
Russie : les entreprises étrangères qui ont fait le choix de rester

Description

Un an après le lancement par le Kremlin de la guerre contre l'Ukraine, des centaines d'enseignes étrangères ont quitté le marché russe : en un an, plus de 180 entreprises ont restreint leur activité en Russie et 15 ont annoncé leur intention de quitter le pays ou l'ont fait (McDonald's, IKEA ou H&M par exemple). Mais un certain nombre de grandes marques étrangères ont fait le choix de rester, jugeant que les risques d'un départ étaient plus grands que ceux d'un maintien. C'est ainsi que Leroy Merlin, Auchan, Metro, Burger King, Mondelez, Unilever ou Ferrero poursuivent leurs activités sous leur nom propre, ou sous un autre (Dobryï Cola, en lieu et place de Coca-Cola par exemple).

Parmi les enseignes qui sont restées, certaines ont changé de propriétaires ou sont franchisées (Burger King, dont la majorité du capital en Russie appartient à la banque VTB). D'autres tâchent de se faire plus discrètes et, quand elles le peuvent, ont opté pour une stratégie de communication rappelant qu'elles opèrent dans des secteurs critiques (pharmacie, biens alimentaires...)

Pour des entreprises qui ont misé depuis des années sur le marché russe, le quitter aujourd'hui constituerait un grand risque commercial. C'est le cas, notamment, de l'Autrichien Raiffeisenbank, pour lequel la Russie a contribué en 2022 à plus de 50 % des bénéfices. Le Britannique Unilever, lui, assume tout à fait sa présence à Omsk, Ekaterinbourg, Toula et Saint-Petersbourg. Dans la deuxième ville de Russie, les ventes au détail de marques comme New Balance, Timberland, Escada, Max Mara, Marina Rinaldi, Calzedonia, Intimissimi ou Tenezis se poursuivent tout à fait normalement.

Les sociétés qui se maintiennent parient sur l'avenir et rappellent qu'il leur sera très difficile de revenir sur ce marché intéressant qui sera, le temps de leur absence, occupé par des sociétés russes ou émanant de pays « amis ». C'est ainsi que la part des véhicules légers chinois vendus en Russie en 2022 est passée de 10 à 38 %.

Parmi les détaillants qui poursuivent leur activité sur le marché russe, 22,4 % sont américains, 15,1 % italiens, 10,5 % français, 9,9 % turcs et 9,9 % allemands. Ils se concentrent sur le secteur de la mode (59,9 %) de la restauration (9,9 %) ainsi sur de l'électroménager et de l'électronique (5,3 %) ?

Les grandes enseignes qui ont fait le choix de partir sont celles qui ont estimé que le risque réputationnel lié à leur maintien serait tel qu'elles perdraient d'autres marchés

Sources : *Delovõi Peterbourg, Kommersant, Forumdaily.com.*

date créée

27/02/2023

Champs de Méta

Auteur-article : Céline Bayou