

## COMMENT LA COLOMBIE RÉUSSIT-ELLE SON VIRAGE OMNICAL ?

**Carlos Mario Giraldo,**  
Directeur général de Grupo Éxito

**Quels sont les défis auxquels la grande distribution est confrontée en Colombie ?**

**C.-M.G.** Le client évolue : il est toujours plus conscient de l'empreinte sociétale de sa consommation, et attend des distributeurs qu'ils prennent en compte l'impact de leurs activités non seulement sur leurs parties prenantes, mais sur la société et l'environnement dans sa globalité. Le client est aussi devenu un omniscient. J'entends par là qu'il achète aussi bien online que offline, en fonction du besoin, du moment, du lieu où il se trouve. La mission des distributeurs est de lui apporter toute la variété des solutions dont il a besoin : livraison à domicile, click & collect et bien sûr une expérience d'achat en magasin de grande qualité. Dernier point : le client est en forte demande de proximité, physique ou digitale.

**Comment Grupo Éxito répond-il à ces challenges ?**

**C.-M.G.** En tant que numéro un de la distribution, Grupo Éxito a toujours su prendre ses responsabilités de leader face aux grands défis du pays. Pour mener la transition écologique et sociétale, protéger les Colombiens pendant la crise sanitaire, et aujourd'hui opérer la révolution omnicanale du secteur. Pour cela, l'innovation est au cœur de notre démarche. Dans les magasins, la nouvelle génération d'hypermarchés Éxito Wow représente déjà 30% des ventes de l'enseigne, et les supermarchés Carulla FreshMarket pèsent pour 45% des ventes Carulla. Et elle est évidemment essentielle pour répondre aux attentes digitales des clients.

**Pourquoi l'omnicalité répond si bien aux attentes des Colombiens ?**

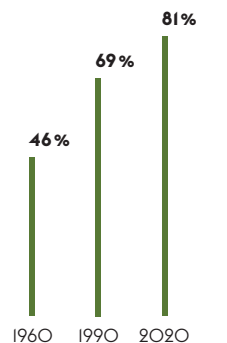
**C.-M.G.** Il y a plusieurs explications. La Colombie se caractérise par une croissance urbaine très importante, bien supérieure à celle des pays voisins. Près de la moitié des Colombiens vivent aujourd'hui dans des agglomérations urbaines de plus d'un million d'habitants. Dans ces villes très denses, aux réseaux de transport saturés, les consommateurs plébiscitent la livraison à domicile, tout particulièrement à Bogota, Medellin et Cali. La seconde raison est liée à la pandémie : les Colombiens ont considérablement développé leurs usages digitaux, et le e-commerce alimentaire a connu un essor majeur, facilité par des tarifs de livraison très bas. Grupo Éxito a joué un rôle important dans ce phénomène, en simplifiant au maximum les canaux de vente.

**De quelle manière Grupo Éxito accompagne-t-il les usages digitaux des Colombiens ?**

**C.-M.G.** WhatsApp est utilisé par deux tiers de la population : en plein confinement, il nous a paru important de donner la possibilité aux Colombiens d'utiliser ce canal pour faire leurs courses. Nous —



### POPULATION URBAINE COLOMBIENNE



**LIVRAISONS À DOMICILE\***  
**7,8 M**

\* Opérées par Grupo Éxito en 2021.



L'omnicalité devient partie intégrante de la culture d'entreprise de Grupo Éxito, une façon de considérer et d'exercer notre métier de commerçant. »



### COMMENT LA COLOMBIE RÉUSSIT-ELLE SON VIRAGE OMNICAL?

avons d'abord ouvert la possibilité de commander en direct en échangeant avec l'équipe des magasins, puis nous sommes passés au niveau supérieur en développant un chatbot très avancé avec une start-up argentine. 20% de nos ventes digitales alimentaires passent désormais par WhatsApp! En parallèle, Carulla est devenue la première enseigne du pays à proposer la livraison en moins de 10 minutes, grâce au service TurboFresh mis en place en 2021 avec notre partenaire stratégique Rappi. Enfin, nous avons créé l'appli Clickam qui fait de chaque collaborateur un ambassadeur des produits et des services de Grupo Éxito. Elle rassemble déjà une communauté de 5000 membres actifs qui s'étend même au-delà du périmètre du Groupe.

**Cette capacité à opérer le virage omnicanal est-elle liée à la maturité du modèle de Grupo Éxito dans les services financiers?**

**C.-M.G.** Effectivement, nous avons développé de longue date une stratégie d'alliances afin de monétiser le trafic de nos magasins et la confiance accordée par nos clients. Notre filiale Viva Malls, leader des centres commerciaux en Colombie, offre aux enseignes un écosystème unique de services digitaux, financiers et de fidélisation. Grupo Éxito est aussi à l'initiative de la création de la néobanque Tuya qui est devenue la première émettrice de cartes de crédits du pays avec 2,8 millions de porteurs, et développe un digital wallet. Enfin, notre programme de fidélisation Puntos Colombia, qui s'appuie sur un réseau de 120 entreprises alliées, enregistre 5,5 millions de clients actifs et devient presque une monnaie alternative.

Les synergies avec le Groupe permettent d'accélérer nos transformations, à la fois énergétique, à travers une collaboration de longue date avec GreenYellow, et omnicanale, grâce à l'expertise d'Octopia dans le développement de notre marketplace et celle de RelevanC dans la monétisation de nos données.

**Comment Grupo Éxito réussit-il à embarquer toute l'entreprise dans ce mouvement de transformation?**

**C.-M.G.** Le changement vient d'en haut. La stratégie omnicanale est devenue une vraie obsession pour le top management! Pour diffuser cette priorité dans nos réseaux, nous avons fait le choix de responsabiliser au maximum les magasins : le développement des ventes digitales est aujourd'hui intégré dans les objectifs des directeurs de magasins, et comptabilisé dans leurs résultats. Tout ceci s'accompagne d'une démarche d'acculturation au digital qui irrigue toute l'entreprise, à travers des formations en ligne, des conférences inspirantes et un réseau très actif de jeunes ambassadeurs du digital. Il s'agit d'un processus de transformation qui nécessite un investissement humain continu. Notre ambition, c'est que l'omnicanalité devienne partie intégrante de la culture d'entreprise de Grupo Éxito, une façon de considérer et d'exercer notre métier de commerçant.

PART DU DIGITAL  
DANS LES VENTES

12,2%

PORTEURS DE CARTE  
DE CRÉDIT TUYA

2,8 M

## TEMPS FORTS

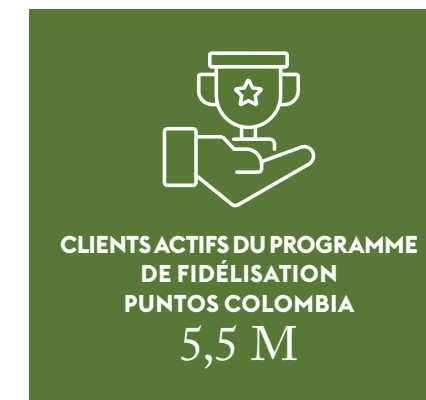
### Lancement de Turbo Fresh

Partenaire de la première heure de Rappi, le spécialiste colombien du dernier kilomètre, Grupo Éxito lance son service de quick commerce, Turbo Fresh. Dans les grandes métropoles du pays, 64 darkstores ont déjà été déployés pour livrer en 10 minutes les produits de l'enseigne Carulla.



### Grupo Éxito dans le top 10 des distributeurs responsables

Le classement de référence Dow Jones Sustainability Index place cette année encore Grupo Éxito parmi les 10 distributeurs alimentaires mondiaux les plus engagés en faveur de l'environnement et de la société. La filiale colombienne du Groupe a notamment enregistré des progrès notables dans son soutien aux pratiques agricoles durables.



### Carulla FreshMarket certifié neutre en carbone

Dotés de systèmes de réfrigération naturelle de dernière génération et d'unités de production d'électricité photovoltaïque, les 22 magasins de l'enseigne premium Carulla FreshMarket ont obtenu la certification « carbone neutre » de l'Icontec (Institut colombien des normes techniques). Carulla, qui collabore de longue date avec GreenYellow Colombia, est le premier distributeur latino-américain à obtenir cette distinction.