



PLATINIUM

## Point Hebdo – 14 juillet 2017

### Fragilité de la distribution : entrée dans l'aire d'un nouveau modèle économique digitalisé.

Le monde actuel évolue au gré des nouvelles avancées technologiques et ces dernières années, la digitalisation des activités économiques s'accélère. Certaines entreprises réussissent avec succès à intégrer et à s'adapter à ce nouveau modèle, tandis que d'autres ont des business-models qui se fragilisent. Le secteur traditionnel de la distribution ne semble ne pas avoir anticipé ce bouleversement technologique. L'arrivée de concurrents complètement adaptés à cette nouvelle forme de distribution et les nouveaux modes de consommation touchent de plein fouet les volumes et les marges des enseignes historiques.

#### Le business-model de la distribution : fragilités des perspectives de croissance.

L'émergence de nouvelles entreprises fragilisent le secteur de la distribution qui ne profite pas de la digitalisation de l'économie et ayant des difficultés à s'adapter au modèle économique axé sur les nouvelles technologies. La semaine dernière a été marquée par la publication des résultats de Carrefour pour le 2<sup>ème</sup> trimestre, qui ont été légèrement au-dessus des attentes des analystes. Le chiffre d'affaires du groupe ressort en hausse de +6.1% allant au-delà même des estimations du management. L'activité a profité d'un impact météo favorable et d'une bonne performance des supermarchés, portés par les rénovations.

Malgré les résultats en hausse, le cours de bourse du groupe affiche une performance négative de -5% depuis le début de l'année. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette performance, notamment les prévisions des analystes qui anticipent une contraction des marges du fait des investissements des hypermarchés en France. Au consensus négatif sur les perspectives s'ajoutent les difficultés du groupe à s'adapter au nouveau modèle de consommation actuel qui est très axé sur les technologies et le digital.

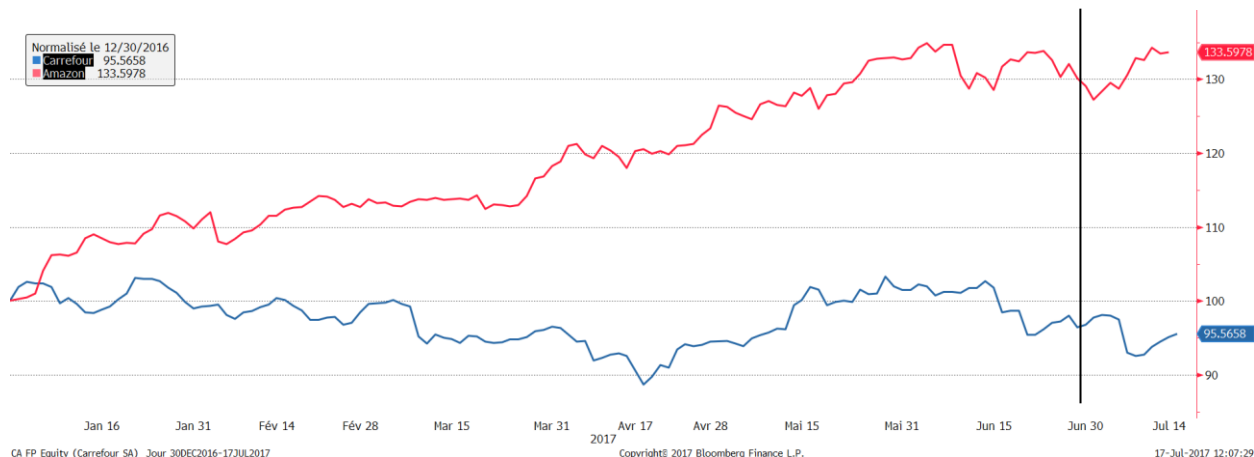
Contrairement aux géants américains du e-commerce qui ont su s'adapter aux nouvelles évolutions des consommateurs, les distributeurs européens présentent un certain retard dans cette nouvelle aire digitale. Nous avons établi quelques statistiques comparatives entre Amazon et certains distributeurs en France qui illustrent ce retard :

Statistiques	Amazon	Carrefour	Carrefour + Cora + Auchan
Capitalisation	400 milliards d'€	17 milliards d'€	n.s
CA 2016	110 milliards d'€	76 milliards d'€	133.6 milliards d'€
Nombre d'employés	341 000	384 000	1 104 000
Nombre de références	183 millions	80 000	190 000

Source :Platinum Gestion.

La nomination de Monsieur Bompard, ayant une appétence pour le digital et la transformation technologique devrait permettre à Carrefour de revoir son positionnement stratégique et d'entamer son adaptation aux nouveaux modes de consommations.

Représentation graphique des performances de Carrefour (bleu) et Amazon (rouge).



**Le positionnement de Platinum par rapport à ces évolutions.**

De nos jours, il est possible de faire ses courses en ligne en quelques et sans avoir à se déplacer dans un hypermarché, ce qui permet aux ménages de gagner du temps et de se décharger de contraintes. Ce phénomène concerne toutes les générations : les seniors y voient l'aspect pratique, les actifs un gain de temps et les jeunes générations la rapidité couplée à la simplicité.

Selon une étude publiée par le cabinet PwC, l'intelligence artificielle devrait contribuer au PIB mondial à hauteur de 15 700 milliards de dollars d'ici 2030. Le PIB mondial devrait augmenter de 14% d'ici 2030 grâce au développement de l'intelligence artificielle, à la fois par les gains de productivité engendrés par les nouvelles technologies et par la demande nouvelle des consommateurs. L'étude montre aussi que ces évolutions devraient profiter à certains secteurs plus spécifiques comme l'Automobile, la Santé ou encore la Finance.

Le fonds Ariane prend en considération l'évolution de ce nouveau modèle économique. Les gérants sélectionnent des valeurs qui profitent de ce nouveau mode de consommation. Parmi les critères de sélection des valeurs dans notre portefeuille, nous attachons une part importante à la capacité d'adaptation des sociétés et à leurs visions stratégiques pour l'avenir, ces qualités sont synonymes de croissance et donc de performances boursières.



**Julien Dapsens**  
 Assistant Gérant  
 jdapsens@platinum-  
 gestion.fr

*Avertissement*

*Document non contractuel limité à l'usage privé du destinataire. Les informations contenues dans le présent document proviennent de sources dignes de foi, mais ne sauraient engager notre responsabilité. Les appréciations formulées reflètent notre opinion à la date de publication et sont donc susceptibles d'être révisées ultérieurement.*