

CASINO SEUL PROPRIETAIRE DES MAGASINS SCORE ET JUMBO SCORE

Bourbon cède ses 30 % restants dans Vindémia

Bourbon a cédé hier à Casino ses 30 % restants dans Vindémia. Cinq ans et demi après son arrivée sur le marché réunionnais de la distribution alimentaire, le groupe stéphanois détient désormais la totalité du capital des magasins Score et Jumbo Score. Cela lui a coûté environ 430 millions d'euros au total. Bourbon est lui définitivement recentré sur les services maritimes.

L'opération avait échoué il y a trois mois, Bourbon ayant jugé insuffisante l'offre de 143 millions d'euros qui lui était faite par le groupe Casino pour le rachat de ses 30 % restants dans le capital de Vindémia (magasins Score et Jumbo Score).

Dans l'entourage de Jacques de Chateaufvieux, on expliquait alors que cette estimation aurait pu avoir un impact sur le cours de Bourbon en bourse. Et qu'elle était prématurée dans le sens où le conseil de surveillance de Vindémia ne s'était pas encore prononcé sur l'arrêté des comptes pour 2006.

Alors qu'un homme du sérail Casino (Daniel Sicard) a pris les rênes de Vindémia en lieu et place de Jean-Marc Brébion, la deuxième tentative a finalement été la bonne.

Suite à la décision de son conseil d'administration, Bourbon a décidé hier d'exercer l'option de vente de sa participation résiduelle dans son ancienne branche distribution.

Le montant de la transaction n'a pas été communiqué mais il ne doit guère être éloigné des 143 millions d'euros de « put » intégrés par Casino dans ses résultats 2006.

845 millions d'euros de chiffre d'affaires

Numéro quatre de la distribution alimentaire en France avec des enseignes comme Casino, Géant, Monoprix, Franprix ou encore Leader Price, le groupe Casino se retrouve aujourd'hui seul actionnaire de Vindémia.

Présent à la Réunion, à l'île Maurice (où la vente de l'activité aux sud-africains de Shoprite est de plus en plus évoquée) à Madagascar et à Mayotte, l'entreprise a réalisé en 2005, selon



Les magasins Score et Jumbo Score appartiennent désormais à 100 % au groupe Casino.

nos confrères de l'Eco austral, un chiffre d'affaires de 845 millions d'euros pour un effectif de 2 800 personnes.

A la Réunion, Vindémia représente à lui seul quasiment 30 % des surfaces commerciales alimentaires de plus de 300 m² : 21,6 % pour Jumbo Score ; 7,5 % pour Score et 0,4 % pour Score Express.

En ajoutant les enseignes Casino, Géant et Leader Price (également propriété de Casino dans l'Hexagone mais exploitées par des indépendants à la Réunion), le groupe stéphanois atteint 43,8 % des surfaces de plus de 300 m² dans l'île.

La distribution après la canne à sucre

Débuté en novembre 2001, le désengagement de Bourbon de Vindémia s'est déroulé en trois temps : une augmentation de capital de 91,5 millions d'euros afin de confier à Casino 33,34 % des parts. La vente en 2005 de 33,66 % du capital pour la somme de 200 millions d'euros. Et enfin la cession des 30 % restants hier pour 143 millions d'euros. Soit un total de plus de 430 millions d'euros.

Après la canne à sucre début 2001, la distribution est le deuxième métier historique abandonné par Bourbon.

Le groupe de Jacques de Chateaufvieux l'a déjà annoncé à plusieurs reprises au cours de ces derniers mois : il entend se recentrer complètement sur ses

activités de services maritimes.

Présent dans plus de 25 pays avec une flotte détenue en propre de 265 navires et un effectif de 4 700 personnes, Bourbon le revendique haut et fort : il « ambitionne le leadership des services maritimes à l'offshore moderne ».

Cet objectif ainsi que les pressions exercées par le milieu boursier nécessitent de faire des choix. La distribution étant

nettement moins rentable que les activités maritimes, Bourbon a choisi de les abandonner pour devenir ce que les spécialistes appellent un « pure player ». Une entreprise avec un seul et unique métier.

Si on met de côté son business immobilier à travers CBO Territoria, Jacques de Chateaufvieux a tiré hier un trait définitif sur son activité réunionnais.

Cédric BOULLAND

DEFIT REUNION ET LE TOURISME

Pour la prolongation des indemnisations



Les membres de Defit Réunion souhaitent que les nouveaux députés défendent la cause du tourisme local.

L'association de défense des professionnels indépendants du tourisme (Defit Réunion) demande la prolongation du dispositif d'indemnisation des entreprises ayant subi l'impact économique du chikungunya, « en particulier les petites et moyennes structures qui en ont besoin ».

Alors que l'Etat a prévu d'arrêter ce système d'aides au 30 juin, Defit Réunion constate que « si un certain nombre d'entreprises du secteur touristique, en particulier sur le littoral, commencent à améliorer leur résultat, de nombreuses autres restent toujours fragiles et bien souvent encore en difficulté ». D'où l'appel lancé au préfet.

Concernant l'avenir du secteur touristique, l'association es-

time qu'une « stratégie de développement et de modernisation doit concerner véritablement toutes les entreprises, petites et grandes ».

Defit Réunion se dit par ailleurs favorable à la mise en oeuvre d'une zone franche globale englobant le secteur touristique. L'association qualifie de « mesure utile » cette promesse de campagne de Nicolas Sarkozy.

« Les petites et moyennes entreprises du secteur touristique souhaitent interpeller le gouvernement et les députés réunionnais sur l'impérieuse nécessité d'affirmer le tourisme comme un secteur stratégique indispensable au développement de la Réunion », concluent les membres de Defit.

LE CHIFFRE > 354,6

Selon la direction de l'agriculture et de la forêt, la production agricole réunionnaise a atteint 354,6 millions d'euros en 2006 soit une progression de 10M€ par rapport à 2005 et le meilleur résultat depuis 1999.

La production végétale représente 253,9M€ (dont 110,6M€ pour la canne et 126,5M€ pour les fruits et légumes) tandis que la production animale s'élève à 96,3M€. En 2005, l'agriculture représentait 2,8 % du PIB réunionnais.

la vie des entreprises

■ **Téléfuté, le téléphone fixe moins cher.** 85 centimes d'euro par heure le soir après 19 heures ou le week-end, 1,57€ le reste du temps : la société Téléfuté propose depuis quelques jours aux Réunionnais appelant vers un poste fixe en métropole et dans une quarantaine de pays de payer leurs communications au tarif local.

Le principe est très simple : le client appelle le 0811 38 38 38 depuis un poste fixe, tape ensuite le numéro souhaité et est mis en relation avec son interlocuteur.

Pas d'abonnement, pas d'engagement, pas besoin non plus de passer par internet ou d'acheter une carte prépayée : les appels sont facturés par votre opérateur téléphonique habituel.

Téléfuté, ce sont trois associés (Grégoire Hugot, Renaud Charvet et Jean-Samuel Najnudel) qui en avaient assez de « se ruiner lorsqu'ils appelaient leurs copines à l'étranger ».

En étudiant la réglementation en matière de téléphonie, ils s'aperçoivent qu'ils peuvent acheter des minutes en gros aux grands opérateurs internationaux et les mettre à disposition des utilisateurs. « Face à la concurrence du téléphone portable, nous remettons le fixe au goût du jour », expliquent-ils.

En juin 2005, le service est lancé en métropole. Deux ans plus tard, fort d'environ 100 000 utilisateurs, Téléfuté débarque à la Réunion avec des tarifs annoncés comme « les meilleurs du marché » loin devant France Télécom et Outremer Télécom, y compris vers les pays voisins comme Madagascar ou l'île Maurice. Même si les tarifs y sont plus élevés que vers la métropole.

Aucun budget publicité n'est prévu à l'occasion de ce lancement. « Nous aurions été obligés de surtaxer nos appels et nous avons préféré miser sur la bouche à oreille », décrit Grégoire Hugot et Renaud Charvet qui ont commencé par une distribution de cartes de visite sur le marché de Saint-Pierre.

Un vrai travail de pédagogie. « Les numéros en 08 sont souvent mal perçus, il faut convaincre les gens que les 08 11 sont au prix d'un appel local », confient les associés qui s'attendent à voir leur activité décoller lorsque les clients « qui redoutent une entourage » découvriront leur facture France Télécom. Et les économies qui vont avec.

Objectif de Téléfuté : atteindre les 50 000 utilisateurs à la Réunion dans quelques mois. L'entreprise s'intéresse alors aux autres Dom.

Rens : www.telefute.com



Téléfuté mise sur la bouche à oreille pour se développer.

L'éco en bref

■ **Partenariat EDF-CCIR.** La CCIR et EDF ont signé la semaine dernière une convention de partenariat visant à mutualiser les compétences techniques et les moyens pédagogiques dans le domaine des travaux sur les réseaux électriques haute et basse tension, en aérien et en souterrain.

Le Cirfim, centre de la CCIR agréé par le comité des travaux sous tension, sera l'interlocuteur d'EDF. Un groupe de pilotage et de suivi a également été créé.



Jean-Michel Deveza (EDF) et Eric Magamootoo (CCIR).



Jacques de Chateaufvieux a décidé il y a plusieurs années déjà de recentrer Bourbon sur les services maritimes. C'est fait de manière définitive depuis hier.