

Le vrai-faux déclin du commerce américain

Les difficultés de plusieurs enseignes états-uniennes emblématiques font les gros titres de la presse. Mais, *a contrario* des idées reçues, le nombre global de magasins sera en hausse en 2017 et 2018. Ce qui n'empêche pas des évolutions en profondeur face à la puissance de l'e-commerce.

Sears, Macy's, JC Penney, RadioShack... Tous ces grands magasins ont été sous les feux des projecteurs aux États-Unis ces derniers mois, suite à l'annonce de la fermeture de centaines, voire de milliers, de points de vente. De quoi faire la une des quotidiens et des journaux télévisés. En cause? Une baisse régulière du chiffre d'affaires, une rentabilité devenue insuffisante, voire négative, le tout sur fond d'inevitable progression de l'e-commerce et de son fer de lance, Amazon. Jamais avares de superlatifs, certains de nos confrères outre-Atlantique ont baptisé le phénomène *retail apocalypse*. Ce qui se passe de traduction...

Mais la réalité n'est pas aussi tranchée. Mark Mathews, vice-président recherche et développement de la National Retail Federation (NRF), la puissante fédération américaine du commerce, s'exprimait fin août en ces termes: «*Les chiffres et les faits nous racontent une histoire bien différente: l'histoire d'une industrie de la distribution en transition, mais qui continue de progresser.*» Sans nier le niveau historiquement haut des fermetures, il s'est appuyé sur une étude effectuée par IHL Group, indiquant que le solde net (ouvertures moins fermetures) de magasins allait être de 1 326 unités en 2017, et même de 3 446 en 2018, pour les chaînes



© GLEN STUBBEZUMA, PRESSZUMAPEDIA

de plus de 50 magasins. Les difficultés récurrentes des department stores, équivalents américain des grands magasins, et des magasins d'habillement (Abercrombie & Fitch, American Apparel, etc.) ont un effet de halo et masquent le dynamisme de nombreux secteurs comme les supermarchés, les drugstores, ainsi que les magasins discount et les supérettes. Le rapport d'IHL, intitulé *Debunking the retail apocalypse* («*Démystifier l'apocalypse du commerce*») pointe que 16 distributeurs, parmi lesquels RadioShack, le Darty américain, Payless Shoesource, Sears, Gamestop, Bebe ou Kmart, expliquent à eux seuls la moitié des 5 000 fermetures attendues en 2017. De quoi tempérer le discours ambiant qui pourrait laisser croire que l'ensemble du commerce est en grand danger.

Les chaînes à bas prix en forte croissance

En réalité, le commerce change, avec le développement du discount et des magasins réellement expérientiels. Les chaînes de menus objets à bas prix Dollar General (1 290 ouvertures prévues) et Dollar Tree (650) figurent ainsi en tête des réseaux les plus dynamiques, devant les magasins de proximité alimentaire 7-Eleven (412) et Couche-Tard (318). Aldi et Lidl apparaissent aussi dans ce classement. «*Le sujet est plus complexe qu'il n'y paraît*, souligne Frank Rosenthal, expert en



Des secteurs souffrent mais 1 326 magasins ont ouvert ou ouvriront en 2017

SOLDE 2017 PAR SECTEUR (OUVERTURES MOINS FERMETURES)

SPÉCIALISTES TEXTILE OU ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE	- 3 133
GRANDS MAGASINS	- 400
CLUBS ENTREPÔTS	+ 82
SPÉCIALISTES ÉLECTRONIQUE, BRICOLAGE OU SPORT	+ 153
DRUGSTORES	+ 345
SUPERMARCHÉS	+ 674
SUPÉRETTES	+ 1 700
MAGASINS GÉNÉRALISTES, BAZARS	+ 1 905
TOTAL	+ 1 326

Source : IHL Group

« Les unes de la presse se focalisent sur un tout petit nombre d'enseignes et de segments qui sont principalement présents dans les centres commerciaux. Mais ce qui se passe réellement, c'est une progression très forte du nombre de magasins et des chiffres très bien orientés pour le retail. »

Extrait du rapport d'IHL Group sur l'évolution du commerce américain

marketing du commerce et grand connaisseur du retail nord-américain. *Le commerce américain va mieux que la situation catastrophique qui est présentée, mais ce n'est pas la panacée non plus. Tout d'abord, les indicateurs économiques sont bien orientés : le taux de chômage est de 4,4 %, la croissance est forte, la Bourse bat des records. Et, étonnamment, l'étude d'IHL ne prend pas en compte les department stores haut de gamme comme Neiman Marcus ou Nordstrom qui, eux, se portent plutôt bien.* »

En filigrane, l'évolution des technologies semble avoir accéléré la chute des retailers qui étaient déjà mal en point. « Beaucoup de distributeurs qui ferment massivement des magasins voient leur activité se réduire depuis dix ans ou plus. Et d'autres sont victimes de leurs propres errements », indique IHL, qui évoque des business models « dépassés ». Dans le même temps,

La fermeture d'un JC Penney, une chaîne de grands magasins, en juin 2017 à Minneapolis (Minnesota).

la croissance d'Amazon se fait au détriment des distributeurs classiques, notamment les plus vulnérables. Les mutations à l'œuvre outre-Atlantique s'expliquent aussi par un équipement commercial surabondant, avec une densité en mètres carrés par habitant plusieurs fois supérieure à celle de la France, et par des évolutions démographiques et sociologiques. Les revenus des classes aisées, celles qui sont les plus accros à Amazon Prime, sont passés de 29 à 49 % de la richesse de l'ensemble du pays entre 1970 et 2015. Dans le même temps, la part de revenu des classes moyennes a chuté de 62 à 43 %. Or les centres commerciaux construits ces trente dernières années ciblent précisément cette catégorie de la population, ainsi que les classes populaires. D'où les difficultés rencontrées par ces énormes complexes de magasins.

Logique darwiniste

Il est vrai qu'entre la désaffection pour les department stores et ces images récurrentes d'immenses malls abandonnés, le tableau de la distribution états-unienne semble très sombre. Mais, une nouvelle fois, il ne traduit qu'une partie de la réalité. Par un effet darwiniste, ce sont les plus faibles qui disparaissent les premiers et fixent l'attention sur eux. Dans son rapport annuel sur le secteur de l'immobilier ■■■■

« Les chiffres et les faits nous racontent une histoire bien différente du retail apocalypse : l'histoire d'une industrie de la distribution en transition, mais qui continue de progresser. »

Mark Mathews, vice-président recherche et développement de la National Retail Federation

Un paysage fortement contrasté

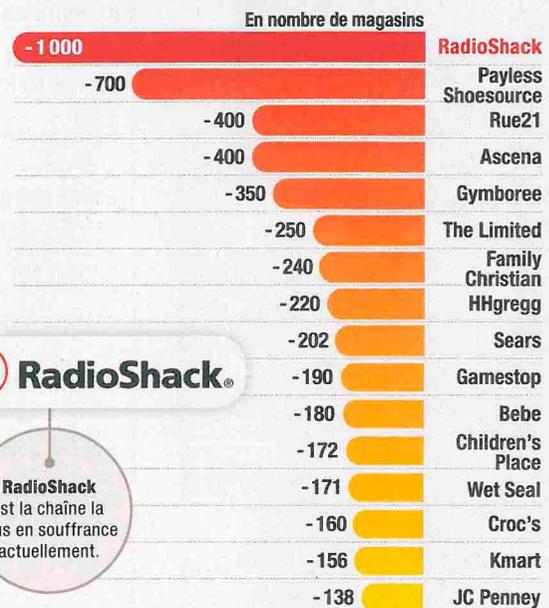
TOP 16 DES ENSEIGNES QUI ONT OUVERT OU VONT OUVRIR LE PLUS DE MAGASINS EN 2017



DOLLAR GENERAL

Dollar General ouvre des magasins par centaines.

TOP 16 DES ENSEIGNES QUI ONT FERMÉ OU VONT FERMER LE PLUS DE MAGASINS EN 2017



RadioShack

RadioShack est la chaîne la plus en souffrance actuellement.

Les 16 enseignes listées à droite représentent 48% des fermetures recensées aux États-Unis et n'ont cessé d'être citées dans la presse, ce qui contribue à surinterpréter le message. La progression plus mesurée de nombreuses autres enseignes passe, elle, sous les radars.

commercial, la firme spécialisée Green Street Advisors dénombrerait « environ 300 centres commerciaux classés C et D (sur une échelle de qualité qui va de A à D, NDLR), qui sont confrontés à un risque de fermeture dans les prochaines années. Mais, heureusement, ces centres ne représentent que 5 % de la valeur des malls américains, et on ne peut pas dire qu'ils manqueront beaucoup », déclarait ainsi le directeur général du retail, Daniel J. Busch.

L'émergence de nouveaux acteurs

Sur un parc total de 1070 malls, 30 % des acteurs sont en danger, ce qui est certes énorme, mais a tendance à masquer les très bons élèves, « qui s'adaptent et

introduisent des concepts de résistance à internet comme des restaurants, des loisirs et des services ». En parallèle, les demandes de locaux en centre-ville (strip) sur les artères commerçantes n'ont jamais été aussi fortes. Finalement, le commerce américain est dans un cycle classique de création, de croissance et de disparition des enseignes, certes accéléré par le développement à pas de course de l'e-commerce. De nouvelles chaînes grandissent et émergent, comme le vendeur branché de lunettes Warby Parker (environ 70 magasins), l'enseigne d'articles de yoga et de sport Lululemon, qui compte plus de 400 magasins dans le monde, dont une large majorité aux USA. N'oublions pas Ulta Beauty, concurrent de Sephora, qui continue de cartonner, alors que Tractor Supply (fournitures agricoles) ouvre une centaine de nouveaux points de vente par an. Ces enseignes tracent leur petit bonhomme de chemin mais n'ont pas (encore) l'aura médiatique des grands noms. « C'est loin d'être la fin de la distribution américaine. Mais nous sommes face à la transformation d'un monde où les enseignes en difficulté souffrent beaucoup, et plus vite qu'auparavant », conclut Frank Rosenthal. ■ **MORGAN LECLERC**

« Je ne peux pas affirmer que nous en avons fini avec les fermetures. Nous devons stabiliser notre activité avec nos magasins physiques. C'est là que nous faisons la majorité de nos ventes. »

Jeff Gennette, PDG de Macy's, en mai 2017, lors de l'annonce de la fermeture de 100 magasins (soit 15 % du parc)