

Hard discount

La riposte de Marjane à BIM

• Xpress Market vient bousculer le modèle turc

• Quatre supérettes pilotes de proximité en test à Casablanca

«**D**ES prix bas à deux pas... c'est la promesse de la nouvelle enseigne du groupe de distribution Marjane. Baptisées Xpress Market, quatre supérettes de proximité ont été lancées il y a quelques mois à Casablanca.

Une opération pilote qui a démarré à Val Fleury, Gauthier, Bourgogne et Ou-

un cran au-dessus», explique le gérant du magasin.

La chaîne de froid est irréprochable avec des vitrines réfrigérées et des présentoirs design offrant une meilleure visibilité. Beurres, yaourt, fromages, lait, crème UHT... une bonne partie du catalogue Marjane/Acima est répertoriée. Côté fruits et légumes, il y a un net effort sur les prix et la présentation est aux standards des commerces européens de proximité. Les enseignes proposent aussi des opportunités périodiques à petits prix. Cette semaine, Xpress Market expose des châles et foulards made in Turkey (en provenance d'Istanbul) à par-

conforter le groupe Marjane Holding à dupliquer le concept dans d'autres villes comme Rabat, Marrakech, Tanger... A la caisse, l'échange est plutôt courtis. Juste avant la sortie, une borne de réclamations-suggestions est mise à la disposition des clients.

Les fiches de suggestions ont pour entête: «Parlons vrai, parlons frais». Le consommateur peut évaluer, l'état de propreté, de rangement, d'étiquetage, la rapidité des courses, le confort d'achat

ou encore la qualité des caddies voire même les créneaux de parkings ! Les clients peuvent aussi faire des observations sur l'attitude du personnel (disponibilité, efficacité, qualité de service), la qualité des produits (prix, choix, fraîcheur) ou encore l'accueil à la caisse (attente et mode de paiement). □

Amine ATER



Xpress Market, la nouvelle trouvaille de Marjane Holding se décline en un format de proximité, plus attractif qui surfe sur la vague discount mais avec un positionnement un cran au-dessus de BIM (Ph. AR)

lfa. Le concept est positionné à mi-chemin entre le hard discounter turc BIM et le modèle Acima.

La nouvelle formule parie sur un agencement plus attractif et moderne. Les promotions de la semaine sont affichées en vitrine avec les horaires d'ouverture et de fermeture : de 8h30 à 22 heures. «Plus de 2.000 produits sont référencés. Nous avons des articles positionnés moins cher que BIM et d'autres

tir de 69,90 DH. Les opportunités, c'est aussi des Blender, des chaussettes, des radiateurs soufflants, Tupperware... «Les promotions dépendent des arrivages. Il n'y a pas de périodicité régulière», tient à préciser le chef de rayon. Certes le magasin de Gauthier est moins fréquenté car situé dans un quartier huppé, mais ceux de Bourgogne et El Oulfa ne désemploient pas. A priori, la formule prend dans ces quartiers. Ce qui peut