

Business

Grande distribution

Aswak Assalam mise sur Janis

● La nouvelle marque de distributeur d'Aswak Assalam, Janis, se veut basée sur une offre orientée qualité et à prix réduits. Dans un premier temps, la marque propose une vingtaine de produits. D'autres références suivront.

Aswak déroge à la règle. Pour la première fois, en effet, l'opérateur compte entamer une campagne de communication colossale pour la promotion de sa marque de distributeur, Janis. Jusqu'ici, le spécialiste de la grande distribution a toujours prôné la discrétion, mais aujourd'hui, avec l'introduction de cette marque, Aswak Assalam veut confirmer son positionnement sur le marché. «La marque Janis n'est pas sensée se positionner comme étant un produit économique qui n'est pas de très grande qualité, bien au contraire. L'objectif est d'offrir aux consommateurs un produit de très bonne qualité à un meilleur prix», insiste Faouzi Chaâbi, administrateur d'Ynna Holding. Pour ce faire, souligne le management, il a fallu repérer les fournisseurs susceptibles de répondre à un cahier des charges très stricte.



Ainsi, le spécialiste de la grande distribution a cherché, au Maroc comme à l'étranger, des fournisseurs en mesure de fournir un produit d'une qualité comparable à celle d'une marque propre, mais également respectueux de

l'environnement, dans des pays comme le Portugal, l'Espagne ou encore la Turquie. Cela fait que la marque Janis estampille 70% de produits en provenance de l'étranger et 30% des produits locaux. Quant aux prix, les

produits commercialisés sous la marque Janis, sont entre 10 et 30% moins chers que les marques propres, selon la maison mère. Dans un premier temps, la marque propose une vingtaine de produits entre féculents, épices et produits d'entretiens. D'autres références sont dans le pipe. Il s'agit notamment du papier mouchoir, le papier essuie-tout, les serviettes de table, ainsi que les produits d'emballage alimentaire. De même, Aswak Assalam compte porter le nombre de ses références alimentaires et non alimentaires, à une quarantaine d'ici la fin du mois sacré de ramadan et d'une centaine d'ici la fin de l'année. Concernant la commercialisation de la marque, Faouzi Chaâbi reste optimiste et prévoit un taux de pénétration de 20 à 30%. Quant à l'expansion de l'enseigne, l'ouverture de nouveaux points de vente est programmée. En effet, d'autres magasins ouvriront bientôt à Rabat, Casablanca et Tanger. ●

Les produits Janis sont de 10 à 30% moins chers que les marques propres.

PAR MARYEM OUAZZANI
m.ouazzani@leseco.ma