

## Grande surface redeviendra petite?



La situation des surfaces commerciales

Il y a peu, un tournant important a eu lieu sur le marché hongrois. Au lieu d'augmenter, la superficie moyenne des grandes surfaces a diminué, sans discontinuer. La crise économique y est pour beaucoup...

Ces derniers temps, les chaînes de grandes surfaces présentes en Hongrie comme Auchan, Tesco et Spar n'ont ouvert que de petits magasins, surtout dans les centres-villes. Le nouveau directeur général d'Auchan, Dominique Docoux, a également fait part de sa volonté d'ouvrir des magasins de petite taille dans des villes de province. Que révèle cette tendance ?

Selon les données de l'Institut central des statistiques KSH, la superficie des magasins n'a cessé d'augmenter jusqu'à l'éclatement de la crise financière en 2008, passant en moyenne de 100 à 141 m<sup>2</sup>. Mais même pendant cette période plus positive, les grandes surfaces de plus de 5000 m<sup>2</sup> situées aux abords des villes se sont faites de plus en plus rares. Lors de leur installation en Hongrie, les chaînes de grande distribution s'étaient fixées comme objectif de dominer le marché au plus vite et le mieux possible, et la construction de grands magasins semblait alors idéale pour atteindre ce but. C'est ainsi que la chaîne Spar, dont les supermarchés en

Autriche ne dépassent pas quelques centaines de m<sup>2</sup>, a ouvert en Hongrie des supermarchés de taille plus conséquentes, de plusieurs milliers de m<sup>2</sup>.

La crise semble avoir mis fin à cette extension. "Dans les années 1990, on pensait que la Hongrie deviendrait la Suisse de l'Europe centrale avec une classe moyenne forte, faite d'une population disposant d'une voiture et qui irait faire ses courses dans des grandes surfaces. La plupart des chaînes ont fondé leur conception de développement sur cette axiôme.

Il a fallu attendre plus de 10 ans pour s'apercevoir « que cela ne se passerait pas comme cela" a déclaré le directeur d'une chaîne de grandes surfaces. De plus, en raison de la crise, le pouvoir d'achat est en baisse et le prix de l'essence en hausse, ce qui explique le déclin des grandes surfaces, car 80% de leurs clients doivent prendre la voiture pour s'y rendre. Selon l'étude de marché de GFK Hungária Kft. rendue publique récemment, la fréquentation des petits magasins a considérablement augmenté l'année dernière, cette tendance étant même renforcée par l'introduction de taxes de crise par le gouvernement, qui pèsent très lourdement sur le chiffre d'affaires de la grande distribution.

Si les hypermarchés comme Spar, Auchan et Tesco semblent perdre leur position de leader sur le marché, des chaînes discount comme Lidl, Aldi ou Profi, quant à elles, semblent tirer profit de cette situation. Ces magasins de 800 à 1200 m<sup>2</sup> offrent des produits à prix plus compétitifs et se situent à proximité du lieu de résidence de leurs clients ; pas besoin de voiture dès lors pour s'y rendre. Des chaînes nationales comme CBA, Coop ou Reál doivent également une partie de leur succès à leur proximité géographique avec leurs clients.

Somme toute, la question peut se poser : les grandes surfaces à l'avenir ne vont-elles pas désormais s'appeler "petites surfaces" ?

Máté Kovács

- 1 vue

Catégorie

Agenda Culturel