

SUPÉRETTES À ALGER

# La fin des petits commerces de proximité ?

**A l'heure où les Souk-El-Fellah et autres Monoprix mettaient, l'un après l'autre, la clef sous le paillason, de nouveaux commerces ont pointé le bout du nez. Les supérettes. D'abord timide, leur apparition s'est généralisée dans tous les quartiers de la capitale : Hydra, Dély-Ibrahim, El-Biar, Hussein-Dey, Bab-El-Oued... De nouvelles habitudes ont commencé à s'installer chez les consommateurs.**

Finis les interminables aller-retour chez le boucher, le boulanger, l'épicier, le droguiste du coin. Les supérettes, c'est du dix en un puisqu'elles offrent un large choix de produits. S'il est vrai que les clients y trouvent leur compte, les petits commerçants de proximité, eux, grincent des dents.

Et pour cause, la plupart d'entre eux ont vu leur chiffre d'affaires chuter brutalement, comme nous le confie cet épicier du boulevard Mohamed V : «Avec l'ouverture de plusieurs supérettes dans le quartier, j'ai enregistré une perte sèche.»

Ouverts 7 jours sur 7, jusqu'à 22h, ces supermarchés regorgent de produits de large consommation. De la simple baguette de pain au fardeau d'eau minérale en passant par les surgelés, les légumes, les cosmétiques et les produits d'hygiène, la ménagère n'a que l'embarras du choix. Certains supérettes proposent même des plats déjà cuisinés à emporter.

Le rayon surgelé a également la cote, système D

Makrouf, cha'rek, sablés, ghribia disposés dans de jolies barquettes vous attendent. Idem pour la galette, beignet (kh'fef), m'hadjeb et autres gourmandises appréciées par bon nombre d'Algériens.

Supérette Tabaân, boulevard Mohamed V. Un ex-parking transformé en supermarché. Couleur dominante de cette enseigne : l'orange. Même le personnel (caissiers, chefs de rayon ...) portent des uniformes dans ce ton. Talonnés par le responsable de cette grande surface, nous pénétrons dans cette antre de la consommation. Les clients portant déjà un sac de provisions sous le bras sont priés de le laisser à la consigne. Chariots et paniers attendent à l'entrée.

Une dame s'empare d'un caddie. «Aujourd'hui, c'est jour de paye. Je fais le plein de produits alimentaires et d'entretien pour le mois», lance-t-elle.

Les rayons et présentoirs bien achalandés défilent sous nos yeux : droguerie, cosmétique, viandes, charcuterie, sur-



Des rayons bien achalandés.

emplettes dans le même magasin, lâche un client. On gagne un temps fou !»

Côté prix, ils s'alignent sur ceux pratiqués dans les autres commerces, exception faite pour les fruits et légumes qui affichent une hausse sensible comparés à ceux du marché. Lors de notre passage, un client a du mal à ronger son frein : «Les légumes et fruits coûtent jusqu'à 3 fois plus chers

sable lui indique qu'il existe un cahier de doléances où il peut consigner son coup de gueule.

Passage ensuite par le rayon des surgelés. La gent féminine y joue des coudes.

Pâte feuilletée, boureks déjà farçis, quiches, pizzas précuites, frites ... Tout un pannel de produits à mettre directement dans sa poêle à frire ou dans son micro-ondes. Plan de secours pour toutes ces femmes actives prises entre le marteau et l'enclume. Témoignage de Houria (fonctionnaire) : «Entre les 8 heures passées au bureau, les enfants à récupérer de l'école et les courses à faire, plus le temps à passer derrière les fourneaux. Béni soit celui qui a inventé les aliments surgelés», lance-t-elle. Une autre cliente happe la conversation au vol et renchérit : «Moi, je ne suis pas d'accord, ces produits précuits ont déjà perdu la moitié de leurs vitamines, en plus ils grèvent sérieusement le budget.»

Avant de quitter cette supérette, nous remarquons la présence de plusieurs caméras de surveillance.

Par ailleurs, comme nous l'explique notre guide, certains produits coûtent cher, tels les cosmétiques made in sont, truffés d'anti-vols invisibles à l'œil nu : «Tous les jours, plusieurs pickpockets sont appréhendés la main dans le sac, nous révèle notre interlocuteur. Récemment, l'alarme du portique s'est déclenchée au passage d'une femme.

Elle avait dissimulé dans ses poches l'équivalent de plus de 4 000 DA de produits de beauté.»

Le Méli-Mélo Market, une autre grande supérette (environ 500 m<sup>2</sup>) située en contrebas de la rue Claude-Debussy. De 9h à 19h30, cette enseigne accueille un flot incessant de clients, notamment les riverains.

Régulièrement, à l'instar de la plupart des commerces de ce genre, des ventes promotionnelles de produits y sont organisées. «A l'approche des dates de péremption, nous cassons les prix, quitte à réduire la marge bénéficiaire», nous informe Mohamed, le responsable. Quant à l'agencement des produits dans les rayonnages, il obéit à des règles strictes, comme tient à le souligner notre vis-à-vis : «Chaque vendeur est responsable de son rayon. Il est tenu de le mettre en valeur, de gérer les stocks et d'organiser les rayons en disposant les produits de façon attractive.»

Plusieurs caisses sont en service. Près de chacune d'entre elles, des barres chocolatées, des chewing-gum et autres confiseries : «C'est une stratégie commerciale visant à inciter les clients à faire un achat de plus même si celui-ci n'était pas porté sur leur liste», indique notre guide.

Côté clients, même si la plupart se disent ravis par la disponibilité et la variété des produits, d'autres font la fine bouche. Un client nous dira : «Certains produits dont la date de péremption est proche sont carrément imangeables !» Un autre pointerait du

doigt l'absence de parking : «J'aime bien faire mes courses ici, mais impossible de trouver une place où me garer.» Un autre lièvre est soulevé par une dame : «Très souvent, la petite monnaie fait défaut, d'où la formation d'interminables queues au niveau des caisses». Réponse du gérant : «C'est la Banque centrale qui est responsable du manque de la petite monnaie et qui n'en fournit qu'aux petits copains. Alors, on se débrouille comme on peut !»

Devant la multiplication des supérettes, les gérants redoublent d'imagination pour satisfaire leur clientèle. La carte de fidélité ouvrant droit à un bonus au bout d'un certain nombre d'achats commence à se généraliser.

Si certains clients se laissent séduire, ne manquant jamais de brandir leur carte au moment de payer, d'autres ont la dent dure contre cette stratégie commerciale. «Pour obtenir un bon d'achat gratuit de 200 DA, il faut totaliser 400 points, l'équivalent d'environ 15 000 DA d'achats, une goutte d'eau dans l'océan», ironise un client rencontré à la supérette Khiar, rue Burdeau.

Une chose est indéniable : après les années de pénuries (70's et 80's), ces magasins de vente en libre service ont apporté une véritable bouffée d'oxygène aux consommateurs effrénés que nous sommes devenus, même si des imperfections sont relevées, ici et là.

Sabrina Inal  
Email :  
sabrinal\_lesoir@yahoo.fr



Photos : Samir Sid

Les gérants redoublent d'imagination pour séduire le client.

pour de nombreuses femmes jonglant entre boulot et foyer. Et pour les accros des gâteaux traditionnels, pas de panique !

gelés, alimentation générale, lait et dérivés, fruits, légumes, olives, épices ...

«C'est tellement pratique de faire toutes ses

qu'à l'extérieur. Rien ne justifie cette hausse», s'empare-t-il. Mal à l'aise, probablement à cause de notre présence, le respon-