



Devenir l'entreprise énergétique la plus respectée d'Afrique

Vivo Energy est l'entreprise opérant en Afrique sous la marque mondialement reconnue **Shell**. Notre ambition est d'offrir dans les pays où nous intervenons le meilleur des produits et services Shell, avec des approvisionnements fiables, une expertise technique et un service client sans pareil. Pour y parvenir, nous appliquons les standards en matière de santé et de sécurité les plus élevés du secteur, et sommes engagés à fournir les carburants et lubrifiants à la qualité reconnue de Shell de manière socialement et écologiquement responsable.

Co-entreprise entre Vitol (40%), Helios Investment Partners (40%) et Shell (20%), Vivo Energy présente une combinaison unique de ressources, d'expérience et d'expertise.

Au Maroc, nos équipes développent une approche visant à répondre aux besoins de nos clients. A travers l'accès à la technologie de Shell, ses produits et services, nous visons à fournir une forte valeur ajoutée à leurs opérations. Nous voulons ainsi être le choix de référence de nos clients.



Marque déposée de Shell utilisée sous licence.



Shell Licensee

Vivo Energy consolide la marque Shell au Maroc

• 2 ans après la reprise de Shell, Vivo Energy Maroc est la 7^e entreprise au Maroc

• Elle sert 100.000 clients/jour dans ses 330 stations-services

• 250 millions de dollars d'investissements d'ici à 2016

- L'Economiste: Quel a été l'intérêt de l'union à trois de Vitol, Helios et Shell qui a donné naissance à Vivo Energy?

- Mohammed Raihani: Ce mariage à trois a connu beaucoup de succès. De manière succincte, 2012 a été une année de transition et 2013 une année de consolidation et de croissance. Nos succès se traduisent par une contribution efficace à la dynamique socio-écono-

mique nationale, en créant de la valeur ajoutée pour le Maroc, pour nos salariés



«En 2014, Vivo Energy prévoit d'ouvrir un hub continental à Casablanca qui accueillera les fonctions support de l'entreprise pour servir l'ensemble du groupe sur l'Afrique», annonce Mohammed Raihani, DG de Viva Energy (Ph. Archives de L'Economiste)

et pour nos clients. Nous enregistrons une importante croissance annuelle qui nous place aujourd'hui au 7^e rang dans le classement des 500 plus grandes entreprises marocaines avec un chiffre d'affaires de plus de 11 milliards de DH en 2012. Cela s'est traduit par d'importants investissements dans les infrastructures de distribution, d'approvisionnement et de stockage de nos produits et par des recrutements directs et indirects.

Concrètement, notre réseau de distribution s'est renforcé en 2013 par l'ouverture de 12 nouvelles stations-services et la remise à niveau de 13 autres. A travers ses 330 stations-services, Vivo Energy Maroc sert aujourd'hui plus de 36 millions de clients annuellement.

L'entreprise compte aujourd'hui près de 700 emplois directs et 5.000 indirects. Nous investissons d'ailleurs fortement dans la formation des collaborateurs. C'est une politique forte que nous prônons, soutenus en cela par nos actionnaires. Nous soutenons d'ailleurs fortement l'emploi des compétences locales, traduisant un choix stratégique de nos actionnaires depuis la reprise des activités de Shell. Notre comité managérial est par exemple composé exclusivement de compétences marocaines.

- Où résident les défis que Vivo Energy a pu relever?

- Le succès d'assurer la qualité permanente d'un produit. Car le souci au quotidien de Vivo Energy, c'est de pouvoir offrir des produits de haute qualité. Nous nous positionnons en entreprise novatrice qui anticipe les besoins du client. Ainsi, à l'initiative de Vivo Energy, le Maroc fait partie des 20 pays à l'échelle mondiale à avoir lancé Shell FuelSave 50, faisant bénéficier les clients de la R&D Shell.

Avec la hausse des prix à la pompe, notre produit est arrivé au bon moment pour aider nos clients à faire des économies. Le lancement de Shell FuelSave50 répond à cette préoccupation. L'impact est réel. Nos ventes ont augmenté de 12% en volume, en octobre et novembre, comparées aux mêmes périodes l'année dernière. Par ailleurs, nous avons œuvré pour que l'automobiliste marocain ne ressente aucune différence dans la qualité et le service dans

les stations Shell par rapport au reste du monde.

- Quelles perspectives donnez-vous à la croissance ?

- Cette croissance marque le début d'un fort développement tous azimuts de notre business, grâce notamment à la confiance de nos trois actionnaires, Vitol, Helios et Shell. Les actionnaires misent beaucoup sur le marché marocain, de loin le plus important sur le continent pour Vivo Energy. Ils nous ont permis d'opérer d'importants investissements ces 2 dernières années, notamment dans la rénovation et l'extension du réseau de distribution. La qualité et la disponibilité de nos produits sont une priorité stratégique.

- Où résident les enjeux de vos investissements ?

- Les nouveaux investissements de 2013 incluent aussi un programme stratégique que les trois actionnaires ont opéré cette année à travers la joint-venture Shell & Vivo Lubricants dédiée à la production et à la commercialisation des lubrifiants Shell sur le continent africain. Il s'agit de l'usine de fabrication des lubrifiants Shell située à Casablanca qui s'est modernisée pour tripler sa capacité de production, grâce à un investissement de 70 millions de DH. Elle deviendra la plus grande unité de fabrication des huiles Shell en Afrique et l'une des trois plus grandes usines de lubrifiants de tout le continent africain dont les deux tiers de la production seront dédiés à l'export. Aussi, nous avons l'engagement des actionnaires de maintenir d'importants investissements d'ici à 2016. L'enveloppe est de 250 millions de dollars et le Maroc tirera meilleur profit de ce budget au vu de sa taille importante au sein du groupe. Vivo Energy prévoit d'ouvrir un hub continental à Casablanca en 2014 qui accueillera les fonctions supports de l'entreprise pour servir l'ensemble du groupe sur l'Afrique. Cela inclut également un investissement conséquent dans notre réseau pour assurer un maillage optimal des implantations de stations-services. La disponibilité de produits de grande qualité est un pilier stratégique pour Vivo Energy. Les capacités d'approvisionnement et de stockage seront également renforcées. Nous nous approvisionnerons aussi davantage chez le raffineur national, contribuant ainsi à la consolidation et au maintien des capacités de raffinage du pays. □

Propos recueillis par B.T.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com



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

Vivo Energy monte la cadence

● Vivo Energy Maroc vient d'annoncer un investissement de 70 MDH dédié au renforcement de la capacité de production de l'usine de fabrication de lubrifiants Shell, située dans le quartier des Roches Noires à Casablanca. Décryptage.

CHIFFRES CLÉS DES PRINCIPALES ENTREPRISES SECTORIELLES

INDICÉES 2011	SAMIR (COMPTES SOCIAUX)	VIVO ENERGY MAROC (COMPTES SOCIAUX)	TOTAL MAROC (COMPTES SOCIAUX)	CEH (COMPTES SOCIAUX)
Chiffre d'affaire (en KDHS)	49.742.192	10.228.519	8.496.584	4.721.599
Marge opérationnelle (en%)	2,1%	3,7%	5,4%	2,0%
Résultat net (en%)	0,9%	4,4%	3,8%	1,3%
Capitaux propres (en KDHS)	5.148.525	1.160.168	899.024	306.13
Dettes financement (en KDHS)	4.087.463	1.340.243	754.444	348.802
Ratio d'endettement MLT	79%	116%	83%	114%

SOURCE: INFORISK

Les travaux concernant l'usine de fabrication de lubrifiants Shell de Casablanca ont été lancés, mardi, en présence du ministre de l'Énergie, des mines, de l'eau et de l'environnement Fouad Douiri. Selon Vivo Energy Maroc, ils permettront, dans 18 mois, de tripler la capacité de l'usine mais également d'élargir sa gamme de produits, aussi bien pour la consommation locale que pour l'export. Ce projet est un élément fondamental du développement stratégique de la société. Le triplement de la capacité va en effet servir à deux niveaux la stratégie de Vivo Energy, surtout au Maroc où la société figure dans le top 3 des sociétés du secteur de commerce de gros de combustibles (CA de 10,2 MMDH en 2011, chiffres Inforisk). Cela devrait renforcer ce leadership en volume et en parts de marché. En outre, la modernisation de l'usine permettra à la société d'évoluer vers des produits plus innovants, à savoir les huiles synthétiques. Aujourd'hui, la production concerne exclusivement d'huiles minérales qui dépendent de moins en moins aux exi-

gences du marché et de l'environnement. De nouveaux véhicules arrivent sur le marché marocain, et ceux-ci n'ont pas les mêmes besoins que les anciens véhicules.

De nouveaux besoins

L'usine permettra ainsi à terme d'élargir la gamme de produits Shell fabriqués au Maroc. En effet, la société Vivo Energy est aujourd'hui contrainte d'importer un certain nombre d'applications de lubrifiants qui ne peuvent être produits localement. L'usine permettra

dans les mines (machines d'extraction minières), le transport (terrestre, ferroviaire, maritime et aérien) et l'énergie (centrales de production d'énergie). La vision à terme de Vivo Energy est ambitieuse: «dans dix ans, où que l'on soit en Afrique, on risque de trouver un véhicule ou un équipement utilisant les lubrifiants Shell produits au Maroc». Il est à noter que le projet sera réalisé en parallèle avec la production normale. Le volume de production de lubrifiants Shell passera ainsi de 27.000 tonnes aujourd'hui à 90.000 tonnes, et devrait atteindre dans une dizaine d'années 150.000 tonnes annuelles. 80% de cette production sera destinée à l'export, en Afrique. Le site des Roches Noires générera, selon le management du groupe, plus de 100 millions de dollars de recettes par an en devises à partir de 2015. On projette le frêt de 5.400 conteneurs par an depuis les ports de Casablanca et de Tanger Med. Il faut souligner que 70% des nouvelles infrastructures de l'usine seront réalisées par des sociétés marocaines (sauf quelques machines importées). Plus de 20.000 heures de travail seront ainsi nécessaires pour mener à bien la modernisation de l'usine, modernisation qui doit générer près de 250 postes directs et indirects. ●

Le groupe a l'intention de conquérir de nouveaux marchés sur le continent africain.

donc de remédier à ce problème. Vivo Energy pourra alors même exporter en Afrique cette large gamme de lubrifiants. Les besoins en nouvelles applications de lubrifiants se font de plus en plus sentir sur le continent, notamment

Combustibles, le marché disputé par trois opérateurs

Selon les chiffres d'Inforisk, le CA cumulé par les entreprises du secteur du «commerce de gros de combustibles» s'est établi à 96,67 MMDH en 2011. L'activité sectorielle a fortement progressé entre 2009 et 2011 (+46). Le secteur est dominé par trois opérateurs qui réalisent 71% du CA sectoriel, à savoir Samir (51%), Vivo Energy Maroc (11%) et Total Maroc (9%). Le niveau de marge opérationnelle (résultat d'exploitation/chiffre d'affaires) réalisée par les entreprises du secteur se situe à 3,3% en 2011. Contrairement au CA, la marge opérationnelle sectorielle a connu une dégradation depuis 2009, passant de 4,2% en 2009 à 3,3%, soit une baisse globale de 0,9 point. Le niveau de rentabilité nette (résultat net/chiffre d'affaires) atteint, lui, 2,1% la même année. Tout comme la marge opérationnelle, la rentabilité nette s'est progressivement détériorée, passant de 3% en 2009 à 2,6% en 2010, et à 2,1% en 2011.

Q/R



Parminder Kohli,
DG de Shell & Vivo Lubrifiants.

Le Maroc, notre plus gros marché

Les ÉCO : Que représente le Maroc pour votre groupe ?

Parminder Kohli : Le Maroc représente aujourd'hui 25% de notre activité lubrifiants en Afrique. En termes de production, il représente près de 30%. Avec le projet d'expansion de l'usine de Casablanca, le Maroc deviendra encore plus important puisqu'il représentera 60% de notre production en Afrique. 80% de cette production seront destinés à l'export. Un investissement de 70 MDH est dédié au projet d'extension de l'usine.

D'autres investissements sont-ils prévus ?

Cet investissement sera consacré au projet d'extension de l'usine qui est d'une durée de 18 mois, mais il faut savoir que chaque année il y a des investissements qui sont consacrés à l'usine. Les centres de production ne sont pas les seuls concernés. Tous les ans, des investissements sont également réalisés au niveau du marketing et des ventes. À titre d'exemple, cette année, nous avons le projet de former 10.000 mécaniciens dans le conseil de l'utilisation de l'huile pour le client final. Cette formation représente également un investissement dans le pays.

Quelle est la taille du Maroc par rapport au marché africain ?

Le Maroc représente une part importante de notre activité en Afrique. Il est normal qu'il concentre aussi une part importante des investissements. Ces derniers s'élèvent, cette année, 70% de l'investissement de notre groupe en Afrique.

L'ambition est d'exporter 80% de la production marocaine en Afrique. Quels sont les pays visés ?

Ce sont, en premier, les marchés proches du Maroc, à savoir l'Algérie et les marchés de l'Afrique de l'Ouest. Le Niger nous intéresse énormément aussi. Les marchés en Afrique subsaharienne comme la Zambie sont également visés. En résumé, il s'agit essentiellement des marchés où la marque Shell n'est pas présente. ●



Plus de 20.000 heures de travail seront nécessaires pour mener à terme la modernisation de l'usine.