

## Rapport de Visite chez Carrefour Market

Le 20 Avril 2024, notre équipe Animaïd a eu l'opportunité de visiter le Carrefour Market d'El Jadida, dont nous avons été accueillis par le chef de magasin, M. Said Bensaid, qui nous a guidés à travers le magasin et nous a donné des informations précieuses et essentielles sur le fonctionnement interne du magasin ainsi que sur la stratégie commerciale du groupe Carrefour au Maroc.

Au cours de notre rencontre, M. Bensaid a partagé des données clés sur Carrefour. Il a souligné que le groupe a comme service principale la distribution, il compte actuellement 150 magasins au Maroc et ambitionne de doubler ce chiffre d'ici 2030. Nous avons appris que le vrai capital est le client, placé au centre de toutes les décisions concernant le service, l'hygiène, les prix et le confort, ça se fait par des contraintes d'achat qui sont gérées par chaque rayon, avec un acheteur dédié de négociateur. Avant l'inflation, le slogan de Carrefour était " غتجيك " (Votre vie est moins chère avec nous). Les centres d'activités de Carrefour couvrent un large éventail, incluant l'immobilier commercial des locaux; comme DECATHLON, AKDITAL, BURGER KING..., ainsi qu'il est le 1er importateur de matériel médical.

La politique de Carrefour consiste à capitaliser sur ses points forts pour maintenir sa position de leader sur le marché dans la catégorie des supermarchés et de deuxième dans celle des hypermarchés, ainsi que le magasin accueille en moyenne 1200 clients par jour, dont une proportion significative de plus de 66% sont des familles étrangères.

Nous avons également découvert que le plan de masse des magasins est inspiré de Carrefour France, ce qui a été un facteur positif dans l'expérience client, il vise à promouvoir les produits timides et à faible vente en les plaçant de manière plus visible, en réduisant les prix et en organisant des dégustations. En termes de chiffre d'affaires, nous avons appris que les produits frais, les produits de grande consommation et l'alcool constituent les principales sources de revenus pour Carrefour par un pourcentage respectif de 20%, 30%, et 20%. M. Bensaid a souligné l'importance de positionnement des légumes en 1er lieu, les produits frais, fromagerie, pâtisserie..., visant à attirer et fidéliser la clientèle, telles que la fraîcheur des produits.

Carrefour ne vend pas de produits israéliens, mais préfère travailler avec des sociétés appartenant à des Juifs (par exemple, Ariel, Coca-Cola), mais pendant la guerre, une régression notable a été observée en novembre, décembre et janvier.

Sur le plan logistique, nous avons appris que Carrefour met en œuvre une politique de commande aux fournisseurs basée sur les ventes et les niveaux de stock, avec des délais de paiement variables en fonction des produits tel que 15 à 30 jours pour les produits frais et jusqu'à 60 jours pour les produits de grandes consommations. Les fournisseurs livrent leurs produits à une plateforme à Esskhirah, où les magasins passent leurs commandes en fonction

des ventes et du stock disponible. Nous avons appris que la politique du magasin consiste à capitaliser sur ses points forts et à maintenir des normes d'hygiène élevées, contrôlées régulièrement par des cabinets d'audit. Par ailleurs, le Carrefour Market s'engage socialement en soutenant des causes telles que le groupe Haouz et en faisant des dons significatifs de 50M de DH, ainsi des ftours au Ramadan....

Le système d'information de comptabilité utilisé par Carrefour est appelé "Gold". Les postes au sein de Carrefour comprennent le directeur adjoint, les chefs de rayon, les équipes, les services de caisse, les techniciens, etc.

Pour l'avenir, Carrefour envisage d'introduire des produits biologiques et organiques, une carte de fidélité, des programmes de formation et de développer une branche de distribution dans les universités, ce qui a déjà commencé dans certaines facultés au Maroc avec un mois de théorie suivi d'un mois de pratique.

La visite au Carrefour Market a été une expérience enrichissante pour notre équipe. Nous avons acquis une compréhension approfondie des pratiques commerciales d'une grande surface, ainsi que des efforts déployés pour répondre aux besoins des clients. Nous remercions chaleureusement M. Bensaid et le personnel du magasin pour leur accueil et leurs informations précieuses.