

Communiqué de presse - Paris, le 17 mai 2017

Conférence Amérique du Sud

PROCOS-EURELIA, Fédération du Commerce Spécialisé, conseil en développement en France et à l'international, a organisé le 11 mai à Madrid, une conférence et une journée d'échanges sur le développement des enseignes de retail en Amérique Latine (Brésil, Argentine, Mexique, Chili, Colombie...).

Les 17 enseignes participantes venant d'Espagne et de France ont bénéficié des avis, conseils et retours d'expérience des experts tels que KPMG, Carrefour Property, KEA Partners, CBRE.

Après une présentation des caractéristiques socioéconomiques, politiques et commerciales des zones, chaque pays a fait l'objet d'une analyse pointue des opportunités, risques, spécificités : potentiel, profil des consommateurs, barrières à l'entrée, état de la concurrence, présence des enseignes locales et internationales, points de vigilance, difficultés spécifiques à chaque pays.

Le potentiel de cette zone pour les enseignes est incontestable face à un marché du retail dont la maturité diffère notablement d'un pays à l'autre. La journée a permis d'identifier 5 grandes règles incontournables pour réussir dans ces pays, résumées par :

- **Identifier le bon partenaire**, pour permettre un gain de temps dans les contacts locaux et les démarches administratives.
- **Inscrire sa stratégie dans le temps** par la bonne définition des objectifs, la mise en place de moyens qui permettront de s'adapter en fonction des difficultés rencontrées. Adopter un développement opportuniste est risqué à moyen terme.
- **Faire preuve d'humilité**, c'est-à-dire prendre en compte les spécificités des pays et s'y adapter de manière intelligente. En effet, tous ces pays disposent d'un retail déjà organisé. Les nombreuses grandes villes dans la zone sont, bien entendu, les premières étapes les plus naturelles mais le retail y est déjà présent et il ne peut être question d'y arriver en pays conquis sans apporter d'éléments différenciants.
- **Etre adaptable** en tenant compte du positionnement prix de la concurrence locale et des surcoûts de droit de douane existants. La viabilité du modèle économique en dépend.
- **Sélectionner des emplacements sécurisants**. Une première implantation en centres commerciaux est souvent appréhendée comme l'approche la plus naturelle pour une enseigne européenne compte tenu de l'attractivité que représentent ces centres dans la vie locale, et de l'offre structurée qu'ils proposent.

L'après-midi a été consacrée aux rendez-vous de chaque enseigne avec les différents experts afin d'appréhender les questions stratégiques et organisationnelles spécifiques.

Un succès pour cette journée qui sera suivie de beaucoup d'autres car PROCOS-EURELIA se donne pour objectif de renforcer les actions visant à permettre à ses enseignes adhérentes d'appréhender au mieux les sujets internationaux, d'échanger entre elles sur les meilleures pratiques, de bénéficier de l'éclairage des experts à la fois sur les aspects prospectifs et sur les éléments concrets du business retail pays par pays.

Contact : Florian TRESÇOS, Consultant - florian.trescos@eurelia.com

