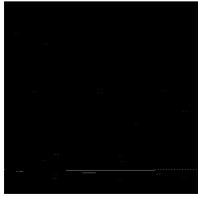


**Note sur la grande distribution alimentaire et les pratiques commerciales au Royaume-Uni**



**AMBASSADE DE FRANCE AU ROYAUME-UNI**

---

**Résumé**

- *La distribution alimentaire est très concentrée au Royaume Uni, 5 chaînes se partageant 70% d'un marché de 40 milliards de livres sterling. Quelques indépendants et enseignes régionales arrivent à se maintenir voire à se développer sur des créneaux limités.*
- *La distribution alimentaire possède des caractéristiques bien particulières au Royaume Uni qui ont pour l'instant assuré la prospérité des distributeurs sans qu'ils exportent leur savoir faire et a protégé les marges des principaux acteurs à des niveaux bien plus élevés que la norme continentale.*
- *Cette situation évolue cependant assez rapidement, sous l'effet notamment de la reprise d'Asda par le premier distributeur mondial Wal Mart.*
- *Une vaste enquête conduite par la Commission de la concurrence dont les résultats sont attendus à la mi 2000 devra déterminer si les intérêts des consommateurs sont préservés du fait des pratiques opérées par les principales chaînes.*
- *Un arsenal juridique assez complet encadre le commerce et l'implantation de nouvelles surfaces. Les autorisations nouvelles données au compte goutte tiennent plus compte de la préservation de l'activité dans les centres villes que d'une volonté de protéger le petit commerce indépendants vis à vis des mastodontes succursalistes,*

**1 Organisation de la distribution des produits alimentaires de grande consommation :**

**1-1 Taille, segmentation et tendances du marché**

Au Royaume Uni, le marché de la distribution alimentaire (hors boissons alcoolisées) pèse en 1999, 40 milliards de Livres Sterling. Ce marché a connu une croissance de 2,7% entre 1998 et 1999. Les produits distribués en température ambiante représentent plus de la moitié de ce marché avec 24,2 milliards de sterling. Les produits frais représentent 11,2 milliards et les produits de toilettes et cosmétiques 4,6 milliards. Les plus fortes croissances (7 à 8% environ) proviennent des secteurs fruits et légumes frais, plats préparés surgelés et confiseries.

La distribution des produits alimentaires au Royaume Uni peut être segmentée en :

- distributeurs spécialisés (boucheries, boulangeries, magasins de vente d'alcool...)
- magasins d'alimentation générale.

On observe deux grandes tendances

- Les magasins d'alimentation générale se développent aux dépens des magasins spécialisés ; ces derniers ne représentent plus que 17% de la distribution de produits alimentaires contre 24% il y a 6 ans.

**AMBASSADE DE FRANCE AU ROYAUME-UNI**

- Les succursalistes se développent aux dépens des magasins indépendants. La part des 5 principaux distributeurs continue de croître et représente environ 70% du chiffre d'affaires de la distribution alimentaire.

**1-2 Les acteurs de la distribution alimentaire :**

• **Les principales chaînes de supermarchés et hypermarchés :**

Les 5 principales chaînes de la distribution alimentaire atteignent une part de marché cumulée de l'ordre de 70%. Leur rentabilité (marge nette sur Chiffres d'affaires) reste très supérieure à celle observée chez les concurrents continentaux.

Les cinq principales enseignes :	Part du marché de la distribution alimentaire	estimation de marge nette avant impôts sur CA en %	Nombre de magasins au Royaume Uni
Tesco	21	4,9	639
Sainsbury	17,8	5,3	401
Asda	12,6	5,2	229
Safeway	9,4	4,6	472
Somerfield	8,6	3,5	1420
<b>Total</b>	<b>69,4</b>		<b>3161</b>

• **Les chaînes de taille intermédiaire :**

Il s'agit principalement de chaînes régionales : Morrisons (Nord et Midlands), Waitrose (Groupe John Lewis) et Budgens (Londres et Sud du pays). La part de marché cumulée de ces chaînes tend à s'accroître (de 7,9% à 8,5% entre 1998 et 1999), notamment en raison des performances des chaînes Morrisons et Iceland. Leurs taux de marges sont variables, la palme revenant à Morrisons (7%), Waitrose se situant à 4,7% et Iceland à 3,2%

• **Les chaînes de mini-margeurs (discounters) :**

Il s'agit principalement des chaînes de discounters de pays du Nord de l'Europe qui se sont implantées sur le marché britannique au début des années 90, à la faveur de la récession économique qui a touché le pays. Les plus importantes sont Aldi, Lidl et Netto. L'ensemble de ces discounters représente une part du marché de la distribution alimentaire de l'ordre de 2,5%. Les principales caractéristiques de ce type de magasins sont : une offre réduite, des produits d'épicerie et des alcools plutôt que des produits frais, des linéaires inexistantes ou limités au strict minimum, un niveau de service restreint, des prix bas et un niveau de qualité des produits distribués se situant au bas de l'échelle. Sur le plan régional, l'implantation de ces discounters est particulièrement marquée dans la partie Nord du pays avec une part de marché de la distribution alimentaire atteignant 5% dans le Yorkshire alors que cette part n'est que de 1% dans le Sud.

AMBASSADE DE FRANCE AU ROYAUME-UNI

• **Le système coopératif :**

Il s'agit d'un système traditionnel de la distribution britannique basé sur des organisations régionales. Actuellement, il existe environ 40 organisations régionales de type coopératif. Les particularités de ces chaînes de magasins sont essentiellement la proximité locale avec les

consommateurs : taille réduite des magasins, plutôt situés dans les quartiers, implantations rurales et dans les quartiers économiquement défavorisés, prises de position politico-écologiques fréquentes influant sur les gammes de produits distribuées. La part de marché des Coops est de 4% au plan national. Régionalement une sur-représentation des coops est notable dans les régions rurales, en Ecosse (presque 6% du marché) ainsi que dans le Nord et le Nord-Est.

• **Les magasins indépendants :**

Il s'agit généralement de magasins de proximité de petite taille (moins de 300m<sup>2</sup>). Il existe environ 50000 magasins indépendants au Royaume Uni. Ces magasins offrent une large gamme de produits de première nécessité correspondant aux besoins des personnes peu mobiles ou des personnes âgées résidant localement, voire aux besoins de dépannages des ménages. Ces magasins peuvent être totalement indépendants ou appartenir de façon « volontariste » à des groupements de distributeurs. Leur part de marché est en hausse mais reste pour le moment non significative .

• **Les autres intervenants commercialisant des produits alimentaires :**

Les « drugstores » commercialisant des produits pharmaceutiques et des cosmétiques tels que les chaînes Boots et Superdrugs commercialisent également des denrées alimentaires (sandwicheries, snacks, dépannage..) et représentent une part non négligeable de la distribution alimentaire estimée à 2,9% du marché. Les grands magasins, soit indépendants comme les établissements de prestige (Selfridges, Harrods.... ) soit les chaînes comme Marks & Spencer et British Home Stores représentent environ 2% du marché.

**Part de marché des principales formes de distribution :**

