

Tribune GRANDE CONSO

à retrouver sur www.olivier-dauvers.a3w.fr

VOUS ÊTES **5731**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 41 MARS
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02 99 50 18 90 odauvers@wanadoo.fr

LE BLOC-NOTES DU 9 MARS

Adieu les Halley, bonjour les Naouri ?

LES FAITS. Remue-ménage chez Carrefour cette semaine : arrivée de Bernard Arnault et de Colony dans le capital, à hauteur de 9 % ; limogeage de Luc Vandeveld sur fond de divergences de vue avec les Halley sur l'avenir de leur participation dans Carrefour. Pendant ce temps, Gabriel Naouri, le fils de Jean-Charles, fait ses classes dans un Géant Casino breton.

Une semaine qui s'achève restera comme décisive dans l'histoire de Carrefour : l'entrée en force de deux nouveaux investisseurs dans le capital (Bernard

Arnault et le fond Colony); le limogeage de Luc Vandeveld, président du conseil de surveillance; et les doutes désormais insistants sur le réel intérêt des Halley à conserver leur participation (13% du capital) dans le numéro 2 mondial de la distribution, malgré la nomination de Robert Halley, le frère de Paul-Louis, à la tête du conseil. Des doutes non seulement alimentés par diverses informations de marché (dont certaines d'une précision troublante), mais également par l'œuvre du temps, dès lors qu'une famille disparaît peu à peu des organigrammes d'une affaire qu'elle a contrôlée. En l'espèce, Carrefour a déjà connu pareils "détachements" avec les Fournier, les Badin et les Defforey – les fondateurs, qui lui ont longtemps valu d'être un "groupe familial". En reprenant Carrefour en 2000 par l'apport de Promodès (c'est ainsi que l'histoire du commerce devra retenir la fusion entre les deux groupes), les Halley ont prolongé l'emprise familiale. Mais la disparition accidentelle de Paul-Louis Halley, qui était le vrai lien entre les siens et le commerce, a contribué à faire de Carrefour, non plus une "affaire de famille", mais un pla-

cement (presque) comme un autre. Et le temps, comme toujours et comme ailleurs, fait le reste..., conduisant les héritiers à s'interroger sur la pertinence de leurs placements, comme un modeste épargnant le ferait. Aussi, peu importe que les Halley aient proposé – ou non – leurs actions ces dernières semaines, la logique conduit à une certaine évidence... Sauf à considérer que leur participation au capital puisse être animée d'une sacré dose d'affect. Ce qui est rarissime dans l'économie dès lors que management et actionnariat ne se superpose plus parfaitement.

Est-ce ainsi qu'il faut lire l'immersion dans le commerce de Gabriel Naouri, le fils de Jean-Charles Naouri (l'actionnaire majoritaire de Casino) ? Du service du poisson la semaine dernière au quai de réception ces jours derniers, Naouri Junior fait actuellement un tour complet et consciencieux d'un Géant Casino breton. Sacré pied de nez... Alors que Carrefour perd peu à peu son caractère familial, Jean-Charles Naouri redonne le sien à Casino. Qui l'aurait cru ?

O. DAUVERS

L'image...



Le développement du commerce entre particuliers sur internet, symbolisé par le formidable succès d'e-bay, a fait naître des vocations. Exemple : cette boutique Depot Web, récemment ouverte Porte d'Orléans à Paris. Le principe, très simple : vendre sur internet (principalement sur e-bay) les produits que lui confient des particuliers intéressés par le "e-marché de l'occasion", mais n'ayant ni l'envie, ni le temps ou les capacités de s'en occuper eux-mêmes. Fallait y penser !

Quand Bernard Arnault (LVMH) faisait condamner Carrefour...

Une histoire qui ne manque pas de saveur, à l'heure où Bernard Arnault s'impose comme le deuxième actionnaire de Carrefour : il y a moins d'un an, en Chine, son groupe LVMH a fait condamner Carrefour pour revente de faux sacs Vuitton dans ses hypers (6 dollars la pièce alors que le prix "normal" était d'environ 1000 dollars). Et LVMH n'avait alors pas de mot assez durs pour fustiger l'enseigne...

Vient de paraître

Tranches de vie commerciale

Nouvelle édition 2007 84 p.

Une année à arpenter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, épilcher 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 !"

(commande/dégressifs sur www.olivier-dauvers.a3w.fr ou par mail à odauvers@wanadoo.fr)

Le magasin de demain s'invente aujourd'hui

Préfaces de Jose Luis Duran (Carrefour) et Kevin Turner (Microsoft)

21 €

A LIRE : expliquées simplement et de manière très illustrées, les techniques et technologies qui marqueront le commerce

