

REPUBLIQUE DU SENEGAL



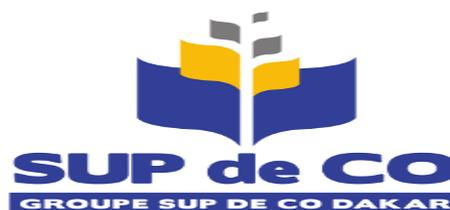
Un peuple-un but- une foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

INSTITUT SUPERIEUR DES TRANSPORTS – MEMBRE DU GROUPE SUP DE CO DAKAR



Boulevard de l'Est rue 3 prolongée
Point E. BP : 21354 Dakar – Tel : 33 859
95 95 / 33 823 25 14 Fax : +221 33 860
52 02 www.supdeco.sn/ / ist@supdeco.sn



7, Avenue Faidherbe – BP : 21354
Dakar – Sénégal – Tel :(+221) 33 849 69
19 Fax : +221 33 821 50 74
www.supdeco.sn/ / supdeco@supdeco.sn

**THEME : L'importance de la digitalisation pour la distribution des produits
des grandes surfaces : Cas CASINO**

**Mémoire de fin d'études pour l'obtention du
Bachelor en Logistique et Transport**

**Présenté par : Ndeye Coumba Dior
SECK**

**Sous la direction de :
Dr M. Djiby LY
Enseignant Chercheur à l'IST**

Année académique: 2021 – 2022

Dédicace

Ce travail est dédié à ma mère Ndeye Fatoumata FALL, qui s'est donnée corps et âme pour mes études.

Remerciement

Avant toutes choses, je souhaite montrer toute ma gratitude envers mon encadreur, Djiby LY, pour l'aide fournie tout au long de la rédaction de ce mémoire. Je le remercie pour sa guidance, ses conseils précieux, ainsi que sa réactivité générale.

Je souhaite également exprimer ma reconnaissance aux employés du supermarchés CASINO qui ont pris de leur temps et ont répondu à mes questions.

Un grand merci aussi à ma sœur Ramatoulaye SECK et à mon petit frère Amadou Makhtar Jack SECK pour leur aide dans la relecture de ce travail, ainsi qu'à mes proches qui m'ont soutenue, de quelque manière que ce soit.

Mention spéciale à mon ami Mamadou SALL qui a toujours été présent.

Je profite pour remercier tous personnels de SUPdeCO particulièrement ceux de l'Institut Supérieur des Transports (IST)

Enfin, je souhaite remercier les lecteurs de ce mémoire pour leur intérêt et leur temps investi.

Sommaire

Dédicace	2
Remerciement	3
Sommaire	4
Liste des abréviations	4
Fiche signalétique de l'action Casino	6
Résumé.....	7
Abstract.....	8
Introduction.....	9
CHAPITRE 1 : Cadre de l'étude	11
Section 1 : Présentation de l'entreprise CASINO	11
Section 2 : Activités de l'entreprise CASINO	13
CHAPITRE 2 : Cadre analytique	19
Section 1 : Présentation et analyse des résultats	19
Section 2 : Interprétation et recommandation.....	29
Conclusion	32
Webographie	Error! Bookmark not defined.
Bibliographie	34
Annexes.....	35
Table des matières.....	40

Liste des abréviations

EDI : Echange de Données Informatisé

IT : technologies de l'information

IOT : Internet of Things ou en français Internet des Objets (IDO). C'est un outil permettant un contrôle total de la production qui permet de fonctionner sur une stratégie de flux de tendue.

RGPD : Règlement Générale de la Protection des Données. *Toute organisation doit conserver une archive de ses activités de traitement des données personnelles et en effectuer le suivi.*

DAMAG : Société Dakaroise des Grands Magasins

PLV : Publicité sur Lieu de Vente

ILV : Information sur Lieu de Vente

Fiche signalétique de l'action Casino



Fiche signalétique de l'action Casino

Place de cotation Euronext Paris (Compartiment A)

Codes

- ISIN : FR0000125585
- Bloomberg : CO FP
- Reuters : CASP. PA

Indices

- de référence : CAC NEXT 20, CAC Large 60, SBF 120, SBF 250, Euronext 100
- sectoriels : DJ Stoxx et DJ Euro Stoxx Retail
- socialement responsables : FTSE4Good ; Euronext Vigeo index : Eurozone 120, Europe 120 ; Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe ; MSCI ACWI ESG Leaders Index et MSCI ACWI SRI Index ; STOXX® Global ESG Leaders indices.

Éligible

- au Service de Règlement Différé (SRD)
- au Plan d'Épargne en Actions (PEA)

Nombre total d'actions



- 108 426 230 au 31/12/2021

Capitalisation boursière

- 2,5 milliards d'euros au 31/12/2021

Notes du groupe Casino

- Casino, Guichard Perrachon est noté B (perspective stable) par Standard & Poor's depuis le 3 novembre 2021, B3 (perspective stable) par Moody's Investor Service depuis le 6 août 2020 et BB- (perspective stable) par Scope ratings depuis le 11 janvier 2022.

Programme ADR sponsorisé

- Structure : Level I ADR
- Bloomberg ticker : CGUSY US
- CUSIP : 14758Q206
- ADR depository bank : Deutsche Bank Trust Company Americas

1

¹ Source : <https://www.groupe-casino.fr>

Résumé

Actuellement, toutes les entreprises sont évidemment confrontées à la révolution digitale dans leurs activités commerciales et leurs relations clients. Cela les oblige à intégrer les technologies digitales dans leur système d'organisation et d'adressage de leurs clients et prospects. Devenue indispensable et incontournable, la numérisation occupe une place prépondérante au cœur de chaque entreprise et de la société en général. Voyons plus précisément comment le digital a impacté la transformation des entreprises de distribution et leur a permis de faire croître leur business ?

Ce mémoire traite de l'importance de la digitalisation dans les grandes surfaces : cas CASINO. Nous constatons que grâce aux outils digital et informatique mise à disposition des distributeurs montre une augmentation du profit. Le comportement d'achat changeante des consommateurs fait que les entreprises sont à la recherche d'innovation pour s'adapter, être plus flexible, optimiser les couts aux finales rechercher la satisfaction du client.

Mots clés : digitalisation, grande surface, distribution.

Abstract

Currently, all companies are confronted with the digital revolution in their commercial activities and customer relations. This forces them to integrate digital technologies in their organization and addressing system to address the customers and prospects. Digitalization has become essential and unavoidable and has a prominent place at the heart of every company and society in general. Let us see more precisely how digital has impacted the transformation of distribution companies and allowed them to grow their business.

This dissertation deals with the importance of digitalization in the retail industry: CASINO case. We found that thanks to the digital and IT tools made available to retailers shows an increase in profit. The changing buying behavior of consumers makes companies ask innovation to adapt, be more flexible, optimize costs, and seek customer satisfaction.

Keywords : [digitalization](#), [supermarkets](#), [distribution](#).

Introduction

Avant que les technologies de l'industrie 4.0 ne voient le jour le monde était dans un secteur manufacturier. A cette époque la production était faible, les fabricants faisaient face à des difficultés dans leurs secteurs d'activité. Cela étant dit pour révolutionner la manière dont les producteurs fabriquent améliore et distribuent leurs produits il y'a eu avènement de l'industrie 4.0. L'industrie 4.0 est l'ensembles des technologies numériques qui conduisent à une automatisation, a une maintenance prédictive, a une auto-optimisation des améliorations de processus et surtout à un nouveau niveau d'efficacité vis-à-vis des clients qui n'était pas possible au paravent.²

Dans la grande distribution le moindre retard dans chaque maillon de la chaine logistique affecte directement le niveau de service auprès du client final. L'EDI est majoritairement utilisé par les acteurs du secteur et s'approche de son degré maximal de maturité.³ Face à la complexité accrue des chaînes logistiques et au besoin d'une transmission de données en temps réel, l'heure est peut-être venue de franchir un nouveau cap et de se tourner vers un domaine plein de promesses : la blockchain.⁴

L'objectif des acteurs de la grande distribution et de leurs fournisseurs est de fournir aux clients finaux le bon produit, au bon endroit, au bon moment et au bon prix. Cela ne serait pas possible sans des échanges B2B informatisés et efficaces, qui sont aussi la clé pour répondre aux défis du futur. Cependant l'on ne pourrait pas parler de digital sans parler de l'informatique. Ces deux termes prêtent confusion car sont étroitement liés. Le terme de digitalisation reste encore flou pour la plupart des gens, malgré son étymologie, nous pourrions ainsi le définir comme une évolution informatique grâce aux avancées technologiques. L'avènement d'internet a permis à de nouvelles formes de travail sans que l'on soit capable de clairement identifier leurs tenants et aboutissants. L'informatique est la base du digital c'est-à-dire que c'est grâce à l'informatique si aujourd'hui on peut parler de digital. Informations Technology (IT) encore appelés technologie de l'information

² Source : <https://www.ediservices.com/>

³ Les échanges de données informatisées selon <https://edi-wiki.fr/> . L'EDI dans la Grande Distribution permet : des gains de temps de traitement des commandes, une diminution importante des erreurs de références, de quantités et une réduction des coûts administratifs.

⁴ **Blockchain** : est une technologie de stockage et de transmission d'informations sans autorité centrale. Techniquement, il s'agit d'une base de données distribuée dont les informations envoyées par les utilisateurs et les liens internes à la base sont vérifiés et groupés à intervalles de temps réguliers en blocs, formant ainsi une chaîne³ d'après <https://fr.wikipedia.org/>

en français sont tout ce qui est ingénierie, conception de système d'information. Dans l'informatique il y a la robotique, les données, la sécurité, le mobile, les télécoms.

Le digital est l'usage des outils conçus par les informaticiens pour exécuter certaines tâches. Par exemple quand on parle de digital on pense à la communication la digitalisation de la distribution est l'utilisation des outils conçus par les IT pour communiquer.

Ainsi, compte tenu des changements que nous avons assistés on se pose la question à savoir comment le digital contribue à la performance du supermarché CASINO.

De cette question centrale découle trois questions spécifiques à savoir :

- ☞ Quels sont les facteurs qui contribuent au développement de la digitalisation ?
- ☞ Quel est l'impact de la digitalisation dans la gestion du personnel dans les services : achats, dépôts, distribution, service client ?
- ☞ Comment améliorer le service rendu à l'aide du digital et devenir plus compétitif ?

Pour mener à bien notre étude il serait intéressant de parler en premier lieu de l'historique, l'organisation, les activités de CASINO puis en second lieu nous procéderons à la présentation, l'analyse des résultats collectes sur le terrain et à leur interprétation.

CHAPITRE 1 : Cadre de l'étude

Afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et de pouvoir assurer la commercialisation des produits de consommation, les acteurs de la grande distribution ont instauré des services à destination du grand public.

Section 1 : Présentation de l'entreprise CASINO

Pionnier de la grande distribution au Sénégal, Casino s'est implanté grâce à Adnan HOUDROUGE. Il est né le 31 décembre 1948 à Dakar au Sénégal, et est un homme d'affaires monégasque d'origine libano-sénégalaise. Il est le président fondateur de la société international of Monaco. Il a notamment été vice-président de l'AS Monaco. Il débute sa vie professionnelle à Dakar en 1968 a Week-end Sport, un magasin d'articles de sport où il est vendeur. Quelques années plus tard, il crée sa première boutique d'articles à Nice, rue Chauvin. Puis Adnan HOUDROUGE fonde, le 4 février 1986, Mercure International of Monaco (MIM), un groupe spécialisé dans l'import-export d'articles de sport.

Son groupe est aujourd'hui présent en Europe du Sud, en Afrique centrale, du Nord et de l'ouest, dans l'océan Indien, aux Caraïbes et en Asie. En 2004, sa société MIM reçoit le Monaco Business Award. En 2010, Mercure International of Monaco compte près de 5 000 salariés dans le monde entier. La distribution occupe une place importante pour le consommateur dans le cadre de l'apport en produits de première nécessité. Ainsi, de nombreux acteurs sont parvenus à s'implanter sur le marché, chacun cherchant à tirer profits des bénéfices du secteur.

Dans cet ordre nous allons parler de l'historique de CASINO, de son organisation.

1. Historique de l'entreprise CASINO

Fondé il y a près de 125 ans, le groupe Casino est aujourd'hui un leader de la distribution alimentaire, avec plus de 11 500 magasins dans le monde. Avec une vision claire des changements en cours dans le secteur, son objectif est d'accélérer la transformation de la distribution. Le Groupe s'appuie sur sa culture de l'innovation et sa maturité numérique pour promouvoir son expertise en matière de technologie, de logistique et d'énergie dans l'écosystème mondial du commerce de détail. Pour concrétiser ses objectifs long terme. Le Group CASINO décide de s'allier à Adnan HOUDROUGE. Ce dernier est un libano sénégalais, fondateur de MERCURE INTERNANIONAL ALIMENTAIRE pour fructifier ses revenus décide de s'implanter en Afrique avec la marque CASINO. Au Sénégal, avant l'avènement de cette entreprise il existait sur le

marché le magasin SCORE qui avec la dévaluation de l'année 1994 ne parvenait plus faire face à ses charges donc risquait de faire faillite. Adnan HOUDROUGE décide alors de racheter les actions de l'entreprise SCORE. Ainsi il est devenu Casino en se payant au passage un nouveau look qui le rend flambant neuf. Le nouveau magasin a été inauguré le jeudi 24 mai 2007. Pourtant c'est en 1995, tout juste après la dévaluation qu'il a racheté des mains de Score, tous les Scores d'Afrique. A la veille de l'inauguration du relookage de ses magasins qui sont aujourd'hui en partenariat avec le groupe Ravi qui a le label Casino entre autres, Adnan HOUDROUGE qui dit investir dans son pays d'adoption, le Sénégal par amour de la patrie, compte y développer plusieurs autres affaires.

2. Organisation générale de l'entreprise CASINO

Au Sénégal, CASINO est une Société Anonyme (SA) spécialisée dans la grande distribution et commercialisation de produits de consommation au détail. Elle a une capitale de 1.100.000.000 de F CFA. Sa direction se trouve à l'avenue George Pompidou centre-ville Dakar. Elle dispose d'un entrepôt (DAMAG) qui est situé à Fass plus précisément à Sahn. Dans son enceinte se loge le service commercial de CASINO.

- **le service du personnel** : chargé de toutes les activités en trait au personnel c'est-à-dire les salaires, les recrutements, la gestion de la ressource humaine etc.
- **le service commercial** : qui a pour responsabilité l'approvisionnement de la société en produits locaux ou importés, aussi il participe dans la fixation des marges et prix de vente des produits.
- **le service facturation** : ce service est chargé de saisir toutes les commandes venant des différents magasins dans le système informatique PLEIAD. Ces commandes vont être transformées en bons de préparation qui seront remis à chaque département pour traiter les commandes et livrer le plus rapidement les marchandises vers les différents magasins.
- **le service comptabilité** : qui est divisé en deux parties, d'une part la comptabilité générale qui effectue les opérations comptables et d'autre part la comptabilité marchandises qui se charge de l'enregistrement des mouvements d'entrées et de sorties des marchandises de l'entreprise.
- **le service transit** : qui est chargé des formalités douanières relatives aux marchandises importées, ainsi que tous les services connexes.
- **le secrétariat** : qui est le dernier maillon de la chaîne

Section 2 : Activités de l'entreprise CASINO

La distribution recouvre l'ensemble des opérations par lesquelles un bien sortant de l'appareil de production est mis à la disposition du consommateur ou de l'utilisateur final.⁵⁶

Distribuer un produit, en effet, c'est l'amener au bon endroit, au bon moment, en quantité suffisante. Le secteur de la distribution regroupe les entreprises ayant comme principale activité de revendre ou de distribuer des consommations, sans les transformer, destinés à être utilisés par les particuliers ou les ménages. On parle alors d'échange de biens. Les fonctions principales sont alors l'achat, l'entreposage, le stockage, le commerce de détail et le transport. Le choix et les services nécessaires à leur vente, leur consommation et leur entretien.⁷

1. Les fonctions de l'entreprise

a. Le stockage et l'entreposage

A casino pour assurer la distribution, l'entreprise met en place un système très solide afin de fidéliser sa clientèle et faire face à la concurrence. De ce fait l'entreprise possède un entrepôt qui est chargé des approvisionnements et qui est en relation directe avec le service commercial. Leur rôle est de contacter les fournisseurs locaux pour leur approvisionnement en produits locaux et d'être en contact avec le central d'achat qui se trouve à Monaco qui se charge des fournisseurs étrangers. A cela s'ajoute le fait que le directeur doit être en contact avec les personnels des magasins pour assurer la livraison et éviter les ruptures de stock.

La fonction de gros qui consiste à acheter et à stocker des marchandises en quantités importantes puis à les revendre en petites quantités, non pas cette fois au consommateur final, mais à des détaillants, des collectivités... Elle joue, dans ce cas, le rôle d'un grossiste grâce à la Société Dakaroise des Grands Magasins (DAMAG).

⁵ Sources : <https://www.genius-commerce.fr/>

⁶ Selon : <https://www.larousse.fr/> : Merchandising : Ensemble des techniques assurant la meilleure diffusion commerciale des produits, grâce à une adaptation de ceux-ci, prenant en compte les désirs des acheteurs et différents éléments de stratégie commerciale (emballage, répartition des produits dans les surfaces de vente).

⁷ <https://www.student.be/>

b. Le commerce de détail ou retail

La mise en rayon est un aspect important de l'agencement du magasin.

Pour assurer une visibilité optimale de vos produits et maximiser vos ventes, il est donc primordial de les présenter de façon attrayante et pertinente.

En effet, pour les clients, la mise en rayon est un élément décisif dans la décision d'achat, il vous faut ainsi attirer leur attention et susciter l'envie grâce à une implantation adéquate.

Pour vous aider à atteindre cet objectif, voici nos cinq techniques de mise en rayon qui vous permettront de booster vos ventes

2. Les services proposés

CASINO a mis en place une panoplie de service pour attirer la clientèle, les satisfaire et éventuellement les fidéliser. Parmi eux on peut citer :

a. Stratégie Commerciale de l'entreprise

- **Le dumping commercial**

Le dumping consiste donc à exporter des produits à l'étranger et appliquer un prix inférieur à celui qui est pratiqué sur le marché national.⁸ L'intérêt de pratiquer cette forme de dumping économique est de favoriser les exportations, sans pour autant diminuer le prix du produit sur le marché local. Cela permet aussi de gagner des parts de marché sur un nouveau territoire, de fidéliser de nouveaux clients, etc. Ainsi, l'entreprise peut peu à peu augmenter ses marges.⁹

Objectifs du dumping :

- Encourager la conquête de marchés internationaux attrayants
- Défendre les marchés menacés
- Monopoliser le marché

- **La fidélisation de la clientèle**

Nous proposons un programme fidélité accessible dès la création de la carte Leclerc. Cette dernière est disponible directement depuis le site internet ou à l'accueil de l'hypermarché. Une fois son obtention, le client pourra profiter des avantages CASINO.

Ces cartes sont reliées à ce qu'on appelle Les Tickets CASINO

- **Des hypermarchés toujours performants**

Avec une offre supérieure à la moyenne des concurrents, en alimentaire comme en non alimentaire, CASINO a approfondi ses gammes. Chaque magasin s'est investi dans un approvisionnement plus localisé, en circuits courts (plus de 1.000 contrats signés avec des producteurs locaux situés à moins de 100 kilomètres des magasins).

Les 6 magasins CASINO ont su résister aux pressions politiques et professionnelles cherchant à leur faire relever les prix. Ils ont ainsi largement compensé les effets négatifs de la hausse du seuil

⁸ Sources : <https://debitoor.fr>

⁹ <https://major-prepa.com>

de revente à perte sur les marques nationales imposé par la loi, en baissant massivement les prix des marques de distributeur et d'autres produits de grandes marques.

Dans ce cas la distribution joue un rôle média important par le biais de l'affichage des prix, de l'information sur les caractéristiques des produits, des conseils donnés par les vendeurs, des actions promotionnelles, de la publicité sur lieu de vente (PLV), du merchandising... en direction des producteurs : dans ce cas les intermédiaires sont une source d'information

Toute entreprise a besoin de stocker de la marchandise en attente d'être vendue, sauf les entreprises qui pratique le « juste à temps » ou « just in time ». C'est ainsi que le stockage est rendu nécessaire, du simple fait que l'achat et la revente s'harmonisent rarement dans le temps. La DAMAG dispose d'un entrepôt qui est une plateforme de distribution pour ses différents magasins SAHM, SARRAUT, LIBERTE, MERMOZ, ALMADIES et SALLY.

Pour arriver au stade de leader, la DAMAG met à la disposition de ses ouvriers un dispositif digital performante constituent un investissement de taille dans les organisations :

- ✓ Jouent un rôle important dans la préparation des commandes
- ✓ Contribuent au bien-être des employés
- ✓ Diminuent les erreurs et les pertes
- ✓ Réduction des cycles de commande
- ✓ Réduction des niveaux d'inventaires
- ✓ Réduction des tailles de commande

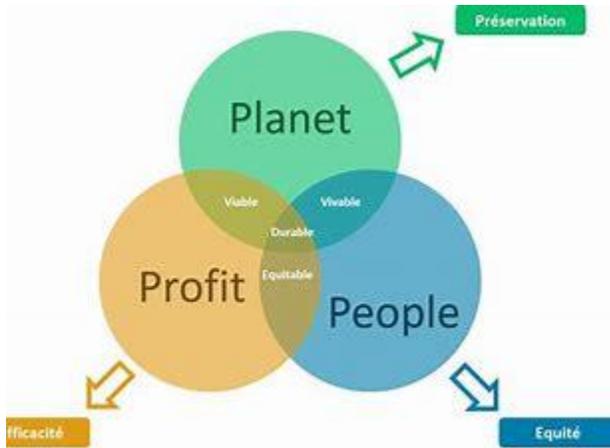
- **Mobilisation sur l'investissement et la formation**

Plus d'un milliard F CFA ont été investis ces 5 dernières années pour rénover les magasins et améliorer les circuits logistiques... ce qui a permis de diminuer les ruptures, d'améliorer le taux de service et la productivité. Une majorité de coopératives régionales (utile.) ont été modernisées pour soutenir la stratégie multicanale de l'enseigne. Plus de 526 emplois nets ont été créés ces cinq dernières années pour accompagner le rythme de développement de l'enseigne.

Un plan de formation et de montée en compétences, notamment sur les métiers du frais Traditionnel (boulangerie, pâtisserie, poissonnerie, boucherie...).

- **Les engagements sociétaux**

Les adhérents CASINO a élaboré une nouvelle charte d'engagement portant sur l'amélioration qualitative de l'offre (certification...), la réduction de son empreinte environnementale (plastique, eau, énergie...), et mise en avant des circuits courts et rationalisation des schémas logistiques.



Source : <https://www.google.com>

- **Indication géographique**

Elle précise l'origine pour les principaux ingrédients entrant dans la composition des produits à marque de distributeur.

- **Reduction des plastiques**

Le 21 septembre 2022, les sacs plastique disparaîtront définitivement des caisses des centres CASINO. Ils seront remplacés par des sacs en toile de jute réutilisables, recyclables et échangeables à vie lorsqu'ils sont hors d'usage.

b. **Stratégie de communication de l'entreprise**

- **Les réseaux sociaux**

L'objectif commercial de CASINO est très clairement de développer les ventes et le trafic dans ses grandes surfaces dans un marché où la concurrence est de plus en plus agressive. Les objectifs de communication sont de faire connaître CASINO comme la meilleure grande surface du marché et de déclencher l'acte d'achat.

La marque communique grâce à des spots TV et de l'affichage. Nous privilégions donc les médias tels que la TV, la radio, les affichages et la presse.



Source : <https://www.google.com>

L'hypermarché, en plus du site internet et des newsletters sont aussi présent dans les réseaux sociaux notamment Facebook, Instagram. Avec l'ère du numérique et du partage instantané, cette présence digitale permet à CASINO de connaître une expansion rapide mais aussi de gagner en notoriété.

- **Publicité sur le lieu de vente**

Dans le but de distinguer l'enseigne et ses produits de la concurrence, le magasin à beaucoup misée sur la publicité sur le lieu de vente (PLV) et sur l'information sur le lieu de vente (ILV).

L'animation du magasin et surtout des rayons est donc important afin de générer du trafic supplémentaire. Ce qui peut ainsi favoriser la multiplication du volume des ventes. On y trouvera différents outils tels que des panneaux d'affichages, des écrans et bornes interactives, des annonces magasins...



Source : <https://www.google.com>

CHAPITRE 2 : Cadre analytique

Selon les résultats de l'enquête menée sur le Group Casino et les informations sur la stratégie digitale dans le secteur de la distribution, bien que de nombreux distributeurs aient toujours un retard dans les investissements technologiques, ils sont de plus en plus nombreux à admettre la nécessité de mettre à jour leur plateforme technologique. La majorité d'entre eux prévoit d'investir, mais il existe encore un fossé entre les attentes et l'approche.

Section 1 : Présentation et analyse des résultats

Actuellement, 64% des distributeurs intègrent le digital dans leurs actions la plupart du temps. Toutefois, les choses n'ont pas toujours été simple. Les grandes surfaces ont dû s'adapter à l'évolution des attentes des consommateurs, aux nouveaux modèles commerciaux, aux nouveaux venus sur la marche à la nécessité de proposer des approches optimisées. A cela s'ajoute la crise sanitaire des deux années précédentes qui est venu compliquer les choses, contraignant les entreprises de distribution à s'adapter à cette situation d'urgence tout en réfléchissant à l'avenir. Une bonne gestion des flux physiques informationnels et financiers dans la distribution est très importante. Ainsi le secteur logistique a vite évolué pour proposer une chaîne d'approvisionnement flexible et réorganisée, qui requière moins de mains d'œuvre, respect des conditions d'hygiène et de sécurité revue à la hausse et garantit la protection des données. Lors de nos visites au sein de l'entreprise casino on a pu savoir qu'avant la digitalisation la procédure de distribution se faisait de manière manuelle, précaire et pénible pour le personnel. Le fonctionnement de CASINO consistait à prendre notes et à traiter les informations par écrit, l'inventaire se faisait à l'aide d'un cadencier qui permettait aux rayonnistes de se référer pour passer commande.

10

Nous avons constaté que l'avènement de la digitalisation a eu un impact majeur dans le processus de distribution car dans le temps. CASINO malgré le fait qu'il ne soit pas beaucoup présent dans le marché sénégalais occupe une place très importante si ce n'est la première dans ce domaine d'activité. Actuellement tous les services sont digitalisés ou presque.

A cela s'ajoute le fait qu'il y a une évolution omnicanale au Sénégal. En effet, le client fait ses courses en magasin et en e-commerce (drive et/ou livraison) au moins une fois par mois.

¹⁰ Source : <https://www.directemploi.com>

Le client utilise diffèrent parcours car chacun ses avantages.

PARCOURS TRADITIONNEL

Magasin avec passage en caisse traditionnel

- VOIR ET TOUCHER LES PRODUITS
- PLUS DE CHOIX
- PLUS HUMAIN



PARCOURS CONNECTES

Drive ou self-scanning en magasin

- GAIN DE TEMPS
- CONFORT D'ACHAT
- PROMOTIONS (self-scanning)
- RESPECT DE LA DISTENCIATION



Les entreprises de distribution ont désormais besoin de solution numérique adaptable a leurs logistiques, qui procurent la logique, l'agilité, la flexibilité et la sécurité nécessaire.

Pour mettre en place la stratégie du phygital, les enseignes de la grande distribution introduisent des objets connectés dans leurs enceintes :

- **Bornes tactiles pour lire un catalogue interactif ou les prix en temps réel**





- **Scanner pour faciliter l'encaissement**



- **Accès à la Wi-Fi dans les magasins pour faciliter les courses des clients et augmenter leur satisfaction**



Tout part du service IT qui a la charge de tout ce qui est informatique et digital de toute la boîte. Il fournit au personnel les logiciels dont ils ont besoin à savoir GAYA (version ancienne) qui est utilisé depuis 2005 ce qui montre leur ancienneté dans ce domaine, à cela on peut ajouter le logiciel SAGE WEB qu'il on commence d'utiliser vers 2012 et TOSHIBA logiciel version 2013(nouvelle version) qu'ils ont adopté au fil du temps pour devenir de plus en plus compétitif et performant dans la satisfaction client. En addition le service informatique met à disposition du personnel des gadgets.

Le numérique a permis au personnel de CASINO un gain de temps et la facilité apportée par le e-commerce dans l'optique de s'adapter au changement de comportement d'achat du consommateur accentué par le COVID-19 et finalement la satisfaction, fidélisation du client.

Le digital a un réel impact dans la distribution de ce fait les entreprises pour attirer les clients et les fidéliser. Ce dernier permet à l'entreprise d'avoir une visibilité. Grâce aux Community management à faire la propagande de leurs produits sur les réseaux sociaux.¹¹ Ce qui est très important présentement car permettrait d'être en interaction avec vos prospects, créer une familiarité entre l'entreprise et les consommateurs qui vont finir par s'approprier la marque.

Les canaux de communication permettent de donner aux clients potentiels les informations dont ils ont besoin. À travers cela tu peux aussi définir les cibles, déterminer les clients potentiels, connaître les désirs de tes clients, connaître leur comportement à travers les sites de vente ce qui permettrait aux managers de revoir ses stratégies commerciales ou sa communication s'il le faut. Un client peut entrer sur le site d'un magasin mais la page d'accueil peut ne pas lui plaire et automatiquement il quitte la page.

¹¹ Selon <https://blog.hubspot.fr/> Le Community manager est la personne responsable de la gestion et de l'animation des réseaux sociaux d'une entreprise ou d'une marque. De ce fait, il est le garant de sa bonne réputation en ligne. Cependant, les contours de son rôle peuvent varier, de la gestion de campagnes promotionnelles à des missions de service après-vente sur Internet.

L'intelligence artificielle offre plusieurs avantages notamment l'automatisation de la gestion des entrées. En recourant à des systèmes de détection d'intrusion associés au déclenchement d'une alarme. De plus la pixellisation assure la protection des données, conformément aux dispositions RGPD. Les solutions technologiques liées aux distances de sécurité et la fréquentation des locaux, les cartographies thermiques et les analyses du nombre de personnes présentes et des temps d'arrêts simplifient non seulement le contrôle des conditions d'hygiène et de distanciation dans les magasins et les entrepôts, mais aussi permettent d'étudier et d'optimiser les processus applicables.

L'épidémie de Covid-19 a transformé le monde dans lequel nous vivons. Même les processus simples, réceptionner un colis, par exemple, doivent être repensés : comment éviter d'avoir à toucher un écran ou un stylo au moment de signer un bon de réception.

Les technologies disponibles facilitent les livraisons des biens et permettent de collecter simultanément des données précieuses via des appareils IOT. Il est possible de gagner un temps précieux avec des solutions numériques à la pointe de la technologie, réduisant les heures passées à traiter en entreposant la marchandise pour se concentrer sur les tâches les plus critiques. Les employés traitent les marchandises rapidement et sans effort de ce fait ils sont plus épanouis, productifs et motivés.

Casino fait recours à des solutions technologiques conçues pour optimiser les chaînes d'approvisionnement, la communication, l'approche centrée sur le client et le niveau de flexibilité pour faire toute la différence. Vu l'évolution constante du secteur numérique, et du monde en générale, les entreprises n'ont pas d'autre choix que de s'adapter. Le digital les accompagne, augmente leurs performances et les aide à opérer des transformations d'un bout à l'autre de la chaîne logistique du magasinier au livreur.

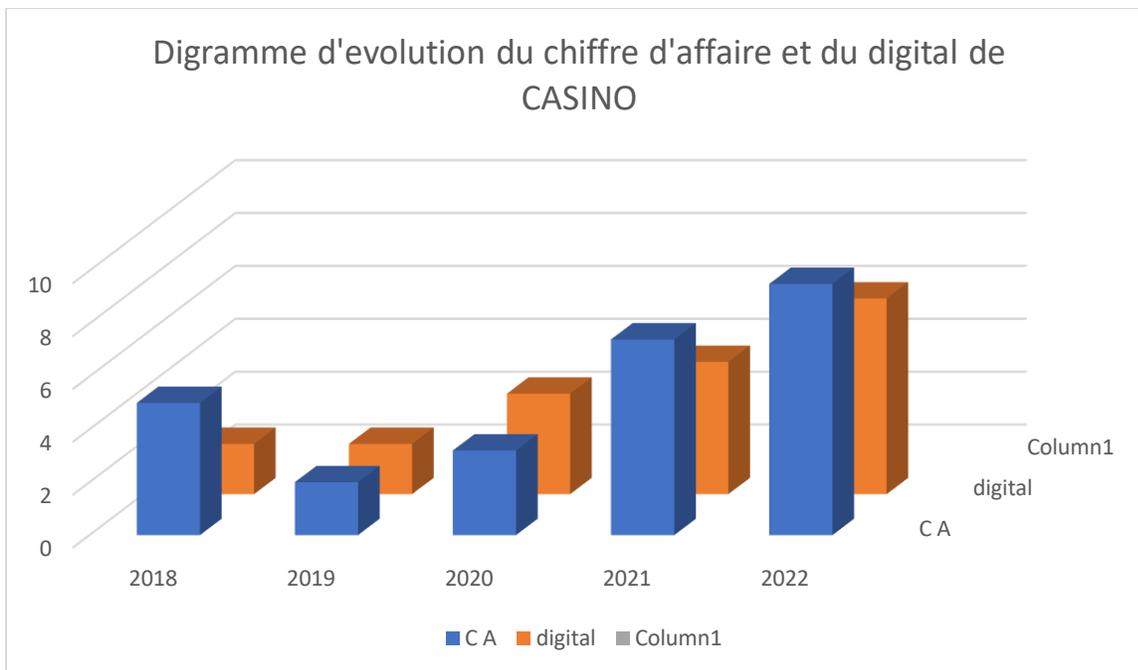
Parmi les apports du digital on peut aussi noter que la création de base de données permet de retracer les clients leurs achats pour pouvoir faire le suivi de leurs commandes que ce soit en ligne que physique. Une bonne utilisation permettrait de fidéliser ses clients et finalement ces mêmes clients deviendront vos ambassadeurs dans le monde si leurs besoins sont bien satisfaits.

1. Les indicateurs de performance commerciaux

Années	2018	2019	2020	2021	2022
Taux de croissance du CA %	5	2	3,2	7,4	9.8
Digital	1,9	1,9	3,8	5	7.5

Représentation graphique : évolution du chiffre d'affaires grâce au digital.

Titre : Diagramme d'évolution du chiffre d'affaires et du digital de l'entreprise CASINO.



Source : Direction général CASINO Sénégal

Interprétation

Ce diagramme nous permet de visualiser l'évolution du chiffre d'affaires de CASINO Sham sur la période 2018-2022 par rapport à l'évolution du digital et à l'impact du Corona Virus.

En 2018, l'entreprise réalise un CA de 83 642 336 F CFA. Cette valeur va augmenter au fur des années jusqu'à atteindre 94 544 220 F CFA en 2022. Ainsi, l'enseigne va réaliser en 2022, 6 546 352 F CFA en plus de son CA de 2021.

Cette tendance est illustrée par le taux de croissance du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Relativement bas (de 2% en 2019 à 3,5% en 2020), il va s'accroître en 2021 avec un taux égal à 7,4%.

Nous pouvons en déduire que la crise du Covid et le confinement qu'a connu le Sénégal en 2021 ont été bénéfiques pour l'hypermarché, qui a su maximiser ses ventes et augmenter son CA et ce grâce au numérique.

Avec les nouveaux comportements d'achat des consommateurs l'entreprise a su s'adapter en renforçant son web marketing pour avoir plus de visibilité attirer plus les clients et avoir plus de notoriété.

2. Présentation des matrices

a. Analyse SWOT

FORCES	Faiblesses
<p>Image de marque</p> <ul style="list-style-type: none">- Vu comme le leader des hypermarchés,- Les clients ont confiance au rapport Qualité/Prix des articles vendues dans le magasin <p>Offre commerciale</p> <ul style="list-style-type: none">- Large gamme de marque distributeur- Mise en place d'un programme de fidélité- Personnel jeune et dynamique	<ul style="list-style-type: none">- Communication discrète- Ne dispose pas de Drive- Ne s'élargie pas dans l'intérieur du pays- Crise sanitaire- Pas d'option de livraison- Concurrence déloyale

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">- Commerce de proximité- Forte médiatisation des services offertes par CASINO	<ul style="list-style-type: none">- Inflation : risque d'augmentation des prix- Changement de comportement d'achat des consommateurs avec le développement du e-commerce- La concurrence- Crise sanitaire- Crise économique- Guerre Ukraine

b. ANALYSE PESTEL

Afin de résumer les facteurs pouvant avoir un impact sur le développement de CASINO, la matrice PESTEL constitue un outil d'analyse pertinente :

POLITIQUE

Une stabilité politique est importante dans le secteur de la grande distribution. En effet, en raison des marchandises importées et exportées chaque année, CASINO entretient des relations importantes avec de nombreux pays étrangers.

ECONOMIQUE

Nous assistons au Sénégal à une inflation au taux de 5,5% selon le rapport de la FMI, ceci est dû par la hausse des denrées alimentaires et de l'énergie par la guerre en Ukraine. Cela pénalise ainsi les commerces car pouvant rendre les produits des commerces extérieurs plus chers. Pour les acteurs du secteur commerce cette tendance peut nuire à leurs performances commerciales.

SOCIOLOGIQUE

La satisfaction et la fidélisation des clients est un facteur primordial pour le développement d'une unité commerciale. Ainsi, les entreprises ont beaucoup développé leurs sens de l'innovation pour faire face aux nouveaux comportements d'achats des consommateurs afin de répondre à leurs attentes.

TECHNOLOGIQUE

Dans cette partie nous allons évoquer deux phénomènes qui ont impacté le secteur de la grande distribution.

D'une part, nous avons le développement du e-commerce et d'autre part, la naissance du Drive qui constituent des innovations technologiques et qui ne sont pas encore exploitées par CASINO. Ce qui permettrait aux consommateurs de faire des achats et des transactions via une application mobile ou un site internet.

12

ECOLOGIQUE

La protection de l'environnement, la consommation d'énergie et le recyclage : les enseignes doivent faire face à une augmentation des demandes de produits BIO, de produits issus du

¹² Source : <https://www.imf.org>

commerce équitable¹³, les entreprises doivent lutter contre le gaspillage alimentaire en réalisant moins de perte ou en jetant moins.

¹³ Selon <https://www.toupie.org/> le commerce équitable est un commerce conçu pour assurer une juste rémunération à des producteurs des pays pauvres afin qu'ils puissent développer leur activité à long terme et améliorer leur niveau de vie. Il contribue au développement durable.

Section 2 : Interprétation et recommandation

1. Interprétation

Le secteur de la grande distribution occupe une place importante dans l'économie du Sénégal. Il s'agit d'environ 300 milliards de francs CFA.

D'abord, c'est un marché très concurrentiel avec la multiplication de grandes enseignes d'hypermarché parmi eux nous avons CASINO. Avec un part de marche

Cependant avec le développement du e-commerce, nous constatons un nouveau comportement d'achat des Sénégalais. Ces derniers favorisent les courses en ligne en raison de ses avantages à savoir le gain de temps et le confort d'achat.

Face à ce phénomène le Group CASINO n'est pas encore en mesure d'offrir un service en ligne mais la mise en place de nouvelle stratégie afin de maintenir cette relation avec le client : plus d'offre de service tels que les livraisons express à domicile, en point relais.

Ensuite il a l'arrive des drives, le problème qui en découle est que les consommateurs fréquentent moins les magasins. L'explosion des parcours digitaux fait baisser le taux de fréquentation clients des unités commerciales physiques.

Nous avons assisté avec la naissance du covid-19 une baisse du chiffre d'affaires qui est dû au confinement, a une crise économique et une inflation qui fragilise le pouvoir d'achat des consommateurs.

L'augmentation du prix de la consommation fait que les clients font plus attention aux prix des produits. Ils achètent moins et uniquement l'essentiel. Ce qui entraîne alors une baisse du chiffre d'affaires des entreprises.

2. Recommandations

Quelles stratégies que CASINO doit adopter pour faire face aux nouveaux parcours d'achat des consommateurs, améliorée sa relation client et maintenir la place leader sur le marché sénégalais ?

Malgré le fait que l'hypermarché réalise des performances au niveau de son chiffre d'affaires. Il doit néanmoins faire face à deux situations :

Comme nous l'avons évoqué précédemment, le magasin de sahm se trouve dans une zone de chalandise avec une forte concurrence : Auchan, carrefour, supeco, EDK, eux aussi des géants dans l'hypermarché.

Adoptant une même stratégie de prix ces derniers proposent aujourd'hui plus de services que CASINO : le Drive, une livraison express.

3. Préconisations

Afin de préserver leur activité, Carrefour, Auchan, Casino et autres Intermarché doivent élaborer une véritable stratégie digitale. Cela inclut la création d'un service marketing digital efficace et à l'écoute de l'évolution des nouvelles techniques du numérique et des tendances de consommation

Cette stratégie doit d'ores et déjà prendre en considération :

Une présence accrue sur Internet grâce à la création d'un site marchand en ligne et du présence management, et d'une belle activité sur les réseaux sociaux.

Une interaction client « multicanale » basée sur les campagnes emailing, de SMS ou de MMS.

Le lancement d'initiatives innovantes, ludiques et attrayantes dans les lieux de vente comme les « pop-up stores ».

Le renforcement des mécanismes de travail basés sur l'usage d'Internet entre les différentes équipes de l'enseigne.

14

¹⁴ Source : <https://blog.digitaleo.fr>

Conclusion

Le développement de son réseau de vente physique indirect dans un contexte de digitalisation doit être réalisé selon les caractéristiques et les enjeux propres à chaque entreprise et à chaque marque. Plusieurs scénarios sont envisageables, qui peuvent être mis en œuvre de manière indépendante ou simultanée. Le choix sera basé sur un ensemble de critères parmi lesquels le positionnement de l'entreprise et de ses concurrents, les comportements clients et les offres proposées par la marque. Il y a forcément un énorme impact sur la flexibilité qui est positif je trouve, car on peut faire énormément de tâches de partout. Cependant, je ne pense pas c'est positif pour ceux qui ont fait un an de home working. A cause de la digitalisation, l'humanisation est un peu moins fréquente parce que tu sais tout faire de partout donc tu ne dois pas être en contact constant avec les collègues donc je pense que ça a un grand impact. Donc il y a un côté positif et un côté moins positif. Si à cause de la digitalisation l'entreprise pousse à ce qu'on ne travaille plus sur place, alors oui il y a une déshumanisation. Mais parfois on vient quand même sur place, et il peut y avoir cette flexibilité du côté humain, de décider quand on a envie de ce côté humain ou pas, ce qui est un avantage. C'est intéressant, parce que, par exemple, selon moi une réunion physique est plus productive qu'une réunion sur Teams et tout, en face à face tu peux moins te cacher parce qu'il y a le regard des autres.

En Afrique plus précisément au Sénégal la digitalisation n'est pas encore à son paroxysme car ayant une population jeune digitaliser les secteurs d'activités n'est pas avantageux pour nous. De ce fait beaucoup d'entreprise sont encore dans les pratiques manuelles.

Webographie

<https://www.ediservices.com>

<https://www.pimido.com>

<https://www.ibm.com>

<https://fr.wikipedia.org>

<https://edi-wiki.fr>

<https://mercure-international-alimentaire.com>

<https://www.directemploi.com>

<https://blog.hubspot.fr>

<https://www.journaldunet.com>

<https://www.toupie.org>

<https://www.imf.org>

<http://mediatheque.supdeco.sn:81>

<https://blog.digitaleo.fr>

Bibliographie

LOGISTIQUE DE DISTRIBUTION (Auteur du cours : Dr. ANGUEZOMO MEZUI Elsie Velda)

Digitalisation des commerces traditionnels : une amélioration du parcours client pour les consommateurs ? (Mémoire recherche réalisé par Steve Materne)

La transformation digitale et la grande distribution : quelle histoire ? (Ecrit par Maxime James)

L'impact du digital dans la performance marketing et commerciale (Arthur Haimovici Responsable du Pôle Etudes - Pôle B to B EBG)

Annexes

Ndeye Coumba Dior SECK

Institut Supérieur des Transports (IST) SUPdeCO

Niveau d'étude : licence 3



Bonjours mes dames et mes messieurs dans le cadre de la rédaction de mon mémoire je sollicite votre aide pour avoir une connaissance de la pratique dans votre entreprise pour mener à bien mon travail.

Merci d'avance de votre compréhension et de votre aide.

Thème : l'importance de la digitalisation de la distribution dans les grandes surfaces :

Cas CASINO

QUESTIONNAIRE

1- Pourriez-vous me faire une présentation de CASINO ?

La société existe depuis 1956 a pour vocation d'importer, d'exporter et évoluer dans la grande distribution.

2- Comment fonctionnait CASINO avant la digitalisation ?

Avant la digitalisation on faisait la saisie par des machines dactylographes.

3- Quelles sont les missions de casino ?

- L'importation
- L'exportation
- La distribution
-

4- Comment était vos résultats avant les procédures de digitalisation ?

- La procédure était sur mais très lente avant d'atteindre l'objectif
- La procédure n'était pas performante

5- Quels ont été les apports du digital ?

- Gain de temps
- Notoriété
- Performance
- Visibilité

7- Quels sont les stratégies de l'entreprise ?

- Le dumping commercial
- Publicité
- Affichage
- Réseaux sociaux

8- Quels sont les outils utilisés pour avoir une large visibilité des opérations effectuées dans les services ?

- Pleiyade
- SAGE WEB
- Logiciel GAYA
- TOSHIBA logiciel 2013

9- Quels sont vos stratégies de communication ?

- Réseaux sociaux
- Publicite
- Affichage
- Scanner pour faciliter l'encaissement
- Bornes tactiles pour lire un catalogue interactif ou les prix en temps réel

10- Comment réagissez-vous face à la concurrence ?

- Baisser les prix
- Augmenter la fiabilité

11- Quels sont vos activités ?

- Import
- Export
- Grande distribution

12- Quels sont les retours que vous recevez de votre clientèle par rapport au service rendu ?

- Parfois cela dépend du client :
- Satisfait
- Pas satisfait ou neutre

13- Pourrai-je avoir une analyse SWOT de CASINO : forces, faiblesses, opportunités, menaces, limites

Forces :

Image de marque

- **Vu comme le leader des hypermarchés,**
- Les clients ont confiance au rapport Qualité/Prix des articles vendues dans le magasin

Offre commerciale

- Large gamme de marque distributeur
- Mise en place d'un programme de fidélité
- Personnel jeune et dynamique

Faiblesses

- Communication discrète
- Ne dispose pas de Drive
- Ne s'élargie pas dans l'intérieur du pays
- Crise sanitaire
- Pas d'option de livraison
- concurrence déloyale

Opportunités

- Commerce de proximité
- Forte médiatisation des services offertes par CASINO

Menaces

- Inflation : risque d'augmentation des prix
- Changement de comportement d'achat des consommateurs avec le développement du e-commerce
- La concurrence

- Crise sanitaire
- Crise économique
- Guerre Ukraine

14- Quels sont vos objectifs : court, moyens et long terme ?

- Faire un bon chiffre d'affaires
- Fidéliser d'avantage le client

15- Comment décririez-vous l'environnement de l'entreprise macro et micro ?

Très faible

16- Quels sont les problèmes que vous rencontrez dans votre travail ?

Des relations très heurtées avec la clientèle du fait de sa position de « ROI »

17- Qu'est-ce que CASINO offre comme produit à ses clients

- L'agroalimentaire
- Droguerie
- Parfumerie
- Hygiène
- Produits frais

18- Quels services proposez-vous ?

- Comptable
- Caisse
- Vendeur dans les magasins
- Entrepôt
- Service client

19- Etes-vous dans la vente en ligne

Pas encore mais en cours

20- Organigramme du Group CASINO :

- PDG
- DG
- Directeur administratif et financier
- Directeur des ressources humaines
- Chefs comptables

21- L'évolution du chiffre d'affaires au cours de ces derniers années ?

Evolution en dent de scie

22- Avez-vous un Drive ?

Pas encore

23- Faites-vous une livraison à domicile ?

Quelquefois

Table des matières

Dédicace	2
Remerciement	3
Sommaire	4
Liste des abréviations	4
Fiche signalétique de l'action Casino	6
Résumé.....	7
Abstract.....	8
Introduction.....	9
CHAPITRE 1 : Cadre de l'étude	11
Section 1 : Présentation de l'entreprise CASINO	11
1. Historique de l'entreprise CASINO	11
2. Organisation générale de l'entreprise CASINO	12
Section 2 : Activités de l'entreprise CASINO	13
1. Les fonctions de l'entreprise	13
a. Le stockage et l'entreposage	13
b. Le commerce de détail ou retail.....	14
2. Les services proposés	15
a. Stratégie Commerciale de l'entreprise	15
b. Stratégie de communication de l'entreprise.....	17
CHAPITRE 2 : Cadre analytique	19
Section 1 : Présentation et analyse des résultats	19
1. Les indicateurs de performance commerciaux	24
2. Présentation des matrices	26
a. Analyse SWOT	26
b. ANALYSE PESTEL.....	27
Section 2 : Interprétation et recommandation.....	29
1. Interprétation.....	29
2. Recommandations.....	29
3. Préconisations.....	31
Conclusion	32
Webographie	Error! Bookmark not defined.
Bibliographie	34
Annexes.....	35
Table des matières.....	40

