vente argentins. Toutefois, pour appuyer le lancement de la marque, un magasin exclusif de la marque a été ouvert dans le shopping Galerías Pacífico, la galerie marchande de la rue La Florida de Buenos Aires.

Actuellement, Grimoldi compte 50 magasins, dont 45 propres et 5 franchises, et commercialise les marques Timberland, Hush Puppies, Kickers et Merrell. Cette année, son chiffre d'affaires devrait atteindre 50 millions de pesos.

La marque Merrell appartient au Nord-américain Wolverine, aussi propriétaire des marques Hush Puppies et Caterpillar, que commercialise également Grimoldi.

### ***Centres commerciaux : un projet à Pinamar...***

---

---

Au cœur d'une des stations balnéaires les plus huppées de la côte atlantique, l'architecte M. Bodas et le promoteur Interurban proposeront, fin décembre, un centre commercial de 16 magasins et 12 locaux, qui offriront les produits les plus demandés par les touristes qui fréquentent Pinamar. Ce projet, qui a demandé un investissement d'1,3 million de pesos, a été conçu au regard de la demande croissante des touristes, qui avaient auparavant l'habitude de fréquenter Pinamar seulement en été et qui, maintenant, sont présents tout au long de l'année.

### ***... et un autre à Luján***

---

---

Un projet a été relancé à l'entrée de la ville de Luján, une des zones les plus visitées du pays, avec le passage de quelques 6 millions de personnes par an. Luján est, en effet, l'un des lieux de pèlerinage les plus vénérés du pays. Une zone commerciale devrait y être créée, sur 65 ha. Des terrains à partir de 2 500m<sup>2</sup> sont proposés, au prix de 30/40 pesos par m<sup>2</sup>, pour l'implantation de restaurants, d'hôtels, de centres commerciaux, de parcs d'attractions...

---

## Brésil

---

### ***Un panier de base pour 155,33 reais***

---

---

L'enseigne Extra, du groupe Pão de Açúcar, propose un panier de base de 31 produits vendus au prix de décembre 2001, soit 155,33 reais. Aux prix relevés fin novembre, ce même panier coûterait 199,84 reais.

Cette opération a été lancée suite à des négociations avec les fournisseurs de la chaîne.

Une stratégie équivalente est déjà utilisée par Carrefour, qui a basé sa politique sur la vente de produits « premier prix », coûtant jusqu'à 60% de moins que la moyenne.

### ***Plus de fréquentations dans les shoppings cariocas***

---

---

L'optimisme prévaut chez les commerçants brésiliens. Ainsi, Saara, une association des commerçants de 11 rues du centre de Rio de Janeiro, table sur une hausse des ventes de 18% comparé à Noël 2001. Même optimisme pour les magasins des centres commerciaux de la ville, qui prévoient une hausse de leurs ventes de 10% à 18%.

Dans tous les cas, l'affluence enregistrée le dimanche 1<sup>er</sup> décembre ne dément pas ces prévisions. On estime à 500 000 le nombre de clients des membres de Saara, à 180 000 le nombre de personnes à être passées par le Barra Shopping (10% de plus qu'en 2001), à 290 000 le nombre de visiteurs du Norte Shopping (+20% comparé à 2001). Les autres shoppings ont estimé à 10%-15% la hausse de la fréquentation comparé à la même période 2001.

#### ***🗣️ Le commentaire d'iFi***

Il est intéressant de noter que, alors que Rio de Janeiro compte, environ, 5 millions d'habitants, sa banlieue forme une véritable métropole de plus de 13 millions de consommateurs.

### ***Pão de Açúcar lance sa marque propre***

---

---

La chaîne de supermarchés de la famille Diniz lance, dans un premier temps, 43 produits en marque propre, incluant des plats préparés, des surgelés et des plats importés. Pão de Açúcar innove, car les articles seront des **produits premium**, grâce auxquels l'enseigne veut proposer une offre différenciée pour fidéliser la clientèle. Ces produits seront, en moyenne, de 10% à 15% moins chers que les mêmes produits des autres marques.

Dès l'an prochain, la marque propre Pão de Açúcar devrait également proposer des articles du panier de base, comme du riz, du sucre, des feijão (haricots)... Par ailleurs, de 43 produits, l'offre devrait s'élargir à 80 articles d'ici fin 2002 et à 150 en 2003.

D'ici 2005, les marques propres devraient représenter 15% du CA de Pão de Açúcar, contre 4,5%-5% actuellement.

### ***Plus de décorations pour les shoppings paulistas***

---

---

Pour attirer la clientèle, les shoppings de São Paulo n'ont pas hésité à investir en décorations. Ainsi, le Center Norte a investi 1,5 million de reais, le shopping Tatuapé a fait faire sa décoration par le styliste-décorateur Mauricio de Souza, le Rede Nacional de Shopping Center (Renasce), a investi 15 millions de reais dans les shoppings de Morumbi, d'Anália Franco et de Barra Shopping (Rio) ...

### ***Home Leader, le nouveau rayon de leader Magazine***

---

---

Leader Magazine lancera, en 2003, Home Leader, une nouvelle section sous le format grand magasin, qui proposera articles pour la cuisine, la salle de bain... Les Home Leader seront implantés dans les filiales déjà existantes de Leader Magazine, dont Vila Velha, Tijuca et Uruguaiana dès le mois d'avril. Ainsi, ces magasins s'agrandiront de 1 000m<sup>2</sup> pour accueillir ce nouveau rayon.

---

## Chili

---

### Les parts de marché des différentes chaînes

---

---

Depuis 1998, les supermarchés ont investi 1,125 milliard de dollars pour se développer. Ainsi, **Jumbo** et **D&S** se sont tournés vers des méga-formats alors que **Unimarc** et **Santa Isabel** privilégiaient un format plus traditionnel.

**D&S**, qui opère sous les enseignes Ekono, Almac, Líder et Líder Vecino, est passé de 20,23% de parts de marché en 1997 à 29,97% de parts de marché en septembre 2002. La chaîne compte 62 magasins et l'enseigne phare du groupe est Líder, qui concentre 24,61% de parts de marché. **Jumbo** a compté, jusqu'en 2001, 4 magasins, pour ensuite commencer à sa développer et arriver à 7 points de vente en septembre 2002. Sa participation est passée de 7,37% en 1997 à 8,83% en septembre 2002.

En revanche, la chaîne **Santa Isabel**, contrôlée par Ahold, est descendue de 13,1% de parts de marché en 1997 à 9,52% en septembre 2002. Son nouveau format d'hypermarchés TOPS devrait cependant renverser la tendance. Mais la plus forte chute a été enregistrée par **Unimarc**, qui est passé de 8,01% de parts de marché en 1997 à 3,71% en 2002, juste devant **Montserrat**, qui maintient sa participation à 3,11%.

### D&S affronte ses fournisseurs...

---

---

**Nestlé** a été rejoint dans sa guerre contre D&S par les autres fournisseurs de la chaîne qui ont menacé de ne plus livrer les magasins Líder, Ekono, Almac, si D&S ne revenait pas sur certaines clauses de ses contrats. Des pressions qui ont fait céder la chaîne qui devrait retirer des contrats les clauses suivantes : la rentabilité minimum pour les produits, l'achat des produits de 2,5% à 5% moins cher que les prix moyens du marché, le financement des campagnes de promotion de 30% et plus par les fournisseurs...

### ... et arrive à un accord avec Nautika

---

---

Fournisseur de D&S, le fabricant d'articles pour les activités extérieures est arrivé à un accord avec la chaîne de supermarchés. Nautika reconnaît que les clauses imposées par D&S sont complexes, mais fait prévaloir, surtout, l'importance de l'impact que sa présence dans les rayons de D&S a sur son chiffre d'affaires.

### ***De nouveaux Sodimac en 2003***

---

Le plan d'investissement 2003 de la chaîne de *homecenters* prévoit de destiner 100 millions de dollars à l'ouverture de 6 nouveaux magasins et d'un centre de distribution. Ce dernier serait achevé d'ici 2 ans et 20 millions de dollars y seront investis. Quant aux nouveaux magasins, 3 seront situés à Santiago et les 3 autres en province, dont Chillán et Temuco. Par ailleurs, la chaîne prévoit aussi de rénover quelques-uns de ces magasins pour y inclure l'enseigne **Botánica**, spécialisé dans la vente au public d'articles pour le jardin.

Début décembre, Sodimac a inauguré le 50<sup>ème</sup> magasin de la chaîne, à Peñalolén-La Florida. Celui-ci s'étend sur 20 000m<sup>2</sup> et réunit les 3 rayons de Sodimac : le homecenter, le jardinage et la construction. 25 millions de dollars y ont été investis.

Par ailleurs, Sodimac continue son expansion au Mexique, au Brésil, en Argentine et en Colombie, où il devrait ouvrir un magasin qui a demandé 15 millions de dollars d'investissement.

### ***Unimarc arrive à un accord avec KFW***

---

La chaîne de supermarchés est arrivée à un accord avec la banque allemande qui, en juin dernier, avait demandé sa faillite pour défaut de paiement (KFW réclamait 2 millions de dollars, sur une dette totale de 5,3 millions de dollars). Ainsi, par le biais d'un Contrat de Transaction et de Désistement d'Actions, Unimarc a renégocié sur 3 ans le rééchelonnement de sa dette, à un taux, qui plus est, préférentiel. Par ailleurs, KFW se chargera de toutes les dépenses afférentes. En échange, Unimarc retirera toutes les plaintes déposées contre la banque allemande, considérant son action illégale. **Rappel** : la demande de mise en faillite par KFW était tombée en même temps que la State Street Bank demandait à Unimarc le paiement de 100 millions de dollars et que la Case Corporation demandait également la mise en faillite de la chaîne.

### ***Les centres commerciaux d'Inmobiliaria Maulén***

---

Le promoteur immobilier a décidé d'élargir son champ d'action et investira 260 000 UF, soit environ 435,6 millions de dollars, dans un centre commercial de services situé à la station de métro Escuela Militar, dans la commune de Las Condes. Ce centre comptera un magasin ancre de 880 m<sup>2</sup>, 6 autres magasins de 180m<sup>2</sup> chacun et un parking de 350 places sur 5 niveaux de souterrains.

---

## Mexique

---

### ***Comerci reprendrait les magasins d'Auchan***

---

---

La 2<sup>nd</sup>e chaîne de ventes au détail du pays devrait payer près de 91 millions de dollars sur 5 ans pour acquérir les actifs d'Auchan au Mexique, soit 5 magasins, dont 4 à Mexico et sa banlieue, et un centre commercial. Ces magasins, qui passeraient sous l'enseigne Mega, permettront à Comerci d'augmenter ses ventes et sa surface de vente de 5%.

Comerci a, par ailleurs, inauguré son 27<sup>ème</sup> hypermarché Mega, à Celaya (Guanajuato) et a remporté l'appel d'offres de la ville de Mexico pour l'octroi de bons-cadeaux à ses employés, soit un contrat de 1,45 milliard de dollars.

Actuellement, Comerci compte **175 magasins** sur tout le territoire national, dont 73 Comercial Mexicana (CM), 37 Bodega CM, 27 Mega CM, 18 Sumesa, 20 Costco-Price (en association avec le groupe nord-américain) et 53 restaurants California. En 2003, Comerci devrait investir **135 millions de dollars dans l'ouverture de 17 unités**, soit 1 Comercial Mexicana, 1 Bodega, 2 Mega, 1 Sumesa, 4 Costco, et 8 restaurants. Par ailleurs, Comerci est en train de construire son **centre de distribution**, qui devrait être achevé fin 2002. Grâce à ce centre, les produits seront centralisés à 65% contre 20% actuellement.

D'un point de vue stratégique, Comerci a suivi Wal-Mart et propose, également, des **prix bas tous les jours**. Pour l'instant, cette opération n'a pas réussi à faire augmenter les ventes mais a, en revanche, fait baisser les marges. Il faut du temps pour changer la vision qu'ont les consommateurs sur une enseigne... Comerci conserve, tout de même, 12,4% de parts de marché, derrière Wal-Mart.

### ***Elektra réussit le lancement du Banco Azteca***

---

---

Dans les 2 premières semaines d'opérations du Banco Azteca, 84 000 comptes épargne ont été ouverts, avec un apport moyen de 500 pesos chacun. Ainsi, ces nouveaux comptes de la branche bancaire de la chaîne d'électroménager représentent 10% des 830 000 comptes du Banco Serfín, que Banco Azteca a pris sous son contrôle.

### ***Gigante ouvre ses premiers Price Smart***

---

---

Mi-novembre, Gigante et le Nord-américain Price Smart ont ouvert leurs 2 premiers clubs Price Smart à Irapuato et à Celaya, dans l'État de Guanajuato. Le prochain Price Smart devrait ouvrir à Querétaro, au 1<sup>er</sup> trimestre 2003.

Fin septembre, Gigante comptait 106 magasins Gigante, 64 Super G, 41 Super Precio, 55 Bodegas Gigante, 75 Radio Shack et 72 Office Depot, soit une surface de vente de 1,12 million de m<sup>2</sup>. Gigante a, également, 42 restaurants, soit 9 220 couverts. Malgré ces ouvertures, les ventes ne devraient croître que de 0,6% comparé à 2001. En 2002, le groupe a investi 130 millions de dollars dans l'ouverture de 6 magasins en libre service, de 65 restaurants et de 4 Office Depot, soit une hausse de 7% de la surface de vente. Par ailleurs, son implantation aux Etats-Unis semble avoir réussi, ses magasins bénéficiant d'une bonne image parmi la population hispanophone.

### ***Fragua : bonne année 2002***

---

---

Cette année, la chaîne de pharmacies prévoit d'augmenter ses ventes de 17% comparé à 2001. L'année devrait se clôturer avec 270 points de vente, Fragua maintenant son rythme d'ouverture d'une filiale tous les 10 jours. Toutefois, les marges du groupe devraient être en baisse, dû à la guerre des prix livrée dans le secteur.

---

## Uruguay

---

### ***Manzanares sous administration judiciaire***

---

---

Les fournisseurs de la chaîne de supermarchés contrôlé par la chaîne Disco demanderaient sa mise en faillite et l'intervention de la Justice. Ceux-ci refusent en effet l'accord que propose Manzanares concernant le paiement de son passif.

**Rappel des faits** : La crise bancaire et la libéralisation du marché de changes qui a entraîné la dévaluation du peso uruguayen sont à l'origine des difficultés financières de cette chaîne traditionnelle de supermarchés. En effet, Manzanares s'est présenté aux tribunaux avec un passif de 18 millions de dollars, victime de la suspension des activités de certaines institutions bancaires du pays et de la hausse des prix de gros qui n'a pu être répercutée sur les prix de vente au public.

Du total du passif, 4 millions de dollars correspondent aux fournisseurs, 8 millions de dollars à des créanciers financiers et le solde au groupe Disco, l'enseigne agissant en tant que centrale d'achat.

Après une longue période de difficultés, en avril 2001, « **Manzanares, la marca propia de los uruguayos** » (la marque propre des Uruguayens selon le slogan), avait été rachetée par le groupe Peirano. Les nouveaux propriétaires ont misé sur l'augmentation des points de vente et le développement des rayons (viande, pain/viennoiserie, fruits et légumes, espace traiteur...) ainsi que sur le développement d'une ligne de 200 produits en marque propre. 3 millions de dollars + 300 000 dollars pour la campagne publicitaire avaient été investis.

Lors de l'achat par le groupe Peirano, Manzanares avait déjà un passif de 11,8 millions de dollars. Après 18 mois de gestion, Manzanares contrôle 52 magasins et emploie 1 084 personnes. **Dans son plan de restructuration, Manzanares a décidé de fermer 20 de ses 52 magasins.**