

Amérique Latine - DISTRIBUTION

Étude mensuelle

Octobre 2002 - N° 68



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>Les débats sur l'intégration régionale</i>	<i>1</i>
<i>La réunion du 1^{er} novembre 2002</i>	<i>2</i>
<i>Une année difficile</i>	<i>3</i>
☛ Le commentaire d'iFi	3
ARGENTINE	4
<i>Un point important : les exportations</i>	<i>4</i>
<i>Le PIB égal à l'argent non déclaré !.....</i>	<i>4</i>
<i>Baisse de quelques impôts.....</i>	<i>4</i>
<i>Un nouvel indice de réajustement</i>	<i>5</i>
<i>De plus en plus endetté.....</i>	<i>5</i>
<i>Manque de confiance</i>	<i>5</i>
<i>Boom de l'économie parallèle... ..</i>	<i>6</i>
<i>... qui favorise l'évasion fiscale</i>	<i>6</i>
<i>Perte du pouvoir d'achat</i>	<i>7</i>
<i>Le portefeuille des bonaerenses</i>	<i>7</i>
Tab1-1 : les revenus des foyers de Buenos Aires et de sa banlieue.....	7
<i>L'inflation ralentit-elle ?.....</i>	<i>8</i>
<i>Investissement négatif</i>	<i>8</i>
☛ Le commentaire d'iFi: conclusion sur le cas argentin	8
BRÉSIL	9
<i>L'opinion d'iFi sur les 8 années de FHC.....</i>	<i>9</i>
L'héritage Cardoso	9
Tab. 1-2 : le bilan des indices macro-économiques.....	10
Le lourd héritage du prochain gouvernement.....	10
« L'effet Lula »	11
<i>Les soutiens de « Lula »</i>	<i>12</i>
<i>Le PIB sauvé par les exportations... ..</i>	<i>12</i>
<i>... et compromis par la hausse du dollar</i>	<i>12</i>
<i>Un dollar très haut</i>	<i>12</i>
<i>Un scénario (trop) idéal.....</i>	<i>13</i>
<i>Le milieu d'affaires et les élections</i>	<i>13</i>
<i>Qui sont les milliardaires brésiliens ?.....</i>	<i>13</i>
<i>Trop de travail précaire</i>	<i>13</i>
☛ Le commentaire d'iFi	14
<i>M&A en panne</i>	<i>14</i>
Tab. 1-3 : les M&A en chiffres	14
<i>Hausse de l'inflation</i>	<i>14</i>
CHILI	15
<i>Un budget austère ?</i>	<i>15</i>
<i>Des chiffres moins bons.....</i>	<i>15</i>
<i>Moins de faillites</i>	<i>15</i>
<i>L'attrait du Brésil.....</i>	<i>15</i>
<i>Une exception dans le Continent ?.....</i>	<i>16</i>
☛ Le commentaire d'iFi	16
<i>L'assurance chômage obligatoire.....</i>	<i>16</i>

MEXIQUE	17
<i>Les perspectives 2002 et 2003</i>	17
<i>Le coût de la dette</i>	17
<i>Les revenus de l'impôt sur le luxe</i>	18
<i>Les transferts des émigrés</i>	18
<i>Trop dépendant des États-Unis</i>	18
Tab. 1-4 : Palmarès des groupes exportateurs étrangers basés au Mexique (en milliards de dollars en 2000).....	19
<i>SMIC en perte de vitesse</i>	19
<i>Feu rouge pour l'emploi</i>	19
URUGUAY.....	20
<i>Le top 10 des exportateurs</i>	20
<i>...et des importateurs</i>	20
<i>Dévaluation ralentie</i>	20
<i>L'impact de l'inflation</i>	21
<i>Hausse des faillites</i>	21
<i>...et du chômage</i>	21
II. LES TENDANCES DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION.....	22
ARGENTINE	22
<i>Une inflation un peu moins pesante, mais toujours présente</i>	22
☛ Le commentaire d'iFi	23
Tab. 2-1 : inflation générale depuis janvier, comparé au mois précédent.....	23
<i>Toujours plus de pauvreté</i>	23
Tab 2.2 : les prix de la « <i>canasta básica</i> » (alimentation et total) depuis décembre 2001 (en pesos) pour 2 adultes et 2 enfants (âgés entre 5 et 8 ans)	24
Tab 2.3 : les prix de la « <i>canasta básica</i> » (alimentation et total) depuis septembre 2001 (en pesos) pour 1 adulte de référence.....	24
<i>Consommation d'août : une moindre baisse dans les supermarchés</i>	25
Tab. 2.4: variation des ventes en volume et en valeur des supermarchés depuis janv.2001	25
<i>Les hypermarchés et les supermarchés ont moins de clients</i>	26
Tab 2.5 : la fréquentation des enseignes à Buenos Aires et sa banlieue	26
<i>Les touristes d'août sauvent les shoppings</i>	27
Tab. 2.6 : évolution de la facturation des shoppings depuis janvier 2001	27
<i>Les nouvelles habitudes de consommation des Argentins</i>	28
Tab 2.7 : le prix et la marque lors de la décision d'achat, évolution des comportements.....	29
Tab 2.8 : variation de la consommation an quantité et en qualité depuis fin 2001 en %	29
<i>Faillites en chaîne</i>	29
<i>Le retour du crédit</i>	30
BRÉSIL	31
<i>Les profil des centres commerciaux</i>	31
<i>Prix en hausse</i>	31
Tab. 2-9 : l'évolution de l'indice des prix à Rio de Janeiro	32
<i>Les élections boostent les ventes</i>	32
<i>De moins en moins de produits importés</i>	33
<i>La Fête l'Enfant ne relève pas l'optimisme</i>	33
CHILI.....	34
<i>La consommation repart légèrement</i>	34
Tab 2.10 : variation des ventes des supers depuis janvier, comparé au même mois 2001	34
<i>Des consommateurs pessimistes</i>	34
<i>Baisse du pouvoir d'achat</i>	35
MEXIQUE	35
<i>Ventes : détail en hausse et gros en baisse</i>	35
Tab. 2.11 : Variation des ventes au détail et de gros (/au même mois de l'année d'avant)	36
☛ Le commentaire d'iFi	36
<i>Les résultats de l'Antad</i>	36
URUGUAY.....	36
<i>Des prix de gros en baisse</i>	36

III. L'ACTUALITÉ DES ENSEIGNES	37
ARGENTINE	37
<i>Un local « cordobés » pour Maxiconsumo</i>	37
<i>Des pharmacies mexicaines à Córdoba</i>	37
☛ Le commentaire d'iFi	37
<i>Campagne en faveur des « cartoneros »</i>	38
☛ Le commentaire d'iFi	38
Rappel de l'enquête rapportée dans l'Étude de septembre-n°67	38
<i>Gatic : un monde à l'envers</i>	38
<i>Jumbo change de format</i>	39
<i>Falabella remplace Zara</i>	39
<i>Un nouveau centre de distribution pour Wal-Mart</i>	39
<i>Buró au Chili, au Pérou et au Brésil</i>	40
<i>Un stade et un centre commercial</i>	40
BRÉSIL	41
<i>Curitiba attire les investisseurs</i>	41
<i>Sonae prévoit aussi d'être à Santo Amaro</i>	41
<i>« Apoio » en vente</i>	42
<i>Des supermarchés de plantes</i>	42
☛ Le commentaire d'iFi	42
<i>Les services bancaires de Bompreço</i>	42
<i>Un nouveau magasin pour Sonda</i>	43
<i>Que devient Marthino Paiva Moreira ?</i>	43
<i>Royal Ahold s'empare d'une partie de Lusitana</i>	43
<i>Drogão mise sur la publicité</i>	43
CHILI	44
<i>Les locomotives du Florida Center</i>	44
<i>Les autres projets de La Polar</i>	44
... <i>et ceux de Ripley</i>	45
<i>Almacenes Paris s'étend</i>	45
Fiche d'identité d'Almacenes Paris	46
<i>Les crédits de Cencosud</i>	46
<i>Corona ne misera pas sur Santiago</i>	46
<i>Les hard discounts de Ribeiro</i>	47
<i>Falabella inscrit Tottus</i>	47
<i>Un styliste dominicain au Chili</i>	47
<i>Central Restaurantes vise le Pérou</i>	47
<i>Le poids de la distribution</i>	47
MEXIQUE	48
<i>Wal-Mart quitte l'Antad</i>	48
Tab.3-1 : un bon premier semestre pour Walmex (en dollars)	48
<i>Les résultats de Soriana</i>	48
Tab. 3-2 : la croissance de Soriana de 2000 à 2003	49
<i>Tab. 3-4 : les résultats 2001 des 4 grandes chaînes</i>	49
<i>Office Depot à El Salvador et au Costa Ricar</i>	50
<i>Les clubs de Comerci</i>	50
URUGUAY	51
<i>Candy s'implante à Carrasco</i>	51
<i>Les déboires économiques de Mosca Hermanos</i>	51
<i>Une Lolita uruguayenne à l'international</i>	51

I. La conjoncture et l'environnement économique

Amérique Latine

Les débats sur l'intégration régionale

D'abord le **Mercosur** et ensuite l'**ALCA** seront au rendez-vous de toutes les réunions des équipes gouvernementales issues des **élections** très proches comme en **Argentine** (mars 2003) ou en cours au **Brésil** et en **Équateur** où, en octobre, les habitants sont appelés à élire, respectivement, un successeur à Fernando Henrique Cardoso et à Gustavo Noboa. L'Équateur, faisant partie de la Communauté Andine des Nations-CAN, participe aux discussions avec les autres membres (Colombie, Venezuela, Pérou et Bolivie) pour la rédaction d'un document sur les taux extérieurs communs de ce bloc de pays.

L'association entre le Brésil, l'Argentine, l'Uruguay et le Paraguay a été mise à mal par les difficultés politico-économiques nées à l'intérieur de chaque pays.

Il ne faut pas oublier que le traité d'Asunción, fixant une union douanière entre ces 4 pays, a été signé à peine quelques jours après l'éclatement de la crise du Mexique (décembre 1994) connue pour son effet « *tequila* » tout au long de 1995. Dans les faits, l'accord qui donnait naissance au **Mercosur** rapprochait surtout le plan économique argentin, avec sa **convertibilité**, et le plan économique brésilien, avec le **Plano Real**.

Entre 1996 et 1999, les deux pays ont largement bénéficié de la liquidité des marchés internationaux, y compris après la crise asiatique de 1997 et ce jusqu'à la crise russe de 1998, où les capitaux ont commencé à se retirer du Brésil et de l'Argentine par mesure de prudence.

Le suite de l'histoire a été ponctuée par la dévaluation du real brésilien en 2000 et la déclaration du *default* argentin fin 2001. Ces deux faits ont remis en question

bon nombre de mécanismes pour favoriser les échanges entre les membres du Mercosur, surtout entre l'Argentine et le Brésil. Les ajustements économiques de l'un et de l'autre ont fait perdre beaucoup d'avantages respectifs provoquant une réaction de protection vis-à-vis de leurs marchés et de leurs productions.

Finalement, en septembre, Fernando Henrique Cardoso et Eduardo Duhalde se sont réunis pour resserrer les liens commerciaux, surtout dans le secteur automobile, et pour réaffirmer le caractère irréversible de l'intégration des pays membres du Mercosur.

Cette réaffirmation est la plate-forme indispensable pour la prochaine rencontre sur l'ALCA, l'aire de libre commerce des Amériques prévue en avril 2003.

Avant cette échéance, en octobre, les pays membres du Mercosur devront statuer sur le Tarif Externe Commun-TEC afin de fixer les taux appliqués aux importations, pour les communiquer aux négociateurs de l'ALCA. Ces taux vont servir de base pour la libéralisation graduelle des marchés des Amériques.

La réunion du 1^{er} novembre 2002

Quelques jours après l'élection du nouveau président brésilien, les mandataires des 34 pays d'Amérique Latine se réuniront à Quito pour formuler les normes de base pour la libéralisation graduelle du commerce entre leur pays respectifs. Le processus prévoit une période de transition de 10 ans.

Bien que non décisive, la rencontre de Quito sera une nouvelle étape où les États-Unis et les membres du Mercosur mesureront leurs différentes approches.

Les États-Unis veulent imposer que les négociations pour l'accès aux marchés nationaux soient faites de façon bilatérale pouvant, ainsi, fixer des normes particulières à chaque cas. Le Mercosur, par la voix du Brésil, souhaite inclure la clause de la nation la plus favorisée applicable à toute la Région afin d'éviter toute discrimination de la part des États-unis.

Attention : le candidat en tête des élections présidentielles au Brésil, Luiz da Silva, se dit prêt à utiliser tous les moyens et toute la force pour défendre les intérêts du pays ainsi que ceux du Mercosur.

Une année difficile

Tous les pays du Continent souffrent des conditions économique exécrables. La crise **argentine** à entraîné dans son sillage l'**Uruguay** et a nuit au **Brésil**. Moins connu, le **Paraguay**, autre pays membre du Mercosur, connaît des moments politiques et économiques très difficiles.

Le **Chili**, malgré son apparente immunité face aux dérapages de son voisin argentin, pourrait souffrir de la perte de compétitivité face à la dévaluation du peso argentin et du real brésilien, par exemple.

Au **Mexique** et au **Pérou**, le contexte semble moins préoccupant et plus éloigné des crises voisines. En revanche, en **Colombie** et au **Venezuela**, l'environnement politique reste très tendu avec toutes les conséquences prévisibles sur le développement de la vie économique.

Au total, pour 2002, le FMI prévoit une croissance en baisse de 0,6% pour tout le Continent. Cette situation devrait s'améliorer en 2003, avec +2%, si tout va bien...

Le commentaire d'i F i

Finalement, la communauté internationale a reconnu que l'étendue et l'influence de la crise argentine sur ses voisins et partenaires ont été sous-estimées. Cette constatation a été faite plus de 6 mois après la déclaration du *default*. Ainsi, le rapport sur le Panorama Économique Global des Nations Unies reconnaît que la paralysie du système financier argentin et la dépression généralisée de l'activité économique du pays devaient forcément toucher ses partenaires commerciaux, surtout le Brésil, pays supportant une très lourde dette externe et qui rentre dans une période d'incertitudes politiques suite aux élections présidentielles d'octobre.

Argentine

Un point important : les exportations

Selon le FMI, en 2001, l'Argentine a exporté pour un montant de 26,66 milliards de dollars soit l'équivalent de **735,9 dollars par habitant**. À titre de comparaison, l'Australie exporte 3 266,6 dollars par habitant et le Mexique 1 558 dollars par habitant.

À noter : les taxes sur les exportations argentines rapportent 3,24 milliards de dollars à l'État, soit 20% de plus que la collecte des impôts sur le revenu des Argentins ou l'équivalent de 50% de la TVA du pays.

Le PIB égal à l'argent non déclaré !

Selon le Banco Credicoop, les actifs du secteur privé argentin placés à l'étranger (comptes bancaires, titres, etc.) représentent 106,5 milliards de dollars environ soit un chiffre supérieur au PIB du pays, estimé actuellement à 100 milliards de dollars.

L'argent qui dort dans les coffres forts est estimé à 28 milliards de dollars et, selon la banque, ce chiffre augmente tous les ans.

Rappel : au premier semestre 2002, le PIB argentin a reculé de 14,9% comparé au même semestre 2001. Au second trimestre, la chute a été de 13,6% par rapport au même trimestre 2001. Juin est le 15^{ème} mois consécutif de baisse du PIB, soit la plus longue période de récession de l'histoire argentine.

Baisse de quelques impôts

Les autorités auraient décidé d'alléger l'imposition de quelques secteurs économiques touchés par la récession. Ainsi, les impôts sur le logement et l'automobile devraient bénéficier de mesures fiscales afin de promouvoir l'activité du BTP et de l'industrie de l'automobile via le remboursement de la TVA, par exemple. Le secteur automobile réclame près de 325 millions de dollars.

Un nouvel indice de réajustement

À partir d'octobre, le **Coeficiente de Estabilización de Referencia-CER** est remplacé par le **Coeficiente de Variación de Salarios-CVS**. Ce nouveau coefficient est destiné à réajuster les mensualités des prêts en dollars qui ont été transformés en pesos avant le 6 février 2002 : emprunts hypothécaires pour l'habitation principale, prêts personnels jusqu'à 12 000 dollars et prêts sur gage jusqu'à 30 000 dollars.

Le calcul du nouvel indice est basé sur une enquête nationale faite par l'INDEC sur le niveau des salaires des secteurs privé et public. L'indice d'octobre sera connu au cours de la dernière semaine de novembre.

De plus en plus endetté

Entre mars et juin 2002, la dette du pays est passée de 112,61 milliards de dollars à 114,57 milliards de dollars, ce qui représente une hausse de 1,73% en trois mois. Par cette augmentation, produite dans un moment de contraction économique, le poids de la dette par rapport au PIB est passé de 123% en mars à 130,4% en juin. Les impayés du pays (le *default* a été déclaré par Rodríguez Saá en décembre 2001) s'élèvent à 5,26 milliards de dollars en principal et les intérêts à 2,22 milliards de dollars.

La dette auprès des organismes internationaux représente 31,7 milliards de dollars dont 14,33 milliards de dollars auprès du FMI. **Les échéances auprès des organismes internationaux et officiels du dernier trimestre 2002 représentent 2,04 milliards de dollars et celles du premier semestre 2003 à 7,03 milliards de dollars.**

Manque de confiance

Malgré toutes les richesses du pays, qui pourraient assurer son développement, les Argentins manquent toujours de confiance en leur pays. Il suffit de constater que ses habitants choisissent des devises étrangères au moment d'épargner. Comble du paradoxe, au moment de la dévaluation, 60% de la dette était détenue par les Argentins en devises étrangères. Ainsi, lors de la dévaluation, l'État argentin et les responsables du gouvernement ont porté préjudice aux épargnants locaux toujours plus confiants dans le dollar que dans le peso national...

Boom de l'économie parallèle...

Selon le FIEL, dans le contexte actuel, l'économie au noir représenterait près de 50% du total contre une moyenne historique de 30%.

À la partie visible du phénomène, le troc, la collecte de papier, la vente à la sauvette... s'ajoute la non émission de factures, l'évasion d'impôts, l'utilisation de devises non déclarées... Sans perdre de vue le fait que près de 40% des salariés ne sont pas dûment enregistrés par leurs employeurs. En effet, les salaires sont payés au noir avec de l'argent non déclaré obtenu via des ventes non imposées ... et ainsi de suite.

Autre aspect : les fonds déposés dans les banques (comptes courants et livrets d'épargne) par les particuliers et les entreprises sont au niveaux des années 80. En effet, les transactions réglées par chèque ou par cartes bancaires sont extrêmement basses à cause du gel des dépôts et de la méfiance généralisée que la mesure a suscité auprès de la clientèle des banques.

... qui favorise l'évasion fiscale

Plus la récession s'aggrave et perdure, plus les contribuables argentins cherchent à frauder le fisc.

Selon l'AFIP, avant la dévaluation du peso, la fraude pour le paiement de la TVA était estimée à 17 milliards de pesos (même somme en dollars à l'époque) annuels, celle pour l'impôt sur la richesse (ISF local) à 2 milliards de pesos/dollars, pour les charges patronales à 4 milliards de pesos/dollars, pour l'impôt sur le revenu à 5 milliards de pesos/dollars et la contrebande faisait perdre au fisc près de 4,5 milliards de pesos/dollars.

Au total, l'évasion annuelle tournait autour de 30 milliards de pesos/dollars.

Actuellement, le manque de financement à cause des taux élevés entraîne l'apparition de nouvelles méthodes de fraudes. La situation est plus grave chez les travailleurs autonomes : le manque de crédibilité du gouvernement favorise la tentation de ne pas payer les impôts dus.

Rappel : dans le pays le taux de TVA est de 21% et celui des l'IR de 35%.

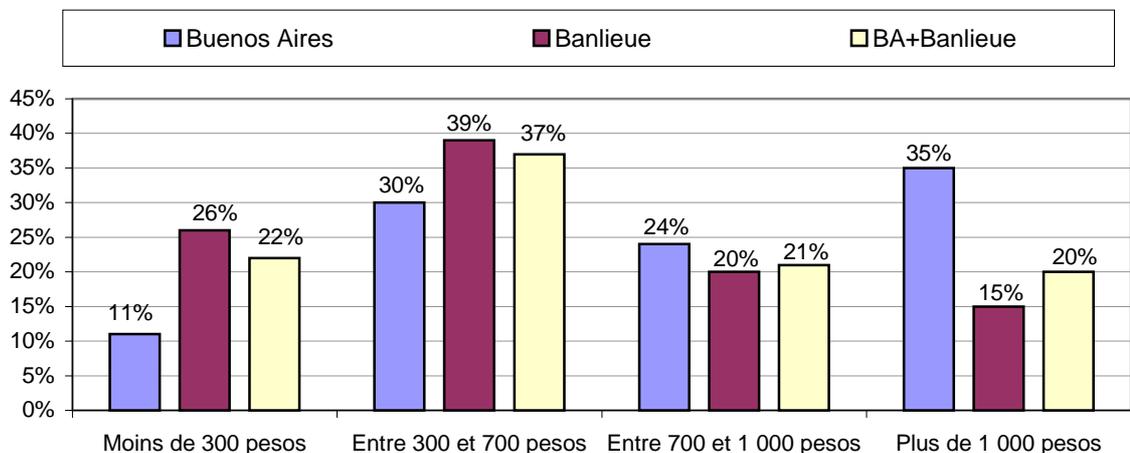
Perte du pouvoir d'achat

Actuellement, les salaires et les revenus des Argentins se trouvent au niveau le plus bas depuis 30 ans, même si l'on considère le pire moment de l'hyperinflation de l'année 1989. En septembre dernier, les revenus moyens des salariés, des professionnels/artisans autonomes à Buenos Aires et sa conurbation atteignait 640 pesos mensuels contre 947 pesos en 1998, année du début de la récession du pays. Cela représente un recul de 32,4%.

À noter : 48,5% des personnes travaillant dans une relation de dépendance (autonomes, techniciens, professionnels...) ne sont pas déclarées légalement. Ainsi sur 7,3 millions de personnes employées dans 49 villes du pays, 3,5 millions le sont de façon précaire, informelle ou de façon presque improductive. Ce chiffre n'inclut pas les personnes en zone rurale où le taux devrait dépasser celui des zones urbaines.

Le portefeuille des bonaerenses

Tab1-1 : les revenus des foyers de Buenos Aires et de sa banlieue



En moyenne, un habitant de Buenos Aires gagne 1 153 pesos / mois et une personne vivant dans la banlieue de la capitale gagne 661 pesos. Ainsi, les personnes vivant dans la zone métropolitaine gagne 806 pesos.

L'inflation ralentit-elle ?

Le conjonction d'une stabilité du dollar et de la récession a permis d'achever le mois de septembre avec le taux d'inflation le plus bas de l'année soit une progression de 1,3% totalisant **39,7% depuis le début de l'année**. Ainsi, septembre est le 5^{ème} mois consécutif de l'année où le coût de la vie enregistre un recul ouvrant de meilleures perspectives pour le mois d'octobre. Cependant, les populations les plus défavorisées subissent les conséquences de la hausse des boissons et des aliments du panier de base dont les prix ont augmenté de 3,9% et de 73,5% depuis janvier 2002 (voir **Partie 2** de cette étude, Tab. 2-1, -2 et -3).

Investissement négatif

Pour la première fois depuis 12 ans, tant en 2001 qu'en 2002, l'investissement net dans le pays est négatif. C'est à dire que les sommes qui y sont investies sont plus faibles que le montant des amortissements des réserves des capitaux existant dans le pays. Ce phénomène a été constaté pour la première fois dans les années 1989/1990 lors de l'hyperinflation.

Selon Ecolatina, en 2001, les réserves de capital ont chuté de 0,2% et, en 2002 et 2003, la baisse serait encore plus forte à 4,2%.

Rappel : au cours des 12 derniers mois, l'investissement a reculé de 43% et, depuis 4 ans, la chute accumulée atteint 58%.

Le commentaire d'iFi: conclusion sur le cas argentin

Il ne faudrait pas que la liste des aspects négatifs de l'économie argentine cache les autres réalités du pays. Les richesses naturelles et la possibilité de leur exploitation et commercialisation sont intactes. Dans ce contexte, il ne faut pas négliger toutes les opportunités offertes pour des investissements raisonnables dans des secteurs porteurs au bon moment. **Le cycle négatif commence à s'épuiser et les signes forts d'une reprise pourraient être donnés par les idées et les hommes issus des élections de mars 2003.**

Brésil

L'opinion d'iFi sur les 8 années de FHC

L'héritage Cardoso

La Présidence de Fernando Henrique Cardoso touche à sa fin, après un mandat de 8 ans (2x4 ans, soit le maximum admis par la Constitution).

FHC a succédé à Itamar Franco. À son actif, la consolidation du pays en tant que démocratie et ses interventions dans le maintien de la paix sur le continent sud-américain. Il a, ainsi, participé à la signature d'un accord entre le Pérou et l'Équateur, qui s'opposaient depuis longtemps sur un problème de frontières... Cette année, il est également intervenu en faveur de l'ordre démocratique lors de la tentative de coup d'État au Venezuela.

Depuis 1994, l'analphabétisme, le travail des enfants, la mortalité infantile, la pauvreté... ont baissé et le nombre d'enfants scolarisés a progressé. Bien entendu, tout cela n'est pas dû au programme de l'équipe gouvernementale en particulier, mais également aux actions des ONG et des institutions comme l'Église Catholique.

Par ailleurs, la mise en place du Plano Real a permis de contrôler l'inflation et de relancer la consommation. Le contrôle de l'inflation s'est fait par plusieurs moyens : contrôle systématique des moyens de paiement, réduction des dépenses publiques, taux d'intérêt élevés pour réduire la demande interne et décourager les hausses sauvages de prix, ouverture au commerce extérieur pour encourager la concurrence... En revanche, ces mesures ont fait grimper le chômage et, malgré l'augmentation des impôts et les privatisations en chaîne, la dette publique a augmenté. Par ailleurs, la violence sociale et l'insécurité n'ont pas pu être contenues.

Tab. 1-2 : le bilan des indices macro-économiques

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*
Inflation en %	916,4	22,4	9,5	5,2	1,6	8,9	5,9	7,6	7,4
Part des impôts en % du PIB	29,4	29,7	28,9	29,0	29,7	32,1	32,9	34,3	35,0
Dette publique en % du PIB	30,3	30,8	33,2	34,3	41,7	49,3	49,4	53,2	61,9
Taux d'intérêt de base en %	23,30	25,10	16,30	18,60	26,60	15,30	10,80	8,96	9,71
Croissance du PIB en %	5,8	4,2	2,6	3,2	0,1	0,8	4,3	1,5	0,03
Balance commerciale en Mds\$	+10,47	-3,47	-5,55	-6,76	-6,61	-1,29	-0,76	+2,65	+7,37**

* Les prévisions pour 2002 ont été calculés d'août 2001 à août 2002.

** Pour l'année 2002, le solde commercial devrait atteindre 9,5 milliards de dollars

Le lourd héritage du prochain gouvernement

Le futur président du pays et son équipe devront faire face à quelques défis de taille : récupérer la confiance des marchés, modérer les souhaits de changement des Brésiliens et composer des alliances politiques qui lui permettront de gouverner. Pas mal de travail et d'habileté politique pour un ancien syndicaliste si les urnes confirment les sondages de l'élection de Luiz Inácio da Silva au poste tant convoité.

Avec une dette publique de 240 milliards de dollars, le futur gouvernement devra faire tout le nécessaire pour rassurer les marchés quant à la capacité de paiement des engagements à court et à moyen terme. **À noter** : un tiers de cette dette est liée à l'évolution des taux ou à celle du dollar.

Le Trésor américain s'est déjà déclaré prêt à collaborer avec le vainqueur des élections pour susciter de la confiance auprès des investisseurs internationaux.

Attention : face à la taille des défis que représente la direction du pays, il faut tenir compte des grands espoirs de changement d'une grande partie de la population du pays et la marge étroite dont disposera le gouvernement pour les combler.

Un aspect important à considérer est celui de l'interdiction par la loi de diminuer les salaires et les retraites des fonctionnaires : dans le pays, les 3 millions de fonctionnaires plus les retraités consomment près de la moitié du budget ! Afin de maintenir ce niveau, il sera nécessaire de limiter les investissements dans le réseau routier, dans la construction d'écoles ou dans l'élargissement des soins médicaux du pays.

Il est certain que les futures autorités devront se servir des 24 milliards de dollars mis à disposition par le FMI afin de faire face aux engagements et aux besoins d'un pays de 170 millions d'habitants.

« L'effet Lula »

La victoire de l'ancien syndicaliste au 1^{er} tour des élections présidentielles s'est traduite par une brusque hausse du dollar par rapport au real de plus de 3% frôlant, par moment, les 4 reals par billet vert, ainsi que par une hausse du risque pays, qui dépasse les 2 000 points. Parallèlement, la bourse s'est écroulée de près de 5%.

Dans ce contexte, il sera difficile à Luiz da Silva de mettre en place une politique économique pragmatique et réaliste comme le réclame le milieu des affaires face aux revendications des organisations de gauche comme le Mouvement des Sans Terre et la Centrale Unique des Travailleurs, ses alliés historiques.

En cas de victoire, Luiz da Silva pourrait devenir le 1^{er} ancien ouvrier à conquérir le poste de chef de l'exécutif du pays, depuis les premières élections vraiment libres et démocratique du pays, il y a 13 ans.

Rappel : au 1^{er} tour des élections, le 6 octobre 2002, le Partido dos Trabalhadores a obtenu 14 sièges sur 81 au Sénat et 93 sièges sur 513 au Parlement. Dans ces conditions les 2 candidats au 2^{ème} tour devront signer des alliances avec d'autres partis pour disposer d'une forte majorité au Congrès.

Au niveau des États, au 1^{er} tour, seulement 2 États sur 12 sont passés aux mains du PT. Les 15 restants seront définis le 27 octobre prochain le PT étant en ballottage favorable dans 7 États.

Rappel : c'est dans l'État de Santa Catarina que « Lula » a obtenu les plus de votes, avec 56,6% des voix.

Les soutiens de « Lula »

Ciro Gomes (PPS, un autre candidat à la présidence), Leonel Brizola (PDT), Roberto Freire (PPS), Miguel Arraes (PSB), Itamar Franco (ex-président et gouverneur du Minas Gerais-PMDB), José Sarney (ex-président et sénateur d'Amapá-PMDB), Roseana Sarney (gouverneur du Maranhão-PFL), Ronaldo Lessa (gouverneur d'Alagoas-PSB), Orestes Quéricia (PMDB) et Luiz Henrique Silveira (PMDB).

Le PIB sauvé par les exportations...

Selon les autorités économiques, le commerce extérieur a pesé de façon positive pour que le PIB du 1^{er} semestre progresse de 0,14% par rapport au même semestre 2001. En effet, le recul des investissements de 1,37% et la chute de la consommation interne de 0,49% risquaient de compromettre la croissance, finalement sauvée par la progression du commerce extérieur de 1,57%.

En septembre 2002, le solde de la balance commerciale a atteint 7,12 milliards de dollars (41,2 milliards de dollars d'exportations et 34,0 milliards de dollars d'importations), soit l'objectif fixé pour toute l'année. Les chiffres revus à la hausse tablent désormais sur 8,5 milliards de dollars.

Rappel : au 1^{er} semestre 2002, le PIB du pays atteint 612,9 milliards de dollars.

... et compromis par la hausse du dollar

En septembre, la progression du cours du dollar par rapport au real a fait grimper la **dette publique** du pays à près de 300 milliards de dollars, soit l'équivalent de 66% du PIB du pays. La **dette externe publique** du Brésil est estimée à 97 milliards de dollars.

Un dollar très haut

Les craintes sur les conséquences d'une élection de Luiz Inácio da Silva a fait plonger le real ces dernières semaines. Ainsi, la devise brésilienne a été dépréciée de 20,3% en septembre et de 39,1% de janvier à septembre.

La hausse du risque pays a découragé bon nombre d'investisseurs. En termes de confiance, le Brésil est alors passé du 3^{ème} rang en 2001 au 13^{ème} rang.

Un scénario (trop) idéal

Si tout va bien, d'ici 2011, le Brésil devrait faire diminuer sa dette par rapport au PIB de 66% à 47,95%. Pour y parvenir, le pays devrait enregistrer une croissance moyenne de 3,5% par an, avec des taux ne dépassant pas 9%, un real stable par rapport au dollar et un excédent primaire de 3,75% !...

Le milieu d'affaires et les élections

Selon une enquête, les hommes d'affaires brésiliens pensent que Luiz da Silva sera le vainqueur des élections au 2^{ème} tour des élections, le 27 octobre. Selon Datafolha, 56% des chefs d'entreprises interrogés sont de cet avis contre 39% qui pensent que José Serra sortira gagnant. Cependant, 74% des 154 patrons consultés ont reconnu avoir voté pour Serra au 1^{er} tour. Pour les mêmes personnes, 82% pensent que Serra est mieux préparé pour gouverner...

Qui sont les milliardaires brésiliens ?

Dans la liste 2002 publiée par la revue Forbes, 7 Brésiliens figurent parmi les 500 heureux milliardaires du monde. En tête de liste, les frères Joseph et Moïse Safra (Banco Safra) qui occupent la 87^{ème} place du palmarès. Viennent ensuite Antônio Ermírio de Moraes (ciment, industrie) à la 105^{ème} place, Aloysio Faria (144^{ème}), Julio Bozano (banque, 351^{ème}), Abílio Diniz (grande distribution, 413^{ème}) et, à égalité, Roberto Marinho (média) et Lily Safra (banque, grande distribution) à la 445^{ème} place.

Trop de travail précaire

Selon le PNAD, en septembre 2001, 40% des personnes salariées dans le pays ne possédaient pas de carte de travail dûment signée, ce qui représente 18,2 millions de Brésiliens. 23,7 millions de personnes sont inscrites de façon régulière et officielle.

Du total de la population bénéficiant d'un emploi, légal ou informel, 45,7% cotisent auprès de la Sécurité Sociale. **Rappel** : en septembre 2001, le chômage touchait 9,4% de la population active soit 7,7 millions de personnes.

Par secteur d'activité, l'agriculture et les services occupent un peu plus de 20% des Brésiliens âgés de plus de 10 ans.

Le commentaire d'iFi

Ces chiffres démontrent le fort déséquilibre des comptes de la Sécurité Sociale du Brésil, où plus de 50% de la population ne réalise aucun apport au système prévisionnel du pays. Au Nord-est du pays, ce taux atteint 73% de la population.

M&A en panne

La situation politique et économique du pays n'a pas été favorable pour les opérations de fusion et d'acquisition d'entreprises brésiliennes. Ainsi, au 1^{er} semestre 2002, 104 opérations ont été enregistrées, soit le plus faible nombre depuis le 1^{er} semestre 1996 (137 opérations).

Tab. 1-3 : les M&A en chiffres

Secteur	N° de M&A	Secteur	N° de M&A
Pétrole/gaz	25	Télécommunications	6
Agroalimentaire	23	Industrie chimique	5
Finance	16	Équipement automobile	4
Énergie électrique	15	Assurance	4
Métallurgie	10	Transports publics	4
Média	8		

Hausse de l'inflation

Entre janvier et septembre 2002, le taux d'inflation a dépassé les prévisions faites par les autorités pour toute l'année, soit 5,6% contre une fourchette prévue entre 3,5% et 5,5%. À ce rythme, l'indice des prix pourrait augmenter de 7% pour toute l'année 2002.

Chili

Un budget austère ?

Pour 2003, les autorités ont présenté un budget qui prévoit une hausse de la dépense publique entre 3,4% et 3,8%, basé sur une progression de la croissance d'environ 4%. Ce chiffre, considéré trop élevé étant donné le contexte économique national, régional et mondial, est ramené, dans le meilleur des cas, à 2,5%-3% par la plupart des analystes économiques.

En même temps, les dépenses des ministères sont réduites de 20% tandis que celles destinées au secteur social augmentent de 5% par rapport à 2002.

Des chiffres moins bons

En août, les exportations chiliennes ont chuté de 13,3% comparé au même mois 2001 (dont -27% pour les exportations de **cuivre** dont le prix à la livre a atteint 67,11 centimes de dollars soit le plus bas depuis décembre 2001). Parallèlement, les importations du pays ont augmenté de 21% dans la même période.

Les investissements chiliens à l'étranger ont baissé de 27,6%, totalisant 2,36 milliards de dollars entre janvier et août.

Moins de faillites

Entre janvier et septembre, 119 faillites ont été enregistrées contre 126 au cours de la même période 2001. Le secteur le plus touché a été le commerce suivi par l'industrie manufacturière, la finance et la construction.

L'attrait du Brésil

Au cours des 10 dernières années, les Chiliens ont investi 3,98 milliards de dollars au Brésil. Au premier trimestre 2002, les sommes investies au Brésil représentent 11,1% du total investi à l'étranger, soit 22 millions de dollars.

Une exception dans le Continent ?

Les autorités chiliennes font remarquer que le pays bénéficie d'une stabilité politique et d'une économie saine qui le protègent des crises comme celle qui frappe son voisin argentin.

En effet, le Chili apparaît comme un îlot de stabilité comparé aux difficultés de toute sorte auxquelles doivent faire face non seulement l'Argentine, mais aussi l'Uruguay, la Colombie ou le Venezuela.

💡 Le commentaire d'iFi

Cet optimisme serait tout à fait justifié si l'on pouvait réellement « isoler » le pays de ses voisins et partenaires commerciaux. Il ne faut pas oublier les investissements chiliens en Argentine (électricité, distribution commerciale, bois...) dont les revenus sont diminués dans la même proportion que le peso argentin est dévalué. La situation par rapport au Brésil est similaire et les 270 millions de dollars investis par les fonds de pensions chiliens en Uruguay ont perdu 70% de leur valeur entre janvier et juin 2002. Mais les difficultés du Chili pourraient surgir du côté de la compétitivité de ses tarifs comparé aux produits fabriqués en Argentine et au Brésil.

Le peso chilien pourra-t-il conserver longtemps sa « force » dans un environnement de devises dévaluées comme le real, le peso argentin, le peso uruguayen, le bolivar... ?

L'assurance chômage obligatoire

À partir d'octobre, tous les salariés qui signent un nouveau contrat devront souscrire une assurance chômage obligatoire auprès des 7 fonds des pensions qui opèrent dans le pays. Pour les autres travailleurs, ce contrat est optionnel. Cette assurance couvre le souscripteur pendant 5 mois.

Mexique

Les perspectives 2002 et 2003

Selon le BBVA et le Banco de México, le PIB devrait progresser de 1,6% en 2002 et de 3,7% l'an prochain avec une inflation respective de 5,1% et de 3,5%. Ces chiffres seraient révisables à la baisse en cas d'un conflit prolongé en Irak et, surtout, en cas d'un *default* du Brésil, dont les répercussions s'étendraient, sans doute, jusqu'au Mexique. En 2002, les IED devraient se situer autour de 13,14 milliards de dollars, tandis qu'en 2003 ils resteraient stables autour de 14 milliards de dollars, à cause d'une privatisation limitée du secteur électrique.

Le coût de la dette

Une étude a donné l'exemple du Mexique. Ce pays compte 33 millions d'analphabètes et sa dette externe lui coûte 2,5 fois plus cher que son budget de l'éducation... Ainsi, entre 1982 et 2000, le Mexique a déboursé près de 500 milliards de dollars pour rembourser le capital et les intérêts des prêts. En effet, le Mexique qui, en 1982, ne devait que 57 milliards de dollars est redevable de 152 milliards de dollars vingt ans après.

Selon la Banque Mondiale et la Cepal, depuis 20 ans, l'Amérique Latine a payé 1 400 milliards de dollars environ en capital et intérêts.

Toutefois, au cours de 8 premiers mois de l'année, les autorités économiques ont réussi à réduire la **dette publique** externe du pays de 2,4 milliards de dollars. L'objectif gouvernemental est d'un endettement extérieur zéro et d'une politique agressive dans la conduite des passifs du secteur public. Cependant, par besoin de financer le déficit public, la dette interne publique s'est forcément accrue.

Les échéances en 2003 de la dette externe sont d'environ 2,3 milliards de dollars, un chiffre à la portée des réserves de l'État mexicain. **Actuellement, le rapport de la dette externe avec le PIB est de 11,8% contre 26,8% en 1995.**

En revanche, parallèlement à la hausse de l'endettement de 6,81 milliards de dollars, la baisse de taux a permis d'économiser 320 millions de pesos par rapport à la même période 2001.

Les revenus de l'impôt sur le luxe

Entre janvier et août, la collecte des impôts sur les biens et les services classés dans le segment « luxe » a rapporté 120 millions de dollars environ. Ce chiffre ne représente que 13,6% des objectifs fixes pour la collecte totale annuelle, qui est de 875 millions de dollars.

L'apport du luxe dans les revenus fiscaux est le plus faible de toutes les sources soit 0,24% du total collecté entre janvier et août qui a atteint près de 50 milliards de dollars entre janvier et août 2002.

Les transferts des émigrés

Selon le groupe Bitel et Visa, en 2002, l'argent envoyé par les Mexicains vivant à l'étranger (États-Unis) devrait atteindre 10 milliards de dollars, soit 10% de plus qu'en 2001. Ainsi, au cours du 1^{er} semestre 2002, les transferts ont totalisé 4,75 milliards de dollars ce qui représente une hausse de 11% comparé au même semestre 2001.

À noter : les transferts du 1^{er} semestre équivalent aux 4/5 de la valeur des exportations de pétrole du pays dans la même période.

Trop dépendant des États-Unis

Le traité de libre échange entre le Mexique, les États-Unis et le Canada a certes fait bénéficier le pays d'avantages pour ses exportations, mais l'a, à la fois rendu trop dépendant des fluctuations économiques de ses voisins.

À noter : 90% des biens produits au Mexique sont exportés aux États-unis.

Par ailleurs, de nombreuses sociétés américaines possèdent des filiales dans le pays qui sont d'importants groupes exportateurs.

Tab. 1-4 : Palmarès des groupes exportateurs étrangers basés au Mexique (en milliards de dollars en 2000)

Entreprise	Pays	Secteur	Valeur export	% du total
IBM México	États-unis	Électronique	9,6	5,3
DaimlerChrysler México	Etats-Unis/Allemagne	Automobile	6,94	3,8
GM México	États-unis	Automobile	6,73	3,7
VW México	Allemagne	Automobile	5,18	2,9
Ford México	États-Unis	Automobile	3,47	1,9
Nissan. México	Japon	Automobile	2,72	1,5
Lear Corporation	États-Unis	Automobile	1,87	1,0
Visteon México	États-unis	Automobile	1,67	0,9
Panamericana Beverage	États-Unis	Boissons	1,62	0,9
Sony México	Japon	Électronique	1,62	0,9
General Electric México	États-Unis	Industrie	1,15	0,6

SMIC en perte de vitesse

Selon la Commission Nationale des Salaires Minimums, de 1976 jusqu'à aujourd'hui, les plus bas salaires ont perdu 75% de leur pouvoir d'achat ! Il faudrait une croissance moyenne de 7% pour revenir à des meilleurs chiffres. **À noter** : depuis décembre 2001, le salaire moyen a récupéré 2,2% de sa valeur.

Feu rouge pour l'emploi

Dans le pays, 1,3 million de personnes arrivent tous les ans sur le marché du travail et, sans une croissance annuelle de plus de 6%, il est presque impossible de trouver une place pour tous. Ainsi, une grande partie des jeunes Mexicains doivent se contenter d'un travail non déclaré. **L'informel touche ainsi 30% des postes du pays.**

Le commerce concentre 54,8% de la main d'œuvre du pays. De ce total, 70,4% sont des femmes.

Au total, tous les jours, 41 millions de Mexicains se rendent à leur travail, déclaré ou non.

Uruguay

Le top 10 des exportateurs...

En 2001, les 10 premiers groupes exportateurs du pays ont concentré 26% des ventes à l'étranger.

Parmi ces 10 groupes, hormis le leader des exportateurs, Paycueros (93,4 millions de dollars d'exportations en 2001), qui est contrôlé par des capitaux mixtes, les 9 autres sont des sociétés exclusivement uruguayennes : Conaprole, Saman, Curtiembre Branaá, Santa Rosa Automotores, Fripur, Compañía Industrial de Tabacos Monte Paz et Frigorífico Pul.

Le secteur du cuir (tanneries) est l'un des plus dynamiques du pays. 95% de sa production est exportée vers l'Europe, les États-Unis et l'Asie.

...et des importateurs

Du groupe des 10, 3 sont des entreprises publiques : Ancap (pétrole), UTE (énergie) et ANTEL (télécoms). Le reste est composé par Curtiembre Branaá, Paycueros, Santa Rosa Automotores, Oferol, Monte Paz, Isusa et Montevideo Refrescos.

Dévaluation ralentie

En septembre, le peso uruguayen a regagné 6,25%, ce qui représente toutefois une chute de 106% depuis janvier.

Selon des estimations du *Banco Central del Uruguay*, le change de la devise américaine devrait terminer l'année entre 25 pesos et 30 pesos par unité.

La base monétaire est réduite représentant l'équivalent de 500 millions de dollars.

Par ailleurs, 85,3% des crédits bancaires et 93% des dépôts bancaires sont en dollars.

L'impact de l'inflation

La dévaluation du peso n'a pas été suivie par la hausse de l'IPC. En effet, sa progression au cours des 12 derniers mois n'atteint « que » 20,1% et 18,9% depuis janvier. En septembre, l'une des plus fortes hausses des prix a été enregistrée par les aliments et les boissons (+3,64%). Les produits laitiers et les œufs ont grimpé de 23,4%. Ce sont les transports et les télécommunications qui ont le plus augmenté avec +4,87%, suivis par les loisirs et les équipements culturels (+4,23%).

Rappel : l'inflation du mois d'août a été la plus forte de ces 10 dernières années, avec + 5,83%.

Hausse des faillites...

Depuis janvier, on dénombre 157 faillites et concordats, ce qui représente 446 millions de dollars contre 92,5 millions de dollars dans toute l'année 2001. Cette situation n'inclut pas la mise sous contrôle judiciaire du Banco Galicia Uruguay qui présente un passif de 1,17 milliard de dollars.

Parmi les principaux cas d'administration judiciaire, la Compañía General de Negocios (284 millions de dollars), la fabrique de pneumatiques Funsu (31,4 millions de dollars), Pinturas Industriales (18 millions de dollars), les caves Castillo Viejo (5,6 millions de dollars) et Los Cerros de San Juan (2,5 millions de dollars)...

...et du chômage

En août, plus de 100 personnes par jour ont perdu leur travail. Le taux de chômage atteint 17,2% de la population active. Actuellement, le pays compte 213 000 chômeurs enregistrés. Parallèlement à cette aggravation du marché du travail, les familles uruguayennes ont subi la plus forte perte du pouvoir d'achat des 20 dernières années, soit une chute de 4,77%.

II. Les tendances du commerce et de la consommation

Remarque : l'étude de l'évolution de la consommation en volume revient à étudier l'évolution en données corrigées des variations saisonnières

Argentine

Une inflation un peu moins pesante, mais toujours présente

En août, les **prix des supermarchés** ont crû, en moyenne, de 3% comparé à juillet 2002, soit +0,2% pour les vêtements, +1,9% pour les articles d'hygiène et la parfumerie, +2,5% pour les articles électroniques, +3,3% pour les aliments et les boissons et +4,9% pour les autres produits.

Entre août 2001 et août 2002, les prix enregistrés dans les supers auraient donc enregistré une hausse de 74%, soit +49,8% pour les vêtements, +69,3% pour les aliments et les boissons, +90,1% pour les articles d'hygiène et la parfumerie, +112,4% pour les articles électroniques et +117,7% pour les autres produits.

De janvier à août (comparé à la même période 2001), les prix auraient augmenté de 37,8% selon l'IPC, mais de 39,3% si l'on ne considère que les produits vendus dans les grandes chaînes de distribution.

En septembre, la stabilité du dollar a fait ralentir l'inflation argentine, qui n'a été que de 1,3%.. Ainsi, depuis le début de l'année, l'inflation argentine serait de 39,7%.

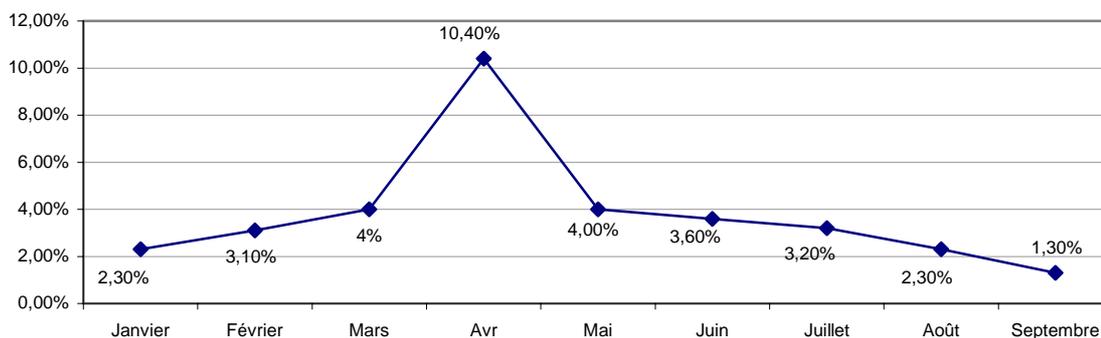
Ainsi, depuis juillet, l'inflation est présente mais semble ralentir. Cette tendance s'observe, également, sur les prix de gros, qui augmentent de 2,3% en septembre (soit 121,2% de plus depuis janvier).

🔦 Le commentaire d'iFi

Ce ralentissement ne veut pas dire que l'inflation ne peut pas repartir de plus belle. En effet, cela dépend de plusieurs facteurs, dont le comportement du dollar mais aussi, et surtout, de la restructuration des tarifs des services, qui sont restés relativement stables depuis la dévaluation, le gouvernement les ayant gelés. Cependant, si les prix sont « libérés », les entreprises devraient réajuster rapidement leurs tarifs, pour faire face aux pertes et aux dettes dues à la *pesification*.

Cependant, une hyperinflation ne devrait pas se produire. La hausse des prix serait contenue par les produits/biens, dont les prix ont atteint un « seuil de tolérance » pour les consommateurs. Cela se remarque déjà dans les shoppings qui, pour vendre, ont dû renoncer à répercuter totalement la hausse de leurs fournisseurs sur leurs prix de vente. Cela commence, également, à se ressentir dans les supermarchés et hypermarchés, dont les prix se rapprochent maintenant de ceux des petites alimentations.

Tab. 2-1 : inflation générale depuis janvier, comparé au mois précédent

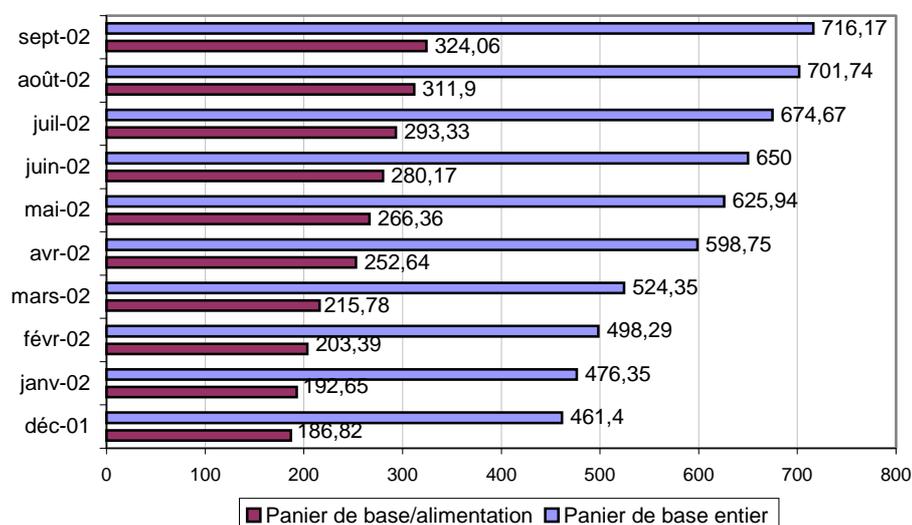


Toujours plus de pauvreté

Si l'inflation semble observer une trêve, celle-ci ne se fait cependant pas moins ressentir sur les foyers les plus modestes. Ainsi, en septembre, la *canasta básica* (CBT) a atteint 716,17 pesos, soit 2% de plus qu'en août. Le panier de base alimentation (CBA) a, lui, atteint 324,06 pesos, soit 3,9% de plus qu'en août. Ainsi, depuis janvier, la CBA a augmenté de 73,5% et la CBT de 55,2%.

Avec ce nouveau panier, l'Argentine compterait plus de 20 millions de personnes en situation de pauvreté, dont 9 millions indigents. Ainsi, 54% de la population argentine seraient pauvres. Si l'on considère seulement les enfants de moins de 12 ans, cette situation est encore plus dramatique. En effet, 3 enfants sur 4 vivraient dans la pauvreté.

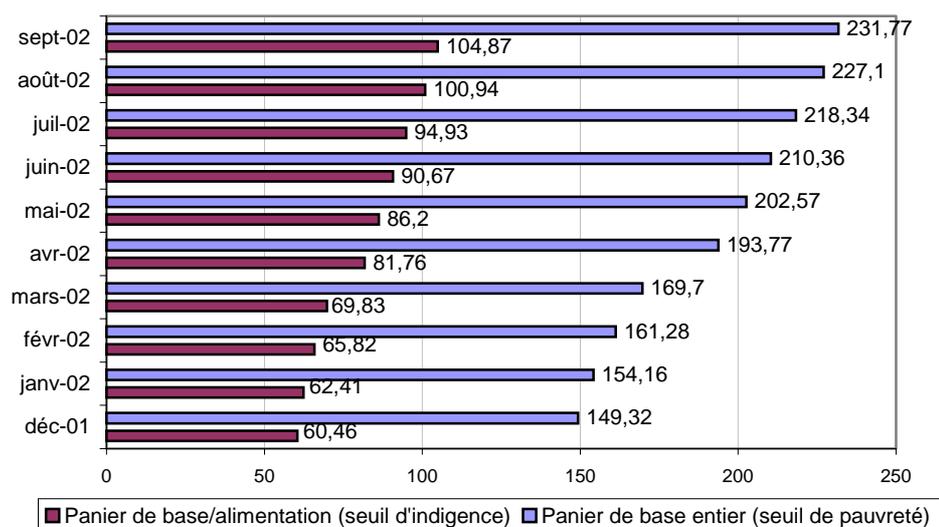
Tab 2.2 : les prix de la « canasta básica » (alimentation et total) depuis décembre 2001 (en pesos) pour 2 adultes et 2 enfants (âgés entre 5 et 8 ans)



Tab 2.3 : les prix de la « canasta básica » (alimentation et total) depuis septembre 2001 (en pesos) pour 1 adulte de référence

À noter :

- 1 enfant correspond environ à $\frac{1}{2}$ part. Donc une famille de 2 adultes et de 2 enfants correspond environ à 3 parts (3,09 parts exactement).
- Le prix de la *canasta básica* alimentation correspond au seuil en dessous duquel les personnes sont considérées **indigentes** et le prix de la *canasta básica* totale correspond au seuil au dessous duquel il y a situation de **pauvreté**.

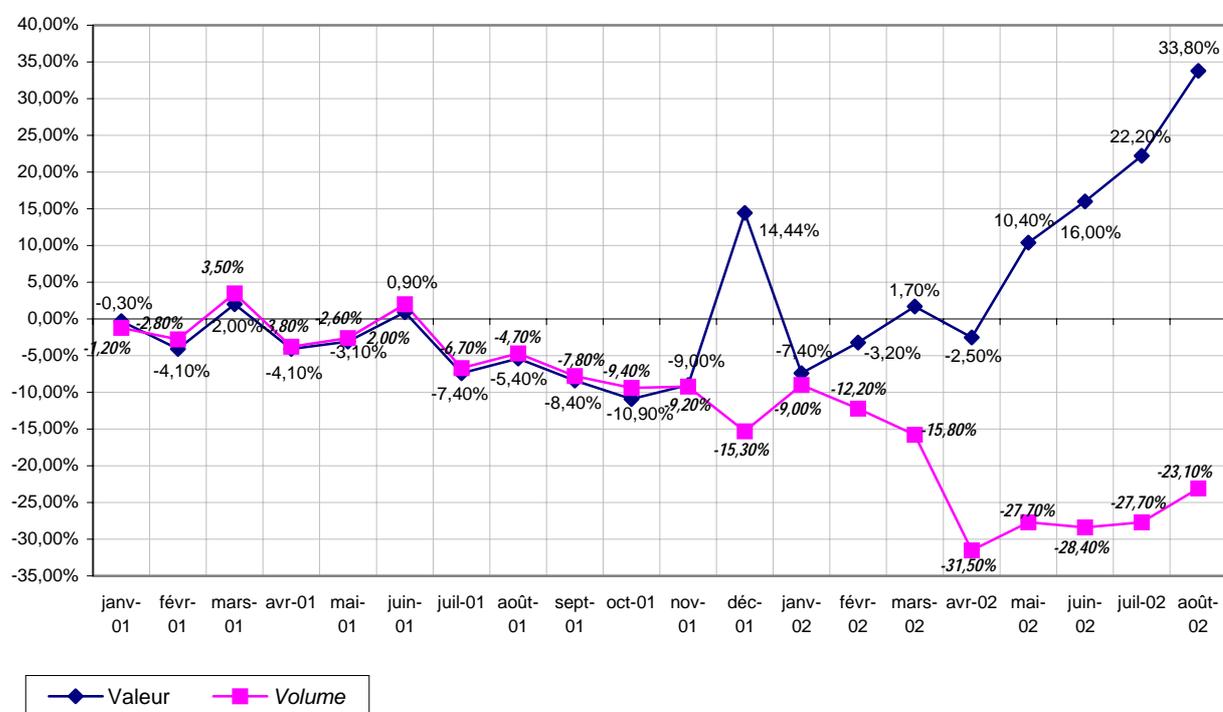


Consommation d'août : une moindre baisse dans les supermarchés

En août, les ventes des supermarchés ont reculé de 23,1% en volume comparé à août 2001. Une forte baisse donc, mais qui est pourtant la plus faible enregistrée depuis avril de cette année. Ainsi, comparé à juillet 2002, la baisse des ventes ne seraient que de 0,5%.

Dans le mois, le chiffre d'affaires des supermarchés a été de 1,46 milliard de pesos, soit une hausse de 33,8% comparé à août 2002 et de 4,9% comparé à juillet 2002. Ainsi, depuis janvier 2002, l'inflation a fait grimper les ventes mesurées en valeur des supermarchés de 74%.

Tab. 2.4: variation des ventes en volume et en valeur des supermarchés depuis janv.2001



Les hypermarchés et les supermarchés ont moins de clients

Sur les 8 premiers mois de l'année, les ventes dans les grandes chaînes de distribution ont reculé de plus de 20%. En plus de la baisse de la consommation, cela reflèterait aussi une baisse de la fréquentation des hypermarchés et des supermarchés, au profit des épiceries de quartier, des clubs de troc et des marchés.

Ainsi, selon une étude de Home Research menée à Buenos Aires et sa banlieue, la fréquentation des hypermarchés et des supermarchés auraient perdu 6 points. Ainsi, au 1^{er} semestre 2002, 90 consommateurs sur 100 feraient des courses dans les supermarchés et hypermarchés contre 96% au 2^{ème} semestre 2001.

Les chaînes ayant perdu le plus de clientèle seraient Disco et Carrefour, suivies de Wal-Mart et Norte. En revanche, les clients de Coto, la chaîne à capitaux argentins et de Jumbo, la chaîne d'origine chilienne, restent fidèles à leur magasin. Qui plus est, **Coto est devenu l'enseigne la plus fréquentée par les consommateurs argentins.**

Tab 2.5 : la fréquentation des enseignes à Buenos Aires et sa banlieue

	1 ^{ère} sem. 2000	2 ^{ème} sem 2000	1 ^{ère} sem 2001	2 ^{ème} sem 2001	1 ^{ère} sem 2002	Var. 1 ^{ère} sem 2002 comparé au 2 ^{ème} sem 2001
Carrefour	50	59	58	69	58	-15,9
Coto	52	68	67	72	66	-9,2
Disco	29	36	41	44	35	-19,3
Jumbo	26	33	26	26	25	-5,8
Norte	38	48	53	49	43	-12,7
Wal-Mart	13	16	20	22	20	-12,9
Autres	20	36	24	34	28	-15,4
Total chaînes	89	91	94	96	90	-6,0

Les touristes d'août sauvent les shoppings

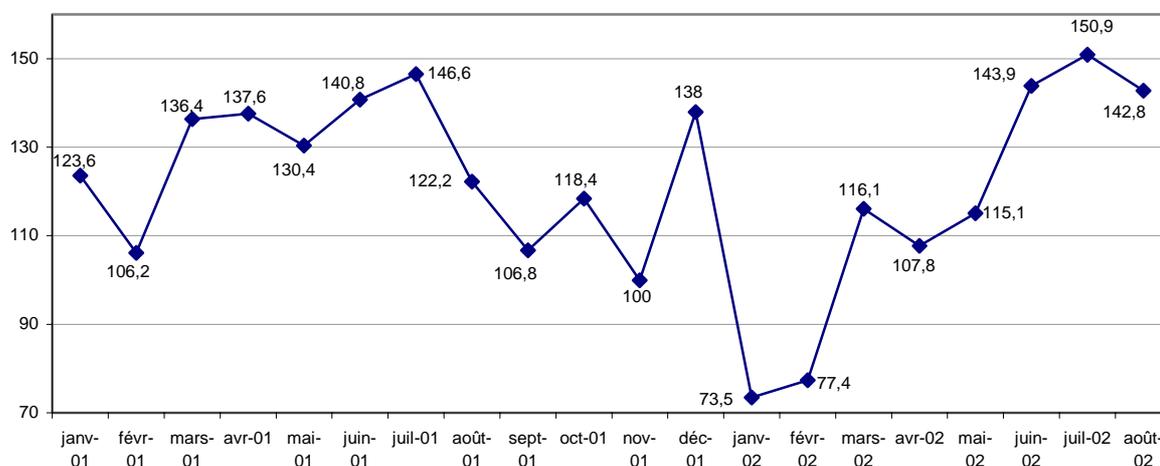
Grâce aux achats des touristes, en août, les ventes en volume des centres commerciaux ont augmenté de 2,8% comparé à juillet 2001. Cependant, comparé à août 2001, les ventes sont 20,9% inférieures. De janvier à août, les ventes en volume ont, donc, chuté de 21,9% comparé à janvier-août 2002.

Dans le mois, le chiffre d'affaires des centres commerciaux a atteint 142,8 millions de pesos, soit 5,4% de moins qu'en juillet mais 16,9% de plus qu'en août 2001. Sur les 8 premiers mois, la facturation des shoppings recule cependant de 10,8% comparé à la même période 2001, malgré la hausse des prix (+39,3%).

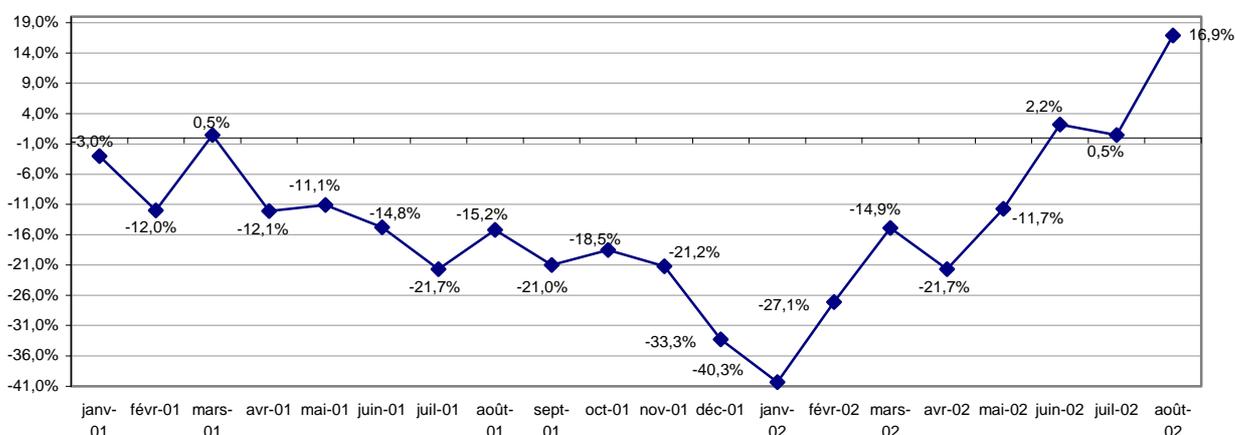
Les 29 centres commerciaux étudiés par l'Indec comptaient, au total, 2 428 locaux, dont 80,9% sont en fonctionnement (et donc 1 964 magasins sont ouverts et 464 sont fermés). Ainsi, **entre juillet 2001 et juillet 2002, le nombre de points de vente à avoir fermé a doublé**, ce qui représente 48 107m² inoccupés, contre 23 673m² en juillet 2001.

Tab. 2.6 : évolution de la facturation des shoppings depuis janvier 2001

Évolution du chiffre d'affaires des centres commerciaux en millions de pesos



Variation en % du chiffre d'affaires des shoppings (/ au même mois 2001)



Les nouvelles habitudes de consommation des Argentins

L'Argentine d'avant la crise était très attachée aux marques et à l'image que tel ou tel produit donnait à son propriétaire. Aujourd'hui, les consommateurs redécouvrent la qualité et l'utilité des produits et **privilégient maintenant à plus de 80% le prix à la marque**

Les produits dont la consommation a été la plus modifiée sont ceux considérés « luxueux ». Ainsi, 21% des utilisateurs de **téléphones portables** ont cessé de l'utiliser et 26% ont réduit leur consommation. Autre facteur pour la baisse de la consommation : l'**insécurité** (physique et financière) qui poussent les personnes à rester chez eux et à abandonner restaurant, cinéma et théâtre. Autres produits dont les ventes ont reculé : les **vêtements** et les **chaussures**. Bien que produits de première nécessité, les Argentins ont appris à récupérer les vieux vêtements et sont moins regardants sur la mode.

En revanche, les consommateurs argentins ne sont pas disposés à laisser de côté tout leur confort. Ainsi, 67% ont conservé le même contrat de **télévision par câble** et seulement 26% ont arrêté leur abonnement et/ou réduit leurs consommations. On remarque, aussi, que la **santé** reste l'une des préoccupations majeures des Argentins qui ont conservé à 77% le même niveau de cotisations à la Sécurité Sociale. **Attention** : cela ne prend pas en compte les personnes qui, avant la dévaluation, ne cotisaient pas à la Sécurité Sociale. Ainsi, on estime à 75% le nombre d'Argentins qui n'auraient pas de couverture médicale.

Tab 2.7 : le prix et la marque lors de la décision d'achat, évolution des comportements

	Alimentation		Boissons alcoolisées		Cosmétiques Hygiène		Produits de nettoyage		Autres	
	Avant	Après	Avant	Après	Avant	Après	Avant	Après	Avant	Après
Prix	22%	87%	20%	72%	33%	81%	37%	89%	38%	88%
Marque	78%	13%	80%	28%	67%	19%	63%	11%	62%	12%

Tab 2.8 : variation de la consommation en quantité et en qualité depuis fin 2001 en %

	A cessé de consommer	A beaucoup diminué la consommation	A légèrement diminué la consommation	N'a pas changé d'habitudes
Utilisation de la voiture	8	28	24	41
Restaurants/bars	36	28	16	20
Sécurité Sociale	15	9	-	77
Vêtements/chaussures	17	38	26	19
Produits de nettoyage	1	27	56	16
TV câblée	25	1	6	67
Cinéma et théâtre	25	27	20	28
Boissons alcoolisées	3	29	44	24

Faillites en chaîne

Entre janvier et septembre, la crise économique aurait fait mettre la clé sous la porte à 100 000 commerces, ce qui représente environ 400 000 emplois. Une des causes évoquées, avec la baisse de la consommation, est la hausse des prix imposée par les fournisseurs et que les magasins, pour continuer de vendre, ne peuvent pas la répercuter complètement. Ainsi, de cette hausse (+121,2% de janvier à septembre), plus de la moitié serait supportée par le magasin.

Par ailleurs, selon la *Coordinadora de Actividades Mercantiles Empresarias* (CAME), en 2003, 60 000 commerces de plus fermeraient. Si les prix de gros continuent leur progression au même rythme, les magasins devraient alors supporter 75% des hausses de prix de gros.

Le retour du crédit

La relative stabilité du dollar et le ralentissement de l'inflation a permis aux commerçants et aux fournisseurs de renouer avec les ventes à crédit. En général, la durée moyenne du crédit est de 3 mois et les paiements peuvent être mensuels, bi-mensuels ou hebdomadaires. Quels sont les différents crédits ?

- **Paiements échelonnés par chèques** (ventes au détail et en gros). Les **clients habituels** peuvent retirer leurs biens et peuvent payer en plusieurs fois avec un délai maximum de 3 mois. Si les prix ont changé entre le retrait du bien et la fin du crédit, le client paie la différence. Cette forme de crédit a augmenté de 35% entre juillet et septembre 2002. **Si le client n'est pas connu**, le commerçant ou le fournisseur attend que les chèques soient certifiés pour remettre le bien. Au 3^{ème} trimestre, cette forme de crédit a augmenté de 30%.

- **Retour d'invendus** (ventes en gros). Auparavant surtout utilisés pour les livres, cette pratique s'est étendue aux vêtements et aux articles de musique. Ainsi, une certaine quantité de marchandises est livrée, dont le prix est indexé sur le dollar. Les invendus sont retournés et sont payés seulement les articles vendus.

- **Le stockage ou « acopio »** (accumulation). C'est le financement utilisé par le secteur de la construction. Pour éviter l'inflation galopante enregistrée spécialement par ce secteur, les constructeurs achètent le matériel nécessaire aux travaux, mais le laisse en stock dans le magasin. La marchandise est retirée quand cela est nécessaire. Cette pratique avait disparue depuis 1989.

- **Les acomptes** (ventes au détail et en gros). La marchandise est conservée par le vendeur pendant 6 semaines au maximum, durant lesquelles l'acheteur doit honorer le paiement. Pour les ventes en gros, le prix du produit est indexé sur le dollar.

- Les crédits personnels. Utilisés par pratiquement tous les secteurs et destinés aux clients habitués. L'acheteur peut retirer son bien et a un délai maximum de 60 jours pour le payer, la moyenne du crédit étant de 30 jours.

Brésil

Les profil des centres commerciaux

L'association Brésilienne des Centres Commerciaux a étudié le profil type du shopping brésilien, afin de pouvoir quelles sont les tendances futures qui se profilent. Ainsi, le **centre commercial type** comprend :

- 152 magasins ;
- 4 enseignes ancre. Dans 57% des cas, la locomotive du shopping est un hypermarché et, dans 56% des cas, une autre locomotive est un magasin de mode ou de vêtements ;
- une surface de vente de 26 400m² ;
- emploi 1 706 personnes ;
- existe depuis, environ 12 ans et demi.

L'une des tendances majeures observée dans les centres commerciaux est la place croissante que prennent les **loisirs**. Ainsi, 33% d'entre eux comprennent des cinémas multiplex et 1 *mall* sur 5 ont des magasins de jeux électroniques. Enfin, place, également, à la **mode** : sur une moyenne de 152 magasins d'un centre commercial, 73 sont des magasins de vêtements et de mode. Les 2 enseignes phare du secteur de l'habillement sont Lojas Americanas et C&A, présentes dans 38% des *shoppings centers*.

À noter : le Brésil compte 245 centres commerciaux.

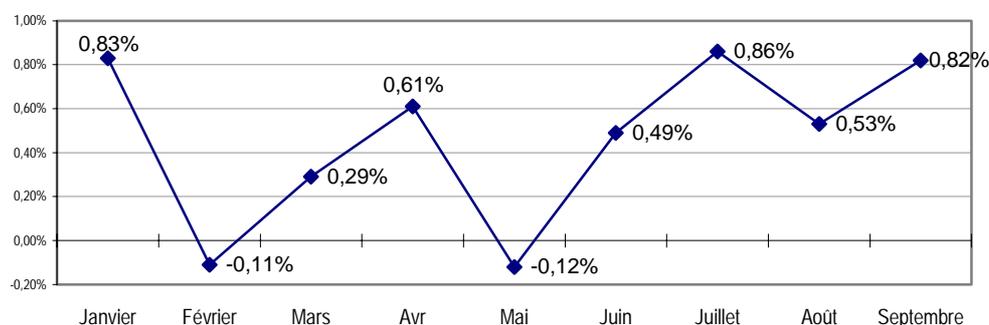
Prix en hausse

L'**Indice des Prix au Consommateur** a augmenté de 1,5% en août et de 1,46% en septembre.

Seulement à Rio de Janeiro, ville représentative des tendances économiques sociales du pays, en septembre, l'inflation a atteint 0,82%, contre 0,53% en août. Ainsi, entre septembre 2001 et septembre 2002, les prix ont augmenté de 8,87%. Sur les 8 premiers mois, la hausse des prix atteint 4,26%. L'inflation *carrioca* pour 2002 oscillerait entre 6,76% et 6,91% (voir graphique suivant).

En septembre, l'**Indice des Prix des grossistes** a augmenté de 2,5% comparé à septembre 2001, soit une hausse de 11,7% depuis janvier et de 6,7% sur les 12 derniers mois. Ainsi, les produits d'origine chilienne ont progressé de 2,3% et les produits importés ont augmenté de 3%.

Tab. 2-9 : l'évolution de l'indice des prix à Rio de Janeiro



Ces hausses de prix ont fait augmenter le panier de base qui a atteint, en septembre, 174,56 reais, soit une hausse de 3,18% comparé à août 2002, où il s'élevait à 169,18 reais.

Parmi les produits ayant enregistré les plus fortes hausses figurent les **aliments**. L'augmentation du panier de base est donc plus lourde pour les foyers modestes. Ainsi, pour un foyer gagnant 2 salaires minimum, la hausse est de 11,26% sur les 12 derniers mois, contre 10,77% pour les foyers dont les revenus sont supérieurs à 8 SMIC.

Par ailleurs, le 15 octobre, le prix du panier de base a atteint son plus haut niveau depuis l'instauration du Plano Real, à 175,11 reais. Ainsi, l'alimentation a augmenté de 1,20%, les articles de nettoyage, 1,29% et les articles d'hygiène personnelle, 2,20%.

Les élections boostent les ventes

Une des conséquences directes des élections : la création d'emplois et une hausse de la consommation générées par la campagne. Ainsi, en août, les ventes en **volume** du commerce de détail ont augmenté de 2,29% comparé à août 2001. En revanche, entre août 2001 et août 2002, les ventes au détail ont baissé de 0,72% et, sur les 8 premiers mois de l'année, la chute atteint 0,10%. Ainsi, les secteurs ayant enregistré les plus fortes hausses sont les carburants (+10,44%), les hypermarchés et les supermarchés (+2,35%), le secteur textile (+2,27%). En revanche, les ventes de voitures/motos ont reculé de 14,66%, signe que la confiance des consommateurs n'est pas au rendez-vous.

La **facturation** du secteur du détail a, également, augmenté avec une hausse de 8,94% en août comparé à août 2001, soit +5,42% en glissement annuel et +6,05% sur les 8 premiers mois 2002.

À noter : les élections au Brésil renouvellent une grande partie des dirigeants politiques du pays et mobilisent donc beaucoup de moyens sur une seule période. Ainsi, sont élus cette année, le Président de la République, le Vice-Président, 27 Gouverneurs et 27 Vice-Gouverneurs, 54 Sénateurs, 513 Députés fédéraux et 1647 Députés des États.

De moins en moins de produits importés

Entre 1995-1996, années du début du Plano Real, les produits importés représentaient environ 4% de la facturation des supermarchés. Cela contribuait grandement au déficit de la balance des paiements (voir **1^{ère} Partie**). Actuellement, les produits importés ne représentent plus que 0,9% du chiffre d'affaires des supermarchés, qui devrait atteindre, en 2002, 73,5 milliards de reais.

La Fête l'Enfant ne relève pas l'optimisme

Alors que ce jour de fête est traditionnellement très suivi au Brésil, les commerçants ne semblent pas compter sur l'événement pour trop augmenter leurs ventes. Ainsi, ceux-ci espèrent enregistrer une faible hausse de leurs ventes de 2%-3% comparé à la même période 2001, sachant que la base 2001 de comparaison est très faible. Les achats pour la Fête de l'Enfant avaient, ainsi, pâti du rationnement de l'électricité et des attaques terroristes du 11 septembre. Une des raisons de ce pessimisme est la **hausse des prix**. Ainsi, les jouets auraient augmenté de 27,7% ces 4 dernières années : en 1998, le prix moyen d'un jouet était de 11,64 reais et, en 2001, il était de 14,87 reais.

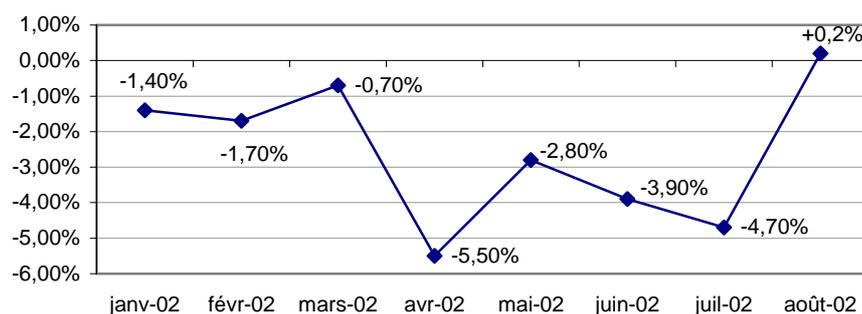
Chili

La consommation repart légèrement

Après 7 mois de recul des ventes, en août, les ventes dans les supermarchés ont augmenté (légèrement) de 0,2% comparé à août 2001. Depuis janvier, les ventes reculent, cependant, de 2,6% comparé à la même période 2001. La hausse d'août serait due aux promotions faites par les chaînes : les consommateurs ont, donc, consommé plus en volume mais pas en valeur. Dans le mois, la hausse des ventes du secteur de détail atteint 0,8% en glissement annuel et 0,3% depuis janvier.

Les prévisions pour 2003 estiment toujours une baisse des ventes des supermarchés de 0,5%-1% et une hausse de 2% pour les ventes au détail.

Tab 2.10 : variation des ventes des supers depuis janvier, comparé au même mois 2001



En juillet, **D&S** est resté **leader** du secteur, avec 30,17% de parts de marché, soit 2 points de plus qu'en juillet 2001. Il est suivi de **Jumbo**, qui a augmenté sa participation de 1,25 point à 8,57% et de **Santa Isabel**, qui perd 1 point à 9,6%.

Des consommateurs pessimistes

En septembre, l'Indice trimestriel mesurant la confiance du consommateur, élaboré par Mall Plaza et le Centro de Investigación de Empresas y Negocios (CIEN) de l'Universidad de Desarrollo, a chuté de 6% à 101,7 points (contre 108,2 points en juin). Ainsi, plus de consommateurs chiliens pensent que leur situation s'est améliorée comparé à l'année dernière mais une majorité d'entre eux reste, également, pessimiste pour les 12 prochains mois, en particulier en ce qui concerne la situation économique, l'emploi et leurs revenus.

Ainsi, sur 100 Chiliens sondés, 8,1 pensent que la conjoncture économique va empirer, 22,5% pensent que le chômage va augmenter et 9,7 pensent que leurs revenus vont diminuer.

Par ailleurs, interrogés sur la destination de leurs revenus si ceux-ci venaient à augmenter, 40% en profiteraient pour payer leurs dettes (contre 25% en mars et 33% en juin), 16,1% achèteraient des biens durables et 44% d'autres biens, en particulier des vêtements et des chaussures.

Cette enquête laisse apparaître le peu de confiance qu'ont les consommateurs en la conjoncture économique, ce qui explique la stagnation, voire la baisse des ventes observées.

Baisse du pouvoir d'achat

Entre décembre 2001 et août 2002, les revenus des Chiliens ont progressé de 1,9%. Dans le même temps, les dépenses moyennes des familles ont augmenté de 3,4%, ce qui a fait reculer de 1,5% le pouvoir d'achat des Chiliens sur les 8 premiers mois.

Entre décembre 1997 et août 2002, les dépenses des foyers ont augmenté de 61% et l'Indice des Prix au Consommateur avançait de 16% alors que les salaires progressaient de 27%. Ainsi, le pouvoir d'achat des Chiliens reculait sur la période de 35%. **Attention** : cela n'est pas le reflet exact de la réalité. En effet, le panier de base chilien, utilisé pour le calcul de l'IPC, comprend 483 produits, dont une grande partie est laissée de côté en temps de crise.

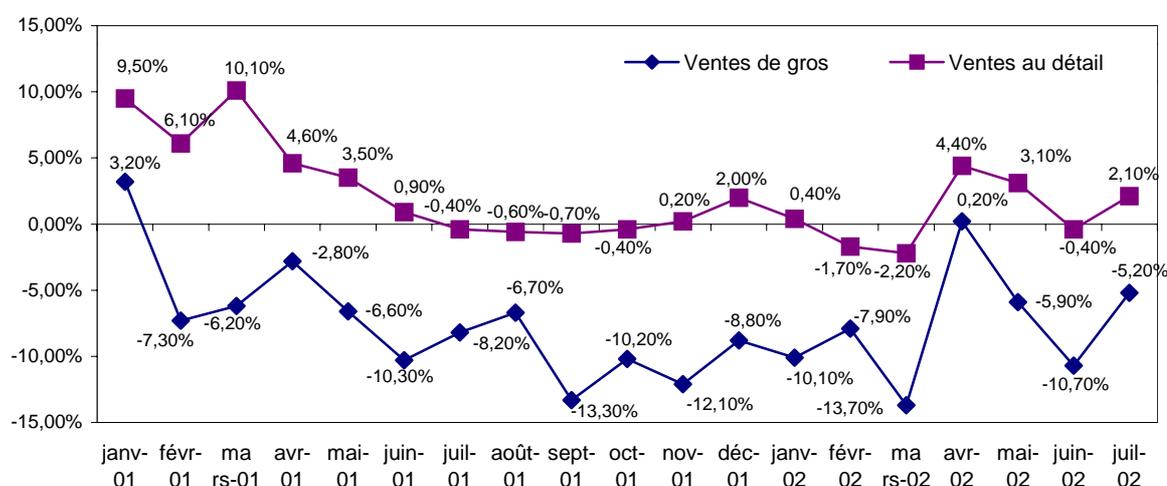
Mexique

Ventes : détail en hausse et gros en baisse

En juillet, les ventes au détail ont augmenté de 2,1% alors que les ventes en gros poursuivent leur chute, avec -5,2% comparé à juillet 2001.

Ainsi, entre janvier et juillet, les ventes au détail ont enregistré une progression marginale de 0,8%. En revanche, les ventes en gros ont chuté de 7,7% comparé à la même période 2001.

Tab. 2.11 : Variation des ventes au détail et de gros (/au même mois de l'année d'avant)



Le commentaire d'iFi

La hausse des ventes au détail est conséquence des bas taux d'intérêt du marché. En revanche, les grossistes traversent une année très rude et vont se voir obligés de réduire leurs stocks, ce qui devrait influencer négativement sur la production industrielle et sur les importations.

Les résultats de l'Antad

En août, les ventes à nombre égal de magasins des chaînes membres de l'Antad ont atteint 2,51 milliards de dollars, soit une hausse de 5,4% comparé à août 2001. **À noter** : en août 2001, le mois de comparaison, les ventes avaient augmenté de 7,8%.

Uruguay

Des prix de gros en baisse

En septembre, les prix de gros ont augmenté de 18,06%, soit la hausse la plus forte depuis 1988. Par ailleurs, cette hausse étant supérieure à la dévaluation de septembre, les prix de gros ont, également, augmenté en dollars, à la différence des mois précédents. Cependant, cette hausse ne suffit pas à inverser la tendance. Ainsi, entre janvier et septembre, la variation des prix de gros mesurée en dollars a été négative, à -17,73%. En glissement annuel, les prix de gros (en dollars) ont baissé de 20,63%.

III. L'actualité des enseignes

Argentine

Un local « cordobés » pour Maxiconsumo

Le grossiste prévoit d'inaugurer un nouveau local, dans la ville de Córdoba (1,5 millions d'habitants). Celui-ci s'étendra sur 3 000 m² et emploiera 35 personnes.

Ce nouveau magasin sera le 22^{ème} magasin de Maxiconsumo dans le pays. La chaîne, propriétaire de la marque d'aliments Marolio, concurrence les enseignes Diarco, Vital, Makro, Jaguar et Taquino. Maxiconsumo a commencé ses activités en 1993 à Buenos Aires et couvre maintenant une grande partie du territoire argentin dont Posadas, Resistencia, Salta, Tucumán, Sante Fe et, dorénavant, Córdoba.

Des pharmacies mexicaines à Córdoba

La société *Farmacias del Dr. Ahorro* prévoit d'investir 3 millions de dollars dans l'ouverture de 20 pharmacies à Córdoba. Un 1^{er} local a, déjà, été inauguré dans le centre de Córdoba. La société mexicaine, qui compte, par ailleurs, doubler le nombre de ses « Pharmacies du Dr. Épargne » rapidement, proposent 300 médicaments génériques coûtant jusqu'à 75% moins chers que les marques et couvrant 70% des maladies les plus fréquentes.



Le commentaire d'iFi

Dans la situation actuelle de l'Argentine, tout ce qui coûte moins cher a du bon. Par ailleurs, comme vu dans l'enquête rapporté dans la 2^{ème} partie, 70% des Argentins n'ont pas diminué leurs cotisations à la Sécurité Sociale, malgré la crise. Les médicaments génériques devraient être un succès, si leur lancement est accompagné d'une campagne d'information sur les avantages des génériques (moins chers pour des performances égales) auprès des consommateurs.

Campagne en faveur des « cartoneros »

Les supermarchés Coto, Eki, Jumbo, Disco et Wal-Mart ont passé un accord avec la province de Buenos Aires afin de remettre aux habitants des sacs étudiés pour le tri des déchets. Les consommateurs sont appelés à séparer le papier et le carton, pour que ceux- qui soient ensuite collectés par les 35 000 *cartoneros* qui sillonnent la ville chaque nuit. Cet accord prévoit, ainsi, de mettre en circulation 14 millions de ces sacs spéciaux.

Buenos Aires produit chaque jour 5 000 tonnes de déchets et les *cartoneros* collectent 8 tn de papier et de carton.

Le commentaire d'iFi

Les enseignes qui participent à l'opération devraient donner d'elle une image d'**entreprise socialement responsable**, un critère de plus en plus recherché par les consommateurs.

Rappel de l'enquête rapportée dans l'Étude de septembre-n°67

87% des sondés seraient prêts à changer de marque de produits pour une autre menant des actions de solidarité. 53% des personnes interrogées seraient également prêtes à payer un prix légèrement supérieur et **20% accepteraient de payer un produit jusqu'à 21% plus cher**, à la condition que l'entreprise soit socialement impliquée dans des actions de solidarité.

Par ailleurs, une majorité de personnes, soit **81,5% des sondés, pense que l'entreprise doit faire connaître ses actions de solidarité.**

Gatic : un monde à l'envers

Eduardo Bakchellian, âgé de 72 ans, remplace son fils Fabián à la tête de l'entreprise de vêtements et de chaussures de sport qu'il avait créée en 1953 à San Martín. Le père a ainsi décidé de revenir à la tête de l'entreprise après que celle-ci ait été placée, à sa demande, en redressement judiciaire.

Eduardo Bakchellian souligne que, à son départ, l'entreprise était présente dans 20 provinces et qu'elle employait 8 000 personnes. Ces usines totalisaient une surface de production de 160 000m². Une accusation à peine voilée contre le management de son propre fils.

Jumbo change de format

La crise a changé les plans, et la stratégie, de la chaîne propriété du groupe chilien Cencosud. Ainsi, auparavant, l'ouverture d'un hypermarché Jumbo était toujours accompagnée d'un Easy Home et d'un centre commercial. Ses succursales de Martínez, Morón, Pilar, Escobar, Palermo, San Martín, Lomas de Zamora, Quilmes (Buenos Aires), Mendoza, Neuquén sont ainsi sous ce schéma.

En revanche, les prochaines inaugurations laisseront de côté les centres commerciaux. Ainsi, les 3 prochaines ouvertures, prévues à Buenos Aires, San Isidro et Ensenada, se feront indépendamment d'un shopping et d'un Easy Home.

Ces nouveaux magasins font partie d'un projet d'investissement pour un montant de 40 millions de dollars.

Autre changement de cap : les communications de Jumbo font dorénavant mention du prix, stratégie qui avait été évitée jusqu'alors, la chaîne mettant plus l'accent sur la qualité de ses produits. Actuellement, Jumbo fête son 20^{ème} anniversaire dans le pays avec des promotions quotidiennes de 20% sur différents segments.

Falabella remplace Zara

La chaîne de grands magasins d'origine chilienne a investi 800 000 pesos pour transformer les 4 200m² qu'occupait Zara dans le centre commercial de Córdoba, Nuevocentro Shopping en un Falabella Deco de 5 200m². Par ailleurs, Falabella a augmenté le nombre d'employés de 150 à 185 personnes.

Un nouveau centre de distribution pour Wal-Mart

La chaîne a investi 1 million de pesos dans un centre de distribution de fruits et légumes dans la banlieue de Buenos Aires.

Ainsi, Wal-Mart renforcera son projet d'achat direct aux producteurs, grâce auquel l'enseigne assure de meilleurs prix et une qualité supérieure de ses produits.

Ce centre approvisionnera 11 magasins et permettra de développer l'exportation de produits argentins.

Buró au Chili, au Pérou et au Brésil

La maison de meubles et d'équipements pour le bureau renforce sa position au Chili, avec 2 magasins, 1 à Santiago et 1 à Lima. Par ailleurs, Buró prévoit aussi de construire une usine au Brésil, en association avec un partenaire du Mercosud.

Buró a été fondé en 1965 et appartient à la famille Leiro. En 2001, son chiffre d'affaires a atteint 7,5 millions de pesos. Pour cette année, les ventes devraient chuter de 30%.

Un stade et un centre commercial

La salle de spectacles Orfeo Superdomo de la ville de Córdoba, propriété du Groupe **Dinosaurio** (Euclides Bugliotti) est unique en son genre en Amérique du Sud. Il peut accueillir 10 000 spectateurs assis et a un parking de 3 000 places. Orfeo est prévu pour de multiples évènements, sportifs ou culturels et comprend une piste de 50mx30m, avec une profondeur allant jusqu'à 6 mètres.

Par ailleurs, ce stade fait partie d'un complexe commercial de 40 000m², dans lequel 80 millions de dollars seront investis pour accueillir magasins, restaurants, cinémas, mais, également, un quartier fermé habitable... Le tout s'étend sur 17 hectares.

Par ailleurs, la société Dinosaurio a, également, en projet la construction d'un hypermarché situé au rond-point du quartier de l'Ala, sur la route 20, qui relie Córdoba à Carlos Paz, à proximité des casernements militaires et de la fabrique d'avions.

Cet hypermarché est le plus important projet actuellement en cours dans la province de Córdoba. Dinosaurio investirait 80 millions de pesos dans les travaux et cela créerait 1 500 emplois.

Le projet est, cependant, rejetée par les commerçants locaux, qui bénéficient de mesures exceptionnelles de la part de l'administration municipale. Il est, également, rejeté par une grande partie des conseillers municipaux de Córdoba, pour qui le dossier technique est incomplet.

Dinosaurio considère cependant que cette décision est inconstitutionnelle, ce qu'il prévoit de défendre devant la justice, afin d'obtenir, peut-être et enfin au bout de 15 mois, l'autorisation pour construire cet hypermarché.

Brésil

Curitiba attire les investisseurs

La BNDES financera à hauteur de 46 millions de reais, sur un total de 100 millions de reais, le projet des groupes Multiplan, Bozano Simonsen et J. Malucelli pour la construction du Park Shopping Barigüí, situé à Curitiba, dans l'État de Paraná. Ce nouveau shopping aurait une surface locative de 44 000m² et serait terminé en octobre 2003.

Curitiba attire également le groupe portugais Sonae qui investit 140 millions de reais dans le Parque Jockey. Celui-ci s'étendra sur 130 000m², dont 75 000m² de surface de location et comptera 240 magasins.

Sonae prévoit aussi d'être à Santo Amaro

Les groupes Sonae Enplanta et Sonae Imobilmária investiront 60 millions de reais (revenus propres) dans la construction d'un centre commercial à São Paulo, qui compte déjà 72 *shoppings centers*.

Le Boa Vista Shopping Center serait situé dans le quartier de Santo Amaro, dans la zone sud, un des quartiers les plus peuplés de la capitale, avec plus d'un million d'habitants et il ouvrirait ses portes en mars 2004. C'est le 8^{ème} projet des 2 groupes dans le pays. Sur 3 étages et 70 000m², dont 23 700m² de surface de location, il comprendrait 205 magasins, dont 4 enseignes ancre.

Ce centre commercial devrait attirer des personnes ayant des revenus plus élevés que ceux fréquentant le Alto da Boa Vista et le Chácara Flora. Le chiffre d'affaires annuel est estimé à 250 millions de reais.

Des enseignes ont déjà fait connaître leur intérêt à être présent dans ce centre commercial, comme C&A, Marisa & Família et un hypermarché Sonda.

À noter : le shopping de Curitiba et celui de São Paulo font partie du plan d'investissement du groupe, qui prévoit d'injecter 700 millions de reais pour développer ses centres commerciaux au Brésil.

« Apoio » en vente

Les 2 magasins situés à São Paulo et à Sao José dos Campos (État de São Paulo) d'Apoio Clube de Compra, une société du Grupo Martins de Uberlândia et du Portugais Jerônimo Martins, sont mis en vente. Ainsi, JM a décidé de quitter le Brésil et avait, à cet effet, cédé la chaîne Sé à Pão de Açúcar. Grupo Martins a décidé de se concentrer sur son *core-business* : la distribution directe et la pré-vente.

Les 2 magasins Apoio s'étendent sur 10 000 m² et proposent plus de 7 000 articles. Leur chiffre d'affaires mensuel atteint, environ, 10 millions de reais. En juillet, le magasin de Belo Horizonte a été vendu à la chaîne Santa Tereza. Après les 2 magasins *paulistas*, les 2 groupes conserveront un local à Uberlândia, tourné vers le commerce de détail.

Des supermarchés de plantes

Le groupe hollandais Klaas Flores e Plantas, présent au Brésil depuis 15 ans, a décidé de se développer sur le marché de la vente au détail. Il a ainsi investi 2,5 millions de reais dans une première grande surface de 9 000 m², dans la zone nord de São Paulo. La construction de 9 autres supermarchés est prévue. Ces magasins seront ouverts tous les jours de 9 heures à 20 heures et proposeront 300 espèces de plantes différentes, à des prix variant entre 1 real et 500 reais.

Le commentaire d'iFi

Le marché des fleurs et plantes ornementales brésilien représente, environ, 2 milliards de dollars par an et il croît à un rythme de 20% l'an. Un marché important, mais faible encore en termes de ventes par habitant : seulement 5 dollars par personne en 2001, contre 35 dollars en Argentine et 185 dollars en Hollande. Le marché a donc de la place pour s'agrandir. À suivre...

Les services bancaires de Bompreço

La chaîne appartenant à Royal Ahold a passé un accord avec Unibanco afin de proposer dans ses 49 magasins de Bahia les services bancaires d'Unibanco. Unibanco a déjà passé plus de 150 accords afin que soient proposés ses services bancaires dans les magasins (avec Magazine Luiza, Drogaria São Paulo, Sé...)

Un nouveau magasin pour Sonda

La chaîne de supermarchés Sonda Supermercados (chiffre d'affaires annuel : 430 millions de reais) a inauguré, à São Bernardo do Campo, son 10^{ème} magasin dans le pays et son premier dans le triangle ABC *Paulista*. Le magasin aura les dimensions d'un hypermarché (6 000m²) mais proposera un mix-produits de supermarchés, avec, surtout, des périssables (produits alimentaires et boissons). Le chiffre d'affaires annuel devrait atteindre 80 millions de reais. Par ailleurs, avant fin 2002, Sonda prévoit d'ouvrir un autre magasin dans l'Est de la ville de São Paulo.

Que devient Marthino Paiva Moreira ?

Comme dit dans la précédente étude, Marthino Paiva Moreira a confirmé quitter son poste de directeur commercial de la chaîne de supermarchés D'Avó, qu'il occupait depuis plus de 16 ans.

Celui-ci ne quitte cependant pas la grande distribution. Il a, en effet, ouvert un supermarché StarSuper de 800m² à São Caetano do Sul dans le quartier de Nova Gerti, qui proposera plus de 15 000 articles. Marthino Paiva Moreira précise s'être implanté à cet endroit, dans le souci de ne pas se gêner avec ses neveux de D'Avó. **À noter** : D'Avó compte 5 magasins à l'Est de la ville et 2 autres à Mogi das Cruzas et Suzano.

Royal Ahold s'empare d'une partie de Lusitana

Le groupe hollandais, propriétaire de Bompreço, a acheté 9 des 16 supermarchés de la chaîne brésilienne Lusitana, la plus grande chaîne de supermarchés de l'État de Maranhão.

Drogão mise sur la publicité

D'ici fin 2002, la chaîne de drogueries de São Paulo prévoit d'investir 600 millions de reais en publicité afin de renforcer son image de marque.

Chili

Les locomotives du Florida Center

Un des 4 magasins ancre du centre commercial propriété de Cencosud (Horst Paulmann) sera la chaîne de grands magasins **La Polar**, qui confirme là son projet de devenir la 4^{ème} grande chaîne du secteur au Chili, derrière Falabella, Almacenes Paris et Ripley. Une autre locomotive du Florida Center sera **Ripley**, propriété de la famille Calderón.

Rappel : Cencosud avait porté plainte contre Plaza Vespucio (propriété de Grupo Plaza, contrôlé par Falabella et Almacenes Paris), à la *Fiscalía Nacional Económica* pour entrave à la libre concurrence. Ainsi, selon Cencosud, Plaza Vespucio ferait pression sur les locataires de ses centres commerciaux pour qu'ils n'installent pas d'autres points de vente dans un rayon inférieur à 5km. Cette mesure porterait tort au Florida Center (255 000m² construits, 190 magasins sur 3 niveaux, 1 Jumbo, 1 Easy, 4 autres locomotives, dont Ripley et La Polar). Plaza Vespucio ne dément pas l'existence d'une telle clause dans ses contrats de location, tout en soulignant que cette condition n'est pas *sine qua non* et qu'elle permet seulement aux locataires qui l'acceptent d'avoir des avantages sur le prix de location. Plaza Vespucio souligne, également, que cette clause sert à garantir le *mix* de produits sur une zone donnée.

Les autres projets de La Polar...

La chaîne de grands magasins a inauguré un établissement de 4 500m² dans le centre commercial Portal La Reina, qui appartient à Paulmann. Avec ce nouveau point de vente, la Polar entre, ainsi, dans la zone Est de Santiago. En plus de son installation dans le centre commercial Florida Center, le groupe devrait, également, ouvrir un magasin à Puerto Montt. Il compterait ainsi, 21 magasins.

En 2002, les ventes de la chaîne devraient atteindre 170 millions de dollars, soit une hausse de 22% comparé à 2001, où ils avaient facturé 130 millions de dollars. Selon La Polar, ces résultats confirmeraient que la chaîne est la 4^{ème} sur le segment des grands magasins, derrière Falabella, Ripley et Almacenes Paris.

... et ceux de Ripley

La chaîne de grands magasins de la famille Calderón investirait, donc, plus de 100 millions de dollars d'ici 2004 pour assurer son développement.

Ainsi, cette année, 48,2 millions de dollars seraient destinés aux magasins de Plaza Tobalaba et de Plaza Oeste et, en 2003, le groupe investirait 50 millions de dollars dans les points de vente de Plaza Trébol (Concepción), Huechuraba et Florida Center. Enfin, en 2004, Ripley investirait 12 millions de dollars pour renforcer ces magasins et, dès 2005, Ripley projette d'ouvrir un petit magasin de 5 000m² par an dans des petites villes.

Chaque année, Ripley facture 600 millions de dollars. Son principal concurrent sur le segment des grands magasins (qui représente un marché d'1,5 milliard de dollars par an) est Falabella. Ces dernières années, le maître mot de la chaîne a été la **diversification**. Diversification des secteurs d'abord, avec son entrée dans les secteurs financier, immobilier, touristique... et expansion internationale, avec ses investissements au Pérou, en Argentine (magasins Johnson's).

Almacenes Paris s'étend

La chaîne de grands magasins propriété de la famille Gálmez a inauguré un nouveau local de 3 800 m² dans la municipalité de Talca, dans la VII Région où elle a investi 5 millions de dollars. Avec ce nouveau magasin, Almacenes Paris compte dans le pays 15 établissements, soit 156 000 m² de surface de vente.

Par ailleurs, Almacenes Paris a déposé le nom de **Banco Almacenes Paris** afin de pouvoir investir le secteur financier, à l'exemple des ses 2 principaux concurrents, Falabella et Ripley.

En octobre, Almacenes Paris a également lancé « Cambio de Casa » qui propose des logements par Internet.

Cette banque devrait fonctionner comme le Banco Falabella ou le Banco Ripley. Ainsi, l'objectif de Banco Almacenes Paris est de satisfaire les besoins en consommation de ses clients. La banque appuierait son développement sur les succursales que la chaîne a dans tout le pays et sur les 1 700 000 cartes de fidélité, qui représentent 70% des ventes totales de la chaîne et 54% de ses bénéfices (données 2001). Le Banco Almacenes Paris étendrait, ainsi, le champ de compétences de la chaîne et lui permettrait de fidéliser sa clientèle.

Fiche d'identité d'Almacenes París

Almacenes París a été fondé en 1900 sous le nom de Mueblerías París, qui fabriquait et commercialisait des meubles. La chaîne diversifia ses activités dans les années 50 et, en même temps qu'elle se lançait dans la vente de vêtements, elle changeait de raison social pour Almacenes París. Actuellement, la chaîne compte 15 points de vente dans tout le pays.

- Au 1^{er} semestre, les **bénéfices** d'Almacenes París ont atteint 11,1 millions de dollars, soit une hausse de 61% comparé à la même période 2001. Pour toute l'année 2002, les bénéfices devraient augmenter de 24% comparé à 2001.
- En mai, selon Fitch Ratings, Almacenes París contrôlait 30,4% du marché, derrière Falabella avec 43% mais devant Ripley (26,6%).
- En 2001, les ventes par Internet de la chaîne ont atteint 7 millions de dollars.
- En 2003, Almacenes París prévoit d'ouvrir un magasin à Plaza Los Angeles (en mars) et à Plaza Huechuraba (octobre).

Les crédits de Cencosud

Cencosud, du groupe Paulmann, investit 28,2 millions de dollars dans Cencosud Administradora de Tarjetas de Crédito, qui prêtera des services financiers à des tiers. **À noter** : en février, Cencosud avait passé une alliance stratégique entre Jumbo-Easy et Tarjeta Ripley, afin que les clients de la chaîne de supermarchés et de *homecenters* utilisent cette carte de crédit.

Au 1^{er} semestre, les bénéfices de la société ont augmenté de 2,7% comparé à la même période 2001, à 26 millions de dollars. Sur la période, les ventes de Cencosud au Chili ont augmenté de 39% à 220,57 millions de dollars.

Corona ne misera pas sur Santiago

À la différence des autres chaînes de grands magasins, Corona ne pense pas que le Chili se résume à Santiago. Ainsi, la chaîne compte 24 magasins situés au nord et au sud du pays, dont seulement 4 sont dans la capitale, ce qui représente moins de 10% du chiffre d'affaires. Par ailleurs, Corona lance un plan d'expansion qui prévoit l'ouverture de 9 nouveaux magasins d'ici 3 ans.

Les magasins Corona s'étendent sur 2 500m²-3 000m². Un format raisonnable pour les villes de province chiliennes, qui assurent le succès de la chaîne, 6^{ème} du marché en termes de ventes, mais 4^{ème} en termes de bénéfices.

Les hard discounts de Ribeiro

La chaîne Supermercados Ribeiro a ouvert, début octobre, son premier *hard discount* dans la municipalité de La Florida, sous le nom **LUKAdi\$count**. Ce projet a 5 mois pour atteindre les objectifs fixés par la chaîne, soit des ventes de 27 000 dollars par mois. Si cet objectif n'est pas atteint, le projet serait abandonné. En revanche, si la chaîne tient ses promesses, un 2nd magasin devrait ouvrir rapidement.

La nouvelle chaîne serait alors située dans des quartiers passants, avec un mix de 350 produits. Ribeiro veut ainsi devancer sur ce segment Líder et Santa Isabel, qui projettent également de développer leur propre hard-discount.

Falabella inscrit Tottus

La chaîne de grands magasins propriété de la famille Solari a inscrit au Chili la marque Tottus, utilisée dans les hypermarchés péruviens de la chaîne. Cela lui permet de se protéger pour une utilisation ultérieure, bien que Falabella démente vouloir entrer sur le segment alimentaire dans le pays. (Voir Pérou).

Un styliste dominicain au Chili

Le groupe Trial (confection) s'est associé avec le groupe panaméen Onyx pour amener au Chili la ligne de vêtements Oscar de la Renta. La société créée par les 2 groupes s'appelle Titanium et a déjà ouvert un 1^{er} magasin dans le centre commercial Alto Las Condes. Le groupe prévoit d'ouvrir 2 autres magasins à court terme.

Central Restaurantes vise le Pérou

Le groupe chilien spécialisé dans la fourniture de produits alimentaires aux restaurants étudie son implantation au Pérou ce qui devrait représenter un investissement de 10 millions de dollars. En 2002, Central Restaurantes prévoit de réaliser 110 millions de dollars de chiffre d'affaires.

Le poids de la distribution

Les ventes de Almacenes Paris, Falabella, Ripley, Johnson's, Construmart, Easy, Sodimac, Jumbo, Carrefour et Santa Isabel représentent 4% du PIB.

Mexique

Wal-Mart quitte l'Antad

La chaîne a décidé de quitter l'association des supermarchés et des grands magasins. Cette décision a été prise après que l'Antad ait accusé Walmex de violer les règles de la concurrence et de transparence sur l'information et les prix. En effet, Wal-Mart affiche, à côté de ses prix, ceux des chaînes concurrentes, ce qui, pour l'Antad, fausserait le jugement des clients.

À noter : Walmex représente 20% des ventes totales de l'Antad et lui apporte 50% de ses revenus en tant qu'associé. Malgré ses 100 autres membres, il sera difficile à l'Antad de supporter cette absence.

Tab.3-1 : un bon premier semestre pour Walmex (en dollars)

	2001	2002	Variation
Ventes	6,3 milliards	7,23 milliards	+14,82%
Bénéfices opérationnels	303,53 millions	369,76 millions	+21,82%
Bénéfices nets	253,18 millions	278,77 millions	+10,11%

Au 3^{ème} trimestre, les ventes de la chaîne ont atteint 2,43 milliards de dollars, soit 13,4% de plus qu'à la même période 2001 et les bénéfices nets ont été de 96,2 millions de dollars, soit 21,1% de plus. Le nombre de clients a augmenté de 3,5% et le montant moyen de chaque achat de 1,4% grâce à sa politique de « prix bas tous les jours ».

Les résultats de Soriana

Au 2^{ème} trimestre 2002, les ventes de la chaîne ont augmenté de 7%. Ce résultat prend en compte les 8 inaugurations des 12 derniers mois, qui a fait augmenter la surface de vente de 7,9%. À nombre égal de magasins, les ventes n'ont crû que de 1%, aidées par la baisse du taux de change, ce qui est favorable aux magasins frontaliers. **À noter** : la majorité des magasins **Soriana** sont situés au Nord et au nord-est du pays, où la chaîne bénéficie d'une reconnaissance de sa marque et d'une concurrence moindre que dans la capitale ou à Guadalajara.

Pour 2002, la surface de vente devrait augmenter de 11% et les ventes à nombre égal de magasins de 1%. Le chiffre d'affaires devrait progresser de 6,3%.

Soriana soutient sa croissance grâce à l'ouverture de 10 à 12 magasins par an. Ainsi, en 2002, Soriana devrait avoir investi 200 millions de dollars dans l'ouverture de 12 nouveaux magasins et d'un centre de distribution, dans la rénovation de points de vente et dans la restructuration de ses systèmes d'information.

Tab. 3-2 : la croissance de Soriana de 2000 à 2003

	2000	2001	2002 (e)	2003 (e)
N° de magasins	100	108	120	130
Surface de vente en milliers de m²	856	927	1 032	1 118
Var. de la surface de vente	14%	8,2%	11,4%	8,3%
Var. des ventes à nombre égal de magasins	1%	0,5%	1%	2,5%
Ventes en milliards de dollars	2,58	3,03	3,20	3,41
Investissements en millions de dollars	173	156	200	202

Tab. 3-4 : les résultats 2001 des 4 grandes chaînes

Attention : selon certaines rumeurs, Gigante et Comerci pourraient fusionner.

	Walmex	Comerci	Soriana	Gigante	Secteur
Ventes en milliards de dollars	8,85	3,31	2,87	2,96	17,99
Surface de vente en milliers de m²	1 850	1 115	927	1 111	5 002
Var. de la surface de vente	+10,9%	+3,9%	+8,2%	+6,5%	-
Ventes par m² en milliers de dollars	4,79	2,79	3,1	2,67	3,60
Bénéfices par m²	230	70	160	60	140

Office Depot à El Salvador et au Costa Ricar

Office Depot México, joint-venture entre Office Depot et Gigante compte actuellement 72 magasins dans le pays. Le groupe prévoit de se développer à El Salvador avec l'ouverture de 2 magasins et prévoit d'ouvrir 2 points de vente au Costa Rica.

Les clubs de Comerci

Costco México, joint-venture entre Comerci et le Nord-américain Costco, lanceront 20 points de vente sous le **format club** (accès avec carte de membre) d'ici les 5 prochaines années. Chaque local s'étendrait sur environ 13 900m² et devrait demander entre 15 millions de dollars et 25 millions de dollars d'investissements.

Uruguay

Candy s'implante à Carrasco

Le magasin d'électroménager de Montevideo ouvre sa première succursale à Carrasco, le quartier élégant de la capitale uruguayenne. Depuis 6 ans, Casa Candy propose des lignes d'appareils électroménager ainsi que des services couvrant l'équipement de la cuisine et la climatisation des foyers.

Les déboires économiques de Mosca Hermanos

Le groupe éditorial, acquis en 1995 par l'éditeur argentin Angel Estrada puis cédé à des capitaux argentins et étasuniens en 2001, est passé sous administration judiciaire.

Actuellement le passif de Mosca Hermanos atteint 6 millions de dollars.

Le groupe emploie 200 personnes et possède 8 locaux commerciaux où sont vendus livres et fournitures de bureaux et scolaires. Entre janvier et septembre 2002, les ventes de Mosca Hermanos ont chuté de 60% comparé à la même période 2001.

Une Lolita uruguayenne à l'international

La chaîne locale de vêtements et de lingerie féminine a ouvert 3 nouveaux locaux à Montevideo et a inauguré un magasin à Gran Canaria (îles Canaries) et à Tenerife.

Parallèlement, Lolita a ouvert un magasin franchisé à El Salvador. Le groupe veut ainsi utiliser les franchises pour assurer son développement en Amérique Centrale.

La première implantation à l'étranger de la chaîne s'est faite au Brésil, à Porto Alegre. Lolita y avait acquis les 3 boutiques de Casa Lu.