

Un leadership solide

● Sur les 132.000 véhicules vendus au Maroc en 2015, la filiale commerciale du groupe au losange détient une part de marché avoisinant les 40% grâce aux 50.000 ventes réalisées par ses deux marques Dacia et Renault.

En tête du marché automobile national pour la énième année consécutive, le groupe Renault Maroc réalise un nouvel exercice des plus satisfaisants. En effet, l'année 2015 s'est soldée par la vente de précisément 50.394 véhicules, dont 37.392 Dacia, ce qui en fait toujours la première marque du marché, suivie de Renault qui a écoulé 13.002 véhicules. Au total, la filiale signe une hausse de 11,5%, soit une croissance supérieure à celle du marché dans sa globalité (+8,1%). En part de marché, la filiale du losange se taille la part du lion avec 38,2% en glissement annuel et même 40% sur le mois de décembre durant lequel ses ventes ont battu un nouveau record en atteignant 6.933 unités ! Un bilan très flatteur qui a été exposé la semaine dernière à la presse nationale en présence de Mohamed Bennani et Pierre Truss, respectivement, directeur des ventes et réseau et directeur marketing au sein de Renault Commerce Maroc (RCM). L'occasion pour les deux hommes de revenir sur les principales réalisations de 2015, non sans afficher les ambitions du groupe.

55% du marché des grands taxis

À n'en point douter, cette belle santé est en bonne partie imputable à une gamme de produits en phase avec le marché et notamment ceux de Dacia, qui répondent aux besoins d'accessibilité à l'automobile. Si bien qu'il n'est pas vraiment étonnant d'apprendre que sur les 10 modèles les plus vendus au Maroc, 7 ont été livrés par RCM. Ainsi les Logan, Dokker, Sandero et Duster figurent toujours en haut du tableau des ventes, en occupant respectivement la 1^{re} (11.810 uni-

tés), la 2^e (8.521), la 3^e (6.355) et la 4^e (6.009) place. Viennent ensuite les Renault Clio 4 et Kangoo qui occupent respectivement la 7^e position (avec 4.696 ventes) et la 8^e (4.326). Elles sont suivies par Lodgy, qui fait son entrée à la 9^e place du top-10 avec 3.634 unités vendues. Et pour cause, le monospace de Dacia a été boosté par sa version grand taxi, livrée à 3.342 taxieurs l'an dernier, soit 55% de ce marché !

L'opérateur le plus dynamique du secteur

Il faut dire aussi que le groupe Renault fait figure de mastodonte du secteur, épaulé par deux usines et «poussé» par une filiale commerciale hyperactive. Pour mieux l'imager, Pierre Truss a eu l'idée de concocter une vidéo rappelant la kyrielle d'actions marketing accomplies en une année. De l'anniversaire des 10 ans de Dacia, fêté par un concert de Khaled, au lancement de Kadjar, en passant par deux caravanes grand taxi, une autre pour l'utilitaire, une exposition en marge du SIAM, un showroom temporaire à l'occasion du mois sacré (Ramadan Expo), le lancement d'une offre de financement packagée pour les profession-

nels (RCI Box Pro), l'organisation d'essais dynamiques pour la gamme RS (Renault Exciting Days) ou encore d'opérations institutionnelles (campagne «Le Maroc est passion», hymne «Tkayes» pour la prévention routière)... 2015 a été une année chargée pour les équipes de Stéphane Galoustian, PDG de RCM.

Le premier réseau mis à niveau dans le monde

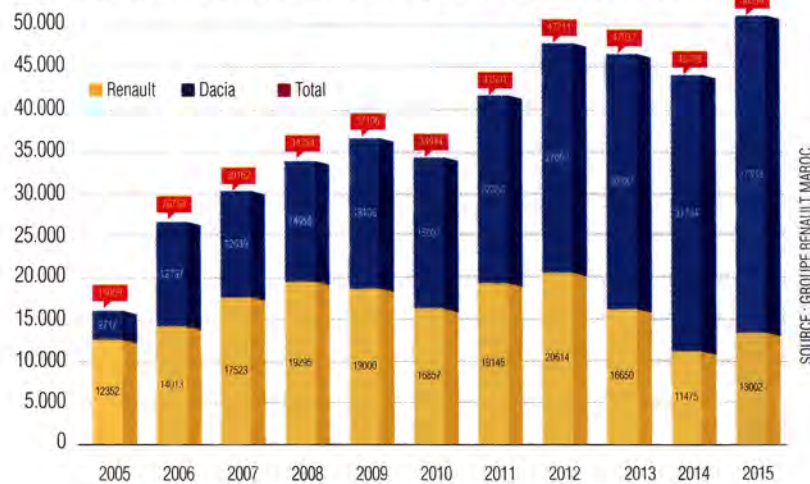
Autre volet dans lequel RCM puise toute sa force de frappe commerciale, le réseau a également connu une grande activité en 2015, avec l'ouverture de 9 nouveaux points de ventes, dans un réseau qui compte désormais 5 succursales, 17 concessions, 9 antennes, 12 agents, 12 agents directs et 6 agents de services. C'est aussi et surtout un réseau dont la totalité est en conformité avec les nouveaux standards du constructeur et selon le programme «Renault C@re» (Renault Store et Dacia Evolution). À ce titre, la filiale marocaine peut être fière d'être la première et la seule au monde à avoir déjà parachevé cette mise à niveau parmi tout le réseau mondial de Renault ! «L'une des meilleures façons de défendre nos positions,

c'est le renfort de notre couverture réseau», a martelé Mohamed Bennani, lors de la conférence de presse. Une affirmation qui va pour le passé comme pour l'avenir.

Et pour 2016 ?

Cette année, RCM prévoit l'ouverture de 19 nouveaux points de ventes et notamment une en janvier (Dakhla), 3 en février (Fkih Ben Salah, Oujda, Larache), 2 en mars (Benslimane, Casablanca), 5 au second trimestre (Azemmour, Zagora, Ouezzane, Béni Mellal, El Kelaâ des Sraghna) et 8 au second semestre (Tanger, Tiznit, Rabat, Zenata, Tinghir, Marrakech, Chefchaouen, Casablanca). En marge de ces ouvertures, deux nouveautés badgées d'un losange sont très attendues, il s'agit de la remplaçante de la Mégane et de la Talisman, dont les dates de lancement n'ont pas été précisées. Du côté de Dacia, les versions restylées des Sandero et Logan arriveront en fin d'année. Une année charnière au vu des priorités affichées par RCM. Selon Pierre Truss, il sera question de «défendre nos positions sur un marché de plus en plus compétitif, de poursuivre l'accompagnement du renouvellement du parc des grands taxis, de capitaliser sur le retour de Renault en F1 et profiter des lancements de nouveaux modèles Renault pour booster notre image et nos volumes». Enfin, 2016 augure une nouvelle année de croissance pour la filiale de Renault, qui capitalisera sur son succès dans le marché du grand taxi, ainsi que du côté des ventes aux flottes qui représentent 10% de son chiffre d'affaires réalisé en direct. ●

ÉVOLUTION DES VENTES RENAULT ET DACIA AU MAROC DEPUIS 2005



2013, cru historique pour Renault Commerce Maroc

● La filiale commerciale du Losange signe un bilan exceptionnel, frôlant les 40% en part de marché à plus de 47.000 ventes. Une machine de guerre que rien n'arrêtera en 2014, année qui aura aussi son lot de nouveautés.

ÉVOLUTION DES VENTES DU GROUPE RENAULT (MARQUES RENAULT ET DACIA) AU MAROC DEPUIS 2005



Une année de plus, Renault Commerce Maroc jubile ! La filiale commerciale du groupe Renault a tenu, en présence de tout son staff dirigeant, une conférence de presse pour dresser son bilan d'activité par rapport à l'année écoulée. Des résultats très satisfaisants, malgré un tout léger fléchissement au global (-1,4%), bien moins important que la tendance baissière qu'a enregistrée le marché (-7,3%). On pourrait dès lors parler d'une prouesse, d'autant plus que Renault a dû faire face à la baisse des volumes occasionnée par l'arrêt du montage du Kangoo à la Somaca. Surtout, RCM peut se targuer d'avoir (encore) fait progresser sa part de marché de 2,4 points, à 39%, soit la plus forte pénétration de marché du groupe Renault dans le monde ! Stéphane Galoustian, PDG de RCM, en avait fait l'un de ses principaux objectifs et l'a donc atteint.

Six modèles dans le Top-10

Pour la deuxième année consécutive, Dacia Logan arrive en tête des ventes avec plus de 10.700 nouvelles immatriculations. La Sandero arrive en deuxième lieu avec 6.727 ventes, profitant comme sa sœur de son renouvellement. En troisième lieu, le ludospace Dokker a

réussi à s'accaparer quelque 5.600 clients, profitant du vide laissé par le Kangoo CKD (Somaca). Les ventes de ce dernier, combinées à celles du nouveau modèle importé, se sont situées à quelques encablures, avec 5.276 unités. Le Duster a, lui, frôlé les 5.000 ventes (4.827), s'adjudgeant, comme les autres Dacia, le leadership de son segment. En septième place, la Renault Clio 4 totalise 3.415 ventes (hors anciennes Clio), soit à un peu moins de mille unités d'écart de sa rivale, Ford Fiesta. Au final, le groupe place 6 véhicules dans le Top-10 des véhicules particuliers les plus vendus au Maroc. Une vraie domination, visible jusque dans le paysage automobile nationale.

Un réseau qui bouge

Au-delà des ventes, le groupe Renault s'est aussi attelé à élargir et moderniser son réseau. Là encore, c'est l'une des volontés et même une obsession (au sens noble) du PDG de RCM, qui n'a pas tardé à mettre en place le concept de «Renault Store», pierre angulaire du programme «Renault Care» mis en place par le constructeur. Un travail de longue haleine axé sur une nouvelle expérience commerciale avec un nouveau «parcours client» dit «multi-canaux» et offrant un meilleur

accueil, des pôles thématiques et une approche digitale. Une nouvelle donne déjà adoptée dans le réseau qui compte plus de 8 représentations répondant à ces nouveaux standards. Parmi elles figurent les Renault Stores de Casablanca (Moulay Ismail et place Bandoeng), Meknès, Salé et Safi. Elles s'ajoutent à d'autres «affaires» qui ont été soit inaugurées (Berrechid, Khouribga), soit renouvelées comme à Fès (Vigano) et Nador.

2014, sous de bons auspices

C'est aussi un réseau qui est challengé sur le service après-vente, sa qualité et son chiffre d'affaires pièces. Ce dernier a dépassé les 350 MDH au sein du groupe, soit une hausse de 25%. Toujours sous le signe de la croissance, le groupe compte bien animer ses gammes cette année. Du côté de Renault, outre la refonte de l'offre Fluence (février), la gamme Clio 4 s'enrichira des versions RS (mars), Limited (mai) et GT Line (août), en attendant la disponibilité d'une boîte automatique EDC (double embrayage). Cette dernière équipera aussi le Captur (juin), qui aura aussi droit à une finition plus premium (août). En outre, seront aussi lancés le Koleos Phase 3 (avril) et la Mégane GT Line (mai), portant la nouvelle identité visuelle du Losange. Du côté de Dacia, l'animation de gamme se fera à travers des séries spéciales pour Lodgy (Black Line et Escapade) et Dokker (Escapade), lancées entre mars et avril. Nouveauté très attendue dans la gamme roumaine, le Duster restylé arrivera entre mars et avril, fort d'une face avant revisitée et d'un équipement enrichi (écran tactile MediaNav) et aura droit, lui aussi, à une série limitée. Voilà comment le groupe Renault pourrait faire de 2014 une année de croissance ou tout au moins de part de marché consolidée dans la continuité. ●

Q/R



Gérald Porcario, Directeur Marketing de Renault Commerce Maroc

Les ÉCO : Pensez-vous pouvoir atteindre une plus importante part de marché en 2014 ?

Gérald Porcario : La part de marché du Groupe Renault en 2013 (39%) est historique et à un niveau très enviable. En 2014, nous bénéficierons, en année pleine, d'une offre totalement renouvelée sur la marque Dacia, ainsi que pour Renault. Nous sommes confiants et pensons que 2014 devrait être un bon cru pour le groupe, dans la lignée de ce que nous avons pu réaliser en 2013.

Quel sera l'impact de la décompensation de l'essence sur votre offre de citadines ?

Nous avons anticipé cette évolution dans les dernières années et notre offre «produits» prend en compte cette donne. Face à cette diésélisation durable du marché, nous disposons de diesel modernes, économiques et performants, y compris dans notre gamme de citadines sur lesquelles le mix des ventes diesel est élevé. Cela dit, les récentes évolutions sur les moteurs essence pourraient à nouveau changer la donne dans les années à venir, redonnant un avantage coût/prestation à l'essence.

La cherté de l'essence rendra-t-elle plus attrayante l'offre électrique ?

Le lancement du véhicule électrique au Maroc tient à une logique d'image, d'entreprise citoyenne participant à la dynamique du «Maroc qui bouge». Les évolutions du prix du carburant amèneront sans doute les Marocains à une réflexion sur le coût d'utilisation de leur véhicule, dans laquelle l'offre électrique pourrait avoir sa place. Il est néanmoins trop tôt pour en tirer des conclusions en termes de trend de marché entre véhicule électrique et véhicule thermique. ●

●●●
En 2013, le chiffre d'affaires pièces a dépassé les 350 MDH au sein du groupe Renault Commerce Maroc.

Renault Tanger

«Le challenge est de remplir la capacité installée»

• Doublement de la production cette année

• Le site de Melloussa produira 3 voitures dès septembre prochain

• Les pays de l'accord d'Agadir émettent des réserves sur Lodgy et Dokker!

PLUS de 100.000 véhicules à Renault Tanger à fin 2013, doublement de la capacité, lancement de la 2ème ligne de production en septembre, coup d'envoi de la nouvelle Sandero... En attendant la phase III avec l'arrivée de Nissan, l'usine de Melloussa est en train de monter en régime avec la fabrication de trois voitures dès cette année. C'est en substance ce qu'annonce Jacques Prost, DG Groupe Renault au Maroc



«A partir de l'ILN de Tanger, nous prévoyons exporter de gros volumes de pièces détachées sur des marchés comme le Brésil, l'Inde ou encore la Russie. A terme, nous tablons sur 100.000 à 200.000 équivalents véhicules», annonce Jacques Prost, DG Groupe Renault au Maroc (Ph. Jarfi)

Renault au Maroc, qui a été l'invité du Club de L'Economiste du vendredi 5 avril.

2013 sera donc l'année charnière de la montée en puissance pour pouvoir atteindre les objectifs escomptés à terme, tant en production (340.000 unités), employabilité (6.000 postes) que d'intégration locale et d'export. Valeur aujourd'hui, le taux d'intégration oscille entre 40 et 50% (voir encadré). Ce qui est très important au terme de la première année d'entrée en production.

Le nombre d'emplois opérationnels dans l'usine de Tanger atteint les 4.200 à ce jour. «Pour le site de Tanger, notre objectif est d'arriver à 5.000 emplois dès cette année pour permettre le bon fonctionnement de la 2e ligne d'assemblage», signale Prost. Aux yeux du management de Renault, qui se dit frustré pour le moment, l'avenir prête plus à l'optimisme. Car la première année du site de Tanger a coïncidé avec la crise européenne, qui

connue pour qu'elle puisse surperformer sur le plan commercial. Ce qui demande un peu plus de temps», tient à préciser le top management.

Le challenge aujourd'hui est de remplir la capacité installée de l'usine et réfléchir aux projets qui doivent suivre. Pour donner un coup de fouet à la production et placer les véhicules sur de nouveaux marchés qui ont des relais de croissance importants, Renault Tanger envisage de se positionner encore davantage sur la région Euromed (qui compte 7 pays et 182 millions d'habitants), l'Afrique, voire les pays de l'accord d'Agadir (Tunisie, Egypte, Jordanie). Sauf que sur ce dernier marché de l'accord Quadra, les pays membres émettent des réserves sur les véhicules de l'usine de Melloussa, mais pas contre ceux de Somaca. Raison invoquée: «l'implantation de l'usine de Tanger en pleine zone franche». Pour sortir de cette impasse et lever cet embargo sur les pays de l'accord d'Agadir, des négociations seront bientôt menées avec le ministère du Commerce et de l'Industrie. Au-delà des exportations de véhicules Dacia qu'il va falloir répartir un peu partout dans le monde, Renault Maroc mise gros sur une structure à Tanger (appelée ILN) qui collecte des pièces détachées pour l'export. Ce projet, qui s'inscrit dans une stratégie très défendue par Prost, est en cours d'initialisation. Le DG en veut pour preuve l'expérience roumaine qui est très concluante sur



www.maroc1000.net

Les 1000 premières entreprises du Maroc

Recherche multicritères

Alphabétique

Par chiffre d'affaires

Par résultat d'exploitation

Par secteur d'activité

Par variation C.A

Par variation résultat d'exploitation

Les cotés en bourse

Les certifiés ISO

Taux d'intégration...

SUR l'intégration du tissu industriel marocain, le management de Renault Maroc parle d'un taux qui oscille entre 40 et 50%. «Nous avons pu avoir 17 fournisseurs de rang 1», soutient le DG. S'y ajoutent les quelque 200 fournisseurs qui assurent la maintenance et le développement des sites industriels. Mais il y a aussi des fournisseurs qui perdent des marchés et ceux qui ne sont pas reconduits en 2013. «Ceux qui n'ont pas été reconduits, c'est surtout par rapport à des problèmes de performance et des aspects purement économiques. Je vous assure, cela représente très peu d'emplois, quelques dizaines sans plus», tient à préciser le DG du Groupe Renault. «Il va falloir être patient et inscrire les enjeux de l'intégration locale plutôt dans la durée», estime Prost. □

a pénalisé un tant soit peu les volumes à l'export. Surtout que la priorité du site de Melloussa est tournée vers l'export: 90 à 95% de la production de cette usine sont destinés à l'export, principalement vers l'Europe. «On prend donc le marché européen en pleine figure», concède le DG. Ceci étant, les deux produits du site de la capitale du Détroit sont très bien perçus. C'est le cas notamment du Dokker. «Un produit très spécifique pas trop cher et qui se veut un VU (véhicule utilitaire) dans le VU», soutient le management. Mais c'est surtout Lodgy qui a le plus pâti de la crise européenne. «Ce véhicule qui arrive en pleine crise n'est pas connu. Il faut déjà que le nom s'installe et que la voiture soit plus

ce registre. «Aujourd'hui, l'ILN de Roumanie pèse pour l'équivalent de 200.000 voitures par an», signale Prost. C'est dire qu'en plus des voitures, il y a un gros potentiel sur les exportations des pièces détachées. «Nous prévoyons exporter de gros volumes sur des marchés comme le Brésil, l'Inde ou encore la Russie.

A terme, nous tablons sur 100.000 à 200.000 équivalents véhicules», annonce le DG. L'enjeu derrière cette structure est de faire du volume pour baisser les coûts de l'usine de Tanger. «Plus on va produire des pièces, plus les coûts seront appelés à baisser», soutient le DG du Groupe Renault au Maroc. □

Amin RBOUB