

GT TRANSPARENCE



Contexte

2019

2020

2021

2022

2023

2024

Les Terrass



Eperon



Carrefour Réunion



Carrefour city



Carrefour market



intermark

Partenaire Intermarché

3 Hypermarchés
12 Supermarchés

4 Hypermarchés

2 Supermarchés

La plaine



La Reserve



Caserne



Vincendo



Sainte Rose



Fermeture magasin
St pierre

intermark

Partenaire Intermarché

Rachat de Vindemia
par GBH

7 Hypermarchés
14 Supermarchés



SCORE



Casabona
agrandissement

iBL

TOGETHER

Actionnaire
majoritaire de



La montagne

Anciennement
Carrefour market

Bellepierre

Anciennement
Carrefour market



7 magasins
anciennement



Chatoire
anciennement



Etat des lieux

Nb de magasins +400m2

17

18

28

21

4

7

1



80%

du marché Réunionnais

Facteurs clés de différenciation

Fruit d'une adaptation aux spécificités du marché local.

Le positionnement des enseignes dépend de différents facteurs : l'offre de produits, les prix, les services, l'image de marque, les spécificités...



6 Hypermarchés et 11 Supermarchés
Focus sur les promotions et l'expérience d'achat



7 Hypermarchés et 11 Supermarchés
Objectif prix inférieur à la concurrence



Commerçants
autrement

28 Supermarchés
magasins indépendants avec fonctionnement mutualiste



21 Supermarchés et 30 magasins de proximité
Implantation de proximité - large couverture de l'île



7 supermarchés - dépôt externe



4 Hypermarchés - dépôt externe sous traité

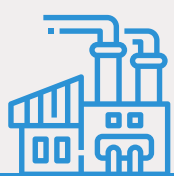


1 Hypermarché - dépôt interne au magasin
internalisation boucherie - fruits&légumes

Chaîne de valeur

Parcours des produits et décomposition de la chaîne de valeur, de la commande au consommateur





ACHEMINEMENT AMONT
(Transports et taxes)

OCTROI DE MER

ACHEMINEMENT AVAL
(transport et stockage)

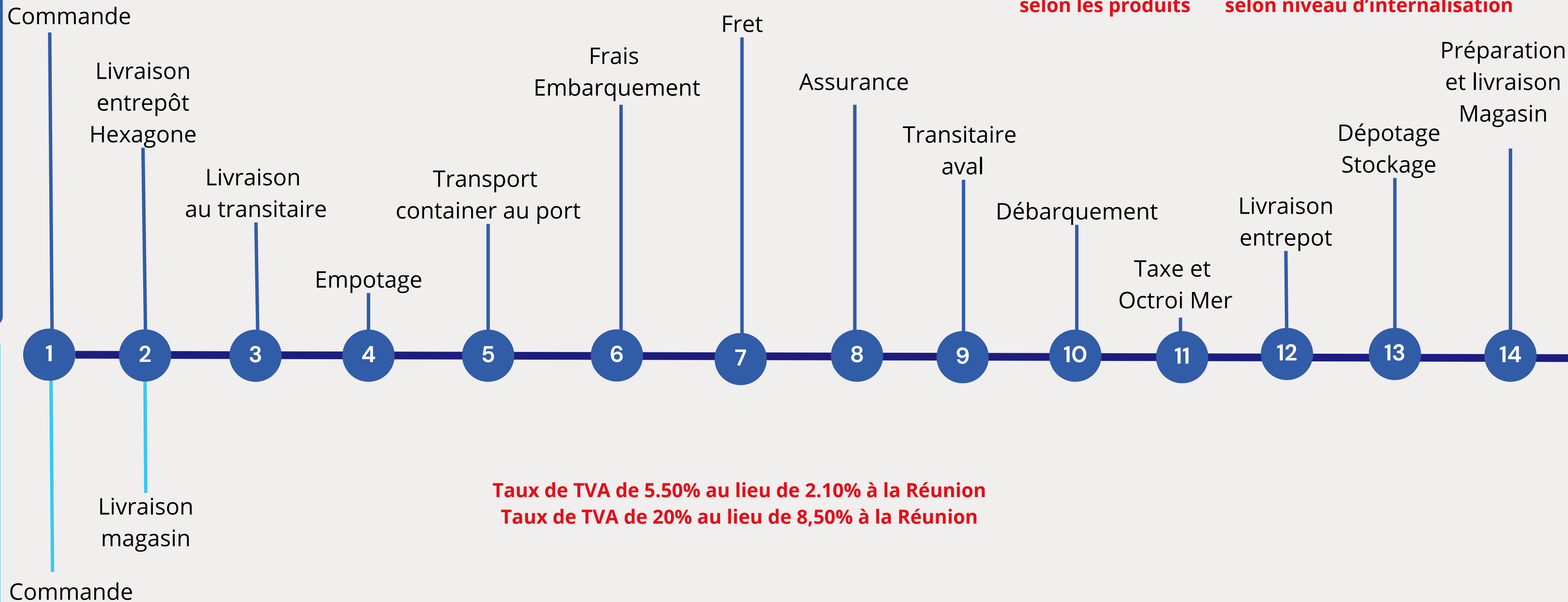
Entre 10 et 20 % de frais d'approche selon volume négocié

Entre 0 et 28 % de taxe selon les produits

Entre 5 et 10 % de frais selon niveau d'internalisation

DE L'HÉXAGONE. A LA RÉUNION

DE L'HÉXAGONE. A L'HÉXAGONE



COMMANDE CENTRALE D'ACHAT

Comparatif de la chaîne de valeur Réunion/Hexagone

Les écarts de coûts entre l'Hexagone et La Réunion, notamment en ce qui concerne les frais d'approche, sont influencés par plusieurs facteurs :

- Les origines de commande (centrales d'achat, agents de marque)
- Les coûts de transport maritime (amont et aval)
- Double coût logistique et d'entreposage en amont et en aval sur la chaîne de valeur Hexagone-Réunion.
- Les formalités douanières et portuaires en Hexagone et à La Réunion
- Taxes locales (Octroi de mer)

Ecart des prix Réunion/Hexagone

Les coûts liés au transport maritime et aux frais de logistique double (Hexagone et Réunion) ont un impact important sur le prix final des produits.

Néanmoins, le dispositif fiscal spécifique de la TVA réduite* devrait permettre de compenser une partie de ces coûts supplémentaires et cela autant sur les produits locaux que sur l'import.

Compensation des prix de l'hexagone avec un taux de TVA moyen de 4 % au lieu de 10 %

* *Produits alimentaires : **taux de 2.1 % au lieu de 5.5%***

*Autres produits : **taux de 8.5% au lieu de 20%***

A prendre également en compte :

- Le dispositif LEDEOM (Loi d'encouragement au développement économique des outre-mer)
- Aides économiques (FEDER, intrants...)
- Exonération fiscale le cas échéant

CONTEXTE

Dans le cadre de notre étude , nous avons sollicité les 7 enseignes pour obtenir une décomposition détaillée des coûts d'approvisionnement sur un échantillon de 21 produits, tant locaux qu'importés

Liste des 21 produits :

- Lait demi-écrémé vitaminé
- Beurre doux
- Yaourt aromatisé
- Filet de poulet nature par 5
- Pain au lait
- Sardine à l'huile
- Cassoulet
- Tomates pelées
- Riz jasmin
- Farine ménagère Type 55 blé français
- Biscuit sec type petit beurre
- Huile de Tournesol
- Semoule fine
- Café moulu torréfié
- Papier toilette 2 plis
- Gel douche - marque nationale
- Dentifrice adultes tube
- Lessive machine liquide
- Bouteille eau plate
- Œufs frais datés gros calibre
- Lentilles naturelles

MOYENNE DES 7 PRODUITS IMPORTES

Moyenne des produits importés directement (7)	MOYENNE GLOBALE DES ENSEIGNES	
Prix d'achat net hors RFA	1,38 €	
Valeur CAF	1,56 €	113 %
OM	0,20 €	13 %
Prix net HT rendu au point de vente (OM compris)	1,93 €	140 %
Coûts intermédiaires (dont octroi de mer : 0,20 soit 10%) entre la valeur CAF et le prix rendu au point de vente	0,37 €	19 %
Prix de vente au détail HT	2,46 €	
Marge brute sur le prix rendu au point de vente	0,53 €	22 %
Augmentation de la valeur du produit : de la valeur CAF au prix de vente HT	0,90 €	58 %
Augmentation de la valeur du produit : du prix d'achat au prix de vente HT	1,08 €	79 %

Traitement des données selon les règles suivantes :

- Les données transmises ont été intégrées dans les calculs lorsqu'elles étaient présentes pour 4 enseignes au moins sur les 6. Les produits ont été classés selon deux catégories : produits importés directement et achetés en local.
- Pour chaque enseigne a été calculé : des coûts, marges et prix moyens en respectant les critères ci-dessus. Des moyennes globales ont été ensuite calculées à partir des moyennes de chaque enseigne.

MOYENNE DES 14 PRODUITS ACHETES EN LOCAL

Moyenne des produits achetés en local (14)	MOYENNE GLOBALE DES ENSEIGNES	
Prix d'achat NET hors RFA	2,74 €	
Prix net HT rendu au point de vente	2,74 €	
Marge brute sur prix d'achat	0,00 €	0%
Prix de vente au détail HT	3,04 €	
Marge brute sur prix rendu au point de vente	0,30 €	11 %

Traitement des données selon les règles suivantes :

- Les données transmises ont été intégrées dans les calculs lorsqu'elles étaient présentes pour 4 enseignes au moins sur les 6. Les produits ont été classés selon deux catégories : produits importés directement et achetés en local.
- Pour chaque enseigne a été calculé : des coûts, marges et prix moyens en respectant les critères ci-dessus. Des moyennes globales ont été ensuite calculées à partir des moyennes de chaque enseigne.