

Rentrée scolaire

La guerre des prix a déjà commencé

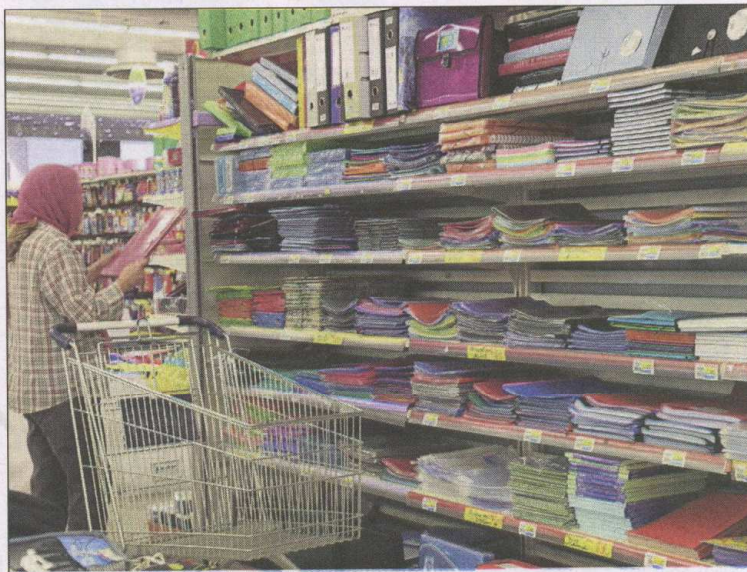
• Les marques étrangères dominent le marché

• Prix d'un cartable: de 200 à 1.500 DH

• Surchauffe au rayon papeterie et fournitures

«JE dispose d'un budget de 2.000 DH tout compris pour chaque enfant... Je ne pense pas que l'on puisse acheter un mouton cette année», explique une maman de trois enfants. Et pourtant, la guerre des prix devrait soulager les ménages. Chez les enseignes de grande distribution, le rush habituel de cette période n'est pas au rendez-vous. «Que ce soit dans les grandes surfaces ou chez nous, il n'y a pas encore beaucoup de monde», explique Saïd Himi, gérant d'un commerce de proximité à Rabat. Auprès des grands distributeurs, notamment à Marjane, les marques se dispu-

tent la place la plus visible. Bic présente un grand bus scolaire faisant office de présentoir. Comme le leader des stylos, d'autres marques étrangères prédominent l'espace de vente du magasin. Uhu, Poivre Blanc, Claire Fontaine, Faber Castel, Staedtler, Maped, Oxford... Honneur aux marques étrangères, plus chères que les marques nationales, aussi présentes que leurs concurrents, moins visibles et moins tapageuses. Virgin Megastore et Alpha 55 aussi affichent les couleurs des marques étrangères par une mise en valeur particulière, maintenue même le restant de l'année. Aswak Assalam, quant à lui, met la lumière sur les cahiers tunisiens, Selecta. Très présents, ils affichent un prix moyen, relativement accessible, répondant ainsi à la cible visée et à la stratégie opérée tout au long de l'année par le groupe Chaabi. Parallèlement, sur le segment du hard-discount, comme chaque semaine, BIM a lancé sa promotion hebdomadaire, se focalisant cette fois-ci sur le thème de la rentrée. Se positionnant sur des prix bas, les produits ont disparu des rayons en quelques jours. «Toutes nos promotions se vendent



L'offre des fournitures scolaires se diversifie. Le dilemme à relever ne réside plus dans la qualité d'un produit, mais aussi dans les prescriptions de la cible enfant (Ph. Bziouat)

en moins de trois jours», explique le management turc. Malgré cela, les parents sont toujours désemparés. «C'est moins cher, je m'attendais donc à un coût réduit... ce n'est pas le cas, j'ai dépensé près de 1.000 DH en 20 minutes», explique un consommateur, parent de deux enfants. Les stylos, gommes, feutres... affichent des noms comme Express, Alif, New Elite... Moins connues que leurs concurrentes étrangères, ces entreprises cassent les prix. En dépit du resserrement des budgets des ménages, les convoitises des enfants sont généralement dévolues aux produits à tarifs élevés

chez les jeunes adolescents, à des prix aux alentours de 400 DH. Kiabi aussi profite de la rentrée pour afficher des prix bas sur le sac à dos. En moyenne, les prix appliqués sur cette catégorie de produit varient de 200 DH pour l'entrée de gamme à 1.500 DH pour les tarifs les plus élevés. Articles imposants en termes de place, les cartables posent problème pour les commerces de proximité. «Ils prennent trop de place et nous ne sommes jamais sûrs de liquider le stock, car c'est surtout une question de goût», explique un commerçant. De plus, il ne s'agit

Textile et biscuiterie: promotions stratégiques

LA rentrée ce n'est pas uniquement les fournitures scolaires. Puisque les enfants font le déplacement jusqu'aux grandes surfaces, autant en profiter pour tout mettre à leur portée. Marjane a réservé plus de 5 rayons pour l'enfant, avec une biscuiterie prédominante même dans les rayons fournitures. Un M&M'S géant rappelle aux enfants que les biscuits sont juste derrière. D'ailleurs, Nestlé, Mondelez, Kinder, Chergui, Copag... se sont donné rendez-vous dans les rayons des grandes surfaces. Si Carrefour Market ne s'est pas focalisé sur les fournitures, il poursuit cependant les offres spéciales sur le nutritionnel. Autre secteur mis en valeur lors de la rentrée scolaire: le textile. T-shirts, baskets, pantalons... Les enfants veulent faire leur rentrée en grande pompe et cela implique à présent une nouvelle tenue. Les grandes surfaces l'ont bien compris et proposent des packs textiles (chaussures, pantalons, chemises...) à moins de 400 DH pour le tout! □

(Classeurs, trousse et cartables étalant design et logos à la mode). Sur le segment des cartables, Aswak Assalam démarre les enchères avec des cartables pour tout-petits, aux prix les plus bas. Il est suivi de près par le distributeur turc, dont les prix débutent à 120 DH. Les deux attirent la clientèle en bas âge par des designs modernes comme Hello Kitty, la Reine des Neiges ou encore l'indétrônable Barbie. Les cartables font le grand bonheur des magasins spécialisés en bagagerie ou en produits de sport. Planet Sport ou encore Go Sport proposent des

pas là du seul inconvénient relevé par les commerçants de proximité et les libraires. La concurrence déloyale des écoles privées, qui se proposent de vendre elles-mêmes les fournitures, vient en tête. Arrive ensuite le fait de préciser la marque de chaque cahier réclamé dans les listes de fournitures... Un casse-tête de plus pour les commerçants et les parents! □

Sabrina EL-FAÏZ

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com