

## Magasin Général : le magasin moderne ?!

Comme vous l'avez tous remarqué, après la privatisation du Magasin Général, de majeurs changements y ont été apportés, tout semble refléter une nouvelle vision, de nouveaux objectifs et un nouvel esprit. Samedi dernier, Mr. Tahar Bayahi, président du groupe Magasin Général, est venu échanger avec les chercheurs à l'ISG de Tunis, parler un peu de son cursus, de son expérience avec Magasin Général, du début difficile face à la résistance du personnel et de sa volonté à le « moderniser ». Serait-il possible ? Qu'en pense le tunisien ?

Il faut dire qu'après l'arrivée des hyper marchés en Tunisie, tout a changé. Les super marchés ont tout fait pour suivre ce changement et essayent de garder leurs principaux avantages par rapport aux hyper marchés : la proximité et la couverture géographique. Ces derniers aspects demeurent les majeurs points forts du Magasin Général qui bénéficie des meilleurs emplacements par rapport aux concurrents, il était tout de même loin de répondre aux attentes du tunisien qui s'est habitué aux magasins bien organisés, bien éclairés et aux décorations agréables. Cela dit, le « nouveau » Magasin Général semble apporter de nettes améliorations sur ce niveau surtout après le rachat de « Promogro », une décision qui vient accentuer sa stratégie de développement. Ces changements émanent d'une sincère volonté à faire naître une nouvelle image : le magasin moderne. Sauf que si on remonte un peu plus haut dans l'historique de ce magasin, on pourrait constater qu'il s'agit d'une enseigne qui a nettement marqué la distribution en Tunisie mais qui a connu une stagnation au moment où la concurrence est devenue rude. Cela dit, il a toujours été considéré comme étant un lieu assez « chaleureux », même quand tout était en désordre et qu'on ressentait de grandes différences d'ordre plutôt « techniques » par rapport aux concurrents, Magasin Général constituait un lieu où tout le monde connaissait tout le monde ! Le personnel avait l'air solidaire, on ressentait une certaine convivialité au sein du magasin qu'aucune autre enseigne n'avait réussi à réaliser. Et là, soudainement, et avec une rapidité assez surprenante, Magasin Général se transforme, des changements qui ne peuvent être qu'appréciés certes, mais qui ne doivent, et en aucun cas, constituer son avantage compétitif ni prêter à confusion avec la concurrence. Un magasin moderne est la moindre des choses qu'un consommateur ne puisse demander, et une évidence ne peut jamais être un avantage compétitif. Améliorer les magasins sera forcément apprécié mais se positionner en tant que magasin moderne n'apporterait forcément pas du nouveau par rapport à ce qui est déjà offert par les autres super et hyper marchés. Le vrai avantage du Magasin Général demeure l'ambiance conviviale que la visite génère, l'attachement que ressentent certaines personnes à cette enseigne, le personnel ayant contribué à son histoire, la familiarité qu'ont toujours éprouvée les visiteurs, surtout les adultes, avec les employés qui s'y trouvent, et c'est surtout par rapport à ces éléments qu'il faudrait se positionner tout en veillant, bien évidemment, à assurer un minimum de confort pour les clients. Quelles seraient les répercussions de cette nouvelle image sur les perceptions de leurs fidèles visiteurs ? Magasin Général va-t-il réussir à rattraper le retard accusé depuis des années tout en conservant une « personnalité » différente des concurrents ?

Publié par Amira TRABELSI le vendredi 24 avril 2009 [marketeuZ.com]