



- MANAGEMENT
- RH
- Marketing
- Finance
- Communication
- Développement durable
- Direction générale
- PME
- Tous les articles
- Tous les thèmes
- CARRIÈRE
- Efficacité perso
- Emploi cadre
- Vie pro
- Création d'entreprise
- Rémunération
- Formation

BOURSE

Cac 40 **-0.53 %**
Tous les cours

- RUBRIQUES
- Conseils
- Chroniques
- Témoignages
- Nominations
- Test
- Quiz
- Agenda
- Sondages
- Indemnités

- Tous nos articles
- Dossiers
- En images
- Actualité
- Interviews
- Vidéo
- Archives
- Corrections

Mot-clé OK

Toutes les offres

Michael Page
INTERNATIONAL
L'entreprise à l'affiche

- SERVICES
- Annuaire
- Espace dirigeants
- Formations
- Logiciels Pro

Journal du Net > Management > Qui sont les champions... des stations-service

ENTREPRISE

19/07/2006

Qui sont les champions... des stations-service

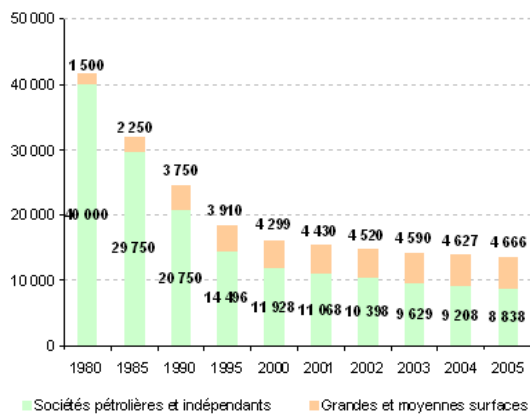
La distribution de carburant est le théâtre d'une concurrence féroce entre pétroliers et acteurs de la distribution. Si Total occupe toujours une place de leader confortable, Carrefour s'avère un challenger de plus en plus dangereux.

Envoyer Imprimer

En vingt ans, le nombre de stations-service a été divisé par trois, passant de 40.000 à 13.500. Pour expliquer cette évolution, Jean-Louis Schilansky, délégué général de l'Union française des industries pétrolières (UFIP), établit le parallèle suivant : "On a assisté à la même concentration dans le secteur de l'alimentation. Auparavant, on trouvait des petits points de vente alimentaires à tous les coins de rue, mais le manque de compétitivité en prix comme de services spécifiques les ont fait fermer un à un." La même chose s'est produite pour les stations-service, les indépendants et les petites stations ne s'avérant pas suffisamment compétitifs.

Par ailleurs, cette concentration est d'autant plus visible que les marques ombrelles ont progressivement pris le dessus sur les enseignes pré-existantes : les stations Finis et Elf s'appellent désormais Total et les stations Mobil ont disparu au profit d'Esso.

Evolution du nombre de stations-service en France (source : UFIP)



Un marché ultra-concurrentiel dominé par Total

Aujourd'hui, sur les 13.500 stations-service de l'Hexagone, 7.200 sont opérées par les sociétés pétrolières, 1.500 par des indépendants et 4.600 par des grandes et moyennes surfaces (GMS). Ces chiffres font du marché français le plus concurrentiel d'Europe. La marge brute de distribution, qui fait vivre les stations, y est donc la plus faible. Les prix hors taxe du carburant y sont également les plus bas du continent.

Aujourd'hui, **Total** domine très largement le marché avec 5.460 stations-service, contre 700 pour **Esso**, 470 pour **British Petroleum (BP)**, 380 pour **Shell** et 207 pour **Agip** (qui ne fait pas de raffinage). Le distributeur suisse **Avia** compte pour sa part 736 stations sur le territoire français.

Répartition du nombre de stations-service par enseigne en France (source : UFIP et Journal du Management)

A VOIR EGALEMENT

- Test ADSL
- Dubaï
- Smic 2011

NEWSLETTERS

- Economie et management [» Voir un exemple](#)
- Actualités économiques [» Voir un exemple](#)
- Emploi [» Voir un exemple](#)

Votre email

[Toutes nos newsletters](#)

ECONOMIE



Les 20 hommes les plus riches du monde
Découvrez le nouveau classement Forbes des milliardaires du monde. Lire

Le guide des salaires : tous les professionnels, toutes les villes
Classement PIB : les pays les plus riches du monde

[Economie](#)

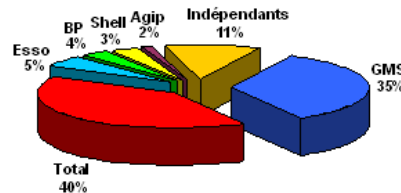
Sondage

Au niveau professionnel, quel regard portez-vous

- Prestataires
- Société
- Villes de France
- Comparer les prix
- Cours de Bourse
- Encyclopédie
- Fiches pratiques
- Guides d'achat
- Hotspot Wi-fi
- Lettres types
- Livres blancs
- Offres d'emploi
- Reprise d'entreprise
- Réseau professionnel
- Téléchargement
- Test ADSL
- Voeux professionnels
- RSS
- Newsletters

- Analyse de site
- Etudes
- Forum
- Stratégie Internet
- Formation
 - Informatique
 - Internet
 - Management
 - Communication
 - Marketing
 - e-Commerce

- Automobile
- Cinéma
- Copains d'avant
- Dictionnaire
- DSK : le procès
- Fonds d'écran
- Galerie photos
- Guide de voyage
- Journal des Femmes
- Programme TV
- Question / Réponse
- Recettes de cuisine
- Restaurant
- Webmail



Du côté de la grande distribution, les **Mousquetaires** (regroupant les enseignes Intermarché, Ecomarché, Netto et Roady) ont la présence la plus développée avec leurs 1.500 stations. Mais c'est **Carrefour** qui, fort de ses 1.200 stations, est le leader des GMS pour la distribution de carburant et le deuxième distributeur pétrolier du pays derrière Total, avec 10,3 % des volumes vendus. Arrivent ensuite **Leclerc** (485 stations-service), **Système U** (140), **Auchan** (110), **Cora** (58) et **Géant-Casino**.

Le carburant : un produit d'appel pour les grandes surfaces

Si les stations-service gérées par les GMS ne représentent qu'un tiers du total, elles assurent 57 % des ventes de carburant en volume. Ce qui constitue naturellement une très forte pression sur les entreprises pétrolières. Comme l'explique Jean-Louis Schilansky, "les GMS se servent du carburant comme produit d'appel. C'est en effet le seul produit dont le prix est affiché à l'extérieur du magasin. Les GMS se livrent, entre elles, une compétition féroce. Et, en première ligne, le carburant leur sert de signature prix." Le but est que le consommateur se dise que si l'essence n'est pas chère, les autres produits seront également bon marché. Et les grandes surfaces de multiplier les très médiatisées "opérations prix coûtant" sur le carburant, notamment au moment des départs en vacances.

Les sociétés pétrolières, qui souffrent de ces prix tirés vers le bas, ne sont finalement que des victimes collatérales de la guerre que se livrent les enseignes de la grande distribution.

Les autoroutes : le nouveau challenge de la GMS

Les GMS commencent aussi à épiéter sur le pré carré des pétroliers, en installant des stations-service au bord des autoroutes. "Pour une grande surface traditionnelle, la station-service est une activité peu coûteuse, analyse Jean-Louis Schilansky. Elle possède déjà le terrain et dispose aussi de caissières. Le coût d'une station est donc marginal. Ce n'est plus du tout le cas sur l'autoroute. Les conditions de concurrence y sont donc beaucoup plus équilibrées."

“ Les grandes surfaces se servent du carburant comme produit d'appel.”

Pour l'instant, un dixième seulement des 410 stations d'autoroutes appartiennent à des GMS. On doit évidemment s'attendre à ce que cette part augmente, mais à un rythme

Jean-Louis Schilansky, UFIP

modéré puisque le renouvellement des concessions se fait tous les 10 à 15 ans.

Enfin, les grandes surfaces trouvent sans cesse de nouveaux moyens d'affirmer leur présence près des pompes. Ainsi, tous les magasins accolés aux 50 stations BP sur autoroute sont des Proxi-services et 51 boutiques 8 à Huit sont associées à des stations BP hors autoroute. Ces enseignes appartiennent toutes deux au groupe **Carrefour** qui compte par ailleurs 17 stations sur autoroute.

La riposte des sociétés pétrolières

Certains pétroliers répondent à l'offensive de la grande distribution en contre-attaquant sur les prix. **Esso** a ainsi développé le concept Esso Express, des stations discount où l'on paie à la pompe. "Le coût par site étant très bas, ces stations-service sont très concurrentielles face aux grandes surfaces", note Jean-Louis Schilansky. 300 de ses 700 stations-essence sont désormais des Esso Express. De même, **Total** a mis en place des stations sans boutique ni services, avec très peu de personnel, aux coûts également très bas. Et pour ne pas ternir son image, le pétrolier a placé l'ensemble de ces stations discount sous la marque Elf Jaune, seule survivante de l'enseigne Elf. Mais les entreprises pétrolières déploient un autre axe stratégique : la qualité des carburants. Si tous les carburants respectent les normes, les sociétés pétrolières disent ajouter des éléments pour améliorer la qualité de leurs produits. **Total** propose ainsi l'Excellium, **BP** son Ultimate et **Shell** son V-Power. "Plus largement, elles travaillent sur les services, les produits, la localisation, et tendent peu à peu vers les convenience stores à l'américaine", constate Jean-Louis Schilansky. C'est d'ailleurs tout le principe du slogan de Total : "Vous ne viendrez plus chez nous par hasard". Dans ce deuxième cas, les politiques prix des pétroliers sont moins agressives.

Flore Fauconnier

JDN Management

Envoyer

Imprimer

Haut de page

sur votre année 2011 ?

- C'est une année remarquable
- C'est une année comme les autres
- C'est une année à oublier
- Je ne sais pas

valider

Tous les sondages

Formations Marketing

2012

- Construire une base de données marketing 27-28 février 2012
- Intégrer Internet à sa stratégie plurimédia 2 mars 2012
- Stratégie de fidélisation sur Internet 5 mars 2012
- Green - Fair : adapter sa stratégie marketing 13-14 mars 2012
- Construire une stratégie de marque forte 26-27 mars 2012
- Développement durable et communication 28-29 mars 2012
- Nouvelles opportunités de ciblage Internet 30 mars 2012



QUIZ

Comprenez-vous les acronymes du monde du travail ?

Qu'est-ce que le Dif ?

- Le droit individuel à la formation
- Le droit à l'information financière
- Le droit interprofessionnel des femmes

Jouer (10 questions)

Les Mutuelles pour Sénior www.santiane.fr/Mutuelle-Seni
Pas de limite d'age, Aucun QS. 16 Mutuelles, 300
contrats comparés

Pompe à chaleur: 5 Devis artisan-expert.fr/pompe-a-cha
Recevez 5 devis gratuits pour votre installation de
pompe à chaleur.

Chauffer sans Dépenser? www.Chauffage-Aterno.com
Changez vos Radiateurs Electriques Et Réalisez des
Economies Inouïes!

Prix Pompe à chaleur www.quotatis.fr/pompe-a-chaleur
Comparez 5 devis de Pompe à Chaleur contactez des
pros qualifiés

Annonces Google