

AU MENU

- Target arrive au Canada dans un marché de distribution alimentaire déjà en mutation

Le distributeur américain Target a ouvert des magasins en Ontario en mars 2013, faisant ainsi ses débuts au Canada et ses premières ventes en dehors des États-Unis. Au cours de l'année 2013, il prévoit ouvrir près de 125 magasins canadiens, situés pour la plupart dans les anciens locaux de Zellers.

Target est un géant du commerce au détail dans le monde, même s'il est moins diversifié en termes de pays où il fait les affaires. Avec des ventes estimées à 70 milliards de dollars et 1 763 magasins en 2012, il est le neuvième plus grand distributeur de la planète en termes de chiffre d'affaires. La vente de produits alimentaires génère quelque 15,4 milliards de dollars ou 21 % de son chiffre d'affaires. Il a donc tout le potentiel pour devenir un acteur important dans le secteur de la distribution alimentaire au Canada. Par contre, dans les magasins canadiens que l'entreprise a déjà ouverts, l'offre de produits alimentaires est plutôt limitée.

Liste des 10 plus grands distributeurs alimentaires

Rang	Entreprises	Ventes totales (G\$)	Nombre de magasins	Pays d'origine
1	Wal-Mart Stores	443,9	1 013	États-Unis
2	Carrefour	113,1	9 672	France
3	Tesco	103,5	6 234	Royaume-Uni
4	Metro Group	92,8	2 187	Allemagne
5	Schwarz Group	90,6	11 029	Allemagne
6	Kroger Co.	90,4	2 435	États-Unis
7	Costco	87,0	592	États-Unis
8	Aldi	73,3	9 845	Allemagne
9	Target	69,9	1 763	États-Unis
10	Rewe Group	66,9	13 423	Allemagne

Source : Supermarket News, Top 25 Global Food Retailers 2012.

Un marché déjà très concurrentiel

Le marché canadien compte déjà quatre chaînes traditionnelles qui proposent une offre très diversifiée, soit Loblaw, Sobeys, Metro et Safeway Canada, en plus de Costco et de Walmart, qui prennent de plus en plus de place dans le secteur du commerce alimentaire au détail. Les acteurs du marché canadien disposent donc de tous les atouts nécessaires pour faire face à la concurrence de Target.

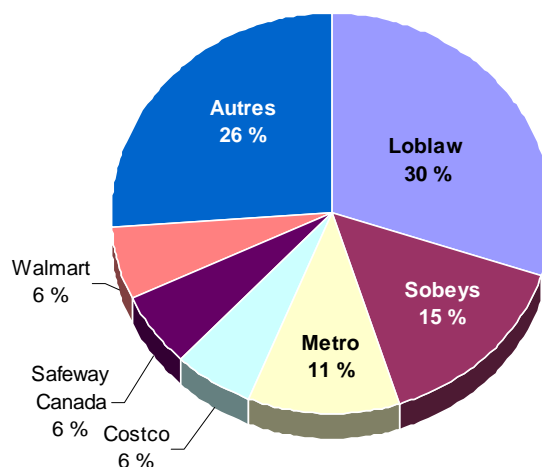
D'une part, les distributeurs traditionnels possèdent des magasins de divers formats leur permettant de répondre à la demande variée des consommateurs en ce qui a trait à

la qualité et aux prix. En effet, avec les magasins à escompte (ex. : Maxi et Super C), les magasins offrant une expérience enrichie de magasinage, comme Metro Plus, IGA Extra et Loblaws, et les magasins plus adaptés au goût des communautés ethnoculturelles (ex. : Adonis et T&T Supermarket), le marché canadien de la distribution alimentaire est très concurrentiel.

D'autre part, l'autre grand distributeur américain, Walmart, ajoute annuellement de 35 à 40 magasins à sa chaîne depuis quelques années. Seulement en 2012, il a terminé 73 projets, y compris la conversion de 39 anciens magasins Zellers. En même temps, le distributeur Costco enregistre aussi une forte croissance de ses ventes.

Ainsi, certains analystes disent que l'arrivée de Target au Canada est probablement un autre obstacle à la croissance des grandes chaînes traditionnelles, mais qu'elle ne pose pas de défis plus importants que ceux auxquels ces entreprises ont été confrontées depuis un certain nombre d'années.

Parts de grands distributeurs dans le commerce alimentaire au Canada en 2012



Source : Estimations de Supermarketnews.

Un marché où les ventes augmentent lentement

L'augmentation de la taille des entreprises de distribution alimentaire et l'accroissement de la concurrence se font dans un marché où la demande alimentaire progresse lentement. Depuis 2008, les ventes des supermarchés et des épicerie se sont accrues d'à peine 8 % au Canada.

Les grands distributeurs comptent de plus en plus sur l'apport des produits et des services non alimentaires pour maintenir leurs marges bénéficiaires. C'est pourquoi ils exercent d'autres activités dans les secteurs pharmaceutiques et immobiliers, dans le secteur des dépanneurs, etc.



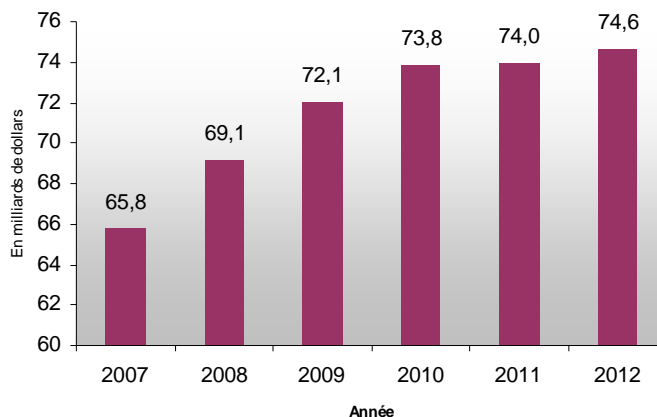
Une autre consolidation à venir?

Dans un marché aussi concurrentiel où les ventes progressent lentement, la question d'une autre consolidation commence à se poser. En effet, deux annonces récentes ont amené certains observateurs à considérer la possibilité que Safeway Canada soit à vendre.

En décembre 2012, Loblaw a indiqué qu'il envisageait de vendre la plupart de ses biens immobiliers, ce qui lui rapporterait une somme importante d'environ 7 milliards de dollars. Par ailleurs, en janvier 2013, Metro a vendu 10 millions d'actions d'Alimentation Couche-Tard pour 479 millions de dollars. Ces deux annonces ont donné lieu à des spéculations sur la possibilité qu'un des grands distributeurs alimentaires au Canada ou un nouvel acteur fasse une offre pour acheter les 225 magasins de Safeway Canada.

Bref, le marché canadien du commerce alimentaire au détail est encore en mutation.

Ventes des supermarchés et d'autres épiceries au Canada entre 2007 et 2012



Source : <http://supermarketnews.com/retail-and-financial/canada-copes-foreign-invasion>; Statistique Canada; et compilation du MAPAQ.

