

## Document

### Le secteur de la distribution révèle une crise en Europe

(Reuters)

Le 24.06.11

Les groupes européens de distribution sont sur le point de tirer le signal d'alarme: dans tout le continent, les consommateurs réduisent leurs achats de biens d'équipement tels que les téléviseurs ou les meubles, faisant craindre un retour de la récession.

Les clients, confrontés à des prix en hausse d'une part et aux retombées des mesures d'austérité de l'autre, s'efforcent aussi de faire des économies sur les biens de consommation courante, notamment alimentaires.

Les ventes de produits de marques "distributeurs" augmentent, tout comme la fréquentation des magasins de hard-discount.

La plupart des enseignes, spécialisés comme généralistes, sont concernés par cette tendance, ce qui explique que nombre d'entre eux ont manqué leurs objectifs de ventes ou de résultats ces dernières semaines.

La chaîne de magasins de jeux vidéos Game Group, celles de biens électroniques Dixons et Kesa, celle d'habillement H&M, mais aussi les grands distributeurs comme Carrefour, Tesco ou Metro sont dans cette situation.

La consommation des ménages représentant plus de la moitié du produit intérieur brut européen, c'est également une mauvaise nouvelle pour l'économie en général.

"Les clients se comportent comme s'ils prévoyaient une récession en W et cela risque de devenir une prophétie auto-réalisatrice", note Bryan Roberts, spécialiste de la distribution chez le cabinet d'étude Kantar.

#### LA CONFIANCE NE REVIENT PAS

La reprise sur le continent européen est jusqu'à présent tirée par le secteur manufacturier et celui du BTP, qui profitent de l'explosion de la demande en Asie.

Théoriquement, cette tendance devrait entraîner des créations d'emplois, un retour de la confiance et une reprise de la consommation. Mais ce schéma semble ne pas s'être mis en place.

Plus des deux tiers des groupes de distribution européens ne sont pas parvenus à atteindre leurs objectifs au premier trimestre de l'année. Selon les données collectées par Thomson Reuters, aucun secteur n'a enregistré plus mauvaise performance.

Face au rétrécissement de leurs débouchés, les producteurs de biens de consommation sont également en difficulté. Philips, leader européen des appareils électroniques, a ainsi lancé mercredi une alerte sur ses résultats.

Bien qu'inquiets, les économistes n'en sont pas encore à crier à la panique.

"Il est probablement prématuré de craindre une récession en W. La reprise dans la zone euro est évidemment en perte de vitesse, mais elle garde de l'élan", estime Martin van Vliet, de la banque ING.

Ce qui est plus inquiétant, c'est que la confiance des consommateurs, qui est l'une des données clés du problème, ne semble pas en passe de remonter, comme le montrent les observations des distributeurs.

Tesco a ainsi rapporté une baisse de ses ventes en Irlande. La chaîne MediaMarkt-Saturn, qui dépend de Metro, est en difficulté en Espagne, tout comme Dixons en Grèce.

Mais la tendance n'est pas limitée aux pays dits périphériques. Sur des marchés plus robustes comme la France ou l'Allemagne, Carrefour et H&M ont fait état de difficultés et sont confrontés à la baisse prononcée de leurs ventes.

Depuis le début de l'année, l'indice sectoriel européen est en recul de 6%, soit la troisième plus mauvaise performance après le secteur des voyageurs et celui des groupes miniers.

La valeur boursière du secteur atteint 14,3 fois les bénéfices prévisionnels, contre 18 fois en mars 2010.