

Tribune GRANDE CONSO

réagissez sur www.olivier-dauvers.a3w.fr

VOUS ÊTES **5905**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

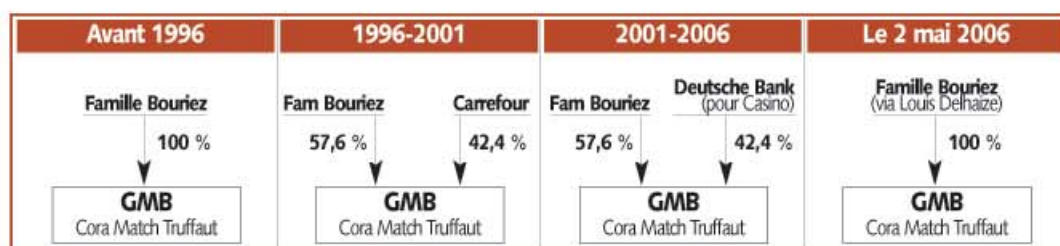
N° 25 MARS 2006
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02 99 50 18 90 odaivers@wanadoo.fr

CORA AURA FAIT PLIER CARREFOUR PUIS CASINO

Le temps des familles

C'est l'histoire de Cora et de ses assaillants... Depuis 1996, "le ver était dans le fruit". Mais le fruit n'était pas mûr. Alors le ver s'en est allé !

Jour de fête chez les Bouriez ce jeudi 16 mars 2006. Du petit jour jusqu'à l'aube, Jacques (patron opérationnel de Louis Delhaize Cora depuis le retrait de son frère Philippe) et ses neveux, Pierre et François, ont abondamment commenté "leur" victoire, eux d'ordinaire si discrets, voire secrets. De fait, la cession par Casino à Louis Delhaize des 42,4% de Cora acquis indirectement en 2001 à Carrefour sonne comme une revanche du capitalisme familial sur la Bourse. Certes, les Bouriez ont cassé



leur tirelire pour retrouver leur si... chère indépendance : 850 millions d'euros. Mais – et c'est la leçon de l'histoire – leur vraie richesse était ailleurs que dans la capacité à mobiliser une telle somme. Face à Carrefour d'abord (de 1996 à 2001), puis à Casino ensuite (de 2001 à 2006), ils étaient les maîtres du temps. Propriétaires de leur affaire, étranger à la pression court-termiste des marchés financiers, entêtés juste ce qu'il faut pour ne pas lâcher prise, les

Bouriez ont rappelé que le temps des familles n'était pas le temps des analystes. D'un côté, on compte en générations. De l'autre, en trimestres.

Daniel Bernard, alors patron de Carrefour, puis Jean-Charles Naouri, l'homme-fort de Casino, ont chacun sincèrement cru pouvoir infléchir les Bouriez pères et fils. Difficile en effet de les imaginer immobiliser de telles sommes sans avoir estimé précisément les chances de parvenir à leur fin.

Chacun à leur tour, l'un en 1996, l'autre en 2001 (cf schéma), Daniel Bernard et Jean-Charles Naouri ont fait le même pari : forcer la main des Bouriez à l'heure où une collaboration s'esquissait (ou se mettait en place) entre leurs groupes respectifs. Pari perdu dans les deux cas. Leur calcul était pourtant simple : d'une part, le temps aurait raison de l'entêtement de Philippe Bouriez; d'autre part, la perspective d'une cession assurerait un tel confort à un nombre somme toute restreint d'actionnaires que l'unanimité du clan se fissurerait (sans compter la pression fiscale). Alors qu'ils pensaient jouer des faiblesses du capitalisme familial, Daniel Bernard et Jean-Charles Naouri, en ont montré en fait l'une des – rares – forces : le temps. Un brin paradoxal à l'heure où, dit-on, "tout s'accélère". Mais bigrement efficace en la circonstance.

O. DAUVERS

Et maintenant ?

Et maintenant ? Cora a certes retrouvé son indépendance. Mais après... Si l'avenir capitalistique s'est objectivement éclairci pour Cora, quid de l'avenir opérationnel ? Probablement pris par l'enthousiasme, Jacques Bouriez qualifiait hier Cora d'entreprise parmi "les plus rentables sur son marché". Dans les cinq premières enseignes d'hypers en France, c'est probable ! Au-delà, il est permis d'en douter, ne serait-ce que parce que Cora ne publie pas ses résultats... Qu'importe les résultats 2005, la vraie question est

ailleurs : dans la capacité de Cora à préserver ses marges dans un marché où le coût de l'outil et les conditions d'achat reprennent leur vertu cardinale dans le nouveau cadre réglementaire. Deux fondamentaux du commerce sur lesquels Cora ne bénéficie pas a priori des meilleurs atouts. Longtemps, l'enseigne a compensé ses faiblesses par une réelle délégation de responsabilité, gage de motivation pour les hommes du terrain. Mais cela sera-t-il suffisant ?

Vient de paraître

LIBRE ET CAUSTIQUE
BEST-SELLER 2005

Nouvelle édition - 2006



Tranches de vie commerciale édition 2006

par Olivier Dauvers, 84 p.

Une année à arpenter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, épilucher les prospectus. 21 €

(commande/dégressifs sur www.olivier-dauvers.a3w.fr ou odaivers@wanadoo.fr)



2005
L'ANNÉE DE LA PUB
600 visuels de PGC et d'enseignes

OFFERT
pour toute commande