

N° 172 AVRIL 2018

TGC - Editions DAUVERS

12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
02 99 50 18 90 olivier@olivierdauvers.fr

CASINO CONTESTE TOUT DÉPOSITIONNEMENT PRIX DE GÉANT

Prix : si j'étais Casino... (je ferais et dirais pareil !)

LES FAITS. Publication ce matin des performances de Casino sur le premier trimestre. En France, Casino a réalisé un bon T1. Tous les formats sont positifs en comparable : + 2,1 % pour les hypers Géant, + 1,4 % pour les supers Casino, + 1,2 % pour Monoprix, + 1 % pour Franprix et + 0,9 % pour Leader Price. Soit un total de + 1,4 % pour la France (vs par exemple - 0,1 % pour Carrefour).

C'était du confort ce matin pour le DAF de Casino, Antoine Giscard d'Estaing, de présenter et commenter les chiffres aux journalistes et analystes. Sauf, peut-être, pour répondre à la première question, la mienne : "Vos prix chez Géant ont-ils augmenté sur le premier trimestre ?" La question est simple mais (volontairement) pleine de malice pour évoquer le dépositionnement de l'enseigne observé depuis quelques mois dans l'étude DISTRI PRIX (A3 Distrib / Editions Dauvers). La réponse a été plus alambiquée. Pour résumer : 1) oui, les prix ont bougé mais c'est normal, l'inflation est de retour (d'ailleurs le DAF évoque la hausse des prix alimentaires telle que mesurée par l'INSEE et récemment publiée : + 1,5 % sur un an à fin mars) ; 2) l'étude DISTRI PRIX ne donne qu'une vision partielle, Casino l'argumentant par le mode de collecte de l'info (les drives) et les écarts éventuels sur la promo.

Géant va mieux (mais pas assez)

Autant le dire, si j'étais Casino, j'agirais... à l'identique : **non seulement**



je "jouerais" sur les prix de Géant et je ferais tout pour le cacher, quitte à m'arranger de la réalité si nécessaire. Sur les prix d'abord... Géant est aujourd'hui toujours "dans le rouge". Même si le secret est bien gardé sur le montant des pertes (estimable néanmoins à quelques dizaines de millions d'euros selon plusieurs analystes dont, pour le coup, c'est le métier !), **Géant est une activité toujours déficitaire malgré les promesses réitérées année après année.** Et, ce, alors que le commerce est bien orienté : + 2,1 % en comparable, c'est quand même peu... comparable avec les - 2,3 % de Carrefour. Certes, Géant n'a pas encore rattrapé Carrefour en rendement (6 800 € / m² / an environ vs 9 600 € selon les données Store Chart 2018 / Ed. Dauvers à paraître). Il n'empêche... Géant a le vent dans le dos, Carrefour (et Auchan d'ailleurs) de face. Mais c'est encore insuffisant pour remettre Géant à flot. Stratégiquement, Casino est

confronté à une alternative simple pour ses hypers : attendre que la relance commerciale (basée sur un pricing agressif) continue de produire ses effets mais, en parallèle, prendre le risque que les marchés financiers s'exaspèrent et que l'action ne se redresse pas ; ou aider au retournement en poussant un brin les étiquettes. Or (et je vous passe les détails !), **le refinancement de Rallye, la holding qui contrôle Casino, suppose que la valeur du groupe ne s'effrite pas davantage.** Conclusion : Géant doit sortir la tête de l'eau cette année et, surtout, donner des gages dès la publication des résultats semestriels pendant l'été.

C'est le bon moment pour... "jouer des étiquettes"

Au risque de surprendre, le moment est finalement bon pour "jouer des étiquettes". Le niveau d'évolution en comparable est actuellement suffisamment élevé pour risquer de "perdre" quelques clients. Ceux qui resteront suffiront !

Sur la communication à présent, Casino a raison. Mélanger l'inflation alimentaire INSEE (dont le périmètre est plus large que les PGC en hypers/supers) avec les données au moins aussi robustes calculées par Nielsen ou IRI est de bonne guerre. L'idée s'installe que Géant ne se dépositionne pas mais suit le marché. Une nuance qui limite toute interprétation négative de la stratégie en cours. **Car rien ne serait pire que quelques titres de presse (même spécialisée ou économique) sur l'air "Géant augmente ses prix pour faire son beurre".** Tout aussi légitime, dès lors, de contester le thermomètre (comprendre DISTRI PRIX) que Casino utilisait encore il y a peu devant des parterres d'investisseurs pour vanter la politique commerciale de Géant. Peu importe que l'étude soit toujours aussi robuste dès lors que Casino garantit à ses clients les mêmes prix en hypers et en drive (pour s'en convaincre, lire les conditions générales de vente de Casinodrive suffit !). Quant à la promo, les seuls écarts historiquement constatés ont toujours joué... en faveur de Géant !

En fait, **comme bien d'autres avant (et probablement une flopée plus tard), Casino illustre un axiome du commerce** : baisser les prix se revendique, au besoin *urbi et orbi* ; les augmenter se cache. Même si, en l'espèce, c'est légitime eu égard à la situation économique de l'enseigne. C'est en ce sens que Casino a raison. De le faire et de ne surtout pas le reconnaître !

Olivier Dauvers

BIENTÔT DISPONIBLE

STORE CHART France

édition 2018



L'Affiche et le Book

Pratiques, efficaces et structurés, l'Affiche et le Book **STORE CHART FRANCE** sont **DEUX OUTILS** indispensables pour tout connaître de la distribution alimentaire.

Et toujours avoir **les chiffres clés** du secteur et des enseignes sous la main !

Tarifs HT 2018

Affiche.....	150 €
Book :	
- "papier" à l'unité	70 €
- numérique (pdf, multidiffusion, spécial force de vente).....	790 €
Pack (Affiche + 3 Books "papier").....	310 €

Dégressif et autres formules sur demande

DEUX OUTILS COMPLÉMENTAIRES

- > Une AFFICHE grand format (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.
- > Un BOOK format A5 avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. A emporter partout grâce à son format pratique et tout terrain. Existe aussi en version numérique (pdf, multidiffusion), idéale pour votre force de vente.

Commande et demande d'extrait :
florence.taillefer@editionsdauvers.fr