

Carrefour, un an après l'arrivée de Lars Olofsson

Le directeur général
s'ingénie surtout à relan-
cer l'enseigne en France.

Carrefour tâtonne encore sur le marché français

À la tête du groupe depuis un an, Lars Olofsson **EXPLORE TOUTES LES PISTES** pour relancer les ventes dans l'Hexagone. Il teste une formule « Drive ». Mais tarde à lancer son nouvel hypermarché.

PAR JULIETTE GARNIER

Lars Olofsson dévoilera jeudi le chiffre d'affaires du dernier trimestre de l'exercice 2009 du groupe Carrefour. Cette publication viendra clore les douze premiers mois du Suédois propulsé en janvier 2009 à la direction générale de Carrefour par ses actionnaires de référence, Groupe Arnault et Colony Capital. Tous les yeux seront à nouveau rivés sur les ventes en France et les performances des hypermarchés. Mais un miracle semble peu probable. Le marché français est à la peine. Les analystes financiers interrogés par Reuters attendent pour le groupe des ventes mondiales en progression de 1,58 %, à 26 milliards d'euros. En France, le chiffre d'affaires serait de 11,1 milliards environ, avec des hypers en recul de 3,51 %.

Or, la France est le malade du groupe que, dès sa nomination, Lars Olofsson a promis de guérir. L'homme a déjà à son actif d'avoir accéléré la transformation des 1.100 supermarchés Champion en Carrefour Market. Il en reste 88 à convertir. La bascule sera bouclée début 2010, six mois plus tôt

que prévu. Lars Olofsson a aussi décidé de faire mourir les 882 magasins Ed en France au profit de Dia, son enseigne internationale de hard discount. L'opération a été entamée mi-2009. Une cinquantaine ont été convertis. Tout sera achevé en 2010. « C'est un carton plein », juge un consultant. Lars Olofsson mène aussi la conversion des enseignes Proxi et Shopi en Carrefour City (28 à ce jour) et Carrefour Contact (26). Ce trimestre, au total, 80 magasins seront exploités sous ces deux enseignes.

Lars Olofsson vient aussi de décider de repartir à l'assaut de l'e-commerce. Un marché que le groupe a trop négligé. À Ville-neuve-la-Garenne, depuis quelques mois, il teste un Carrefour Drive, sorte de parking où les clients chargent les courses qu'ils auront commandées sur Internet. Alors que ses concurrents Leclerc, Auchan et Système U ont déjà investi ce créneau, Carrefour promet de mettre les bouchées doubles dès juin. Avec deux formules: l'une adossée à un magasin, l'autre construite ex nihilo, sur des nœuds routiers. En 2013, Carrefour caresse l'idée d'aligner 35 Carrefour Drive en solo et 51 Carrefour Drive adossés à

un magasin. « Ce n'est pas ce qui redonnera à Carrefour le quart d'avance que Lars Olofsson promet », persifle un expert.

■ BAISSER LE TRAIN DE VIE

Un an après sa nomination, il reste à arrêter un nouveau concept pour les hypermarchés. Lars Olofsson aurait déjà sa petite idée pour redonner aux Français le goût de pousser leur chariot. Quitte à faire d'un Carrefour un grand Barnum. « Il adore les sommeliers dans les allées des foires aux vins. Et, depuis son retour de Chine, il est emballé par les séances maquillage qu'offrent les marques vendues dans les hypers chinois », raconte un consultant. Le directeur général a notamment confié une partie de l'invention d'un nouveau concept à Hubert de Malherbe, architecte des boutiques Christian Dior, filiale de LVMH. Des tests sont en cours, ici et là, notamment, selon nos informations, dans des hypers de la région Rhône-Alpes, à Villabé en région Parisienne, à Chartres et à Douai. Mais le groupe peine à se décider. Le départ de Guy Yraeta, patron des activités européennes chargé de ce dossier, aurait mis en souffrance ce chantier à risques.

Le management de Carrefour