

Tribune

GRANDE CONSO

à retrouver sur www.olivierdauvers.fr

VOUS ÊTES **8153**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 103 NOVEMBRE 2011
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02.99.50.18.90 olivier@olivierdauvers.fr

LE BLOG-NOTES DU 21 NOVEMBRE

Pourvu que cela ne soit qu'une rumeur...

LES FAITS. Relayant l'agence Bloomberg, le site internet du magazine Challenges évoque un départ de Lars Olofsson en fin d'année si la situation du distributeur ne s'améliore pas d'ici là.

Ce serait donc l'info du jour ! Lars Olofsson est sur un siège éjectable. Jusque-là, rien de nouveau. A dire vrai, tous les « grands patrons » le sont et ce, par principe. Faute d'atteindre les objectifs qui leur sont fixés (et, plus grave, de ne pas convaincre la communauté financière qu'ils n'y sont pour rien !), la porte leur est généralement grande ouverte. Et voilà l'info (supposée) du jour : la porte de Carrefour s'ouvrirait à Lars Olofsson en fin d'année si les résultats ne s'amélioraient pas d'ici là. Et la fin d'année, c'est dans... 40 jours. Lars-Super-Héros aurait donc à peine six semaines pour sauver Carrefour et sa peau par la même. Mazette !

«Faire» les résultats 2011 est encore possible, mais c'est plomber Carrefour

Pour quiconque comprend un tant soit peu les fondements du commerce, si pareil marché a réellement été mis dans les mains de Lars Olofsson, une conclusion s'impose :



Carrefour est déjà condamné. Imaginons... Imaginons en effet que Lars Olofsson soit finalement débarqué d'ici aux réveillons. Si les sources de Bloomberg disent juste, il faudra alors comprendre que la situation de Carrefour ne s'est pas améliorée. Ce qui, en soit, ne constitue pas vraiment une heureuse nouvelle pour le groupe, toujours numéro 2 mondial du commerce (on l'oublierait presque). A l'inverse, imaginons que Lars Olofsson demeure en place. Ça serait l'incon-

testable preuve que les dits résultats se sont bien améliorés. Est-ce possible ? Sans aucun doute... oui. Là encore, quiconque a déjà approché le compte d'exploitation d'une enseigne en a une idée assez précise... Doper la première ligne (le chiffre d'affaires) ? Relativement facile. La promotion est là pour ça. Et surtout en période pré-festive. S'occuper de la dernière ligne ? Pas difficile non plus, au moins sur un terme aussi court. L'augmentation de la marge commerciale fera l'affaire. En clair,

tout l'inverse de la prescription proposée fin août par le bon Docteur Prioux, le nouveau patron de la France, qui a ordonné au malade sevrage promotionnel et cure de prix bas. Noël Prioux qui, faut-il le rappeler, demandait du temps au point de ne promettre une amélioration notable de la santé de son patient que fin... 2012.

L'effroyable dilemme de Lars

En fait, escompter de Carrefour un rétablissement de la situation française d'ici à fin décembre revient à condamner Carrefour. Sauver l'année par la marge est sans doute encore possible. Mais le mal à moyen terme – l'image – sera bien plus terrible que le bénéfice à court terme. Si le duo Groupe Arnault / Colony Capital a réellement posé un tel ultimatum à Lars Olofsson, c'est une nouvelle démonstration de leur méconnaissance des rouages les plus élémentaires du commerce. Mieux valait alors directement congédier Lars et lui épargner un effroyable dilemme : se sauver et sacrifier Carrefour. Ou se sacrifier pour (espérer) sauver Carrefour ? Pourvu que cet ultimatum ne soit qu'une rumeur. Hélas, nombre d'analystes y accordent déjà un certain crédit.

Olivier Dauvers

BIENTÔT...
2 MILLIONS DE CLIENTS
Voir page suivante



VIENT DE PARAÎTRE



BOSSMAN CONSULTANTS



ETUDE E-COMMERCE & DRIVE Les clés pour comprendre



BOSSMAN CONSULTANTS

**53 pages
de résultats et
commentaires**

**Livraison
électronique**

7 300 € TTC

Une étude



BOSSMAN CONSULTANTS

Module SHOPPERS : étude on line sur un échantillon représentatif de la population française (996)

Analyse des 2 modèles de courses en ligne (livraison et retrait) / Profil clients

Comportement d'achats

Contenu des courses

Attente des clients / Vision des non-clients, raison d'abandon

Appétence et potentiel

“ **C'est à présent une certitude : le cap des 2 millions de clients e-commerce et drive sera atteint en 2012.** Autant dire que ce circuit est désormais un incontournable du paysage commercial. Et que la connaissance des clients qui le fréquentent est indispensable. C'est l'intérêt majeur de cette étude Bossman Consultants : savoir quel est donc ce client e-commerce et drive et, dans le même temps, comprendre son comportement comme ses attentes. Bref, **une étude pour comprendre un phénomène !** ”

Olivier Dauvers
Éditeur, Éditions DAUVERS



Une étude shoppers
POUR COMPRENDRE UN PHÉNOMÈNE !

Informations, contact : Anne Letzelter
aletzelter@bossman-consulting.com, 02 40 35 08 08