



Études thématiques

N° 624 / Juillet 2020

LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À LA RÉUNION

DE BONNES PERFORMANCES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

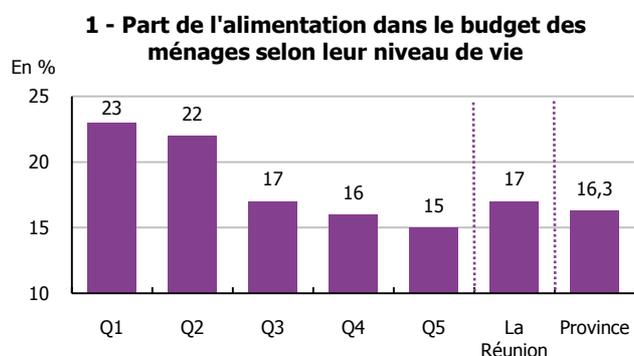
La grande distribution alimentaire à La Réunion connaît une forte exposition publique ces dernières années, avec notamment le mouvement des Gilets jaunes et la question de la vie chère, ou le rachat des sociétés détenues par Vindémia. Par ailleurs, les grandes surfaces alimentaires ont fait partie des rares établissements ouverts lors du confinement lié à l'épidémie de la COVID-19, en tant qu'activité essentielle. Les ménages réunionnais privilégient en effet les supermarchés et hypermarchés pour effectuer leurs achats. Leur part de marché peut dépasser les 90 % pour certains produits tels que le lait, les boissons, les huiles, le riz ou les pâtes.

Les grandes surfaces alimentaires de l'île génèrent un chiffre d'affaires de plus de 2 milliards d'euros en 2018. Leurs performances commerciales sont supérieures à celles observées dans l'hexagone, avec un taux de marge commerciale médian de 21,4 % à La Réunion contre 19,1 % en France Hexagonale. Elles sont également plus profitables, bénéficiant notamment d'un meilleur rapport de force dans les négociations avec les fournisseurs et d'une plus grande flexibilité des moyens humains avec un recours relativement plus élevé à la sous-traitance et au personnel extérieur. Au final, le poids médian de l'excédent brut d'exploitation rapporté au chiffre d'affaires est de 4,8 % à La Réunion contre 2,1 % dans l'hexagone ou dans les autres DOM. Cette bonne performance conjuguée à une forte capacité à dégager des liquidités se traduit par une solide structure financière, caractérisée par des fonds propres importants et qui se renforcent au fil du temps grâce aux bénéfices réinvestis.

La bonne santé du secteur à La Réunion est révélatrice d'un modèle plus jeune, encore en expansion avec la construction de nouveaux centres commerciaux, tandis qu'en métropole l'émergence du hard discount et la concurrence qu'elle a engendrée il y a quelques années se sont traduites par un nivellement des marges vers le bas. À l'avenir, ce modèle sera appelé à évoluer, avec le changement des modes de consommation (l'e-commerce, le drive, la livraison, etc.) comme on l'observe déjà dans l'Hexagone.

Une place importante dans l'économie réunionnaise

L'alimentation au cœur de la consommation des ménages



Les ménages réunionnais dépensent en moyenne 330 euros par mois pour les achats de produits alimentaires et boissons non alcoolisées en 2017. Ce niveau de consommation est inférieur à celui des ménages vivant en province (365 euros), malgré des prix plus élevés. En effet, avec de plus faibles niveaux de vie, les Réunionnais consomment davantage de produits moins onéreux (riz, viande surgelée à bas cout, etc.). En moyenne, l'alimentation représente 17 % du budget des Réunionnais et converge vers la part constatée en province (16,3 %). Son poids varie également selon le niveau de vie de Réunionnais. L'alimentation représente près du quart des dépenses des ménages les plus modestes (Q1 et Q2, *graphique 1*), contre 15 % pour les plus aisés (Q5).

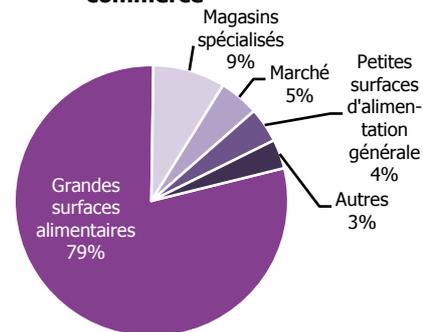
Note: les ménages sont répartis par niveau de vie. Q1 correspond au 20% des ménages les plus pauvres, tandis que Q5 concentre les 20% les plus aisés.
Source: Insee, enquête budget de famille 2017

Les Réunionnais font leurs courses en grandes surfaces

Pour faire leurs achats alimentaires, les ménages réunionnais privilégient les grandes surfaces alimentaires, c'est-à-dire essentiellement les supermarchés¹ et hypermarchés¹. 79 % des achats alimentaires des Réunionnais y sont effectués (*graphique 2*). C'est plus que dans l'Hexagone (72 %).

La part de marché des grandes surfaces dépasse 90 % pour certains produits tels que le lait, les fromages, les œufs, les huiles, les viandes et poissons surgelés, le riz, les pâtes et les boissons alcoolisées. À l'inverse, la moitié du pain et des fruits frais ainsi que 60 % des légumes frais, sont achetés en dehors des grandes surfaces.

2 - Dépenses alimentaires selon le type de commerce



Source: Insee, enquête budget de famille 2011

Un secteur encore jeune

À La Réunion, les grandes surfaces alimentaires (GSA), appelées également grande distribution ou grande distribution alimentaire, sont essentiellement le fait d'entreprises sous franchise présentes au niveau national tel que Casino, Leclerc, Leader Price, Carrefour, Système U, Auchan, etc.

Depuis la première ouverture d'hypermarché à La Réunion en juin 1988, la grande distribution alimentaire de l'île s'est développée pour atteindre 18 hypermarchés et 77 supermarchés en 2019. Elle génère un chiffre d'affaires (CA) global d'environ 2 milliards d'euros en 2018 (niveau stable par rapport à 2017, source FIBEN) et représente un tiers du CA de l'ensemble du commerce de détail à La Réunion (hors automobile).

Le département se caractérise par une proportion des hypermarchés au sein des GSA légèrement supérieure à celle observée en France hexagonale et dans les autres DOM. En effet, 18 % des grandes surfaces sont des hypermarchés contre 14 % dans l'Hexagone et 13 % dans les DOM (hors La Réunion).

Les grandes surfaces réunionnaises emploient plus de 5 200 salariés en 2019, soit un quart des emplois dans le secteur du commerce de détail et 3,2 % des emplois du secteur privé, à l'instar de la France hexagonale. Les effectifs des hypermarchés représentent plus de la moitié des salariés de la grande distribution alimentaire réunionnaise.

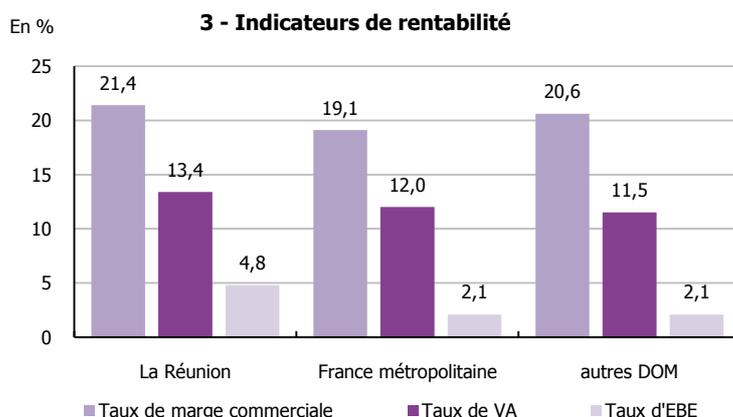
Un modèle économique performant

EXPLOITATION DES DONNÉES COMPTABLES DE FIBEN

L'analyse de la situation financière des entreprises du secteur repose sur l'exploitation des données comptables collectées par l'IEDOM et intégrées au Fichier bancaire des entreprises (FIBEN), géré par la Banque de France. Ce fichier recense les éléments financiers des sociétés dont le chiffre d'affaires est supérieur à 750 000 euros. Pour plus d'informations :

<http://www.iedom.fr/iedom/entreprises/la-cotation-des-entreprises/>

L'analyse des éléments financiers de 2018 porte sur un échantillon quasi exhaustif de 42 entreprises de la grande distribution alimentaire (soit 95 % des hypermarchés et 64 % des supermarchés), représentant 96 % des effectifs des grandes surfaces alimentaires à La Réunion.



Sources : Banque de France, Fiben 2018 ; IEDOM

¹ Un hypermarché est un établissement de vente au détail en libre-service qui réalise plus du tiers de ses ventes en alimentation et dont la surface de vente est supérieure ou égale à 2 500 m². Un supermarché est un établissement de vente au détail en libre-service réalisant plus des deux tiers de son chiffre d'affaires en alimentation et dont la surface de vente est comprise entre 400 et 2 500 m².

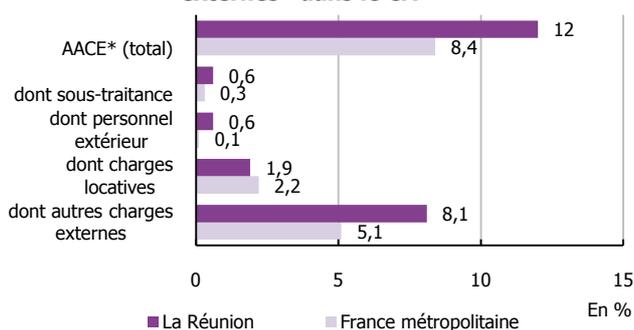
Des taux de marge commerciale plus élevés qu'en France hexagonale

La grande distribution alimentaire réunionnaise affiche des performances commerciales supérieures à celles observées en France hexagonale ou dans les autres DOM. En effet, la moitié des grandes surfaces alimentaires (GSA) enregistre un taux de marge commerciale (rapport entre la marge commerciale¹ et le prix de vente) supérieur à 21,4 % à La Réunion contre 19,1 % dans l'Hexagone et 20,6 % dans les autres DOM (*graphique 3*).

Outre l'activité de négoce (ventes de marchandises) qui représente 96 % du CA des GSA à La Réunion, ces dernières tirent également une part de leurs revenus de prestations de services : 4 % en moyenne contre 2 % dans l'Hexagone. Celles-ci se composent majoritairement d'opérations de coopération commerciale réalisées notamment avec les intermédiaires grossistes (centrales d'achats, agents de marque, etc.) ou encore les producteurs locaux. Ces opérations correspondent à des mises en têtes de gondoles, apparition dans les catalogues édités par les grandes enseignes, participations aux promotions, etc. Cette part plus élevée témoigne de relations commerciales plus étroites entre la grande distribution réunionnaise et leurs fournisseurs, qui peuvent s'expliquer par la taille du marché local. Cette production de services trouve, en partie, sa contrepartie dans le poids des charges externes, plus important à La Réunion (voir *infra*).

Les grandes surfaces alimentaires plus profitables à La Réunion

4 - Part des autres achats et charges externes* dans le CA



* Les autres achats et charges externes (AACE) comprennent des dépenses engagées par une entreprise autre que salaires, taxes et coûts des ventes.
Sources : Banque de France, Fiben 2018 ; IEDOM

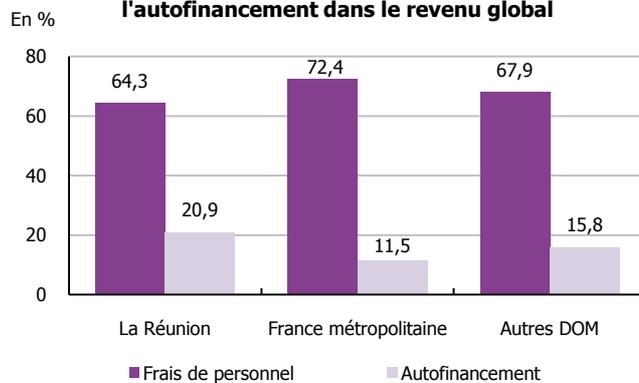
Une plus grande flexibilité dans le recours à une main-d'œuvre extérieure réduit la part de la rémunération du personnel dans la richesse créée. Celle-ci est de 64,3 % à La Réunion (médiane) contre 72,4 % dans l'Hexagone (*graphique 5*), et ce, malgré un cout apparent moyen du personnel salarié plus élevé (34 000 euros à La Réunion et 32 000 euros en France métropolitaine).

Les GSA réunionnaises génèrent au final relativement plus d'excédents liés à leur exploitation. La moitié d'entre elles présentent un taux d'excédent brut d'exploitation (poids de cet excédent dans leur CA) supérieur à 4,8 % contre 2,1 % en France hexagonale et dans les autres DOM (*graphique 3*). Ainsi, la part médiane de l'autofinancement, c'est-à-dire la part de richesse créée restant au final à disposition des GSA réunionnaises (après distribution aux actionnaires) est plus importante que celle de leurs homologues de l'Hexagone ou des autres DOM (*graphique 5*).

Les GSA réunionnaises dégagent une meilleure rentabilité de leur activité, mais l'écart avec l'Hexagone se réduit. En effet, la moitié des GSA affiche un taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au CA) supérieur à 13,4 % contre 12,0 % en France hexagonale (*graphique 3*).

Ce resserrement s'explique principalement par une part des achats et charges externes plus importante à La Réunion (12,0 % du CA contre 8,4 %, *graphique 4*). Ces dépenses englobent les consommations courantes comme l'eau ou l'électricité, mais également le loyer, des frais de logistique (stockage et transport dans l'île), de publicité (catalogues, etc.), de sous-traitance, etc. Au sein de ces consommations, le recours à une main-d'œuvre extérieure singularise les GSA réunionnaises avec une part médiane de la sous-traitance et du personnel extérieur plus élevé qu'en France métropolitaine (*graphique 4*).

5 - Part médiane des frais de personnel et de l'autofinancement dans le revenu global



Source : Banque de France, ratios sectoriels 2018

¹ Différence entre le montant des ventes de marchandises et le cout d'achat des marchandises vendues, le tout hors-taxe. Le cout d'achat inclut également les frais annexes liés à l'achat : frais de douane, frais de port, emballage, assurance, etc.

LES TAUX DE MARGES DES DIFFÉRENTS SEGMENTS DU COMMERCE DE DÉTAIL

Indicateurs médians de rentabilité dans le commerce de détail à La Réunion



Sources : Banque de France, Fiben 2018 ; IEDOM

Les grandes surfaces alimentaires (GSA) enregistrent un taux de marge commerciale médian inférieur aux autres commerces de détail à La Réunion (à l'exception des commerces de l'informatique). En effet, pour l'ensemble du secteur du commerce de détail, le taux de marge commerciale médian est de 32,0 % contre 21,4 % pour les GSA. Les commerces d'équipement de la personne affichent le taux de marge le plus élevé (43 %, voir graphique).

Cet écart s'explique par un modèle économique des GSA basé sur la recherche de volumes compensant une faiblesse apparente de leur marge. Au final, les écarts entre les différents segments du commerce de détail se réduisent sensiblement lorsque l'on compare les taux d'excédent bruts d'exploitation (EBE). Les GSA réunionnaises enregistrent un taux d'EBE médian parmi les plus élevés du secteur.

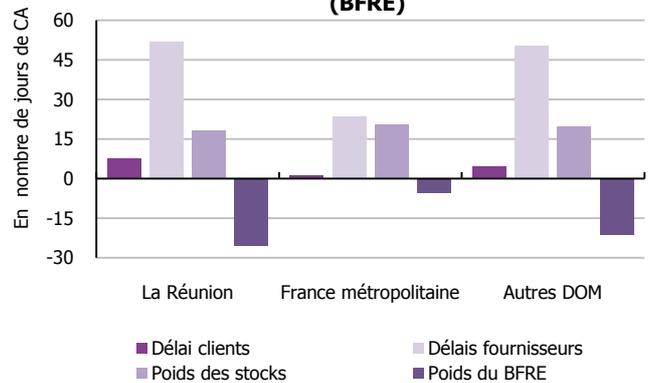
Une trésorerie structurellement excédentaire

Contrairement à la plupart des entreprises, le cycle d'exploitation de la grande distribution alimentaire est structurellement excédentaire : elle dégage une ressource en fonds de roulement plutôt qu'un besoin en fonds de roulement d'exploitation (BFRE). Cette situation résulte du décalage temporel entre, d'une part, les règlements clients qui se font au comptant et, d'autre part, les paiements fournisseurs qui interviennent à terme.

À La Réunion, ce niveau de ressource en fonds de roulement d'exploitation est nettement plus important que celui observé en France hexagonale : respectivement 25 jours et 6 jours (en jours de CA, médiane, graphique 6). Cet écart s'explique essentiellement par le délai de paiement fournisseur, qui représente à La Réunion (et dans les DOM) plus du double de celui constaté dans l'Hexagone (respectivement 52 jours et 24 jours), tout en restant inférieur à la limite légale de 60 jours. Ce dernier prend en compte des délais de livraison plus longs (transport maritime). Enfin, le poids des stocks reste assez comparable dans les trois géographies (environ 20 jours).

Grâce à cette ressource en fonds de roulement, les GSA génèrent une forte capacité à dégager des liquidités. En effet, leur trésorerie représente 6,8 % du CA en médiane à La Réunion (en tenant compte des excédents de trésorerie transférés au niveau de leur siège) contre 5,4 % pour leurs homologues métropolitains.

6 - Besoin en fonds de roulement d'exploitation (BFRE)

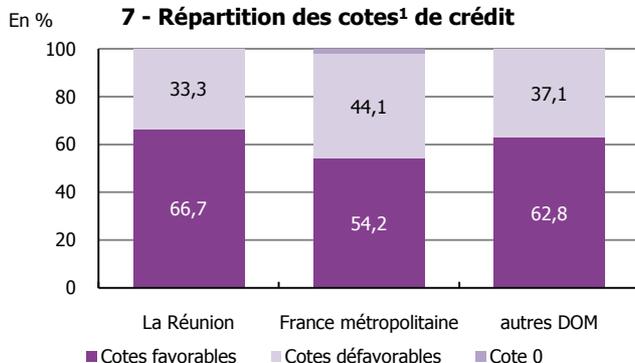


Source : Banque de France, ratios sectoriels 2018

Une structure financière solide qui se traduit par une cotation favorable

Les GSA réunionnaises affichent une solide structure financière caractérisée par des fonds propres à hauteur de 31 % du total du bilan et qui se renforcent au fil du temps grâce à la conservation des bénéfices. Leur niveau d'endettement financier est également bien maîtrisé, avec un taux brut de 35 % (rapport entre l'endettement financier et les capitaux propres), qui traduit une très bonne autonomie financière.

7 - Répartition des cotes¹ de crédit



¹ Les cotations favorables comprennent les cotes 3, et 4 ; les cotations défavorables les cotes 5, 6 et plus.

Sources : Banque de France, Fiben 2018 ; IEDOM

La bonne santé financière du secteur se reflète dans la structure des cotations attribuées par la Banque de France. Cette cotation traduit la capacité d'une entreprise à honorer ses engagements financiers à un horizon de trois ans. Les deux tiers des GSA sont cotés favorablement (cotes 3 et 4) à La Réunion contre un peu plus de la moitié dans l'Hexagone (graphique 7). Les autres DOM présentent une situation assez similaire à celle de La Réunion.

Un secteur face à de profonds bouleversements

La grande distribution alimentaire continue de se développer à La Réunion, en s'appuyant sur la construction de centres commerciaux adossés à un hypermarché, alors qu'en France hexagonale, le secteur doit faire face à de profonds bouleversements qui risqueraient d'affecter la filière réunionnaise dans l'avenir.

Le marché hexagonal se caractérise par une atonie de la consommation, une pression concurrentielle plus forte entre acteurs de la filière, mais également avec l'e-commerce. Tout ceci fragilise les grandes enseignes de la filière qui optent dorénavant pour la proximité et ne privilégient plus l'expansion de la taille de leurs hypermarchés. Par ailleurs, les habitudes des consommateurs changent. L'épanouissement des courses en ligne et, par conséquent, du drive et de la livraison, ainsi que l'expansion du bio (et des enseignes spécialisées) influencent également l'avenir du secteur.

ÉTUDES SUR LA CONCURRENCE, LA VIE CHÈRE ET LA FORMATION DES PRIX EN OUTRE-MER

Plusieurs évènements d'actualités à La Réunion ont contribué à mettre la question de la vie chère au centre des débats et des préoccupations locales. En effet, les [études de l'Insee](#) sur la comparaison spatiale des prix montrent que le niveau général des prix à la consommation est plus élevé de 7,1 % à La Réunion que dans l'Hexagone. Cet écart atteint 37 % pour les produits alimentaires.

La problématique de la concurrence, de la formation des prix et donc de la vie chère a fait récemment l'objet de plusieurs rapports ou études. On peut noter l'étude de l'Observatoire des prix des marges et des revenus sur [l'intérêt de la création de structures coopératives ou de groupements économiques de commerçants indépendants](#) en juin 2019 et sur [l'impact sur l'opération de rachat du Groupe Vindémia](#) par le groupe Bernard Hayot en mars 2020. Parallèlement, L'Autorité de la concurrence a rendu un [avis sur le fonctionnement de la concurrence en outre-mer](#) en juillet 2019 et a donné en mai 2020 son [autorisation sous condition au rachat de Vindémia](#) en mai 2020.

Les résultats présentés dans la présente étude sont issus des données comptables sur les entreprises collectées par l'IEDOM et intégrées à FIBEN. Elles permettent d'apprécier la santé économique et financière des entreprises de la grande distribution alimentaire à La Réunion, mais pas d'étudier la concurrence dans ce secteur ou bien la formation des prix.