

Tribune GRANDE CONSO

à retrouver sur www.olivierdauvers.fr

VOUS ÊTES **16776**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 132 JUILLET 2014
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02.99.50.18.90 olivier@olivierdauvers.fr

LE BLOG-NOTES DU 2 JUILLET

Guerre des prix : seuls les naïfs s'en étonnent

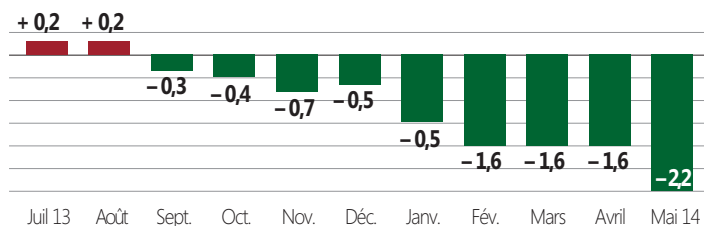
LES FAITS. La déflation s'installe tous les jours davantage. Dans un courrier à Manuel Valls, l'amont agricole et agro-alimentaire en a pointé les dégâts. La FCD a par la suite proposé de supprimer la "publicité nationale sur les comparateurs de prix".

Les mois passent et les prix trépassent sous l'effet d'une guerre commerciale inédite. Jamais les enseignes ne s'étaient livrées pareille bataille sur une aussi longue période. Dernier en date, Cora, qui y est allé de son attaque surprise le mois dernier ! Quelques semaines auparavant, selon l'étude DISTRI PRIX (A3 Distrib / Ed. Dauvers), c'est Leclerc qui avait repris ses distances avec Géant, améliorant son indice de 2 pts. Plus tôt dans l'année, Auchan avait lui-aussi réinjecté quelques millions dans son tarifaire, histoire de relancer la dynamique commerciale, etc. Aucun doute : après les escarmouches de 2013, l'heure est à la guerre. Une guerre totale, car plus uniquement circonscrite à un duel Leclerc-Casino. Mais une guerre finalement normale, banale, voire inéluctable.

Un goût immodéré pour la destruction de valeur ?
N'en déplaise à ceux qui les ont ainsi dépeintes au Premier Ministre, les enseignes n'ont pas un goût im-



Variation des prix sur 12 mois (marques nationales, en %, source : IRI)



déré pour la destruction de valeur au point de déclencher les hostilités, au seul plaisir de tendre leur compte d'exploitation. De même, les études sur les prix (dont DISTRI PRIX, évidemment) n'ont en rien initié la guerre commerciale. Tout au plus, ils participent à la chronique. Nuance de taille ! Car l'effervescence du moment est à la fois la conséquence

d'un contexte de marché et d'une situation particulière. Et, en ce sens, seuls les naïfs s'en étonnent...

La situation particulière tout d'abord. En 2012, Géant Casino est en danger. L'enseigne enchaîne les trimestres de fort recul des ventes en comparable (jusqu'à - 10 %). Dans un métier où le chiffre d'affaires est un diviseur de charge, pareil reflux

met en péril Géant. La baisse des prix est l'ultime pari. Un pari que Jean-Charles Naouri joue à fond, par la grâce de la santé florissante de Casino à l'international. Ce qui lui donne une latitude dont aucun concurrent ne prend vraiment la mesure les premiers mois. Mais le temps fait son oeuvre... Géant remonte ses adversaires un à un. Jusqu'à s'approcher dangereusement de Leclerc. Lequel n'a d'autre choix qu'une réaction spectaculaire pour réaffirmer son positionnement. Et tendre un peu plus le marché...

Le contexte général ensuite. Le diagnostic à poser sur l'économie, le pouvoir d'achat et la consommation est hélas clair. Globalement, les marchés sont engagés dans une "flatitude durable". Même l'alimentaire pâtit. La progression structurelle – et soutenue – des volumes n'est qu'un aimable souvenir.

Paradoxalement, dans le même temps, l'offre commerciale progresse, qu'il s'agisse de nouveaux points de vente (il s'en ouvre encore) ou d'agrandissements. Nul besoin d'études longues en économie pour comprendre... La demande est globalement stable, l'offre croissante, sans compter la "fuite" on-line d'une partie des dépenses. En l'état, la guerre des prix n'a évidemment pas vocation à développer les marchés (ce que peinent à accepter les industriels). Mais simplement à déplacer des parts de marché. Ce qui est juste... légitime. Et, comme pour toutes les guerres, l'issue est connue. Faute de munitions (ou de conviction), l'un des combattants lèvera le drapeau blanc. Reste à savoir qui...

Olivier Dauvers



Nouvelle édition : 2014

Tranches de vie commerciale

84 p.

Une année à arpenter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, épilucher les prospectus. 22 €

Disponible sur www.olivierdauvers.fr / rubrique Shop

**LIBRE ET CAUSTIQUE
DEPUIS 2005**