



# FACTEURS CLEFS INFLUANT L'ÉVOLUTION DE LA GDA AU NIVEAU MONDIAL

Prof. Abdelaziz SBAÏ,  
Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II,  
Maroc

1ère FORMATION RÉGIONALE LACTIMED  
BIZERTE, TUNISIE, 2-3 AVRIL 2014

# Facteurs-clés influant l'évolution de la GDA au niveau mondial

- » Structure démographique
- » Urbanisation et changements des styles de vie
- » Evolution des modèles de consommation et du comportement du consommateur
- » Innovations technologiques
- » Changement de l'environnement économique et libéralisation des échanges commerciaux internationaux
- » Libéralisation des marchés financiers et boursiers



# Structure démographique

- » Stagnation de la croissance démographique (voire décroissance) dans les pays occidentaux
- » Vieillesse des populations dans les pays du nord de l'Europe et en Amérique du Nord
- » Croissance démographique dynamique dans les pays en développement (en général 50% de la population ayant moins de 30 ans)



# Urbanisation et changement des styles de vie

- » Augmentation de la distance entre le lieu d'habitation et le lieu de travail
- » Changement de la structure du travail : plus de travail rémunéré
- » Insertion de la femme dans la vie économiquement active
- » Changement de la structure de famille et de la composition des ménages



# Les grandes aires urbaines dans les pays



# Evolution des part des dépenses alimentaires dans le budget total des ménages

Pays	Part des dépenses alim. dans le budget total des ménages (%)		Pays	Part des dépenses alim. dans le budget total des ménages (%)	
	1997	2003		1997	2003
	<i>Pays de la triade</i>			<i>Revenu intermédiaire inférieur</i>	
Japon	14,5	13,4	Colombie	24,9	24,4
USA	6,4	6,1	Russie	41,7	36,7
G.B.	9,6	8,3	Roumanie	37,7	34,6
Allemagne	10,9	10,9	Bulgarie	37,0	35,2
France	13,8	13,6	Maroc	31,9	29,6
Singapour	11,9	11,8	Philippines	36,0	35,5
Corée du Sud	15,0	13,4	Chine	39,1	28,3
<i>Revenu intermédiaire supérieur</i>			<i>Bas revenu</i>		
Mexique	22,7	21,7	Ukraine	52,4	43,8
Tchéquie	21,0	17,0	Indonésie	45,7	49,9
Hongrie	20,9	17,7	Inde	46,1	39,4
Chili	28,2	26,3			
Brésil	15,6	11,6			
Afrique du Sud	20,4	17,5			
Turquie	26,8	25,0			

# Evolution technologique et changements dans la structure économique

- » Révolution télématique
- » Innovations technologiques dans les secteurs de produits de consommation courante (alimentaire et hors alimentaire)
- » Ouverture des économies centralement planifiées : mise en place des politiques de libre-échange
- » Réglementations commerciales communes : OMC
- » Globalisation et libéralisation du marché financier, ouverture et/ou réhabilitation des bourses financières : intensification des flux des capitaux



# Normes privées : Global-GAP

- » Le développement des certifications des normes communes est également pour l'intérêt de nombre de producteurs. Les producteurs sous contrats avec les grandes firmes de distribution modernes se plaignent de nombreux audits qu'ils subissent annuellement. Alors Global-GAP vise à mieux harmoniser les normes et les procédures pour le développement des **Bonnes Pratiques Agricoles**, en intégrant l'importance de l'Agriculture raisonnée et le bien-être des travailleurs dans une approche de responsabilité sociale.
- » Le nombre des firmes de distribution et de producteurs qui venaient s'intégrer à Eurep-GAP augmentait en parallèle au développement d'un nouveau modèle du commerce globalisé. Les normes internationales (SPS) adoptées par l'OMC et par l'UE ont créé une confusion entre les certifications publiques et privées. Ainsi, le Comité d'Administration d'Eurep a décidé en septembre 2007, de changer le nom à **Global GAP**





# Les firmes de la grande distribution qui sont au fondement de Global-GAP



# Traçabilité

- Gestion des flux et des produits, logistique
- "Preuves" enregistrées
- Appui sur les systèmes d'information et leur exploitation



## L'évolution estimée du marché alimentaire mondial

- » La part estimée pour l'ensemble des régions de l'Asie du Sud et du Sud-Est et de l'Asie Centrale pour 2020 est de 41% du marché alimentaire mondial (leur part en 2003 était de 33%).
- » Europe occidentale aurait une part de 30% et l'ALENA de 21%
- » Chine sera probablement le second marché alimentaire au niveau mondial derrière le marché états-unien. En 2003, le marché de la distribution alimentaire chinois était estimé représenter 35% du marché états-unien, alors qu'en 2020 ce ratio sera probablement de 82%.
- » In 2020 le marché alimentaire états-uniens ne composera que 19% du marché mondial contre 22% en 2003. Pendant la même période, la part de la Chine dans le marché alimentaire mondial augmentera de 8% à 15%.
- » Les 5 marchés alimentaires les plus grands du monde seront probablement les Etats-Unis d'Amérique, la Chine, le Japon, l'Inde et la Russie.



# Top 20 des firmes de distribution moderne globalisées

Rang	Firme	Pays d'origine	CA total 2009 (M \$ US)	Part de marché(%)	CA alimentaire (%)	CA réalisé à l'étranger (%) 2006
1	Wal-Mart	USA	376 430	6,3	45,6	22
2	Carrefour	France	122 214	2	73,9	53
3	Metro Group	Germany	87 360	1,5	48	55
4	Tesco	UK	86 827	1,5	73,3	25
5	Seven & I (ex. Ito Yokado)	Japan	79 101	1,3	67,8	34
6	Ahold	Neth.	77 546	1,3	84,4	82
7	Kroger	USA	69 549	1,1	70,5	0
8	Sears (Kmart + Sears)	USA	64 833	1,1	11,8	12
9	Costco	USA	64 737	1,1	61	20
10	Target	USA	62 584	1	30,4	0
11	Rewe	Germany	56 448	0,9	75,3	32
12	Casino	France	55 298	0,9	74,7	42
13	Schwarz Group	Germany	55 160	0,9	82,6	46
14	AEON	Japan	55 157	0,9	55,5	10
15	Aldi	Germany	54 104	0,9	83,5	47
16	Auchan	France	53 608	0,9	62,6	50
17	Walgreens	USA	49 874	0,8	36	1
18	Edeka	Germany	48 525	0,8	85,4	7
19	CVS	USA	46 092	0,8	30	0
20	Safeway (USA)	USA	43 770	0,7	75,4	17
<b>Total du Top 20</b>				<b>1 609 217</b>		
<b>Top 100</b>				<b>4 053 223</b>		
<b>Total mondial du commerce de détail organisé</b>				<b>5 981 841</b>		

**26,9%**

Source : Planet Retail, Global Top20 Retailers in 2009

# Les principaux éléments marquant l'évolution de la grande distribution des 30 dernières années

- Organisation autour des centrales d'achat (entreposage, transport, logistique, force de négociation)
- MDD (marque de distributeurs) et les gammes « premier prix »
- L'avènement des discounteurs



## Le classement 2011 des discounteurs européens selon leurs CA

Rang	Discounteur	Maison mère	Pays d'origine	CA 2011 (€m)
1	Lidl	Schwarz Group	Allemagne	43.4
2	Aldi	Aldi	Allemagne	40.1
3	Netto	Edeka Group	Allemagne	11.9
4	Penny	Rewe Group	Allemagne	10.4
5	Pyaterochkla	X5 Retail Group		9.3
6	Dia	Dia	France	7.9
7	Magnit	Tander		7.0
8	Biedronka	Jerónimo Martins	Portugal	5.8
9	Rema100	Reitangruppen	Norvège	4.8
10	Netto	Dansk Supermarked	Danemark	4.4
11	Eurospin	Eurospin		3.9
12	BIM	BIM	Turquie	3.5
13	Norma	Norma	Allemagne	3.5
14	Leader Price	Casino Group	France	2.7
15	Kiwi	NorgesGruppen		2.7
16	Denner	Migros Group	Suisse	2.3
17	Dixy Group	Dixy Group		2.0
18	Rimi	ICA		1.4
19	Fakta	Coop Denmark	Danemark	1.3
20	Netto	Intermarche	France	1.3



# Evolution du commerce de détail dans les pays « Lactimed »

Pays	Part de la GDA dans les ventes totales du commerce de détail en 2012	Taux de croissance cumulé des ventes en valeur du commerce de détail (2012/2007)
Grèce	49,6%	-15,1%
Italie	72,3%	4,2%
Egypte	19,7%	31,6%
Tunisie	19,9%	35,8%
Liban <sup>1</sup>	7,6%	64,5%
Algérie	13,4%	48,2%
Maroc	13,7%	15,7%
Turquie <sup>2</sup>	47,6%	18,6%

1 : Les chiffres sont de 2010, source : Country Profile Lebanon, Planet Retail

2 : Les données pour la Turquie sont obtenues par Deloitte, Retail Sector Update 2012

Source : Elaboré par l'auteur d'après les données de la base de données de l'Euromonitor

