

N° 150 JUILLET 2016

TGC - Editions DAUVERS

8 rue Nungesser et Coli - 35200 RENNES
02 99 50 18 90 olivier@olivierdauvers.fr

AUCHAN ET SYSTÈME U METTENT FIN À LEUR PROCESSUS DE FUSION

Lâcher la proie pour l'ombre ? Non !

LES FAITS. Auchan et Système U ont annoncé ce matin "ne pas poursuivre la démarche initiale de recherche de synergies en lien avec leurs réseaux respectifs".

Certains rêves sont irréalistes. Le rapprochement ultime (incluant les achats, la logistique et les enseignes) dont rêvaient Auchan et Système U ne restera donc qu'un... rêve. Seule demeure la coopération à l'achat, sans doute parce que c'est finalement le meilleur compromis entre les efforts à mettre en œuvre (un mandat de l'un à l'autre) et les bénéfices à en tirer !

Une roucoulade circonscrite à l'amélioration des conditions

C'est par un simple communiqué, au demeurant très mal titré eu égard à l'information essentielle ("*Auchan Retail France et Système U réaffirment leur partenariat et lancent un projet de collaboration renforcée sur les achats*") que les tourtereaux ont circonscrit leur roucoulade à l'amélioration de conditions d'achat. Là où il devait y avoir projet de vie, il n'y aura finalement qu'une relation

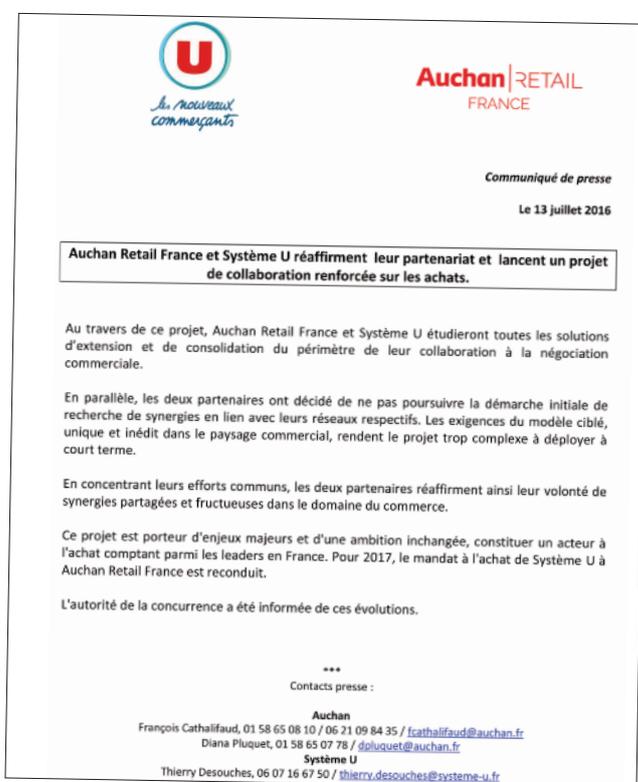
bassement intéressée ! C'est plus modeste et, surtout, moins engageant. Ces dernières semaines, les signaux se multipliaient. Notamment chez les U. Enthousiastes aux premiers jours de l'idylle (pour preuve le vote du projet à 97,2 % en mars 2015), les associés se sont peu à peu distanciés. Au point de refuser de lâcher la proie pour l'ombre ? C'est, là, le bon sens qui commande l'analyse !

Il y a 10 ans, personne n'aurait refusé de prendre l'enseigne Auchan. Aujourd'hui, si...

Au fil des mois, les zones d'ombres sont en effet apparues de plus en plus... clairement ! D'abord l'intérêt même d'un Hyper U de prendre la bannière Auchan. Ah !, certes, **il y a 10 ans, personne n'aurait refusé celle qui était la plus belle des enseignes d'hyperc, en tous les cas au regard de ses performances commerciales.** Auchan a longtemps affiché le meilleur rendement commercial, environ 15 000 €/m²/an. Désormais, l'enseigne est symboliquement talonnée par Leclerc : 12 386 € vs 12 355 € (source : Store Chart France / Ed. Dauvers). Sans compter que Hyper U suit de près : 11 342 €. Logique que les associés soient finalement plus sceptiques. D'autant

que les performances récentes d'Auchan n'embellissent pas la mariée. Les hypers du groupe Mulliez ont enchaîné trois années de recul des ventes. Bref, au moment de sauter, de nombreux Hyper U ont refusé l'obstacle. L'alliance devait aussi porter sur l'organisation logistique. Par principe

un véritable casse-tête. Pas infranchissable, certes, mais, classiquement, dès que les opérationnels s'emparent du dossier, ils sont toujours plus prompts que leurs patrons à pointer les difficultés. Bref, pour eux-aussi, fusionner c'était lâcher la proie pour l'ombre. Plus récemment, enfin, c'est l'Autorité de la Concurrence qui y est allée de son message... obscurcissant encore la noce. Elle y laissait deviner une sévérité à venir sur l'analyse des zones de concurrence, obligeant à de nombreuses cessions de magasins. Toujours difficiles à gérer dans un groupe d'indépendants. Que d'ombres, que d'ombres !



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois, la veille commerce et conso

exemplaire sur demande :
jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

