

Couche-Tard accorde sa confiance au Groupe 4L2 inc.

Alimentation Couche-Tard inc. octroie le mandat d'analyse de son réseau de distribution du Midwest américain au Groupe 4L2 inc.

Le Groupe 4L2 annonce la signature d'un important contrat avec le géant Couche-Tard inc. Le groupe 4L2 sera chargé d'analyser la

localisation et la conceptualisation des infrastructures du futur centre de distribution de l'entreprise. Le groupe a aussi comme mandat

d'étudier la logistique des opérations.

En décembre 2003, le chef de file canadien en accommodation indépendante finalisait l'acquisition de 2290 magasins Circle K dans 16 États américains. Portant à 680, le nombre de magasins dans le Midwest américain, Couche-Tard se retrouve ainsi en possession d'une diversité de marques, de réseaux et de structures opérationnelles qu'elle cherche maintenant à harmoniser afin d'optimiser ses opérations.

Groupe 4L2 est une toute nouvelle entreprise de services-conseils, spécialisée dans le domaine de la logistique appliquée. Elle travaille à l'amélioration des processus opérationnels et de la logistique de distribution physique de ses clients. Son président et cofondateur, Monsieur Stephan Lauzon, n'en est pas à sa première association avec Couche-Tard, avec qui il entretient des liens depuis quatre ans et demi. Fort de plus de 20 ans d'expérience en distribution appliquée, c'est lui qui dirigea l'équipe d'experts qui analysa et dessina le centre de distribution de l'entreprise à Laval, inauguré en février 2002. Il se dit très heureux de voir les dirigeants de la vaste entreprise renouveler leur confiance : «C'est le premier des cinq marchés américains pour lequel, la société entreprend les démarches d'uniformisation de son réseau. Ses gens désirent analyser la possibilité de copier le modèle de distribution lavallois dans le Midwest américain.»

Pour l'instant, le président du Groupe 4L2 n'ose avancer le nom de la ville visée pour l'installation des infrastructures : «Nous n'en sommes qu'au projet d'analyse de faisabilité. Les conclusions devraient être rendues disponibles en début d'année 2005.»

La première acquisition de 225 magasins dans le Midwest américain en juin 2001 a marqué l'entrée d'Alimentation Couche-Tard aux États-Unis. Avec l'achat de Circle K en 2003, la société est devenue la quatrième chaîne d'accommodation indépendante en Amérique du Nord. Elle possède à présent un réseau comprenant plus de 4800 magasins, dont plus de 3000 sont dotés d'un site de distribution de carburant. Ces commerces sont répartis dans huit grands marchés géographiques, dont trois au Canada et cinq aux États-Unis couvrant 23 États. Ils sont regroupés sous trois principales bannières : Couche-Tard MD; Mac's MD et Circle K MD. ■