

Francap confie ses achats de grandes marques à Intermarché

Nouvel épisode de la recomposition des alliances à l'achat en France. Après Auchan, Casino, Carrefour et Système U, Intermarché a annoncé, jeudi 5 juillet, un partenariat. Il concerne Francap Distribution, numéro trois de la proximité en France, avec notamment ses enseignes Coccinelle et G20, mais aussi 2 300 magasins indépendants et des grossistes régionaux. On est loin des alliances signées entre Casino et Auchan (22% de part de marché), puis entre Carrefour et Système U (31%), mais pour Intermarché, qui a claqué en début d'année la porte d'Incaa, la centrale commune avec Casino, c'est un premier rebond avant, peut-être, d'autres annonces plus internationales. Si l'on en croit Thierry Cotillard, président d'Intermarché et de Netto, le deal devrait permettre à ses enseignes alimentaires de gagner un peu plus de 1 point de part de marché à l'achat (16% au total), ainsi qu'une position renforcée sur la proxi, en particulier urbaine. Sur ce marché porteur (+5,2% de CA en 2017, selon Iri), le nouvel attelage pourra constituer une alternative crédible à Carrefour et à Casino, les deux leaders. Et peut-être qu'avec cet accord, certains des 4 200 magasins livrés par la Francap pourraient être séduits par les bannières des Mousquetaires. ■

JÉRÔME PARIGI

LES ATOUTS DE FRANCAP

4 200

Le nombre de magasins de proximité indépendants affiliés, dont 1 900 sous enseigne (Coccinelle, CocciMarket, G20, Colruyt, etc.)

2,3 Mrds€

Le CA en 2017

■ Environ 1 point de part de marché sur les grandes marques de PGC-FLS



© COCCINELLE

CocciMarket est l'une des enseignes de Francap, numéro 3 de la proxi en France.

INTERMARCHÉ EN FRANCE

1 838

Le nombre de magasins

22,42 Mrds€

Le CA hors carburant en 2017 (29,87 Mrds€ avec carburant)

■ 14,7% de part de marché (+0,3 pt) en cumul annuel mobile au 10/06/2018 pour les PGC-FLS

Sources : entreprises et Kantar Worldpanel

© LAETITIA DUARTE

LSA - Quel sera le principe de cet accord ? S'agira-t-il d'un alignement au plus bas des conditions d'achats entre les deux groupes ou d'une dérive commune des tarifs négociés ?

Thierry Cotillard - Le principe de ce partenariat, c'est que Francap Distribution confie, ou délègue, à Intermarché ses achats de marques nationales. Avec ce partenariat, les acheteurs d'ITM AI vont négocier les conditions d'achats pour Intermarché/Netto et pour Francap Distribution, auprès des fournisseurs de produits de marques nationales et internationales. L'objectif est de répondre aux attentes des commerçants indépendants que nous sommes, affiliés Francap Distribution, d'une part, et adhérents Mousquetaires, d'autre part. Et, bien sûr, de développer la performance à l'achat.

Quelle est la structure juridique ? S'agit-il d'un mandat à l'achat ou du montage d'une structure commune (joint-venture) ?

T. C. - Aucune structure commune n'est créée entre Francap Distribution et Intermarché. Il ne s'agit en aucune manière d'une alliance à l'achat ou d'une centrale d'achats commune : en termes techniques, il s'agit d'une « affiliation d'approvisionnement ». Et Intermarché n'interviendra pas dans la politique commerciale de Francap Distribution. Dans le cadre de ce partenariat, les achats de marques nationales et internationales de Francap Distribution seront confiés à Intermarché à partir du 1^{er} janvier 2019. Dès la prochaine campagne de négociations, les structures d'Intermarché achèteront aussi pour Francap Distribution.

Intermarché signe avec Francap parce qu'il ne reste plus que Francap de libre... Ou ce partenariat est-il réellement stratégique?

T. C. - Ce n'est pas un partenariat par défaut. Et ce serait manquer de considération à Francap Distribution que de l'imaginer. Bien au contraire, Francap Distribution est un réseau plein d'avenir, car de proximité.

Sur combien d'années, le contrat porte-t-il?

T. C. - Nous le souhaitons sur plusieurs années... Nous, commerçants indépendants, privilégions la durée, pour la pérennité de nos entreprises.

Est-ce Intermarché qui est allé chercher Francap ou Francap qui souhaitait quitter Cora et Carrefour?

T. C. - Ce partenariat est le fruit d'une convergence et d'un accord commun entre Francap Distribution et Les Mousquetaires. Le reste nous appartient.

Combien de fournisseurs cet accord concerne-t-il? Et pour quel chiffre d'affaires?

T. C. - Cet accord porte sur toutes les marques nationales. Avec ce partenariat, Intermarché représentera plus de 16 % de part de marché à l'achat sur ce périmètre. Ce qui importe pour les fournisseurs industriels, c'est

Pourquoi ne pas avoir inclus les MDD dans cet accord, ce qui aurait pu alimenter le carnet de commandes d'Agromousquetaires?

T. C. - Le carnet de commandes MDD d'Agromousquetaires n'est pas forcément lié à ce type d'accord. Agromousquetaires fabrique déjà des produits MDD pour certaines enseignes du périmètre Francap Distribution.

Depuis combien de temps cet accord était-il négocié?

T. C. - Pour tout observateur averti, ce partenariat fait partie des hypothèses plausibles depuis plusieurs années. Et, depuis plusieurs années, les dirigeants de Francap Distribution et ceux du Groupement Les Mousquetaires ont l'intime conviction qu'ils pourraient écrire ensemble une page de leur histoire – puisque l'indépendance et la proximité sont deux dimensions qui les rapprochent. Conviction portée, au premier chef, par Claude Segurel chez Francap, comme par Didier Duhaupand et moi-même pour Les Mousquetaires. Les conditions étaient donc réunies pour avancer sur ce partenariat auquel a aussi amplement œuvré Jérôme Descateaux, adhérent Intermarché.

« L'indépendance et la proximité nous rapprochent »

THIERRY COTILLARD,
PRÉSIDENT D'INTERMARCHÉ ET DE NETTO

la capacité à générer de la croissance. Et je vous rappelle qu'Intermarché est en prise de part de marché depuis onze périodes successives.

Peut-on imaginer que cet accord soit un premier pas vers le renforcement du réseau urbain d'ITM, en facilitant la transformation des magasins de Francap en Intermarché Express?

T. C. - Vous pouvez l'imaginer, mais cette interprétation sur les évolutions futures n'appartient qu'à vous... Il est indéniable que Francap dispose d'un solide savoir-faire sur la proximité et l'urbain, notamment parisien.

Est-ce que Francap (via sa branche Diapar) continue de travailler avec Amazon (comme lors du lancement de l'e-commerçant dans l'alimentaire)? Si c'est le cas, cela signifierait des conditions d'achat d'Intermarché...

T. C. - Il ne m'appartient pas de commenter les activités de Francap Distribution. ■■

**PROPOS RECUEILLIS PAR
MORGAN LECLERC ET YVES PUGET**

