

L'avenir des épiciers en Tunisie

Effectuez-vous encore vos achats des épiciers ? Avez-vous remarqué la disparition de plusieurs épiciers qui ont senti le danger après l'apparition des grandes surfaces ? Ces dernières années, la distribution en Tunisie a connu de profondes mutations avec la multiplication des supermarchés et surtout après l'apparition de Carrefour et Géant. Nous commençons à nous poser des questions quant à l'avenir de ces petits commerçants qui ont subi les conséquences de ce changement au niveau de la distribution. L'Etat a essayé de protéger le majeur avantage des épiciers à savoir la proximité. En effet, l'emplacement des hyper marchés a été fixé de telle sorte que nul ne pourrait y parvenir sans un moyen de transport. Toutefois, certains super marchés jouissent d'un excellent emplacement ce qui menace l'avenir des épiciers. D'un autre côté, la politique d'accord de crédits a fait que la majorité des tunisiens possèdent leur propre voiture ce qui a rendu le critère de proximité d'une importance inférieure pour le tunisien. Nous remarquons également que les grandes surfaces offrent beaucoup plus que de simples produits ; des variables atmosphériques jouent un rôle d'attraction déterminant pour le tunisien : La lumière, la musique, la diversité des produits et des gammes, les boutiques... Le shopping est devenu beaucoup plus qu'un simple acte d'achat, mais il présente également une valeur hédonique et sociale pour le visiteur. En conséquence, nous assistons à la disparition progressive des épiciers qui ont senti le danger. Toutefois, certains petits commerçants ont essayé d'affronter ce risque et protéger leur métier en réfléchissant à un avantage compétitif propre à eux : Certains se sont installés dans des quartiers assez populaires, loin de tout supermarché, d'autres survivent grâce au « marketing relationnel » qu'ils ont pu appliquer avec certains habitants d'une manière très spontanée : le contact direct avec le commerçant a rendu la relation avec le consommateur très personnalisée, l'échange d'idées et la discussion des actualités contribuent à le fidéliser, surtout les vieilles personnes qui recherchent avant tout la valeur d'interaction sociale. Certains essayent même d'imiter les grandes surfaces en empruntant leurs stratégies de promotion, d'autres ont élargi leurs activités et se sont transformés en superettes en favorisant le self service pour les clients... En gros, certaines personnes expriment quand même le besoin de l'épicier du coin, qui est beaucoup plus qu'un simple vendeur mais aussi un voisin et pourquoi pas un ami. Serait-il avantageux pour les grandes surfaces de collaborer avec les épiciers ? Elles pourraient ainsi réaliser un plus haut degré d'interaction avec le consommateur et gagner sa confiance comme elles pourraient considérer un acte pareil comme étant assez dégradant pour leur image de marque. Néanmoins, ça leur permettrait de toucher une cible qu'elles ne pourront guère toucher par l'intermédiaire de leurs stratégies actuelles...

Publié par Amira TRABELSI le vendredi 15 février 2008 [marketeuZ.com]