



Moony

## Farine haut de gamme et distribution numérique

Créée en septembre 2013 à l'initiative de 3 professionnels du secteur céréalier, Moony est une société anonyme opérant dans la fabrication et la commercialisation des farines et des semoules de blé. En quelques années seulement, l'entreprise a réussi à se faire un nom sur le marché et dégage aujourd'hui un chiffre d'affaires de 500 millions de dirhams.

Ilias MARMOUZI

**L**e groupe Moony est né pour agrandir la famille des industriels de la minoterie et semoulerie au Maroc. L'entreprise est le fruit d'une coalition de 3 grands professionnels du secteur : Chakib Alj (Cap Holding), Adil Sellami (ancien fondateur du groupe Maymouna) et Reda Sellami (ancien Directeur Général de Maymouna). « Cette association entre de grands professionnels des métiers du négoce de céréales et de l'industrie de la minoterie et de la semoulerie a permis à Moony de se faire une place assez im-

portante dans un marché saturé, et ce en un temps record », proclame Reda Sellami, Administrateur Directeur Général de Moony. Après avoir racheté les Grands Moulins de Bouznika, le groupe a lancé Moony, sa nouvelle marque de farines et semoules de qualité supérieure, garantissant au client une régularité constante. À cette fin, des efforts ont été déployés pour réussir l'intégration de ce nouvel entrant dans un marché de prix, très concurrentiel et compétitif. L'entreprise a ainsi démarré avec une large campagne publici-

taire visant à introduire la nouvelle marque. Cette campagne de communication, lancée en 2014 avec un budget conséquent (6 MDH), a depuis été reconduite chaque année. « La campagne comprenait un spot publicitaire avec une égérie de renommée nationale, assurant une présence sur tous les supports audiovisuels et d'affichage (TV, radio, affichage urbain, affichage sur bus, réseaux sociaux, etc.) », déclare Reda Sellami. Le groupe produit à ce jour deux marques : Moony et Chaibia.

3



- 1 - Camion de transport à l'entrée de l'unité de production Moony
- 2 - Lot de production de farine
- 3 - Reda Sellami, Administrateur Directeur Général de Moony

### Semoulerie et minoterie sur la même plateforme

Moony dispose de 2 unités de transformation : la minoterie (blé tendre) et la semoulerie (blé dur). « La minoterie Moony dispose d'une capacité d'écrasement de 350 T/jour, avec 7 silos de stockage de blé. La semoulerie a une capacité d'écrasement de 250 T/jour, avec 5 silos de stockage de blé », indique Reda Sellami. Pour répondre aux besoins du marché, l'usine a augmenté en 2015 sa capacité de transformation ou traitement de blé dur de 60 %, passant de 150 T/jour à 250 T/jour. Chez Moony, le processus de transformation des céréales répond à des cahiers des charges précis. Ainsi, après achat du blé, réception et pesée, le blé est pré-nettoyé puis stocké dans des silos par catégorie selon la qualité et la provenance. « Après écrasement, nous obtenons différents produits classés selon la granulométrie et l'indice de jaune pour le blé dur, et selon le taux de cendre et la force

boulangère pour le blé tendre. Ces produits sont alors stockés dans des silos de produits finis avant conditionnement et expédition vers les clients », souligne Reda Sellami. Une même mouture produit différentes farines, de valeur ajoutée variable selon la partie de la graine utilisée. La graine de blé contient en effet différentes couches, la valeur ajoutée étant plus grande en allant vers le noyau et la farine fleur. Reda Sellami explique : « Le responsable meunier mélange les différents blés pour créer un équilibre et assurer la régularité de la qualité Moony. Notre laboratoire valide le mélange avant de passer à la production. » Le laboratoire assure un suivi de la qualité des produits tout au long de la chaîne, avec des prélèvements de contrôle toutes les deux heures. « Pour être commercialisés, nos produits doivent répondre à plusieurs exigences : un taux de cendre spécifique, une certaine granulométrie, ainsi que d'autres indices de qualité », complète Reda Sellami.

### Référencer le produit sur tout le territoire

Pour les dirigeants de Moony, le point fort de l'entreprise réside aussi dans un travail du marché au niveau de la communication - création, développement et accompagnement de la marque - et de la distribution numérique. La distribution numérique est un indicateur utilisé en marketing dans la grande distribution afin de mesurer l'efficacité de la politique de référencement adoptée par l'entreprise. Concrètement, cet indicateur correspond à la part des points de vente ayant référencé cette marque sur le nombre total de points de vente sur le même marché. La stratégie de distribution Moony vise à atteindre tout le territoire. Pour cela, le groupe opère en distribution de gros et demi gros, distribution industriels, détail, ainsi qu'en grandes et moyennes surfaces. Il est également armé d'une flotte logistique détenue à 100 % par Moony (30 camions).



4, 7 & 8 - Laboratoire de contrôle de qualité  
 5 - Chargement des sacs de farine à l'entrepôt de stockage  
 6 - Moulins  
 9 - De dr. à g. : Reda Sellami, Houda Mekouar et Hicham Benhsain

En attendant, le groupe doit faire face à certaines difficultés : « la contrainte du prix et la résistance du marché traditionnel nous poussent à développer la distribution numérique », souligne Reda Sellami. Pour cela, Moony est en train de développer le circuit de vente en détail. Le groupe dispose d'un réseau de vendeurs détaillants avec pour objectif de référencer le produit chez le vendeur final et la ménagère. Un projet en marche sur l'axe Casa-Rabat-Kénitra. « C'est un challenge que nous avons relevé. À long terme, c'est l'avenir du secteur », estime Reda Sellami. Après 4 ans d'existence, Moony a su imposer sa marque et se positionner sur le marché. « Aujourd'hui nous vendons une qualité

régulière et une véritable empreinte Moony », témoigne Reda Sellami. Pour satisfaire les exigences - élevées - de la ménagère marocaine, il convient d'importer les meilleurs blés du monde. « Pour la minoterie, nous utilisons un blé tendre importé des États-Unis, de la Mer Noire (Ukraine, Bulgarie, Russie) et de France. Pour la semoulerie, le blé dur provient essentiellement du Canada », déclare Reda Sellami. À 85% de sa capacité de production, Moony compte développer davantage ses activités de B to B. Actuellement, l'entreprise fournit déjà plusieurs industriels, à l'image de Dari Couspate, fabricant de couscous. L'objectif actuel de Moony est de

verrouiller son positionnement sur le marché national. L'export figure également dans les perspectives de l'entreprise, qui est en cours de certification ISO, à l'horizon 2020 : « aujourd'hui l'export est un marché de prix. Or, chez Moony, nous voulons exporter une marque et pas seulement un produit », conclut Reda Sellami. ■

#### Chiffres clés

Capacité de production : 350 T/jour pour la minoterie, 250 T/ pour la semoulerie  
 Capital : 40 MDH  
 Chiffre d'affaires : 500 MDH  
 Effectif : 220 personnes  
 Superficie : 1,5 hectare