

# Tribune

## GRANDE CONSO

à retrouver sur [www.olivier-dauvers.a3w.fr](http://www.olivier-dauvers.a3w.fr)

VOUS ÊTES **7108**  
CADRES DE LA GRANDE CONSO  
À RECEVOIR "TGC"

N° 58 JUILLET 2008  
TGC - Editions DAUVERS  
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES  
02 99 50 18 90 [odauvers@wanadoo.fr](mailto:odauvers@wanadoo.fr)

LE BLOG-NOTES DU 22 JUILLET

## Il faut sauver le soldat Duran !

**LES FAITS.** A moins d'une semaine de l'Assemblée générale extraordinaire de Carrefour qui doit entériner le changement de statut du groupe, de nombreuses indiscretions font état d'un remplacement de José Luis Duran par Thierry Breton, sous la pression du premier actionnaire, Blue Capital.

Il n'y a pas de fumée sans feu, dit-on. Et encore moins en matière financière... Aussi, José Luis Duran, le patron de Carrefour, ne peut-il que prendre au sérieux les bruits du marigot boursier qui lui promettent quelques vacances forcées dès lundi prochain, date de l'Assemblée générale extraordinaire du groupe, destinée à en modifier les statuts. Son éventuel successeur ? Déjà annoncé : Thierry Breton, ancien ministre de l'Économie et au préalable patron de France Télécom. Une honorable entreprise qui n'a eu de cesse, des années durant, de vendre au prix fort des minutes de communication téléphonique, au besoin en s'entichant du soutien confraternel de ses concurrents, SFR et Bouygues Télécom. Bref, "l'anti chantre" du discount avec lequel les difficultés



récentes de Carrefour ne pourraient finalement s'avérer que d'aimables mises en bouche d'une crise plus profonde encore. D'où l'opération qui s'impose : sauver le soldat Duran et, plus généralement, Carrefour, accessoirement numéro 1 français et numéro 2 mondial du commerce.

### Le poids des marchands...

**Pourquoi sauver Carrefour ?** Parce que n'en déplaise aux procureurs du "grand" commerce, un pays trouvera toujours intérêt à

compter dans son patrimoine de solides marchands. **L'Histoire démontre** à quel point des peuples démographiquement modestes (par exemple les Hollandais) ont pu trouver dans leurs marchands de solides vecteurs de leur rayonnement. **Le présent le rappelle** : la distribution est par principe le premier débouché de l'industrie agro-alimentaire. **Et le futur l'imposera** : Carrefour, Leclerc ou Auchan auront toujours plus de scrupules que Walmart ou Tesco pour préserver, même *a minima*, les intérêts français.

### Pourquoi sauver le soldat Duran ?

Parce qu'il est aujourd'hui le seul (et en tous les cas bien davantage que l'impétrant annoncé, Thierry Breton) à pouvoir éventuellement contenir la gestion ultra-financiarisée de Carrefour. Oh ! certes, à court terme, les vues prêtées au tandem d'actionnaires, Colony Capital et Groupe Arnault, ne sont pas dénuées d'intérêts. Démanteler Carrefour peut même faire sens. Les seules cessions de l'immobilier, du hard-discount et des activités chinoises et brésiliennes rapporteraient pas loin de la valeur boursière globale du groupe. Mais à long terme, un tel démantèlement signerait la dispari-

tion de Carrefour dont le salut ne passera que par **le retour à une véritable et durable gestion commerciale**. En la matière, c'est vrai, José Luis Duran n'est pas exempt de tout reproche. Début 2007, justifiant un terrible dernier trimestre 2006, "JLD" disait avoir payé pour valider que "prix bas et promotions font le modèle de l'hyper". A quelques mots près, l'explication était identique il y a dix jours lorsqu'il s'agissait de commenter les performances du premier semestre. Entre-temps, Carrefour avait remis puis relâché la pression. Inconstance donc. Inconstance toujours avec la mesure "numéro 1" du plan pouvoir d'achat qui attend toujours (depuis la mi-avril) la mesure numéro 2 ! Des inconstances dont, avec quelques mois de recul, il est aisé d'imaginer qu'elles se nourrissent de la crainte de l'actionnaire que promotions et prix bas ne finissent par être trop coûteux. Alors qu'il s'agit à l'inverse de l'alpha et l'oméga du commerce. Mieux que Colony Capital et Groupe Arnault, José Luis Duran le sait. Voilà au moins une raison de sauver le soldat Duran. Pour sauver Carrefour.

O. DAUVERS



### A l'affiche : Tranches de vie commerciale, 2008

Nouvelle édition 2008 84 p.

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

**A LIRE** : le bêtisier complet de l'année, les nouvelles enseignes, les bonnes et les mauvaises pratiques merchandising, les initiatives marketing, etc. "Illustrations 100 % terrain !"

**A commander sur [www.olivier-dauvers.a3w.fr](http://www.olivier-dauvers.a3w.fr)** / dégressif pour commandes en nombre : [odauvers@wanadoo.fr](mailto:odauvers@wanadoo.fr)