

Table des Matières

I. LA CONJONCTURE ET L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE	4
AMÉRIQUE LATINE	4
<i>Turbulences dans le cône sud</i>	4
<i>Négociations UE-Mercosur</i>	5
<i>La corruption dans le continent</i>	5
ARGENTINE	6
<i>De mal en pis ?</i>	6
<i>Les dernières idées de Cavallo</i>	6
<i>Déflation et beaucoup de chômage</i>	7
<i>Augmenter les salaires avec des tickets</i>	7
BRÉSIL.....	8
<i>Sous la menace d'une panne d'électricité</i>	8
<i>La situation du real</i>	8
<i>La qualité de vie</i>	9
CHILI.....	10
<i>Croissance revue a la baisse</i>	10
<i>Les mesures du gouvernement</i>	10
<i>Inflation maîtrisée</i>	10
<i>Les chiffres clefs</i>	10
<i>Pas d'impôts pour les étrangers !</i>	11
<i>Davantage de pauvres</i>	11
MEXIQUE.....	12
<i>Quelle croissance du PIB en 2001 ?</i>	12
<i>De plus en plus d'exportations</i>	12
<i>...et des investissements externes</i>	12
<i>La réforme fiscale du président Fox</i>	12
<i>Les retombées de l'accord avec l'UE</i>	13
<i>L'inflation baisse</i>	13
URUGUAY	14
<i>Richesse mieux partagée</i>	14
<i>Le poids du dollar</i>	14
<i>Croissance compromise</i>	14
II. LES NOUVELLES TENDANCES DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION....	15
ARGENTINE	15
<i>Les 1^{ères} Journées des Supermarchés de Córdoba</i>	15
<i>Les premières mesures de relance</i>	16
<i>Le panorama du secteur</i>	16
<i>La place des hard-discount</i>	17
<i>Recul des ventes en mai</i>	17
<i>Baisse de la consommation et récession</i>	18
<i>Moins d'épargne et plus de confiance</i>	18
<i>La franchise : une bouée ...</i>	19
<i>... ou un boulet pour le commerce ?</i>	19
<i>Acheter avec une pièce de monnaie</i>	20
<i>Hypermarchés sous surveillance à Entre Ríos</i>	21
BRÉSIL.....	22
<i>Semestre faible, mais positif</i>	22
<i>Les stratégies commerciales face à la pénurie d'électricité</i>	23
<i>Le consommateur se méfie</i>	24
<i>Un caddie de plus en plus vide</i>	24
<i>... et un panier de plus en plus cher</i>	24

<i>Achats à crédit</i>	24
<i>Question de marques</i>	25
<i>Lecture sur le web</i>	25
<i>Construire à Rio</i>	25
<i>Bon niveau de ventes des matériaux de construction</i>	25
<i>L'immobilier tient bon</i>	26
<i>... et le mobilier aussi</i>	26
CHILI	27
<i>Concentration de petites entreprises</i>	27
<i>Le bois : un bon créneau</i>	27
<i>Quelques indicateurs repères</i>	28
<i>2 628 logements sociaux</i>	29
<i>Les permis de construire à Santiago</i>	29
MEXIQUE	30
<i>Les chiffres du mois de mai</i>	30
<i>La force du commerce informel</i>	31
<i>Une bonne fin d'année ?</i>	31
III. L'ACTUALITÉ DES ENSEIGNES	32
ARGENTINE	32
<i>Libertad veut aider les plus petits</i>	32
<i>Sauvetage du Showcenter</i>	32
<i>Officenet continue sa progression</i>	33
<i>Hörst Paulmann se tourne vers l'intérieur du pays</i>	33
<i>Pour le plus grand malheur des enfants</i>	33
<i>Nike : une première à Córdoba</i>	33
<i>L'ameublement voit grand</i>	34
<i>Disco/Ahold table sur les petits prix</i>	34
BRÉSIL	35
<i>Pão de Açúcar se met au régime</i>	35
<i>Casino et Pão de Açúcar</i>	35
<i>L'inauguration d'un magasin virtuel</i>	36
<i>Les supermarchés accueillent les banques et la poste</i>	36
<i>Les Smarts du Nordeste</i>	36
<i>Faire du shopping dans l'Aéroport</i>	36
<i>Les supermarchés investissent dans les combustibles</i>	37
<i>Carrefour se modernise</i>	37
<i>Un centre commercial sensible au social</i>	37
<i>Le Nordeste aura des shoppings de Sonae</i> :.....	38
<i>Saraiva améliore son site</i>	38
<i>Brasimac grimpe sur la plus grande « favela » de Rio de Janeiro</i>	38
CHILI	39
<i>Santa Isabel veut s'agrandir</i>	39
<i>Investissements en série</i>	39
<i>Tops, des hypermarchés plus accessibles</i>	40
<i>La France exporte sa formule de pressing</i>	40
<i>D&S, objectif court terme : développer le format Líder</i>	40
<i>Parque Arauco est optimiste</i>	41
<i>Montecarlo se multiplie</i>	41
<i>Des Sodimac partout</i>	41
MEXIQUE	42
<i>Un Body Shop mexicain ?</i>	42
<i>Une enseigne « gringa »</i>	42
<i>Série d'ouvertures pour Soriana</i>	42
<i>Le profil de Sanborns</i>	43
URUGUAY	46
<i>Un ferme soutien pour les supermarchés</i>	46

I. La conjoncture et l'environnement économique

Amérique Latine

Turbulences dans le cône sud

La situation économique de l'Argentine a dépassé les frontières du pays touchant, à son tour, ses proches voisins et principaux partenaires commerciaux tels que le Brésil, le Chili et l'Uruguay.

Dans ce contexte, les investissements étrangers directs pourraient diminuer dans cette partie du continent au profit du Mexique. Ainsi, l'IFI (Banque Mondiale) table sur près de 61 milliards de dollars d'IED en 2001 contre 57 milliards de dollars en 2000.

En 2001, les flux vers le Brésil pourraient représenter 20 milliards de dollars environ contre 30 milliards de dollars l'an passé et ceux à destination de l'Argentine près de 7 milliards de dollars contre 25 milliards en 2000.

Une autre conséquence directe des turbulences économiques a été l'ajustement à la baisse des devises brésiliennes, chilienne et uruguayenne. Le *real* brésilien a perdu près de 20% depuis le début de l'année, au Chili, le dollar coûte près de 640 pesos contre 600 pesos au début de l'année et en Uruguay il faut près de 13,7 pesos contre 12 pesos en janvier.

À cause de la dévaluation du *real* et du recul de l'activité économique en Argentine, en juin, les exportations de ce dernier vers le Brésil ont diminué de 5,6%

La hausse du risque pays, dont celui de l'Argentine qui est passé sur la barre des 1 000 points, est également, la conséquence de cette instabilité économique.

Négociations UE-Mercosur

Les représentants des deux blocs économiques étudient les mécanismes qui pourraient favoriser et améliorer leurs échanges commerciaux.

L'UE aurait proposé que la totalité des biens industriels et 90% des produits agricoles qui sont, actuellement taxés pour pouvoir entrer sur le sol européen, bénéficient d'une réduction progressive des droits de douane pour aboutir à une exemption totale dans 10 ans.

Au cours des 3 dernières années, l'UE a effectué une moyenne de 15 milliards de dollars d'achats annuels au Mercosur dont 57% des produits sont entrés dans l'espace européen en payant des droits de douane.

L'ensemble des ventes jointes de produits agricoles du Brésil, de l'Argentine, de l'Uruguay et du Paraguay ont totalisé, en moyenne, 7,5 milliards de dollars annuels et les produits industriels ont atteint, en moyenne, près de 7,4 milliards de dollars.

La corruption dans le continent

Selon Transparency International, le Chili est le pays le moins corrompu d'Amérique Latine qui présente les indicateurs de corruption les plus bas ce qui lui permet d'occuper la 18^{ème} place du palmarès tandis que l'Uruguay est au 35^{ème} rang. Selon le rapport, l'Argentine se trouve parmi les 35 pays les plus corrompus à la 57^{ème} place, le Mexique occupe la 51^{ème}, la Colombie la 50^{ème}, le Brésil la 46^{ème} et le Pérou la 44^{ème}.

Argentine

De mal en pis ?

Les mesures prises par le *superministre* de l'Économie, Domingo Cavallo, tardent à provoquer l'effet escompté auprès des investisseurs étrangers et surtout auprès de ses compatriotes. Pour le moment, l'idée d'inclure l'euro dans un panier, avec le dollar de la convertibilité, n'apparaît pas comme la solution miracle. La réduction des déficits, national et provincial, est résistée par les représentants politiques à cause de ses incidences sur le plan social.

- Dans beaucoup de provinces le chômage touche de plus en plus la population qui s'est manifestée en bloquant des routes.

- Sur le plan politique, la situation est aussi délicate, car la justice a décidé de faire une enquête sur la participation de l'ancien Président Menem dans la vente illégale d'armes à l'Équateur et à la Croatie ainsi que sur l'origine de sa fortune personnelle actuelle...

- Parallèlement, il y a eu des rumeurs concernant l'éloignement du Président Fernando de la Rúa pour cause d'ennuis de santé qui le rendraient incapable de gouverner ainsi que la démission de Domingo Cavallo...

Une grande partie des opérateurs réclament un ajustement monétaire pour répondre à ceux qui préconisent la dollarisation de l'économie. Loin du 5% de croissance promis par Domingo Cavallo, les analystes prévoient un recul qui pourrait osciller entre 1% et 0,2%. La dette externe de l'Argentine s'élève actuellement à 145,6 milliards de dollars.

Les dernières idées de Cavallo

Aussitôt rentré de son voyage en Allemagne et en Italie, le Ministre a annoncé des coupes dans les dépenses publiques qui seraient de 2 milliards de dollars. Les provinces devront réduire de moitié leurs dépenses (1,3 milliard de dollars) et le reste des économies seront faites dans l'éducation et la sécurité sociale. Le *superministre* cherche auprès des banquiers argentins les meilleures conditions pour obtenir les fonds qui lui permettraient de faire face à ses engagements. Le niveau atteint par le risque pays a provoqué une hausse de taux atteignant 21% annuel...

Déflation et beaucoup de chômage

Selon une enquête, conséquence du faible niveau de l'activité économique, en juin, les licenciements ont été multiplié par deux par rapport à juin 2000 et par quatre comparé à mai 2001. En effet, depuis janvier, les « suspensions » ont touché près de 60 000 personnes et, en juin, ont été licenciés 8 030 salariés et mis en chômage technique (*suspensiones*) près de 20 000 autres. Ces mesures vont dans le sens contraire aux programmes de compétitivité signés entre le Gouvernement et les principales entreprises qui, en échange d'allègements fiscaux et des charges sociales patronales s'étaient engagées à ne pas licencier. Attention : les programmes ne sont pas entrés en vigueur faute de décret réglementaire... Au total, le chômage atteindrait 16,7% de la population active.

Selon l'Indec, en juin, l'indice des prix à la consommation a enregistré un recul de 0,7 par rapport à mai. Ce sont les produits alimentaires, les boissons, les transport et les télécommunications qui ont chuté le plus (-1,2%). Les loisirs ont diminué aussi, de 1,1% et les vêtements de 0,9%.

Augmenter les salaires avec des tickets

A partir de juillet, les entreprises qui souhaitent augmenter les salaires des leurs employés pourront le faire au moyen de tickets d'un maximum de 150 pesos à condition qu'ils ne gagnent pas plus de 1 500 pesos. Ce ticket est un moyen de permettre aux entreprises d'éviter de verser des charges patronales.

Actuellement, 90% des travailleurs recensés dans le pays, soit 4,5 millions de personnes gagnent moins de 1 500 dollars mensuels. Près de 3 millions de personnes seraient rémunérées au noir...

Brésil

Sous la menace d'une panne d'électricité

Les mesures prises par les autorités pour réduire la consommation d'électricité (amendes, encouragements à économiser, etc etc), ont provoqué un ralentissement de la consommation des produits et des services en rapport avec le secteur. Parallèlement, les mesures de restriction ont touché la production industrielle ce qui laisse supposer que la croissance de l'économie brésilienne pourrait perdre quelques points. Ainsi, en mai 2001, l'indice de la production industrielle brésilienne a reculé de 1,5% par rapport à avril et il s'agit de la 3^{ème} chute consécutive de l'année. Afin de combler les besoins énergétiques du pays, le CIEE a calculé qu'il faudrait investir près de 64 milliards de dollars au cours des 10 prochaines années. Le gouvernement a déjà annoncé 30 milliards de dollars d'investissements dans le secteur de l'électricité d'ici 2007 et qui font partie d'un programme de 100 milliards de dollars nécessaires pour augmenter et moderniser les infrastructures du pays.

La situation du real

Avec une perte de 20% depuis le début de l'année, le *real* reste toujours sous pression. En 2001, pour soutenir la devise nationale, le Banco Central devrait vendre un total de près de 6 milliards de dollars. Le 20 juin, le Banco Central a fixé le taux d'intérêt de référence à 18,25% contre 16,75% auparavant.

Dans ce contexte, l'institution a estimé l'inflation pour 2001 à 5,8% contre une prévision précédente de 4,8% et la croissance du PIB à 2,8% contre 4,3% auparavant. Actuellement, la dette du secteur public représente 51,9% du PIB.

La qualité de vie

Selon l'indice IDH du PNUD, en termes de qualité de vie, le Brésil a avancé de 5 positions dans le palmarès de Nations Unies et occupe la 69^{ème} place parmi 162 pays. Malgré ce progrès, la moyenne de l'espérance de vie des Brésiliens reste toujours à 67,2 ans. Les dépenses de santé de l'État brésilien ne dépassent pas les 453 dollars annuels par habitant. En revanche, en éducation, les dépenses sont passés de 4,7% du PIB en 1990 à 5,1% du PIB en 2000, mais 15% de la population reste toujours analphabète.

Enfin, en termes de répartition des revenus, 9% des brésiliens vivent avec moins de 1 dollar par jour et 46,7% des revenus du pays sont concentrés dans 10% de la population.

Chili

Croissance revue a la baisse

Les prévisions de croissance annoncées en début d'année tablaient sur une hausse de plus de 5%. Le ralentissement économique mondial et la difficile conjoncture régionale ont provoqué une révision à la baisse de la croissance qui ne devrait atteindre que 4%. Selon les analystes, cette année, les secteurs des mines et de l'industrie seraient les moins dynamiques avec une progression annuelle de 2,5%. En 2001, le PIB par habitant devrait atteindre 4 570 dollars ce qui représente un recul de 0,5% par rapport à 2000. Sur l'année, la hausse du chômage et du dollar devraient peser lourdement aussi sur l'économie.

Les mesures du gouvernement

Afin d'arrêter la dévaluation de la devise, les autorités ont décidé d'émettre des PRD (*pagarés reajustables en dólares*) soit des bons alignés sur le cours du dollar pour un montant de 1 milliard de dollars. Ainsi le cours du billet vert a été ramenée à 642 pesos après avoir atteint 650 pesos. Depuis le début de l'année le peso chilien a été dévalué de près de 12%.

Inflation maîtrisée

Malgré la dépréciation du peso, en juin l'inflation n'a progressé que de 0,1% ce qui représente une hausse de 1,5% depuis janvier et de 3,6% depuis 12 mois. Selon les analystes, ce taux faible serait dû, principalement à la faible demande interne qui ne permet pas de récupérer des marges et des salaires.

Les chiffres clefs

En mai, l'indice de la production industrielle a progressé de 0,6% (4,3% en avril) et le total de la dette externe atteint 37,3 milliards de dollars, en hausse de 1,1% par rapport à la même période 2000. En juin, le prix de l'essence a diminué entre 17 pesos et 20 pesos tandis qu'en mai les exportations ont chuté de 12,1% et les importations de 12,8%. En mai, les IED ont totalisé 3,4 milliards de dollars soit 192,7% de plus qu'en mai 2000.

Pas d'impôts pour les étrangers !

La loi 19 738 qui vient d'être promulguée établit que les investisseurs institutionnels non domiciliés au Chili ne seront pas soumis au paiement d'impôts sur les plus values générées par les ventes de valeurs mobilières.

La mesure vise à attirer de nouveau les investisseurs qui avaient misé sur le pays dans les années 80.

Davantage de pauvres

Selon l'Instituto Libertad y Desarrollo, depuis 1996, le nombre de personnes considérées comme étant très pauvres pour l'ensemble du le pays est passé de 814 000 à 850 000. Au total, en 2000 il y avait 3 millions de personnes pauvres soit 20,6% du total de la population du Chili.

Mexique

Quelle croissance du PIB en 2001 ?

Les prévisions du gouvernement tablent sur une progression de la croissance économique entre 2,5% et 3%. Les estimations du BSCH sont moins optimistes : pour 2001 la banque a fixé le taux de croissance économique mexicaine à 2,3%, contre une progression de 6,9% en 2000...

Selon le BSCH, le Mexique occupe le 4^{ème} rang en termes de croissance après le Chili (3,7%), le Venezuela (3%) et la Colombie (2,5%).

Le principal risque pour l'économie mexicaine reste celui du ralentissement de la croissance des États-Unis, son principal partenaire commercial, qui est le destinataire de 85% du total des exportations mexicaines.

De plus en plus d'exportations...

En 2001, les exportations du Mexique devraient atteindre 174 milliards de dollars soit 10 milliards de plus qu'en 2000 (+4,6%). Le Bancomext a financé près de 1 350 PME pour faciliter leurs exportations totalisant 2,1 milliards de dollars d'aides.

...et des investissements externes

Selon les prévisions, en 2001, les flux d'investissements étrangers devraient augmenter de 30% par rapport à 2000. Ainsi les IED du 1^{er} trimestre ont totalisé 3,35 milliards de dollars contre 3,3 milliards de dollars en 2000. La hausse du peso mexicain et la baisse de taux de rémunération de l'argent pourraient ralentir l'entrée de capitaux.

La réforme fiscale du président Fox

En avril, l'Exécutif a proposé une réforme fiscale qui prévoit de supprimer les exceptions d'impôts sur les produits de consommation pour les faire passer à un taux général de 15%. Avec cet impôt l'État pourrait collecter près de 15 milliards de dollars supplémentaires.

Les retombées de l'accord avec l'UE

Depuis l'entrée en vigueur, en 2000, de l'accord de libre échange entre le Mexique et l'UE, les flux commerciaux ont progressé de 24%. Les plus importantes exportations mexicaines vers l'UE sont : les véhicules (Beetle-VW et Cruiser-Chrysler), les équipements électriques, les produits chimiques et les fruits et légumes.

L'inflation baisse

Selon Consultores Internacionales, en juin 2001, l'inflation de la capitale mexicaine n'a progressé que de 0,38% par rapport au mois précédent. Entre janvier et juin 2001, le taux accumulé a été de 3,62%. Entre juin 2000/juin 2001, l'inflation a atteint 8,33% soit 1,23% de moins que durant la même période précédente. Les plus fortes hausses ont été celles des services, de la santé, de l'alimentation et du logement. En revanche, les prix de l'habillement, de l'éducation et des loisirs ont enregistré des baisses.

Uruguay

Richesse mieux partagée

Selon une étude, l'Uruguay est le pays latino-américain qui présente la meilleure distribution de la richesse des pays de la Région. Le rapport indique que 40% de la population la plus pauvre possède 22% des revenus du pays et que le 10% les plus riches représentent 25,8% des revenus. De 50% de la population restante, 30% se trouve dans des conditions de pauvreté et 20% fait partie de la classe moyenne, qui accapare 26,1% des revenus nationaux.

Le poids du dollar

En juin, les prix des produits importés ont grimpé de 3,66% par rapport à juin 2000 suite à une progression de la hausse du cours du dollar et de la montée des prix des carburants. La crise argentine a provoqué des achats de dollars ce qui a fait progresser le flottement du peso uruguayen de 5,14% par rapport à son prix plancher qui est de 13,9 pesos par dollar.

Par ailleurs, en juin, le pays a enregistré une déflation de 0,44%, la première baisse depuis novembre 1982, à cause de la diminution des prix des combustibles, des tickets de transport et de la nourriture.

Croissance compromise

Selon le BBVA, en 2001, la croissance économique du pays serait de 1,2% à condition que la crise argentine ne s'aggrave pas. Entre janvier et mars, l'indice de la production industrielle a chuté de 1,1%. Il s'agit du 4^{ème} trimestre consécutif de baisse. Le secteur de la chimie a été le plus touché par la baisse (-11,8%) tandis que le secteur agro-alimentaire a enregistré une croissance de 3,5% par rapport au trimestre précédent.

Parallèlement, en juin, le nombre d'indemnités de chômage a augmenté de 8,74% par rapport à mai 2001.

II. Les nouvelles tendances du commerce et de la consommation

Argentine

Les 1^{ères} Journées des Supermarchés de Córdoba

À l'appel de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Córdoba, de la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios-Fasa et de la Cámara Argentina de Supermercados-CAS, entre le 28 et 29 un millier de responsables de supermarchés du pays ainsi que près de 80 PME, fournisseurs traditionnels des chaînes, qui profiteront de l'occasion pour tenir un salon juin, se sont réunis dans l'hôtel Sheraton de Córdoba.

Les sujets de la réunion ont été les suivants :

- Le retour des consommateurs aux magasins de proximité (épiceries);
- La mise en place des codes de sécurité et des codes barre ;
- Les nouvelles stratégies des promotions et des ventes ;
- La motivation des entrepreneurs et du personnel.

Les participants ont revendiqué une **action accrue des autorités en faveur de la relance de la consommation** ainsi que la mise en place de mesures visant à éviter la concentration du secteur dans les mains des grandes chaînes.

Enfin, les participants ont réclamé une diminution des impôts et des taxes qui pénalisent le commerce, dont l'impôt sur les chèques.

Les premières mesures de relance

Le secteur prévoit une amélioration de la consommation grâce à la mise en place des **tickets alimentaires** qui pourront être distribués par les entreprises à leurs salariés. Ces tickets délivrés sous la forme d'une augmentation du salaire, sont exemptés des charges patronales (V. **page 8**).

Par ailleurs, le gouvernement a décidé de réduire et de rendre une partie de l'impôt sur les bénéfices des sociétés.

Le panorama du secteur

Passée la période 1998 - 1999 où les hypermarchés dominaient, ou tentaient de dominer la scène de la grande distribution en Argentine, une étude de AC Nielsen révèle qu'entre 1999 et 2000, la part de marché des hypermarchés est passée de 42,5% à 41%.

Parallèlement, au cours de la même période, la part des supermarchés locaux ou régionaux ainsi que celle des magasins de proximité est passée de 17,9% à 22,7%.

Cette situation ne pourra cependant pas renverser la tendance de façon radicale car la concentration du secteur a fait disparaître beaucoup d'acteurs. Entre 1996 où il y avait 250 700 magasins faisant partie du secteur de la distribution et 2001, 40 000 unités ont disparu.

Les segments de la distribution qui ont souffert le plus de la concentration ont été ceux des cosmétiques/parfumerie, les produits de nettoyage, des kiosques de revues et des épiceries.

Aujourd'hui, la tendance est celle d'un retour au magasin de proximité et de quartier ayant une superficie de 400m² maximum. Avec les tickets alimentaires, les consommateurs achètent le strict nécessaire, même s'ils sont obligés de se rendre plus fréquemment dans le magasin. Par ailleurs, dans la ville de Córdoba, le chiffre d'affaires de ce format de magasin a progressé de 2%.

La place des hard-discount

Arrivée dans le pays en 1998, la formule *hard discount* s'est développée depuis 2 ans pour atteindre 350 magasins et les estimations tablent sur plus de 400 unités à la fin de l'année.

Recul des ventes en mai

Selon l'Indec, au cours du mois de mai, les ventes des supermarchés et des centres commerciaux ont diminué ainsi que les activités liées à la construction.

En juin, les immatriculation des véhicules ont également baissé et seuls les ventes d'ordinateurs ont progressé.

- **CENTRES COMMERCIAUX** : en mai, la facturation a atteint 127,9 millions de pesos ce qui représente 12,8% de moins par rapport au même mois de l'an dernier. Par rapport à avril, les ventes ont chuté de 7% et entre janvier et mai, le chiffre d'affaires des shoppings a baissé de 8% par rapport au même laps de temps 2000.
- **SUPERMARCHÉS** : en mai 2000, les ventes ont reculé de 2% totalisant 1,1 milliard de dollars. Par rapport au mois d'avril, la facturation a chuté de 6,4% et entre janvier et mai de 1,6% comparé aux 5 premiers mois 2000.
- Si l'on prend comme point de repère l'année 1998, celle du début de la récession qui frappe depuis le pays, la chute des ventes de mai atteint 10% **bien que dans la période le nombre des magasins ait augmenté de 10,7%, la superficie de vente de 8,3% et les effectifs de 7,8%**.
- **CONSTRUCTION** : au cours du mois de mai, l'indice de la construction a chuté de 5,7% par rapport à avril et de 1,1% par rapport à mai 2000. Entre janvier et mai 2001, la chute atteint 4,7% comparé à la même période 2000.
- **AUTRES SECTEURS COMMERCIAUX** : en **juin** 2001 comparé à juin 2000, le chiffre d'affaires des restaurants s'est écroulée de 30%, celui de l'habillement de 27% et celui des articles pour l'aménagement de la maison de 25%. Les opérations immobilières ont enregistré une chute de 42% et les ventes de véhicules de 40%.

Baisse de la consommation et récession

En juin, les prix ont diminué 0,7% ce qui est la plus forte chute mensuelle depuis mars 1999. À leur tour, les prix de gros ont baissé de 0,4%. Selon les analystes, les raisons se trouvent dans la diminution de la consommation des foyers argentins qui perdent, peu à peu, leur pouvoir d'achat ou... leur emploi !

Le prix des produits alimentaires, des boissons et des transports ont diminué 1,2%.

Depuis le début de la récession dans le pays, il y a 36 mois, le pouvoir d'achat par Argentin a chuté de 8%.

Pour certains analystes comme le FIDE, **l'accumulation d'années de déflation est aussi nuisible que l'hyperinflation**. En effet, la persistance de la récession est un signe clair de la cassure de la consommation interne. Pour le FIDE, depuis la mise en place du Plan de Convertibilité en 1991, **l'indice des prix à la consommation des biens a grimpé de 30% et ceux des services de 100%**.

Cette même institution ajoute que l'évolution de **l'indice des prix à la consommation montrait une baisse de la consommation interne et la déflation une perte de richesse nationale**. En conclusion, le FIDE affirme que le pays est prisonnier de ce modèle dans lequel les revenus sont en régression et les d'opportunités et les moyens d'investir peu nombreux.

Moins d'épargne et plus de confiance

Selon une enquête, en juin, 6,6 familles sur 100 ont manifesté l'intention d'épargner contre 8,5% en mai. La même tendance s'est manifestée parmi les familles qui prévoyaient d'acheter des biens de consommations comme les téléviseurs, des véhicules, des meubles ou des maisons : en mai elles représentaient 5,7% des familles consultées contre 4,7% en juin.

En même temps, en juin, l'indice de confiance des consommateurs a progressé de 2,9% par rapport à mai.

La franchise : une bouée ...

Selon l'Asociación Argentina de Franchising, en 2000, le secteur qui emploie plus de 60 000 personnes, a facturé 3,5 milliards de pesos. En 2001, ce secteur devrait enregistrer une croissance de 15% à 25%.

Pour pouvoir démarrer une activité de franchise l'investissement oscille entre 500 dollars et 250 000 dollars pour un chiffre d'affaires mensuel entre 3 000 dollars et 300 000 dollars.

Le système présente des avantages qui permettent de faire face aux situations de crise économique. Au Mexique, en 1995, en pleine crise *tequila*, 6 000 restaurants ont fermé dont 27 appartenant à des chaînes franchisées.

L'association reçoit près de 100 demandes de renseignements par mois concernant le commerce de livres, de vêtements, d'aliments, de glaces ainsi que le secteur de la restauration et de soins médicaux.

Dans le pays, opèrent actuellement près de 180 **marques** franchisées dans les secteurs suivants :

- Mode et habillement : 18%
- *Fast-food* : 14%

Par **secteur**, les teintureriers-laveries représentent 36% des franchises suivies par les chaînes de *fast-food* (20%) et l'habillement (14%). Du total des franchises présentes dans le pays, 71,5% sont d'origine nationale, 15,3% des États-Unis, 6% d'Espagne et d'Italie et 3% du Brésil et du Chili.

Les marques argentines qui ont cherché à se développer à l'international sont : les chaînes des restaurants La Caballeriza, El Coyote, Colegio de Cocineros Gato Dumas, Chungo et le café littéraire Clásica y Moderna.

... ou un boulet pour le commerce ?

Selon Francorp Argentina, en 2000, le chiffre d'affaires du secteur ne seraient que de 2 milliards de dollars. Afin d'attirer de nouveaux franchisés, quelques marques auraient réduit entre 30% et 40% le droit d'entrée.

II. Les nouvelles tendances du commerce et de la consommation

D'autres marques auraient reconnu avoir une participation dans les bénéfices ce qui équivaut à une baisse des coûts pour le franchisé.

Par exemple, dans le secteur de la restauration, l'investissement moyen oscille entre 60 000 dollars et 80 000 dollars plus 10 000 dollars pour le stock de départ et 10 000 dollars de droit auquel il faut ajouter la TVA.

Il faut compter aussi le versement mensuel de 5% du chiffre d'affaires correspondant aux droits d'utilisation de la franchise et 2% pour la publicité.

La rentabilité moyenne actuelle ne dépasse pas 2 000 ou 3 000 dollars mensuels soit l'équivalent d'un bon salaire. Autrefois, la rentabilité pouvait atteindre entre 3 500 et 5 000 dollars mensuels.

Malgré cette différence, le système offre toujours des garanties pour le commerce grâce aux économies d'échelle qu'il permet de réaliser.

En Argentine, le commerce sous franchise représente près de 7% du commerce de détail.

Les sociétés Repsol-YPF et Carrefour prévoient de lancer des franchises pour rentabiliser quelques unes de leurs enseignes. Ainsi, le groupe pétrolier hispano-argentin est sur le point de lancer Boxes la franchise spécialisée dans la réparation rapide de véhicules. Carrefour pense développer l'enseigne Dia à travers des franchisés.

Acheter avec une pièce de monnaie

Dans une période de crise il y a de plus en plus de produits peuvent s'acheter avec une seule pièce de monnaie et les fabricants utilisent cet effet psychologique pour attirer et conserver les consommateurs.

Ce fut le cas de Coca-Cola lorsqu'elle a lancé une bouteille de 237cc à 50 centimes de dollar. Ainsi, en décembre dernier, Coca-Cola avait vendu 17,5 millions de cette bouteille contre 12 millions en décembre 1999.

Les bonbons trouvent toujours des acheteurs à condition que leur prix ne dépasse pas les 20 centimes de dollar.

Dans les McDonald's, les cornets de glace coûtent 50 centimes de dollars et les hamburgers 79 centimes de dollars. Malgré l'attrait des bas prix, cette année, la chaîne de *fast food* devrait perdre de l'argent dans le pays.

Hypermarchés sous surveillance à Entre Ríos

La Chambre des Députés de la Province d'Entre Ríos a promulgué un projet de loi visant à limiter le développement des hypermarchés sur le territoire provincial à travers l'application de taxes spéciales.

Le texte oblige, aussi, les établissements à fermer leurs portes à 21 heures, l'interdit l'ouverture les dimanches et jours fériés ainsi que la vente de combustibles.

La nouvelle taxe applicable aux grandes surfaces s'élève à 5,5% du chiffre d'affaires contre seulement 3% pour le commerce traditionnel.

Le texte inclut une clause permettant de ramener à 3,5% le taux d'imposition aux magasins qui proposent dans leurs gondoles 25% de produits locaux.

Les mesures de limitation des activités des hypermarchés tiendront compte non seulement de la surface occupée par le point de vente mais aussi du total de m² des locaux de la même chaîne.

Les enseignes les plus touchées par cette loi seraient Norte, Tía (Carrefour), Wal Mart et Coto, toutes très bien implantées dans les localités de Paraná, de Gualeguaychú et de Concordia.

Brésil

Semestre faible, mais positif

Les prévisions tablent sur une baisse globale des ventes en 2001 car le second semestre s'annonce plutôt faible. Mais, grâce au bon rythme de croissance enregistré au 1^{er} trimestre, le solde de l'année devrait rester positif. L'Associação Comercial de São Paulo a revu à la baisse ses prévisions de croissance qui étaient de 5% à 7%, à 3%/4% comparé à l'année 2000.

Pour le Serviço Central de Proteção ao Crédito, en mai, le commerce de détail a enregistré une croissance car le volume de ventes à crédit a augmenté de 12,5% par rapport au même mois 2000. À cause de la pénurie d'électricité, les ventes ont ralenti globalement et la croissance estimée pour le 1^{er} semestre ne sera que de 10% par rapport à 2000.

Face à la crise énergétique et à la baisse des ventes du semestre, l'Associação Brasileira de Supermercados-Abras a calculé que la croissance du secteur oscillerait entre 2% et 3% au lieu de 4% et 5% prévus auparavant. Au total les ventes du secteur atteindraient 70,5 milliards de reais, soit 1,5 milliard de moins que prévu.

Le bureau d'études Tendências Consultoria Integrada estime que le PIB du 2^{ème} semestre devrait croître de 1,1% par rapport à 2000, après avoir prévu une progression du PIB de 3,4% entre janvier/juin. Pour Tendências, en 2001, la croissance du PIB sera tirée par l'agro-alimentaire (+4,2%), les services (+2,7%) et l'industrie (+0,2%) et devrait atteindre 2%. Pour le groupe MCM, en 2001, la hausse du PIB n'atteindrait que 1,7%.

De janvier à mai, grâce à l'impôt sur la circulation des marchandises et services (ICMS) les recettes fiscales ont augmenté de 8,4%, inflation déduite. Un chiffre bien supérieur aux 7% prévus auparavant.

La baisse des recettes fiscales à partir de juin s'explique par la chute du rythme de l'activité économique et par les défauts de paiements. Les estimations des pertes des recettes fiscales sont estimées entre 300 millions de reais et 400 millions de reais par rapport au chiffre calculé au départ.

Les stratégies commerciales face à la pénurie d'électricité

Suite à la pénurie d'électricité, les habitudes des consommateurs sont en train de changer mais pas leurs envies de consommer.

Au cours de la 1^{ère} quinzaine de juin, les ventes de produits blancs de la chaîne **Casas Bahia** ont baissé de 8% par rapport à la même période 2000. En même temps, les ventes de meubles ont augmenté de 30%. Le même phénomène de remplacement des produits électroménagers par d'autres rayons a été expérimenté par Carrefour.

Ainsi, pour faire face à la chute des ventes de fers à repasser et d'appareils d'air conditionné, gros consommateurs d'électricité, la chaîne *gaúcha* (région sud du pays) **Colombo** a proposé des réfrigérateurs qui utilisent 50% d'électricité en moins. Au 1^{er} semestre 2001, Colombo a facturé 30% de plus que durant la même période 2000, année pendant laquelle il a facturé 730 millions de reais. Colombo possède 289 magasins dont 45 sont implantés à São Paulo.

La chaîne **Brasimac** a utilisé l'information au consommateur pour attirer les acheteurs. L'enseigne a fait passer le message qu'un produit blanc neuf consommait moins qu'un vieux. Avec cet argument de vente, en une semaine, la chaîne implantée dans le sud-est du pays avec 141 magasins, a vendu 2 000 réfrigérateurs, 4 fois plus que d'habitude.

La stratégie de **Sé Supermercados** (Jerónimo Martins) a été de diriger les consommateurs vers l'achat de vins à l'occasion d'un Festival de Vinhos où figuraient 227 marques.

Sendas, la plus importante chaîne de supermarchés de Rio de Janeiro (84 magasins) a misé sur les produits alimentaires pré-préparés pour compenser la chute des ventes de produits blancs et d'aliments surgelés.

Quant à la chaîne Rede Economia (70 magasins dans l'État de Rio de Janeiro), la compensation de la baisse de son chiffre d'affaires pour les produits congelés s'est réalisée sur la vente de lampes et d'ampoules de moindre puissance ou consommation !

II. Les nouvelles tendances du commerce et de la consommation

Le consommateur se méfie

Au 2^{ème} trimestre 2001, l'Índice Nacional de Expectativa do Consumidor-Inec, de la Confederação Nacional da Indústria-CNI a enregistré une chute de 7,1% par rapport au 1^{er} trimestre. À l'origine de cette baisse se trouve la dévaluation du *real*, de taux élevés et le rationnement d'énergie. Par rapport au même trimestre 2000, le Inec a reculé de 5,3%, le pire résultat depuis mars 1999, année de la forte dévaluation du *real*.

Selon 1 enquête réalisée le 14 et 18 juin auprès de 2 000 personnes, 51% des personnes interrogées pensent conserver le même niveau d'achats, 14% pensent acheter plus et 35% moins.

Un caddie de plus en plus vide...

Variation des ventes cumulées en 2001 par rapport à 2000 en %

Janvier 2001	Janvier/Février	Janvier/Mars	Janvier/Avril	Janvier/Mai
7,81	7,15	6,2	5,2	4,86

... et un panier de plus en plus cher

Depuis janvier, les consommateurs qui font leurs achats dans les supermarchés de Rio de Janeiro ont payé le panier 4,5% plus cher par rapport à janvier/juin 2000. En juin, l'achat de 30 produits alimentaires, d'hygiène et de nettoyage coûtent 186,22 *reais*. Comparé à juin 2000 la hausse est de 9,3%.

Par rapport à mai, l'augmentation a été de 1,7% due, surtout, à la hausse des prix des produits alimentaires dont le *feijão* et les produits laitiers.

Achats à crédit

Selon l'ACSP, au 1^{er} semestre 2001, les achats à crédit ont progressé de 9,7% comparé au même trimestre 2000. L'étude signale que cette hausse est due au rythme de croissance jusqu'en mai, mais que la progression devrait se ralentir pour le reste de l'année.

Question de marques

Une enquête publiée par la revue Supermercado Moderno et réalisée auprès de 3 000 supermarchés révèle que 63 des 168 marques les plus notoires restent stables dans leur position de leader aux yeux des consommateurs dans le choix des consommateurs.

L'enquête de AC Nielsen sur les marques montre que seulement 2% des consommateurs achètent en fonction de la marque du produit tandis que 41% achète en fonction du prix.

Lecture sur le web

Le gouvernement de l'État de São Paulo déboursera 20 millions de reais dans l'achat de 3 millions de livres non scolaires par internet. Cette initiative fait partie d'un programme de création de bibliothèques dans les 2 900 lycées de l'État.

Construire à Rio

D'ici 2003, 2 complexes immobiliers dans le centre de Rio de Janeiro et à l'ouest de la ville, à Barra da Tijuca, seront construits. Le groupe Agenco/Opportunity et Paskin Engenharia prévoit d'investir 250 millions de reais (100 millions de dollars) dans ces 2 projets.

Le Centro Empresarial Mário Henrique Simonsen, à Barra da Tijuca, aura 7 tours de 6 étages qui disposeront de toute l'infrastructure nécessaire pour les transmissions de données et de voix. Le projet de Paskin sera réalisé dans l'avenue Presidente Vargas de Rio et comprendra un centre des congrès, des bureaux, des garages et un hélicoptère.

Bon niveau de ventes des matériaux de construction

En mai, Glasser, le fabricant de blocs et sols en béton, a vendu 50 000 tonnes de produits, son meilleur chiffre depuis le début de l'année. Le secteur reste épargné par le contexte économique morose et ne pourrait être touché que si le chômage augmente : 72% de la production de matériaux de construction étant destinée à des travaux d'agrandissement, de rénovation et de construction faits par les particuliers « bricoleurs ».

L'immobilier tient bon...

Entre janvier et mai, le volume des ventes du marché immobilier de São Paulo a enregistré une hausse de 31,8% par rapport à la même période 2000.

Selon le Secovi-SP, en mai, l'indice de vitesse des ventes a atteint 9,5% contre 8,7% en avril. Ainsi, au cours des 5 premiers mois de l'année, la moyenne de cet indice a été de 8,7% contre 7,6% l'an dernier.

... et le mobilier aussi

Selon l'Abimóvel, il y a, dans le pays, 50 000 entreprises enregistrées en tant que fabricant de meubles et près de 20 000 autres non inscrites auprès du Registre du Commerce.

Près de 93% de ces 20 000 entreprises non enregistrées sont des micro-entreprises.

En 1994 le volume du chiffre d'affaires du secteur du meuble avait atteint 3,7 milliards de reais ; en 2000, le total était de 8,8 milliards de reais soit, 138% de plus.

Les prévisions tablent sur une progression moyenne de 12% au cours des 5 prochaines années.

Chili

Concentration de petites entreprises

Il existe actuellement au Chili 526 920 entreprises dont 82% sont des « micro-entreprises », 17% sont des PME et environ 1% sont des grandes entreprises.

En ce qui concerne les « micro-entreprises » et les PME, le secteur du commerce en rassemble 40%, celui de l'agro-alimentaire 12% et celui des transports 8%. En revanche, 37% des grandes entreprises se dédient au commerce, 12% à la construction et 9% au secteur de la chimie et des métaux. Les secteurs de l'électricité, du gaz et de l'eau sont ceux qui concentrent le moins d'entreprises : respectivement 718 et 801 compagnies.

Au niveau national, sur un total de 5 201 200 employés, 74% travaillent dans des petites ou très petites entreprises : 2 024 300 personnes travaillent dans des « micro-entreprises » et 1 833 900 dans des PME. Seulement 4% des employés travaillent dans des grandes entreprises.

Le bois : un bon créneau

En 2001, les exportations de meubles en bois devraient croître de 12% comparées à l'année dernière. En 2000, celles-ci n'avaient progressé que de 2,2% par rapport à 1999 pour atteindre 51 millions de dollars. En janvier 2001, les exportations de meubles en bois ont atteint 5,4 millions de dollars, ce qui représente une hausse de 37,3% comparé au même mois 2000. Actuellement, 80% des exportations se dirigent vers les États-Unis, 15% vers l'Europe et 5% vers le Mexique.

Les perspectives pour le marché intérieur ne sont pas aussi bonnes : entre janvier et mars 2001, la production et la vente d'articles en bois ont baissé, respectivement, de 19,3% et de 19,2% comparé à la même période 2000.

Quelques indicateurs repères

Les indicateurs susceptibles de mesurer le rythme des dépenses de la population ne sont pas tous rassurant : En mai 2001, les ventes de biens de capitaux ont augmenté de 35,5% et celles des biens intermédiaires de 10,5%, comparé à mai 2000. Quant aux biens de consommation non durables et durables, les ventes ont augmenté, respectivement, de 5,7% et 2,9%. En revanche, pour cette même période, les ventes du commerce n'ont augmenté que de 0,5% (contre 0,4% en avril, comparé au même mois 2000). Les importations de biens de consommation ont enregistré une baisse de 16% (contre 12,8% en avril, comparé au même mois 2000).

Ventes par secteur	Δ en % *
Ventes de voitures	- 11,28%
Ventes de meubles	- 9,6%
Ventes d'app. électriques	- 8,8%
Ventes de produits industriels	- 8,7%
Ventes de matériel de construction	- 0,3%
Ventes de chaussures	+ 8,6%
Ventes de vêtements	+ 8,1%
Ventes d'équipements pour la maison	+ 5,4%

* en mai 2001, comparé à mai 2000.

- Au cours des 5 premiers mois de l'année, les **ventes des supermarchés ont baissé de 0,5%**, comparé à la même période 2000. En mai 2001, les ventes au détail ont accusé une baisse de 1,8%, par rapport à mai 2000. La baisse cumulée pour les 5 premiers mois de l'année est de 1,2%. En 2001, le PIB sectoriel devrait croître de 3,8% à 4%, les ventes du secteur de 2,5%, ce qui implique une hausse de 5% de celles-ci au second semestre.

- La marge des entreprises du secteur du commerce de détail est passée de 5,1% au 1^{er} trimestre 2000 à 4,3% pour le 1^{er} trimestre 2001.

2 628 logements sociaux

Le Ministère du Logement et de l'Urbanisme du Chili a signé un contrat avec la Corporación de la Vivienda Popular-Covip pour avancer les travaux de construction des 2 628 logements distribués dans 31 communes du pays.

La Covip, qui réunit 5 des plus grandes coopératives de logements du pays, s'est engagée à démarrer les travaux avant le 31 octobre 2001.

Les permis de construire à Santiago

Jusqu'au mois de mai, les permis de construire autorisés pour le grand Santiago ont augmenté de 78% en ce qui concerne le nombre de logements et de 11% en termes de superficie.

Selon la Cámara Chilena de la Construcción, entre janvier et mai 2001, la construction de 11 904 logements (5 216 unités de plus que durant la même période 2000) a été approuvée dans les 34 municipalités de la capitale chilienne.

Mexique

Les chiffres du mois de mai

Selon l'ANTAD, au mois de mai l'ensemble des chaînes commerciales faisant partie de l'association ont enregistré une hausse de leurs ventes de 7,6% par rapport au même mois 2000.

Par type de magasin, la hausse des ventes est la suivante :

- Distribution alimentaire : 7,3% en mai 2001 contre 2,4% en mai 2000
- Grands magasins : 7,7% en mai 2001 contre 14,8% en mai 2000
- Distribution spécialisée : 9,4% en mai 2001 contre 14,5% en mai 2000.

En avril 2001, la hausse avait atteint 7,9% comparé à avril 2000, ce qui amène à penser que les ventes du secteur accusent un certain ralentissement.

En mai, les régions du nord-ouest et du nord-est du pays ont enregistré la plus faible croissance de la consommation avec, respectivement, 4,6% et 3,7%. Ces chiffres se trouvent en dessous de la moyenne nationale de 7,6%.

Malgré cette tendance, le secteur prévoit d'y investir 1,5 milliard de dollars, la même somme qu'en 2000.

Rappel : en 2000 le chiffre d'affaires du secteur de la grande distribution avait atteint 25,3 milliards de dollars. L'ANTAD réunit 5 120 magasins faisant partie de 98 chaînes de distribution implantés dans 300 localités du pays où travaillent 290 000 personnes. Les membres de l'ANTAD représentent 1,42% du PIB national et 10,3% du PIB du secteur du commerce.

La force du commerce informel

L'invasion de produits fabriqués en Asie préoccupent les responsables du commerce local. Actuellement au Mexique on trouve de la vaisselle, des montres, des jouets, des vêtements, des radios, etc *made in China* rentrés de façon illégale dans le pays.

Lors du prochain Salon du Cadeau (25-29 juillet) le secteur officiel prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de 35 millions de dollars et d'accueillir 30 000 visiteurs professionnels.

Selon l'IFPI, le Mexique se trouve parmi les pays où l'industrie de la fabrication de disques pirates se développe le plus.

Une bonne fin d'année ?

Le réajustement des salaires et la baisse de l'inflation laissent prévoir une amélioration de la consommation. Selon l'EMEC, en avril, les ventes au détail ont progressé de 4,6% par rapport à avril 2000.

Les meilleurs chiffres ont été enregistré dans les grands magasins, les papeteries, les magasins de disques, de jouets, de meubles et de cadeaux, ainsi que dans les pharmacies, les supermarchés et les garages.

Parallèlement, les ventes en gros ont chuté de 2,8% au cours du même mois, touchant particulièrement les secteurs des équipements industriels et de l'agriculture.

Selon l'Inegi, les effectifs dans le commerce au détail ont progressé de 8,2% et ceux du commerce de gros de 1,2% tandis que les rémunérations moyennes pour les premiers ont baissé, respectivement, de 0,4% et de 4,7%.

III. L'actualité des enseignes

Argentine

Libertad veut aider les plus petits

La chaîne d'hypermarchés Libertad, originaire de Córdoba et contrôlée par le groupe français Casino, a investi 500 000 dollars pour le développement de son nouveau Programme d'Aide Intégrale aux PMI, par lequel les petites entreprises de la province de Córdoba pourront accéder plus facilement au crédit, et ceci au travers de la Sociedad de Garantías Recíprocas (SGR Libertad). Sept « parrains » associés (« protectores ») ont apporté les fonds nécessaires pour garantir les crédits de ces entreprises. Actuellement, la SGR est composé de 82 PMI mais la chaîne compte y inclure entre 250 et 300 entreprises dans l'avenir. Les PMI de la région pourront ainsi renforcer leur présence sur le marché à travers les gondoles de la plus importante chaîne d'hypermarché de l'intérieur du pays. En effet, Libertad possède 11 établissements dans 8 provinces.

Tout intéressé par le projet peut téléphoner au: 00-5453-474 72 00.

Sauvetage du Showcenter

Le centre de loisirs Showcenter, qui possède 2 locaux à Buenos Aires (Haedo et Vicente López) et qui appartient au fonds d'investissement nord-américain WestSphere (55%) et à l'entrepreneur Nicolás Maccarone, est dans une mauvaise passe : en 1999, le centre a facturé 16 millions de dollars, contre 20 millions en 2000. Les revenus ne proviennent cependant que des ventes réalisées par le nouveau centre de San Vicente car celles de Haedo ont chuté de 25% comparé à 1999. Le nouveau fonds d'investissement BACP formé, en partie, par des entrepreneurs originaires de The Exxel Group et de Citicorp Equity Investment, a signé un accord pour l'achat de 25% de ce Showcenter. BACP envisage deux possibilités : le transformer en centre commercial ou lui ajouter un supermarché.

Officenet continue sa progression

Au cours du Salon LatinTech 2001 sur le développement de l'e-business en Amérique latine, Officenet, **société spécialisée dans les fournitures et le mobilier de bureau**, a été considéré comme étant l'entreprise ayant eu le plus de succès dans ce secteur. Au premier trimestre 2001, pour l'Argentine et le Brésil, Officenet a doublé son chiffre d'affaires, comparé à la même période 2000, dépassant ainsi les 11 millions de dollars.

Hörst Paulmann se tourne vers l'intérieur du pays

Un crédit de 125 millions de dollars, de la Banque Santander Chile, du Banco Crédito e Inversiones et du BICE, vient d'être octroyé à la société immobilière Las Verbenas, propriété de l'homme d'affaires chilien Hörst Paulmann. Une partie des fonds a été affectée à Cencosud pour la construction d'un supermarché Jumbo et d'un centre commercial (37ha) à Córdoba, dans la zone d'El Tropezón. Parallèlement, le groupe chilien, propriétaire des enseignes Jumbo, Easy Home Center et Unicenter, qui possède 9 centres commerciaux, 15 Jumbos et 13 Easy en Argentine et au Chili, prévoit d'ouvrir, d'ici trois ans, d'autres centres commerciaux en Argentine, à Mendoza, Neuquén, San Justo, La Plata et La Tablada.

Pour le plus grand malheur des enfants

Sur les douze succursales du « País de las Maravillas », l'un des plus grands magasins de **jouets** de Buenos Aires, seules trois resteront ouvertes. Ces trois établissements sont ceux qui bénéficient du système de franchise. L'une se trouve dans les Galerías Pacífico, une autre dans le Shopping Spinetto et la troisième dans celui de Quilmes.

Nike : une première à Córdoba

Nike a inauguré son 1^{er} établissement à Córdoba, mais le 8^{ème} du pays, le Nike Shop. Le local fait 200m² et se trouve au second étage du centre commercial Nuevocentro Shopping. Au total, 2 400 modèles de vêtements, 180 modèles de chaussures et près de 600 accessoires, pour hommes et pour femmes, seront proposés par ce nouveau magasins.

L'ameublement voit grand

Espacity, le plus grand magasin de meubles, de décoration et d'équipements pour la maison et le bureau du pays vient d'ouvrir ses portes dans le centre commercial Ronda Center. L'innovation de ce nouvel établissement, de 3 500m², a été d'intégrer, en plus de la gamme des produits classiques du secteur, des articles d'éclairage, rideaux, etc.

L'entreprise Patria (ville de Rosario), qui possède 25 usines dans le pays, s'est chargée de diriger le projet. Dixis, consultant en marketing, s'est occupée de trouver l'enseigne du nouvel établissement.

Disco/Ahold table sur les petits prix

Dans les mois à venir, la chaîne Disco/Ahold ouvrira un hypermarché Plaza Veá à Córdoba. A l'image de son slogan « Todo cuesta menos » (tout coûte moins cher), l'enseigne s'adresse à un public de type « C2/C3 » et exploite le segment des « bas prix ». Ce magasin n'ouvrira cependant pas ses portes avant que ne soient terminés les 6 hypermarchés Plaza Veá de la région du Grand Buenos Aires. L'établissement de Córdoba sera le premier situé dans l'intérieur du pays. Au total, pour le lancement de cette enseigne, le groupe Disco/Ahold aura investi 200 millions de dollars, dont 150 millions de dollars sont destinés à l'acquisition des magasins Ekono où seront implantés les hypermarchés Plaza Veá de la zone de Buenos Aires.

Les hypermarchés Plaza Veá ont, en moyenne, une superficie de 4 000m² et emploient 150 personnes.

Brésil

Pão de Açúcar se met au régime

En 2000, la plus grande chaîne brésilienne de distribution, Pão de Açúcar, a lancé sa ligne de produits *light*, diététiques et bio : **GoodLight**. Pour le moment, ces produits ne seront disponibles que dans 21 magasins de la chaîne, situés à São Paulo.

Dans le pays, l'industrie des aliments diététiques est en pleine croissance même si elle reste assez modeste par rapport à celle des aliments traditionnels. En effet, selon l'Association Brésilienne de l'Industrie des Aliments Diététiques- Abiad -, en 1999, ce secteur a facturé 1,6 milliard de dollars et devrait enregistrer une croissance annuelle d'environ 300%. **L'Abiad rassemble 50 fournisseurs qui contrôlent environ 80 marques et 500 produits différents.** Actuellement, les produits de marque propre ne représentent qu'entre 4,5% et 5% des ventes totales du commerce de détail.

Le rayon « santé » **Vida Saudável**, qui regroupe les produits naturels, *light* et diététiques, doit permettre au client de les repérer facilement. La ligne de production de Pão de Açúcar est donc divisée en 2 segments : produits de fabrication propre GoodLight et produits industrialisés.

En 2000, Pão de Açúcar a réalisé un chiffre d'affaires de 9,55 milliards de reais et possède un réseau de 416 magasins dans tout le pays. La chaîne vient de fermer son magasin du shopping Iguatemi (Vila Isabel) car le groupe dispose déjà de 4 points de vente dans la région de Tijuca ainsi que 3 hypermarchés Extra.

Le centre commercial d'Iguatemi a été inauguré en 1996 et abrite 230 magasins.

Casino et Pão de Açúcar

L'enseigne française a acquis 2,2 millions d'ADRs du groupe Pão de Açúcar afin d'augmenter sa part dans le capital de la chaîne brésilienne de 25,5% à 28%. D'ici 2004, Casino aura le droit de détenir jusqu'à 40% de la chaîne contrôlée par Abílio Diniz.

L'inauguration d'un magasin virtuel

Casa&Construção-C&C, le mégastore spécialisé dans les **matériaux de construction**, a lancé son site internet afin de faciliter l'achat et la recherche de produits et d'articles destinés à la construction ou la rénovation de la maison.

L'adresse, ouverte aux acheteurs de São Paulo, proposera 10 000 articles différents. Il suffit de taper www.c-net.com.br.

Les supermarchés accueillent les banques et la poste

Après l'accord signé avec ECT (la poste brésilienne) et Sendas pour ouvrir des agences postales dans 36 supermarchés de la chaîne, c'est maintenant le tour du Banco do Brasil de passer un contrat pour implanter des succursales dans 84 magasins de la chaîne de l'État de Rio de Janeiro.

Afin de renforcer sa présence dans les grandes surfaces et faciliter les opérations bancaires de ses clients, le Banco do Brasil a signé un autre accord avec Pão de Açúcar pour ouvrir des agences dans 4 magasins à São Paulo. Le BB cherche également à s'allier avec d'autres chaînes de supermarchés et de pharmacies.

Les Smarts du Nordeste

À l'initiative de la chaîne de supermarchés de gros Martins, l'enseigne Smart s'est implantée dans la région de Salvador de Bahia. Il s'agit des 16 premiers magasins de proximité qui devraient passer à 64 d'ici fin 2001. Le prochain objectif est l'État du Pernambouc. Smart est une chaîne implantée, traditionnellement, dans les États du Minas Gerais et de Goiás ainsi qu'à Brasilia.

Faire du shopping dans l'Aéroport

Le groupe Infra-Estrutura Aeroportuária-Infraero, investira 150 millions de *reais* dans le projet Aéro Shopping destiné à stimuler le commerce dans les principaux aéroports du pays. La croissance annuelle de ce marché est estimé à 8%.

Les supermarchés investissent dans les combustibles

La chaîne de supermarchés Bompreço, contrôlée par le groupe hollandais Royal Ahold, a décidé d'entrer dans le secteur de la distribution de combustibles, qui représente un marché de 60 milliards de reais par an.

Par ailleurs, la chaîne leader du Nordeste du Brésil vient d'acheter 5 magasins à Carrefour. Ces 5 établissements, d'enseigne Stoc, réalisent 100 millions de reais de chiffre d'affaires par an et disposent d'une surface de 4 000m². Avec cette opération, Bompreço contrôle 110 magasins dont 26 hypermarchés, 82 supermarchés et 2 grands magasins.

Selon l'Abras, en 2000, Bompreço a facturé 3,04 milliards de reais passant de la 4^{ème} à la 3^{ème} place dans le classement des plus grandes chaînes du secteur.

Les nouveaux magasins doivent être modifiés afin de s'adapter au style des hypermarchés Bompreço, qui proposent environ 30 000 articles.

Carrefour se modernise

La chaîne française a investi 7 millions de reais pour informatiser la gestion administrative de ses 130 supermarchés et 75 hypermarchés grâce au système de PeopleSoft. Ainsi, tous les Carrefour du monde sont reliés par le même système informatique qui centralise les paiements les 10, les 20 ou les 30 de chaque mois. Avec ce système, Carrefour a diminué le nombre de ses employés du service comptable de 10 à 4 dans chaque magasin. Au Brésil, la chaîne emploie 47 000 personnes. L'entreprise française ne peut perdre de temps car son concurrent, Pão de Açúcar, possède un système de gestion informatisé depuis 4 ans !

Un centre commercial sensible au social

Le centre commercial Iguatemi de Caxias do Sul (Rio Grande do Sul), a lancé une promotion inédite de tirages au sort afin de consolider son image de marque dans la région. Ainsi les coupons gagnants pourront être échangés contre des aliments, des vêtements et des jouets qui seront remis à 15 institutions de bienfaisance. Iguatemi est le plus grand centre commercial du Rio Grande do Sul avec 110 magasins. En 2001, le groupe prévoit d'augmenter ses ventes d'au moins 15% par rapport à 2000.

Le Nordeste aura des shoppings de Sonae :

Enplanta, la branche immobilière du conglomérat portugais Sonae (contrôlé par Belmiro de Azevedo) veut devenir la meilleure entreprise spécialiste des centres commerciaux du Brésil. Pour cela, le groupe projette d'investir 250 millions de reais dans la construction de 2 centres commerciaux dans la région du *Nordeste*, sur des terrains de 60 000m² et 80 000m².

D'ici 5 ans, Sonae prévoit d'investir globalement près de 700 millions de reais destinés à la construction de 5 centres commerciaux dont le 1^{er} a été celui de Shopping Parque Dom Pedro, à São Paulo (200 millions de reais).

L'idée, déjà exploitée par les Espagnols et les Portugais, est d'implanter un nouveau concept de shopping au Brésil : **le shopping régional**, avec plusieurs entreprises du même secteur qui seront installées ensemble. Pour réaliser son projet, Sonae devrait passer un accord avec la Sonae Distribuidora, gestionnaire de la chaîne des supermarchés BIG (4^{ème} du pays) et Sonae Enplanta, entreprise qui administre 23 shoppings au Portugal, en Espagne et au Brésil et qui a reçu 289 millions de visiteurs.

Saraiva améliore son site

Créé il y a 2 ans, le site de la librairie Saraiva (www.saraiva.com.br) avait besoin de plus de puissance pour gérer les 170 000 articles présentés. Ainsi, l'entreprise a mis en place un 2^{ème} serveur Server Iron de la Foundry Networks. Grâce à ce changement l'entreprise a enregistré une augmentation de 100% du nombre de ses visiteurs. Désormais, il ne faut que 5 secondes pour trouver un livre, contre 20 secondes auparavant.

Brasimac grimpe sur la plus grande « favela » de Rio de Janeiro

La chaîne d'électroménager Brasimac de São Paulo a décidé de s'installer dans la plus grande *favela* de Rio de Janeiro : la Rocinha. **Nombre de clients potentiels ? 150 000 personnes !**

La clientèle de ce quartier a également attiré l'attention de la chaîne *de fast food* Bob's qui y a inauguré un restaurant. Pour le moment, McDonalds n'a installé que de petits magasins de glace...

Chili

Santa Isabel veut s'agrandir

La chaîne de supermarchés Santa Isabel, contrôlée par le groupe Disco/Ahold, a procédé à une augmentation de son capital de 62 millions de dollars. Les fonds sont destinés à financer les plans d'expansion 2001 pour la Région, principalement au Pérou et au Paraguay. Du total, près de 19 millions de dollars serviront à acheter les supermarchés chiliens Agas, le reste sera utilisé pour ouvrir 13 nouveaux établissements dans le pays mais aussi pour augmenter le patrimoine de la chaîne dont les rendements et la croissance n'ont pas été pleinement satisfaisants en 2000.

Investissements en série

L'entrepreneur Hörst Paulmann et Viña Cousiño Macul ont signé une promesse d'achat de terrains dans la commune de Peñalolén (Région IX), ville dans laquelle sont actuellement en cours plusieurs projets immobiliers. Le futur établissement de la chaîne **Jumbo**, dont les travaux devraient débuter d'ici peu, se situera entre les avenues Alemania, Francia, Inglaterra et España et aura une superficie de 10 000m².

Parallèlement, H. Paulmann négocie avec le Club Deportivo Unión Española l'acquisition des terrains de l'Estadio Santa Laura à Independencia en vue d'y faire construire un autre supermarché Jumbo. Par ailleurs, H. Paulmann projette de construire un Jumbo à Temuco, un centre commercial « Florida Center » (doté d'un supermarché Jumbo et d'un établissement Easy) qui nécessitera 100,3 millions de dollars d'investissements, ainsi qu'un point de vente à Viña del Mar, dont le coût s'élèvera à plus de 12,2 millions de dollars.

Enfin, l'agence immobilière Las Verbenas, propriété de H. Paulmann, a annoncé avoir reçu les autorisations nécessaires pour débuter les travaux du centre commercial Costanera Center dans la ville de Providencia. L'investissement sera de 100 millions de dollars.

Tops, des hypermarchés plus accessibles

A l'instar des Plaza Veja en Argentine, le groupe argentino-néerlandais Disco/Ahold (propriétaire à 69% des supermarchés Santa Isabel), a lancé une nouvelle chaîne de supermarchés « **Tops** » sur le marché chilien. Implanté dans la ville de Concepción (sur l'ancien site de son supermarché Stock), ce premier établissement Tops, qui aura nécessité un investissement de 1,7 million de dollars et aura une superficie de 4 800m², quand la moyenne des supermarchés Líder, Jumbo et Carrefour est d'environ 10 000m²... A travers la chaîne Santa Isabel (2^{ème} chaîne de supermarchés du pays après D&S), Disco/Ahold compte poursuivre ses projets d'agrandissement qui supposent l'ouverture de deux nouveaux magasins à Concón et à Huechuraba. Enfin, la chaîne prévoit de rénover ses 14 supermarchés Agas.

La France exporte sa formule de pressing

Ce sont les frères Sorensen (ayant des intérêts dans l'industrie laitière et la métallurgie) qui ont obtenu la franchise de la chaîne française de pressing 5 à Sec. Le projet consiste en l'ouverture, d'ici 5 ans, d'un centaine de boutiques, ce qui impliquera un investissement de près de 10 millions de dollars. Actuellement, la chaîne 5 à Sec, qui opère dans le pays depuis 6 mois, possède 3 établissements en propre, 2 à Santiago (centre commercial Alto Las Condes et Carrefour de General Velásquez) et un dans le centre commercial Viña Shopping (Région V).

D&S, objectif court terme : développer le format Líder

Au premier trimestre 2001, la chaîne de supermarchés D&S, propriété de la famille Ibáñez, a réalisé 14,6 millions de dollars de bénéfices, soit 8,5% de plus qu'à la même période 2000. Cette année, D&S prévoit d'investir 120 millions de dollars, principalement dans l'ouverture de nouveaux établissements à Temuco, Las Condes, Macul et Calama, mais aussi dans la rénovation de 4 de ses supermarchés. La chaîne privilégie le développement des supermarchés format Líder et pourrait bien faire construire un nouvel établissement de ce type dans la municipalité d'Estación Central. A moyen terme, D&S souhaite également développer les concepts des Ekono et Almac.

Parque Arauco est optimiste

Sebastián Piñera a vendu sa participation, de 0,49%, dans la chaîne de supermarchés Parque Arauco (propriété de la famille Said). Au Chili, Parque Arauco contrôle les opérations des centres commerciaux Parque Arauco à Las Condes et de Arauco Maipú. La firme participe également, à hauteur d'un tiers, dans le centre commercial Marina Arauco (Viña del Mar). En **Argentine**, le groupe détient 28% des droits de Alto Palmero (APSA), qui possède 8 centres commerciaux dans ce pays. Alors qu'en 2000, le groupe avait enregistré 2 millions de dollars de pertes, les prévisions pour 2001 sont optimistes : La croissance des ventes pour le Chili devrait être de l'ordre de 3% à 4%. Pour l'Argentine, Parque Arauco prévoit d'enregistrer environ 7 millions de dollars de bénéfices. **Au total et pour l'année, le groupe espère facturer 2 milliards de dollars, soit 600 millions de dollars de plus qu'en 2000.**

Montecarlo se multiplie

La chaîne de supermarchés Montecarlo a acheté 2 magasins à la chaîne Ahorromax : l'un est situé au numéro 18 de la Gran Avenida, l'autre au numéro 23 de Avenida La Florida (Santiago). L'acquisition de ces 2 établissements, qui n'entrait pas dans le cadre du plan d'investissement 2001, aura coûté à la chaîne près de 43 millions de dollars. Il existe actuellement 3 supermarchés Montecarlo en construction dans la ville de Santiago : Alameda, Huérfanos et Ismael Valdés Vergara. L'inauguration des 2 premiers est prévue pour octobre-novembre 2001, quant au dernier, il ne devrait pas être achevé avant avril de l'année prochaine. Au 10,4 millions de dollars qu'aura nécessité la construction de chacun des 3 établissements, il faut ajouter les 18 millions de dollars investis dans celui de l'Avenida Pajaritos et inauguré il y a quelques mois.

Des Sodimac partout

Cette année, Sodimac, la plus grande chaîne latino-américaine de magasins spécialisés dans **l'équipement de la maison**, devrait ouvrir 7 points de vente dans le pays. Sodimac, qui possède 5 magasins en Colombie, pourrait s'installer en Argentine. En 2000, les ventes de la chaîne ont totalisé 635 millions de dollars, soit 16,4% de plus qu'en 1999.

Mexique

Un Body Shop mexicain ?

Le spécialiste mexicain des suppléments nutritionnels et produits diététiques, Omnilife, pourrait bien payer 500 millions de dollars à la chaîne britannique de cosmétiques Body Shop pour la rachat de son réseau. Basée à Guadalajara (Mexique), la chaîne mexicaine Omnilife dispose d'un réseau de 1,2 millions de revendeurs sur une douzaine de pays latino-américains et réalise un chiffre d'affaires annuel moyen de 600 millions de dollars. Quant à Body Shop, le groupe possède, en Europe et aux États-Unis, 1 814 boutiques en propre et en franchise. Malgré une hausse de son chiffre d'affaires de 13% entre 2000 et 2001, Body Shop a vu ses bénéfices baisser de 21% entre 2000 et 2001 pour atteindre 41,6 millions d'euros.

Une enseigne « gringa »

An 2002, la chaîne étasunienne de supermarchés HEB prévoit d'investir 70 millions de dollar dans l'ouverture de 6 magasins dans le pays. Actuellement, HEB, qui détient 280 établissements au Texas et en Louisiane et emploie près de 55 000 personnes, possède 14 succursales au Mexique.

Série d'ouvertures pour Soriana

La chaîne de supermarchés Soriana ouvrira 3 établissements au cours du prochain trimestre. Ces points de vente seront situés dans les villes de Veracruz, Oaxaca et Villahermosa (Tabasco). Au mois de juin, la chaîne avait déjà ouvert à Celaya (Guanajuato), un supermarché d'une superficie de vente de 9 000m², moyennant un investissement de 125 millions de dollars, ce qui porte le nombre des supermarchés opérationnels de la chaîne à 101 unités pour l'ensemble du pays.

Au 4^{ème} trimestre 2001, Soriana compte ouvrir 6 supermarchés supplémentaires afin de clôturer l'année avec 110 établissements.

Le profil de Sanborns

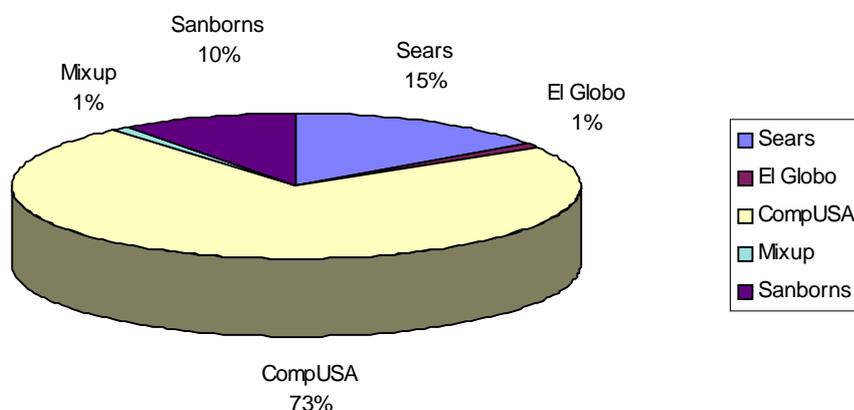
Grupo Sanborns est l'une des chaînes les plus importantes du Mexique qui possède 562 établissements dont 344 sont situés au Mexique et 218 au États-Unis. Des 344 magasins du Mexique, 43 sont des grands magasins d'enseigne Sears, 111 sont des magasins mixtes qui offrent, à la fois, les services classiques de la grande distribution et de la restauration et portent le nom de Sanborns.

Ses enseignes :

Sanborns : distribution et restauration	111
Sears : grands magasins	43
Sanborns Café : restauration	33
Discolandia et Mix Up : magasins de musique	51
El Globo et La Balance : pâtisseries	101
Vente de disques en gros	5
TOTAL	344

Parallèlement, Grupo Sanborns s'occupe du développement et de la gestion d'immeubles commerciaux : il a une participation dans les 5 principaux centres commerciaux de la zone métropolitaine de Mexico et est propriétaire à 51% de CompUSA (informatique), avec Telmex qui en possède les 49% restants.

Participation des ventes du groupe par enseigne en % (2000)



✓ **SEARS** : Créée en 1945, cette importante chaîne mexicaine de grands magasins, qui dispose d'une très bonne couverture géographique nationale, a été rachetée par Sanborns en 1997. Ses 43 établissements ont une superficie totale de vente de 245 048m². En plus de son activité de commerce au détail, Sears propose des articles de mode ainsi que des produits bruns et blancs. Par ailleurs, le groupe gère un des plus importants programmes de crédit à la consommation non bancaire du pays possédant un portefeuille de 706 000 comptes. Sears souhaite exploiter davantage le marché des jeunes et des femmes en proposant des articles de mode.

✓ **Sanborns** : En 1985, le groupe Carso a pris une participation de 82% dans Sanborns. Actuellement, il y a 144 Sanborns et Sanborns Café et 56 Magasins Mix Up et Discolandia. La particularité du groupe est d'offrir, à ses 5 millions de visiteurs mensuels, sur un même site, un magasin et un restaurant. Sanborns possède 3 usines de denrées alimentaires dont les produits sont quotidiennement distribués aux restaurants par le réseau de transports de la chaîne. Fin 1999, Sanborns a mis en place son site internet, **Sanborns.com**, grâce auquel les clients peuvent se faire livrer leurs courses à domicile. Le groupe a également signé un accord avec le grossiste nord-américain Ingram pour développer un nouveau service de librairie en proposant 540 000 titres.

Capital de Sanborns dans les Centres commerciaux (%)

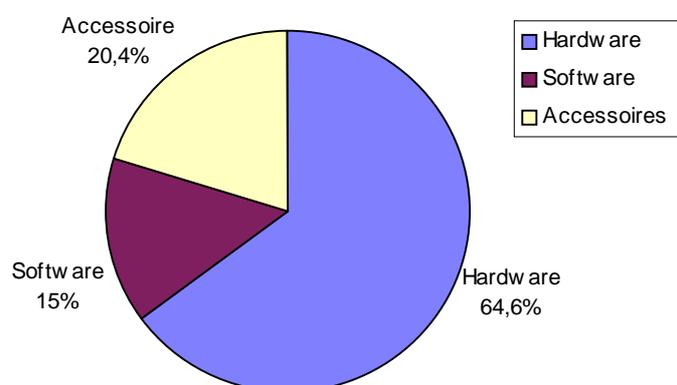
Centre commercial	Superficie en m²	capital détenu en %
Plaza Universidad	36 464	59
Plaza Satélite	132 711	47
Pabellón Polanco	37 277	100
Plaza Loreto	11 826	100
Plaza Cuicuilco	20 467	100

En 1999, Sanborns a payé 86,1 millions de dollars pour l'achat de 99,74% de Pastelería Francesa (groupe Globo).

✓ **CompUSA** : Leader mexicain des intermédiaires du secteur informatique et produits dérivés, ses principaux associés sont Sanborns et le géant des télécoms mexicain, Telmex.

CompUSA possède 218 magasins dans 82 villes des États-Unis.

Pourcentage des ventes du groupe par produit



En juin 2001, Sanborns a annoncé que sa filiale CompUSA avait signé un accord pour la vente, pour 105 millions de dollars de sa centrale téléphonique Centros de Atención Telefónica à l'entreprise Technology & Internet Holding.

Uruguay

Un ferme soutien pour les supermarchés

Face au poids croissant des organisations de défense des consommateurs, la chaîne de supermarchés Disco continue de vanter les mérites des grandes surfaces. Selon le président du groupe Luis Cardoso, les supermarchés permettraient aux classes sociales modestes d'acheter davantage d'articles pour le même prix et pourraient améliorer le réseau de distribution alimentaire du pays.

Disco a également mis en avant le fait que, à la différence de Devoto, avec lequel le groupe de distribution français Casino a signé une promesse d'achat pour l'acquisition de 96% de ce dernier, leur chaîne de supermarchés n'avait aucun problème avec ses fournisseurs... Par ailleurs Luis Cardoso a tenu à rappeler que seulement 30% des ventes de biens de consommation du pays s'effectuaient à travers du réseau de distribution des grandes surfaces, ce qui restait nettement inférieur à la moyenne latino-américaine.