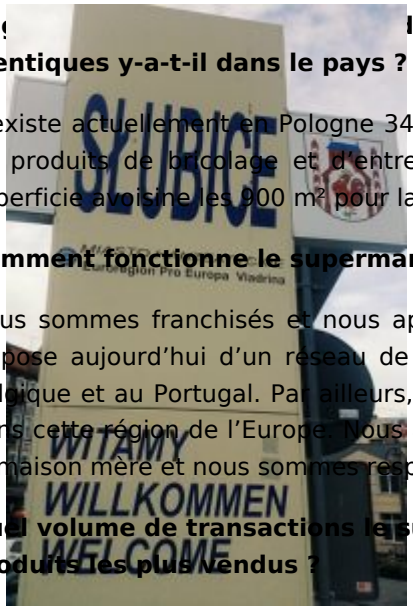
Entretien : Iwona Pogodzinska, gérante d'un Intermarché à Slubice, en Pologne

Description

Rencontre avec une gérante d'un Intermarché.



Re[illegible]l le magasin est-il ouvert ? Quelle est sa surface ? Combien de magasins identiques y-a-t-il dans le pays ?

Il existe actuellement en Pologne 34 hypermarchés » Intermarché » et six » Bricomarché » spécialisés dans la vente de produits de bricolage et d'entretien pour les particuliers. Notre hypermarché a été ouvert le 20.09.1999 et sa superficie avoisine les 900 m² pour la surface de vente et 1300 m² dans sa totalité.

Comment fonctionne le supermarché ? Etes-vous franchisés ?

Nous sommes franchisés et nous appartenons au groupe » Les mousquetaires « . Ce groupe a été créé en 1969 et dispose aujourd'hui d'un réseau de distribution international important. Il est présent en Espagne, Italie, Allemagne, Belgique et au Portugal. Par ailleurs, sa politique d'investissement en Pologne montre ses intentions de développement dans cette région de l'Europe. Nous avons garder notre indépendance financière ce qui nous place comme membres de la maison mère et nous sommes responsables de son bon développement.

Quel volume de transactions le supermarché développe-t-il ? Quel est le profil de la clientèle, quels sont les produits les plus vendus ?

Notre hypermarché se situe à quelques kilomètres de la frontière polono-allemande. De l'autre coté de l'Oder, Francfort compte 70 000 habitants. Ainsi, nous accueillons logiquement des clients allemands. Notre clientèle s'étend également à des acheteurs russes mais avec des profils différents. Leurs achats sont beaucoup plus importants et concentrés que ceux des clients de proximité. Néanmoins, notre but premier reste la vente de produits à des particuliers, c'est pourquoi nous avons choisi d'établir un hypermarché près de l'agglomération de Slubice afin d'inciter notre clientèle habituelle à effectuer quotidiennement ses achats dans notre hypermarché. Nos prix sont relativement peu élevés pour une qualité certaine.

Nous proposons bien évidemment des produits français qui font référence à votre tradition culinaire comme par exemple le vin et le fromage. Néanmoins, concernant les produits alimentaires de base, je dois avouer que ce sont les produits polonais qui suscitent auprès de notre clientèle le plus grand intérêt. Pour répondre à cette attente, nous avons nos propres fournisseurs polonais qui assurent le réapprovisionnement quotidien.

Quel est à votre avis, l'avenir de telles structures dans votre pays ? Un développement est-il possible ?

Je pense que le modèle organisationnel proposé par le groupe » Mousquetaire » comme la structure ou encore le principe de coopération avec la maison mère est réellement bénéfique pour le consommateur. Les services sont de meilleure qualité car nous bénéficions de l'expérience du groupe et l'économie d'échelle auprès des fournisseurs nous permet de proposer au consommateurs des prix avantageux. Grâce à ces deux éléments, nous pensons répondrent aux attentes des consommateurs et ainsi fidéliser notre clientèle.

Par ailleurs, le groupe » Mousquetaires » se différencie des autres grands groupes de distribution, par son approche et une certaine originalité dans son organisation. En effet, au sein du groupe, se trouvent des propriétaires d'entreprises particulières déjà existantes ayant décidé de renoncer à une partie de leur indépendance et de leur autonomie pour rejoindre le groupe. Grâce à cette flexibilité, nous arrivons à créer une cohésion et des liens forts qui peuvent garantir le

développement des » Mousquetaires » et surtout de concurrencer les autres groupes de distributions. La participation dans le groupe n'interdit pas à ces propriétaires de mener pleinement leur activité et de diriger leur propre affaire à leur guise.

L'élément du groupe repose sur le tiers temps : chaque membre doit consacrer un tiers de son temps à une fonction du groupe qui sort de son périmètre d'actions. (direction, logistique, informatique, vente, promotion…). Ainsi une personne, située dans un pays ou une région peut négocier un produit au nom de tout le groupe. Ce système permet à tous de prendre part à l'activité du groupe et de se sentir impliquer dans la prise de décisions permettant son bon développement.

Par Piotr POGODZINSKI

Vignette : Bienvenue à Slubice (Photo Credit: ftrc Flickr via Compfight cc)

Retour en haut de page

date créée
01/03/2001
Champs de Méta
Auteur-article : Piotr POGODZINSKI