



Carrefour cherche à rester en course.

Par PONS Frédéric.

977 mots

3 avril 2004

Libération

19

Français

Libération. Une publication de SNPC - France. Tel: 33 (1) 42 76 17 89 .

Lutte de pouvoir à la tête du n°2 mondial des hypers, en perte de vitesse en France.

Le mois d'avril s'annonce bien agité pour Carrefour. Entre le lancement de sa carte de fidélité le 13 avril et une délicate assemblée générale des actionnaires annoncée pour le 27 (lire ci-dessous), le groupe essaie de reprendre la main, avec une clientèle de moins en moins fidèle, alors que des carabistouilles de pouvoir agitent sa direction. Depuis des mois, le numéro deux mondial des hypers donne en effet l'impression de ne plus savoir sur quel pied danser pour séduire des chalands désargentés qui veulent toujours plus de prix bas, crise oblige. Au début de l'année, le groupe lançait une campagne de pub «corporate» bien lisse sur le thème «Consommez mieux»... vite remplacée par des affiches nettement moins glamour: «L'hyper qui a les lardons au prix le plus bas de la région, il n'y en a qu'un» (Carrefour bien sûr). Pour enfoncer le clou, les écrans télé du câble et des neuf chaînes locales de l'Hexagone ont commencé à diffuser urbi et orbi la bonne parole sur les prix bas de Champion (une enseigne du groupe). Guerre des prix. Pour Carrefour, il y a vraiment urgence à contrer la double offensive du hard-discount et de ses concurrents plus traditionnels qui mettent eux aussi la gomme sur les prix d'amis. Car depuis janvier, sur le marché français en proie à une guerre des prix sans précédent entre grandes enseignes, le groupe Carrefour - 270 hypers et 1 000 supermarchés - est sérieusement secoué par les très remuants centres Leclerc: en 2003, ces derniers ont ravi de justesse à Carrefour la première place du podium en termes de parts de marché. Un mauvais coup dans un groupe où la «culture du numéro un» est déclinée à toutes les sauces. «Nos concurrents feraient bien de se méfier: quand nous nous mettrons à massifier largement nos achats avec la nouvelle carte de fidélité que nous lançons le 13 avril, ils auront des soucis à se faire», affirme, vengeur, un homme de Carrefour. En attendant, Daniel Bernard, l'ombrageux PDG de la maison, passe un sale quart d'heure. Et qu'importe, semble-t-il, les bonnes performances financières réalisées par le groupe qu'il dirige depuis 1998 ou sa croissance internationale. A la Bourse de Paris, l'action se traîne dans la zone des 40 euros, en baisse de 7,28 % depuis le début de l'année alors que l'indice du CAC 40 est, lui, resté à peu près stable. Pas terrible pour une valeur jadis adorée des boursicoteurs de tout poil. De son côté, l'action du groupe stéphanois Casino, seule autre enseigne d'hypers cotée en

Bourse, n'a perdu elle que 1,3 % depuis le 1er janvier. Résultat des courses: les concurrents de Carrefour ont ouvert la boîte à gifles. «Ils ont mis plus d'un an à mettre au point leur ticket de réduction en copiant sur celui de Leclerc: ils nous avaient habitués à plus de réactivité», raille l'un des principaux concurrents de la maison. «Ils ont un gros problème pour faire revenir les clients dans leurs hypers alors qu'ils ont besoin, plus que d'autres, de créer du trafic: leur hésitation sur la bonne stratégie à mener en matière de prix bas a dérouté certains d'entre eux, notamment au profit des centres Leclerc», commente avec assurance une grosse pointure du secteur. «Carrefour ? On ne tire pas sur une ambulance», croit pouvoir assurer cet autre ténor de la profession. Autant d'amabilités qui risquent de faire hurler Daniel Bernard, lui qui n'est pas spécialement réputé pour sa souplesse de caractère. Reprise en main. Un caractère déjà mis à très rude épreuve le 8 mars. Ce jour-là, dans la perspective de l'assemblée générale des actionnaires prévue le 27 avril, Carrefour publie un communiqué plutôt explosif: l'homme d'affaires belge Luc Vandevelde sera l'un des deux nouveaux administrateurs qui devraient faire leur entrée au conseil d'administration, notamment pour remplacer Paul-Louis Halley, le fondateur de Promodès, décédé l'an dernier. Là, Daniel Bernard aurait piqué une vraie grosse colère. Rien de très étonnant: Vandevelde, qui s'était illustré en mettant sur le carreau les 1 800 salariés de Marks & Spencer France en 2001, est rien de moins que l'ancien numéro deux de la maison que Bernard avait fermement écarté après l'énorme fusion Carrefour-Promodès en 1999. Histoire de régner seul. L'arrivée de Vandevelde est d'autant plus inquiétante pour Daniel Bernard qu'il est le représentant officiel de la famille Halley, premier actionnaire de l'enseigne avec 11,46 % du capital et plus de 18 % des droits de vote, loin devant la famille Badin-Defforey-Fournier, fondatrice de Carrefour. Comment expliquer cette indiscutable reprise en main de l'actionnaire principal ? La très riche famille Halley aurait-elle l'intention de se passer des services de Bernard ? Elle n'aurait en tout cas pas de quoi être déçue par les dividendes qu'elle reçoit chaque année, à hauteur de sa participation dans Carrefour, soit la coquette somme de 50 millions d'euros en 2002, en augmentation sensible par rapport à 2001. Veut-elle prendre une initiative alors que l'énorme et très riche américain Wal-Mart, numéro un mondial des hypers et véritable épouvantail de la profession, rôde à la frontière nord du pays: il vient en effet de commencer à faire ses courses en Belgique avec le rachat de Spar ? «Un rapprochement entre Carrefour et Wal-Mart n'est pas d'actualité. Nous démentons formellement les rumeurs selon lesquelles Wal-Mart nous aurait fait récemment une offre de rachat», tranche le groupe tricolore. 0.00.