



Secteur Biens de consommation et détail

Veille
trimestrielle

Octobre 2009 –
Janvier 2010

Tendances du secteur

Le développement économique de la Pologne, de la République Tchèque, de la Slovaquie, de la Hongrie et de l'Ukraine est principalement soutenu par une demande de consommation interne en constante augmentation. Grâce aux 40 millions de consommateurs en Pologne, 50 en Ukraine, et 10 millions en République Tchèque, et aux investissements étrangers massifs, le secteur des biens de consommation et de la grande distribution est en perpétuel développement, et ce, même en période de crise.

Les nouvelles données économiques montrent que les polonais ont connu la plus grande croissance de consommation de toute l'UE, avec une augmentation de 5,8% des ventes aux détails en 2009. Suite à une inflation importante, le secteur FMCG en Ukraine a, quant à lui, noté une augmentation de 30% des prix. Ce qui n'a pas empêché aussi bien les investisseurs étrangers que locaux d'investir dans ce secteur, avec notamment l'implantation récente d'Auchan. De plus, les consommateurs des pays de l'Est diversifient leurs achats, donnant l'opportunité à de nouveaux marchés de se développer. De grands groupes internationaux comme Carrefour, Tesco, Leclerc ou Auchan ont ainsi confirmé leur volonté d'investir dans ces pays, mesurant le potentiel de croissance encore à exploiter. La diversification de l'offre et un meilleure segmentation des gammes attirent de plus en plus les consommateurs.

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr
Anaïs GUILLEMIN
Tél : 03 26 70 85 78
aguillemin@cr-champagne-ardenne.fr

LOGOS
Cédric FROMONT
Tél : +48 (12) 429 41 01
c.fromont@groupe-logos.com

La consommation est très visible dans les centres commerciaux. **En 2009, la valeur des centres commerciaux en Europe Centrale et Orientale était estimé à 6mld d'euros.** En Pologne, tous les ans de nombreux centres commerciaux ouvrent leurs portes. La fin de l'année 2009 a notamment été marquée par l'ouverture du centre commercial Bonarka, à Cracovie, qui accueille plus de 170 magasins.

Faits marquants

- La crise ne dissuade pas les consommateurs des pays de l'Est.
- De nouveaux investissements dans les centres commerciaux.
- Evolution dans la restauration.

Revue de presse

La Slovaquie a l'euro depuis un an.

Les Slovaques paient avec l'euro déjà depuis un an mais ils comptent toujours en couronnes. La Slovaquie n'a pas spécialement ressenti l'augmentation des prix des biens de consommation. Avec le recul, on s'accorde à dire que la Slovaquie a introduit l'Euro à un bon moment, car une introduction en cours de crise aurait été beaucoup plus difficile pour le pays.

Décembre 2009 - Source: Lidové noviny

Merkbau remporte un contrat pour construire un marché couvert pour un montant de 1,3 milliard HUF.

Merkbau a remporté un appel d'offres pour construire 4200 m² de marché couvert à Szeged. L'investissement coûtera 1,3 milliards de HUF. Le projet sera soutenu par l'Union européenne et les fonds de développement de l'état.

Décembre 2009 - Source: BBJ

Le plus grand magasin de bricolage en Europe à Kiev.

Le distributeur ukrainien de bricolage EpiCentre K ouvre un magasin de 56,000 m² à Kiev. C'est le plus grand magasin

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne

Direction du développement
économique

Didier EXBRAYAT

Tél : 03 26 70 31 42

dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Anaïs GUILLEMIN

Tél : 03 26 70 85 78

aguillemin@cr-champagne-ardenne.fr

LOGOS

Cédric FROMONT

Tél : +48 (12) 429 41 01

c.fromont@groupe-logos.com

de ce type en Europe. Le magasin dispose de 96 caisses et des places de parking pour accueillir plus de 2000 voitures. Le montant investi dans le projet n'a pas été divulgué. EpiCentre K possède 22 magasins en Ukraine.

Décembre 2009 - Source: Constructionukraine

Les fêtes de Noël en Slovaquie sont plus fortes que la crise économique.

Les fêtes de Noël sont en Slovaquie plus forte que la crise économique. Les résultats d'une enquête réalisée par la société « Deloitte » montrent que 87 % des Slovaques dépenseront la même somme d'argent que l'année dernière. Les cadeaux les plus achetés sont les livres, vêtements ou cosmétiques.

Novembre 2009 - Source : Sme

La valeur du commerce FMCG en Pologne estimée à 225 mld PLN.

Selon le rapport de PMR, la valeur du commerce FMCG en Pologne est estimée à 225 mld PLN. Les segments qui augmentent le plus vite sont les magasins du type convenience. Ces magasins ont noté la plus grande hausse en 2009, de 21%, grâce au développement dynamique des chaînes de magasins, et notamment de 3 acteurs majeurs : ABC, Żabka et Groszek. A la fin de l'année, ils disposaient ensemble de 6 800 points de vente. A cause du ralentissement économique, la franchise est de plus en plus populaire, les détaillants indépendants ont besoin de trouver un partenaire plus fort pour rester sur le marché.

Décembre 2009 - Source: Portalspozywczy

Création d'un complexe commercial polaco-ukrainien.

Le plus grand et le plus moderne complexe commercial de Pologne sera créé près de la frontière polonaise et ukrainienne, à côté du passage à Korczowa (voïvodie Podkarpackie). Le coût de ce projet s'établit à 140 mln PLN. 1500 emplois y seront créés. Le complexe sera composé de 3 halls d'une surface totale de 70 000 m². Le centre rassemblera avant tout des magasins polonais et ukrainiens du secteur textile, bien ménagers, bricolage et meubles. Les clients individuels des pays n'appartenant pas à l'UE pourront profiter du remboursement de la TVA pour les articles achetés dans le centre. Les entrepreneurs réalisant des achats en gros pourront, quant à eux, régler les formalités douanières directement sur place. Le complexe

Veille trimestrielle

Octobre 2009 –
Janvier 2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique

Didier EXBRAYAT

Tél : 03 26 70 31 42

dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Anaïs GUILLEMIN

Tél : 03 26 70 85 78

aguillemin@cr-champagne-ardenne.fr

LOGOS

Cédric FROMONT

Tél : +48 (12) 429 41 01

c.fromont@groupe-logos.com

accueillera également des banques, des bureaux de change et des restaurants.

Décembre 2009 - Source: [portalspozywczy](#)

Les hypermarchés et les magasins discounts vont accroître leur présence en Pologne.

Selon Kamil Szlaga, analyste chez KBC Securities, les résultats de Biedronka, leader sur le marché du hard discount, sont impressionnants et peuvent être un point de repère pour le secteur du FMCG. Les produits alimentaires représentent 90% des ventes des magasins Biedronka. Les ventes de Biedronka ont augmenté de 34% en comparaison avec l'année dernière. Ces résultats ont pu être obtenu du fait que les consommateurs polonais sont de plus en plus sensibles aux prix. On considère que cette tendance sera maintenue encore pendant un certain temps. Les hypermarchés et les magasins discounts vont augmenter leur participation sur le marché polonais, les conséquences vont être rudes pour les magasins traditionnels. Toutefois, d'ici 3 à 5 ans, le marché du FMCG en Pologne restera divisé en deux. On aura d'un côté le commerce traditionnel et de l'autre les magasins modernes, c'est pour cela qu'on ne remarque pas de baisse importante dans le chiffre d'affaires du groupement commercial Emperia ou du plus grand grossiste alimentaire en Pologne, Eurocash.

Novembre 2009 - Source: [portalspozywczy](#)

Ikea prévoit un investissement de 100 millions d'euros en Slovaquie.

Le promoteur immobilier Inter Ikea Centre (IIC), qui est responsable de l'administration du parc Avion Shopping à Bratislava, compte tirer 2,9 millions d'euros de bénéfices de ses opérations en Slovaquie. En Slovaquie et en République Tchèque le promoteur immobilier a généré un chiffre d'affaires total d'environ 50 millions d'euros. Les performances économiques de l'entreprise, malgré le ralentissement économique, lui ont permis de prévoir des investissements liés à l'expansion future des magasins déjà existants. L'entreprise prévoit un investissement de 300 millions d'euros en Slovaquie et en République Tchèque dans les trois prochaines années. L'entreprise veut également construire deux centres commerciaux supplémentaires en dehors des grandes villes. IKEA ouvrira un centre commercial dans la deuxième plus grande ville de Slovaquie à Kosice entre 2014-2015.

Novembre 2009 - Source: [ceeretail](#)

Veille trimestrielle

Octobre 2009 –
Janvier 2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique

Didier EXBRAYAT

Tél : 03 26 70 31 42

dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Anaïs GUILLEMIN

Tél : 03 26 70 85 78

aguillemin@cr-champagne-ardenne.fr

LOGOS

Cédric FROMONT

Tél : +48 (12) 429 41 01

c.fromont@groupe-logos.com

Octobre 2009 –
Janvier 2010

L'enseigne KappAhl ouvre sa première boutique à Brno.

KappAhl, enseigne de mode suédoise, ouvre en octobre son premier point de vente dans la ville de Brno, dans le centre commercial Olympia. La surface sera de 850m². A part du prêt à porter femme, homme et enfant, la boutique proposera également la marque écologique Organic Cotton. KappAhl opère en Suède, Norvège, Finlande et en Pologne. La boutique à Brno sera son 324^e point de vente.

Octobre 2009 - Source : Moderni obchod

Les magasins de cosmétique DM- drogerie markt se développent en Hongrie.

En novembre le magasin DM a ouvert son 254^{ème} magasin en Hongrie, dans la ville de Budaors. Plus d'un quart des magasins sont situés à Budapest. Les magasins situés dans la capitale représentent 60% du chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires de l'entreprise est estimé cette année à 237,4 mln euros, soit 5,5% de plus que l'année précédente.

Novembre 2009 - Source: ceeretail.com

Les bijouteries polonaises toujours en force.

Le chiffre d'affaires des grands bijoutiers ne diminue pas, ce qui n'est pas le cas avec les petits bijoutiers indépendants. La valeur du marché est toujours en pleine croissance. La crise épargne ce secteur mais les meilleurs résultats peuvent être observés avant les fêtes de fin d'année. La bijouterie APART, leader polonais dans ce secteur, a prévu une hausse de 12 à 15% de son chiffre d'affaires avant la période des fêtes. APART a plus de 150 magasins en Pologne. En un an, la bijouterie a ouvert 18 nouveaux magasins et prévoit d'en ouvrir 20 autres l'année prochaine. Selon Euromonitor International, le secteur se porte bien et pourrait voir une augmentation de 2%, soit une valeur totale de 1,8 milliard de zlotys. Les bijoutiers remarquent un intérêt particulier des polonais pour des produits de luxe aussi bien pour les bijoux que les montres. Si les polonais dépensent autant d'argent dans ce secteur c'est parce qu'ils y voient un bon investissement de leur capital. Les entreprises ou les fonds d'investissements font de mêmes.

Novembre 2009 - Source: Rp

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique

Didier EXBRAYAT

Tél : 03 26 70 31 42

dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Anaïs GUILLEMIN

Tél : 03 26 70 85 78

aguillemin@cr-champagne-ardenne.fr

LOGOS

Cédric FROMONT

Tél : +48 (12) 429 41 01

c.fromont@groupe-logos.com

Veille trimestrielle

Octobre 2009 –
Janvier 2010

Le catering développe sa gamme de services en République Tchèque.

Le ralentissement dans le secteur du tourisme y compris le tourisme combiné (business et tourisme) a forcé des entreprises dans le secteur de la restauration à revoir la qualité de leurs services et élargir leur gamme. Les entreprises de restauration essaient maintenant de fournir des contrats clés en main, en incluant des prestations autour d'un événement par exemple, ou encore de la créativité à haut niveau. Les clients individuels ont moins d'exigences car ils souhaitent dépenser moins. Mais les entreprises telles que dans le secteur bancaire, la télécommunication ou les ressources humaines sont les clés du marché et restent toujours exigeantes en terme de qualité. Le secteur de la restauration est estimé à environ 60% de ce qu'il était en 2008. Néanmoins, le marché de la restauration à Prague est encore leader dans la région et a beaucoup à offrir avec sa large variété de menus allant du simple au sophistiqué. La République Tchèque est bien devant Varsovie, Bratislava ou Budapest. Selon Philippe Mahuas, le directeur régional du Diplomate Hôtel Prague, l'approche de la restauration s'est largement améliorée depuis que les hôtels ont eu envie de retenir leurs clients pour les repas.

Octobre 2009 - Source: cbw

La vente en ligne en République Tchèque: une tendance commerciale.

Les Tchèques participent de plus en plus aux ventes en ligne où il est possible de vendre ou d'acheter tous types de produits. Actuellement il y a environ 1 million de Tchèques qui fréquentent les ventes en ligne. Les produits les plus vendus sont les ordinateurs, l'électronique, les vêtements et les pièces de collection. L'intérêt croissant concerne aussi les jouets et accessoires pour enfant.

Octobre 2009 - Source : Právo

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique

Didier EXBRAYAT

Tél : 03 26 70 31 42

dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Anaïs GUILLEMIN

Tél : 03 26 70 85 78

aguillemin@cr-champagne-ardenne.fr

LOGOS

Cédric FROMONT

Tél : +48 (12) 429 41 01

c.fromont@groupe-logos.com