



Points chauds

LE REcul DES VENTES A PARC COMPARABLE S'EST GÉNÉRALISÉ

Les chaînes de mode résistent à coups d'ouvertures

L'ACTIVITÉ de plusieurs enseignes d'habillement françaises au troisième trimestre montre une chose : le recul du chiffre d'affaires à parc de magasins comparable s'est généralisé. Certes, il n'y a pas que ce circuit de diffusion qui est touché par un retrait des ventes. Et d'autres chaînes ne sont pas concernées, puisque, d'après nos informations, *Pimkie*, *Promod* ou *Cache Cache* ne seraient pas en baisse, du moins sur la période janvier-juillet 2009. C'est-à-dire avant un mois d'août catastrophique et un septembre pas fameux. Mais *Camaieu*, *Etam*, *Groupe Go Sport*, *Vêt'Affaires* et *H&M* n'ont pu ni stabiliser ni faire progresser leur chiffre d'affaires comparable (celui qui ne tient pas compte des derniers points de vente ouverts). Même l'agrandissement du parc, chez certains (*Vêt'Affaires*, *Groupe Go Sport*), n'est plus suffisant pour faire croître l'activité.

De juillet à septembre 2009, *Camaieu* a subi un recul de ses ventes de 7,7% à parc comparable. Son chiffre d'affaires global trimestriel progresse néanmoins de 5%, grâce à l'ajout de 31 succursales. Au cours des neuf premiers mois de l'exercice, l'enseigne de mode féminine fait progresser son chiffre d'affaires non comparable de 6%, compte tenu de son gros programme d'ouvertures, mais, à parc de magasins comparable, l'enseigne subit un recul de 5,4% par rapport aux mêmes neuf mois de 2008.

Etam aussi accuse le coup pour l'activité comparable au troisième trimestre, avec

une baisse de 6% (mais une hausse de 2% en non-comparable). Et encore, cela aurait pu être pire si ses activités en Chine, en complet retournement après une période pour le moins difficile, n'avaient pas fait un bond trimestriel de 40%. De juillet à septembre 2009, *Etam* a bu la tasse en Europe (-11,5% en comparable) et en France (-11,5%), surtout à cause de son prêt-à-porter (enseignes *Etam* et *1.2.3*). C'était déjà ce qui était observé au premier semestre 2009. Pendant ses neuf premiers mois, *Etam* voit son chiffre d'affaires global s'apprécier de 5% grâce à la Chine. Mais, si l'on met de côté les nouveaux points de vente ouverts, le chiffre d'affaires (comparable) est en baisse de 3% (et de 9% en Europe).

Groupe Go Sport et *Vêt'Affaires* sont sur le reculoir au niveau du chiffre d'affaires, qu'il soit comparable ou non. Après six mois en 2009, le hard-discounter *Vêt'Affaires* parvenait encore à stabiliser ses ventes avec quelques ouvertures, ayant perdu la bataille du comparable (-8%). Ce troisième trimestre, pourtant marqué par 3 ouvertures de succursales, ne lui permet pas de confirmer. Le chiffre d'affaires s'effrite de 6,4% et fait plonger le total sur neuf mois (-2% et -11% à parc comparable). Il y a moins de surprises chez *Groupe Go Sport*, dont les problèmes d'activité sont anciens. Son enseigne de chaussures *Courir* continue de piquer du nez au troisième trimestre (-12%, et -15% en comparable), et son nouveau dirigeant, Jacques

Krauze, peut sans doute déjà faire une croix sur 2009 (-10% après neuf mois et -12% en comparable). Les magasins *Go Sport* (80% de l'activité de *Groupe Go Sport*) s'accrochent. Et malgré un troisième trimestre à nouveau en recul (-5,5%, et -6,6% en comparable), la partie française du réseau (l'export est encore marginal) limite la baisse du chiffre d'affaires sur neuf mois à 2% (comparable ou pas).

Aucune de ces enseignes ne parle spécifiquement du mois de septembre, après un mois d'août très difficile pour le secteur. Mais, au vu des déclarations du Conseil français des centres commerciaux (*Cncc*) et du géant *H&M*, les affaires ont probablement été difficiles au cours du mois de rentrée. Le *Cncc* annonce une régression de 4,3% de la fréquentation des centres commerciaux du pays en septembre 2009, «*préfigurant un chiffre d'affaires médiocre pour ce mois*». Ce n'est guère une surprise, puisque la fréquentation s'affiche à -3,7% en cumulé depuis le début de 2009 (-3% sur douze mois glissants). Pas surprenante non plus la nouvelle livraison mensuelle des ventes de *H&M*. Le groupe suédois améliore son chiffre d'affaires de 1% en septembre mais subit un recul de 8% à magasins comparables. C'est le neuvième mois (sur dix) en négatif (en comparable) depuis le début de son exercice, en décembre 2008.

VINCENT LEPERCQ ●



ALORS QUE L'ÉCHÉANCE SE RAPPROCHE

Quelle craint un démembrement
du groupe Primondo

QUELLE pourrait bientôt être fixé sur son sort. Klaus Hubert Görg, l'administrateur judiciaire d'*Arcandor* (la maison mère du groupe allemand de vente à distance), assure qu'une décision tombera avant la fin de ce mois d'octobre. Les candidats à la reprise, au nombre de quatre, auraient déjà beaucoup avancé dans le processus d'audit de la division *Primondo*, dont *Quelle* est le noyau. «*Pas un seul des investisseurs sérieusement intéressés ne s'est pour l'instant officiellement désisté*», ajoute l'administrateur judiciaire. Il a cependant confirmé les informations parues dans la presse allemande rapportant que des concessions allaient être faites aux investisseurs. Ces derniers souhaitent notamment que la date butoir de la réduction des effectifs chez *Primondo* (3.700, sur un total de 10.500), initialement fixée fin janvier, soit avancée.

Mais, dans le même temps, d'autres informations glanées auprès du cercle des participants aux négociations se font nettement moins optimistes pour *Quelle*. Le quotidien économique *Financial Times Deutschland* rapporte ainsi que l'administrateur judiciaire aurait laissé la porte ouverte à un démembrement de *Primondo*, éventualité qui avait pourtant été écartée jusqu'à présent. Pour Klaus Hubert Görg – qui dément ces informations –, ce ne serait cependant pas le premier revirement, puisque, à l'origine, c'est *Arcandor* (auquel appartient également la chaîne de grands magasins *Karstadt*) qui devait être vendu comme un tout. Les investisseurs craindraient de reprendre *Quelle*, suren-

detté, mais porteraient un grand intérêt aux catalogues spécialisés et à la chaîne de télé-achat *HSE24*, les autres filiales de *Primondo*. L'idée d'un tel scénario est dangereuse pour le spécialiste de la vente à distance, car, s'il devait rester sur le bord de la route, le risque de disparition pure et simple serait grand.

L'administrateur judiciaire préfère rappeler que les ventes sont en progression par rapport à l'année dernière. Et fait référence à un «catalogue test» envoyé début octobre qui enregistrerait de bonnes réactions auprès des clients. Mais, en parallèle, les mesures portant sur toute la chaîne de la saison printemps-été 2010 ont été réduites «à l'essentiel, afin de laisser la plus grande marge de manœuvre possible aux investisseurs».

JULIEN BELS, A MUNICH ●



CATALOGUE QUELLE.

Le démembrement de Primondo pourrait entraîner une disparition pure et simple de Quelle, qui est lourdement endetté. Timm Schamberger Germany Out / Afp

UN PARC QUI ATTEINT LES 89 MAGASINS

Le discounter Zeeman quadrille le nord et le sud de la France

ZEEMAN ne se limite plus à la moitié nord de l'Hexagone. Le hard-discounter d'habillement d'origine néerlandaise, arrivé en France par le Nord-Pas-de-Calais au début des années 90, a ouvert des magasins à Nîmes et à Avignon cet été, consolidant une implantation dans le sud du pays, démarrée en toute discrétion en septembre 2008. La chaîne y exploite aujourd'hui 21 magasins, entre Marseille, La Seyne-sur-Mer, Miramas, Manosque et Valence. Comme l'enseigne a continué d'ouvrir parallèlement en Nord-Picardie et dans l'est du pays, son parc français totalise 89 adresses. Tous ces points de vente sont exclusivement des succursales de 200 à 300 m², exploitées en centre-ville ou en périphérie. Fin 2006, ce réseau ne comptait que 34 unités. Zeeman est passé directement du nord au sud, sans s'arrêter en région parisienne (un seul point de vente, à Champigny-sur-Marne), ni du côté de Lyon, ni sur la façade ouest.

Si la filiale française de Zeeman compte déjà plus de magasins que celle du Luxembourg, elle est encore loin d'atteindre la taille des réseaux allemand (254 magasins), belge (235) et néerlandais (514), où

se concentrent la plus grande partie des 1.100 points de vente de l'enseigne (contre 965 fin 2006). Le dernier chiffre d'affaires publié de Zeeman Textielsupers France se montait à 22,6 millions d'€ Ht en 2008 (+88%), pour un profit net de 300.000 €, après une série de légères pertes nettes pendant la période 2005-2007. Pour cette année 2008, Zeeman annonce un chiffre d'affaires total de 476,3 millions d'€ (+4%). L'enseigne distribue des vêtements et des sous-vêtements pour la famille, ainsi qu'une offre complémentaire en équipement de la maison et bazar.

Fin septembre, le groupe batave a signé un accord avec le fournisseur de solutions logicielles **Ortec** pour utiliser, à partir de février 2010, son module transport et distribution, et ce afin d'optimiser ses livraisons. Zeeman indique livrer tous ses magasins deux fois par semaine depuis une plate-forme aux Pays-Bas, à 90% avec ses propres camions. Le distributeur compte «réaliser de considérables économies sur le coût des tournées» en réduisant les distances parcourues, en optimisant les charges et en gagnant du temps sur la planification.

V.L. ●