

Carrefour et Casino en lice pour racheter Dia France

Selon nos informations, la vente de la filiale française du groupe espagnol avance. Deux favoris lutteraient pour les 840 magasins et les près de 2 points de part de marché de ce réseau de soft-discount. Casino, qui donnerait à Leader Price une vraie taille critique, et Carrefour, qui se renforcerait à Paris et dans le Sud.

LE CONTEXTE

- Une enseigne qui souffre sur un marché qui plonge.
- Un des derniers réseaux à vendre dans la distribution alimentaire en France.
- Des positions clés à prendre à Paris et dans le Sud de l'Hexagone.



C'est un serpent de mer depuis presque trois ans. Et pourtant, la vente de Dia France n'a jamais été aussi proche. Au siège du groupe espagnol, à Madrid, on se contente de répéter depuis un an que « toutes les options sont ouvertes », sans commenter la réalité du mandat de vente confié à BNP Paribas, il y a quelques semaines. Néanmoins, selon nos informations, le dossier avance vite, très vite même. « Ce n'est un secret pour personne que la situation de Dia est difficile en France, indique un proche de Dia. Nous y sommes très isolés, et nous n'avons pas la taille critique. Mais, contrairement à ce qui a été écrit, nous avons reçu beaucoup de marques d'intérêt, et la cession devrait se faire assez vite. » « On devrait connaître le repreneur fin juin », appuie, de son côté, une source française, proche des négociations en cours.

Les difficultés de Dia France – dont les 840 magasins ont vu leurs ventes fondre de près de 11 % l'an dernier, et la perte opérationnelle se creuser pour atteindre 25 millions d'euros – n'ont, en effet, pas découragé tout le monde. D'après nos informations qu'aucun des acteurs concernés n'a voulu commenter, Casino et Carrefour seraient désormais seuls en lice pour racheter la totalité du réseau français fort de ses

2,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires TTC. Intermarché, un temps pressenti, aurait renoncé. Il est vrai que l'affaire ne se fera pas pour 1 € symbolique, comme certains analystes un peu enthousiastes ont pu l'avancer. Ils s'appuyaient sur le fait que Dia aurait beaucoup plus intérêt à investir son précieux Capex en Espagne et dans les pays émergents qu'en France, où le hard-discount est en déconfiture, perdant plus de 2 points de part de marché cumulée depuis cinq ans, selon les données de Kantar Worldpanel, dont 0,8 point pour la seule Dia.

Sauf que, même déliquescence, l'enseigne du groupe espagnol a une valeur évidente en France. À l'heure où la guerre des prix fait rage et où les bons emplacements se raréfient, difficile de laisser filer un réseau de 841 magasins et plus de 600 000 m² de surface de vente, d'après LSA Expert, avec des positions très fortes sur l'axe Paris-Lyon-Marseille.

Selon les chiffres communiqués par Dia aux analystes financiers, sa filiale française revendiquerait 200 millions d'euros d'actifs immobiliers en France, plus 200 millions d'euros de fonds de commerce, auxquels s'ajoutent 100 millions d'euros de déficit fiscal. Soit 500 millions d'euros d'actifs théoriques face à une dette d'environ 200 millions et 25 millions d'euros de pertes opérationnelles en 2013. Dans ces conditions,



LES DEUX FAVORIS

CASINO

L'intérêt

- **Donner une vraie taille critique** à Leader Price, fixée à plus de 1 000 magasins par Jean-Charles Naouri. Avec Dia et Le Mutant, Leader Price deviendrait la première enseigne de hard-discount en France en nombre de magasins (1 650, pour 1,25 M m²).
- **Talonner le numéro trois français** de la distribution alimentaire, les Mousquetaires.
- **Renforcer sa marque propre.**

Les freins

- **La région parisienne**, où le groupe archidominant devrait céder une centaine de magasins sur 230. Il y aura aussi de la « casse » dans le Sud-Est.
- **Une difficile restructuration** à mener dans le Nord et autour des 9 entrepôts de Dia.

CARREFOUR

L'intérêt

- **Réaffirmer son leadership** en France en distançant E. Leclerc.
- **Se renforcer** dans Paris et dans le Sud-Est où Carrefour est historiquement faible.
- **Fortifier** Carrefour Market, City et Contact, et son parc de franchisés.

Les freins

- **Transformer** un réseau à vocation discount en magasins de type supermarchés ou supérettes pourrait se révéler très hasardeux.
- **Même s'il y a moins de doublons** que pour Casino, la restructuration sera difficile à mener, surtout si le réseau passe sous marques Carrefour pour lesquelles nombre de magasins ne seront sans doute pas éligibles.

un prix compris entre 150 et 200 millions d'euros pour un repreneur éventuel ne serait pas irréaliste. C'est d'ailleurs dans cette fourchette que se situeraient les offres avancées par Carrefour et Casino.

Leader Price passerait devant Lidl...

Pour les deux distributeurs français, intégrer Dia fait sens. Même si, dans les deux cas, la tâche s'annonce difficile, et la restructuration, délicate. Casino qui veut se renforcer dans le discount semble le candidat plus naturel, sauf que la position déjà dominante des enseignes du groupe à Paris et dans certaines villes du Sud et du sillon rhodanien l'obligera sans doute à de douloureuses cessions à la concurrence. « *Au moins une centaine de magasins* », évalue un expert. Sans compter des unités qui pourraient fermer, dans le Nord et l'Ouest notamment. Car le parc de Dia France est très hétérogène. « *Enlevez les 200 magasins en région parisienne, dont 90 intra-muros, et les 300 unités dans le Sud, et il ne reste plus grand-chose* », estime un autre expert. Tout le Nord serait sinistré.

Par ailleurs, on peut s'interroger sur l'avenir de tout ou partie des neuf entrepôts de Dia France. Des analystes financiers estiment déjà entre 300 et 600 millions d'euros le chiffre d'affaires des magasins qui pourraient être fermés, pour des coûts de fermeture compris

LES OUTSIDERS

LES AUTRES DISTRIBUTEURS FRANÇAIS

Intermarché, Système U et Auchan ont examiné le dossier. Selon LSA, des offres auraient été aussi faites aux Mousquetaires. Ces derniers, comme Système U, n'ont pas fait suite, prouvant les

difficultés pour des indépendants de mener des opérations de concentration si importantes. Les échecs de Spar pour les Mousquetaires et de Telemarket pour U n'ont pas aidé.

DES DISTRIBUTEURS ÉTRANGERS

Lidl, Aldi, voire Colruyt, auraient pu être intéressés, mais aucun des trois n'est adepte de la croissance externe, et les deux premiers en sont plutôt à repenser et redimensionner leurs

réseaux. Quant au troisième, il vise des coques supérieures à 2 500 m². Enfin, pour un grand acteur international qui voudrait s'implanter en France, ce réseau manque singulièrement d'attrait.

UN FONDS D'INVESTISSEMENT

À notre connaissance, aucun fonds n'a fait d'offre. Faire jouer un hypothétique « effet de levier » dans ce métier spécifique, où il y a peu de croissance sectorielle à espérer et encore moins de

croissance externe ou de valeur cachée, semble difficile. Surtout que les marges opérationnelles de la filiale française ont fondu malgré une chasse aux coûts déjà largement engagée.

