

# Carrefour s'allie à Tesco pour casser les prix

Les géants français et anglais de la distribution vont négocier ensemble avec leurs principaux fournisseurs.

OLIVIA DÉTROYAT [@Oliviader](#)

**DISTRIBUTION** Le jeu des alliances internationales se poursuit. Après Auchan, Casino, Métro et Schieffer vendredi, c'est au tour de Carrefour et Tesco d'unir leurs forces. Lundi, les deux poids lourds de la distribution, qui combinent 145 milliards d'euros de chiffre d'affaires, ont annoncé leur union à l'international. À la fois pour l'achat de leurs marques propres (MDD), qui pèsent pour 50 % des ventes de Tesco et 25 % de celles de Carrefour, et pour l'achat de biens non marchands (gondoles, carrelages...). Concernant les marques des géants de l'industrie agroalimentaire et des produits de grande consommation, le groupe évoque pudiquement « les relations stratégiques », mais il s'agit bien de peser sur les négociations commerciales pour rester dans la course aux prix bas.

Prévue pour être finalisée dans les deux mois, et pour au moins trois ans, l'alliance est présentée comme stratégique pour les deux groupes. Pour Tesco, confronté à la montée en puissance des hard discounters Aldi et Lidl sur son marché domestique, l'union devrait lui permettre de peser davantage aux achats, face aux fournisseurs. Un enjeu d'autant plus important que la récente fusion entre Asda et Sainsbury est sur le point de lui ôter sa place de leader de son secteur outre-Manche.

Les deux alliés cumulent 8 % du marché alimentaire en Europe de l'Ouest, contre 6 % pour Schwartz Group (Lidl) et 5 % pour Aldi. « Cela leur permettra d'être agressifs dans leur stratégie prix pour les produits alimentaires non frais », appuie Philip Benton, consultant chez Euromonitor International.

Côté Carrefour, qui vient de céder sa place de leader français à Leclerc, l'enjeu est tout aussi important : les ambitions d'Amazon dans l'alimentaire menacent de redessiner le paysage de la grande distribution mondiale.

## Faiblesse aux achats

À son arrivée il y a près d'un an, Alexandre Bompard, le PDG de Carrefour, avait identifié des faiblesses sur la puissance d'achats. Une position isolée que le groupe, malgré ses 90 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le monde, ne pouvait plus tenir à l'heure des grandes alliances internationales.

Après un accord avec Fnac Darty en décembre sur le non-alimentaire en France, puis en avril

avec Système U sur les grandes marques et les filières agricoles, Carrefour finit de s'attaquer à ce problème d'achats.

Même si le groupe ne s'interdit pas des alliances plus anecdotiques, ces rapprochements constituent les trois socles fondamentaux du renforcement de sa puissance d'achats, en plus de ceux conclus avec le chinois Tencent et Google pour améliorer la digitalisation du groupe.

Le choix de Tesco n'est pas anodin, Alexandre Bompard estimant avoir un modèle d'achat et de management proches de ceux de son voisin d'outre-Manche. Un prérequis non négligeable dans le déploiement des alliances, qui se heurtent parfois à la réalité du terrain et des cultures d'entreprises.

Tesco et Carrefour ne dévoilent pas les gains espérés par ce partenariat. Mais ceux-ci doivent bien contribuer à l'objectif de 2 milliards d'euros d'économies annoncé par Carrefour d'ici à 2022, dont 800 millions dans les achats marchands et 600 millions dans les achats non marchands.

Hormis les achats de MDD, les deux alliés restent vagues sur le périmètre de l'accord, son mode de fonctionnement et le nombre d'industriels concernés. Selon les analystes, celui-ci devrait tourner entre 50 et 100. Au-delà de la vente de services additionnels (marketing, datas), il concernera aussi les prix. L'alliance « améliore l'assortiment et la qualité des produits à des prix encore plus bas au bénéfice des clients, augmentant ainsi la compétitivité des deux enseignes », reconnaissent d'ailleurs les acteurs. Pas de quoi calmer la guerre des prix qui sévit depuis plusieurs années dans le secteur. ■

## 2 POIDS LOURDS

### ■ Carrefour

**Chiffre d'affaires :**  
88,25 milliards d'euros  
**Résultat opérationnel courant :**  
2 milliards d'euros  
**Nombre de magasins :**  
12 300 fin 2017  
**Nombre de salariés :**  
375 000

### ■ Tesco

**Chiffre d'affaires :**  
51 milliards de livres  
(57,6 milliards d'euros)  
**Résultat opérationnel :**  
1,65 milliard de livres  
(1,86 milliard d'euros)  
**Nombre de magasins dans le monde :**  
6 900  
**Nombre de salariés :**  
440 000



Les groupes Carrefour et Tesco (ci-dessus, un magasin à Glasgow en Écosse) veulent notamment peser sur l'achat de produits vendus sous leurs propres marques distributeurs. JEFF J MITCHELL/GETTY IMAGES/AFP