

Comment imprimer un nouveau souffle

• La tarification du kilogramme ne fait pas l'unanimité

• L'arrivée des opérateurs internationaux a révolutionné l'offre

À l'heure d'internet, du e-commerce et du smartphone, le marché de la messagerie d'urgence et du transport express de colis négocie un nouveau virage et change de polarisation.

Le temps est révolu où l'on n'avait d'autre choix que la Poste pour expédier un colis ou des documents urgents. Adoptée en juin 1997, la loi 24-96 relative à la Poste et aux télécommunications a libéralisé le courrier national et international. Le texte a mis fin au monopole de Barid Al Maghrib. Cependant, l'opérateur historique ne s'est pas retiré des différents marchés. Barid Al Maghrib est à la fois sur la messagerie nationale et internationale, avec ses filiales Amana. La cohabitation crée des frictions avec les conces-



Le secteur de la messagerie est représenté par une douzaine de sociétés, affiliées à la CGEM via la Fédération du transport et employant quelque 2.500 salariés. Le chiffre d'affaires de l'activité s'élève à environ 700 millions de DH (Ph. S.Z.)

sionnaires. Notamment sur le tarif du kilogramme vendu. Sur la question, Barid Al Maghrib est resté évasif, se contentant de rappeler que «la politique tarifaire tient compte de la saisonnalité de la demande, de la zone de livraison, des disponibilités de capacités».

avantage des opportunités offertes par le marché national du colis et messagerie. Ce plan s'articule autour de plusieurs objectifs, notamment atteindre une taille critique nécessaire à l'amélioration de la rentabilité de l'activité et se positionner en tant que leader du secteur. Barid Al Maghrib veut optimiser les opérations colis national et renforcer la force de vente, filialiser les activités hors monopole et gagner des parts de marché sur le colis international par le développement de la filiale EMS Chronopost Maroc.

En matière de desserte, l'essentiel des entreprises du secteur assurent le transport des colis par autocars et camions. Elles mêlent la plupart du temps deux à trois activités. La première est celle de la messagerie consistant à faire du transport de porte-à-porte de colis et d'assurer des dessertes au sein de réseaux régionaux. En lien avec cette activité, elles assurent le service express interrégion ou transport interurbain. La troisième activité consiste

Le manque de synergies entre le pôle courrier et le pôle colis et logistique de Barid Al Maghrib et SDTM freine considérablement les performances de l'opérateur historique. Celles-ci se limitent à la mutualisation du transport interrégions sur quelques axes parmi les dix principaux.

Pour la période 2013-2017, Barid Al Maghrib a établi un plan stratégique ambitieux, en vue de rattraper son retard et tirer

à assurer la livraison pour le compte des entreprises qui ont l'agrément du courrier international, groupements régionaux... À ce niveau, plusieurs partenariats se font, notamment pour des prestations de transport assurées par des opérateurs comme CTM Messagerie. Les réseaux coopératifs occupent une part significative sur le marché. Les opérateurs comme CTM Messagerie collaborent avec des géants comme Geodis, groupe spécialiste de la logistique. Fin 2016, le groupe a annoncé en perspective de s'y appuyer comme levier de croissance en vue d'améliorer son rendement et renforcer sa position de leader sur le marché du transport. La performance des activités du transport interurbain et de messagerie lui ont permis de réaliser un chiffre d'affaires de 600 millions de DH.

Autre contrainte, le secteur ne dispose pas d'informations actualisées. La Cour des comptes l'a relevé dans son dernier rapport sur Barid Al Maghrib. Sur l'activité colis et messagerie, hors activités intra-groupe, Barid Al Maghrib a enregistré un chiffre d'affaires de 128,20 millions de DH entre 2010 et 2012. Hors SDTM, il a réalisé un chiffre d'affaires de 181,06 millions de DH en 2014. Ce chiffre provenait essentiellement de la messagerie nationale. La répartition du chiffre d'affaires montre la faiblesse de la messagerie internationale. En effet, la rubrique internationale a réalisé un chiffre d'affaires de 21,72 millions de DH en 2014.

En parallèle, Globex (FedEx), DHL, UPS, TNT, Shipex (Aramex), Amana International se répartissent le business de l'express international. Plusieurs d'entre eux sont développés en franchise. Leur arrivée sur le marché a fait un peu oublier la face cachée du métier: celle de la messagerie traditionnelle. □

M. K.



Messagerie

Les maillons faibles de la filière



• **L'informel détient environ 40% du marché**

• **Le cahier des charges et l'absence de contrôle tirent les standards vers le bas**

LE secteur de la messagerie connaît une croissance annuelle d'environ 15%. Toutefois, l'activité en est à ses balbutiements au Maroc. Il y a encore quelques années, le marché était pratiquement vierge. Environ 40% du business est détenu par les transporteurs non officiels. Entre 20 et 30% sont détenus par le secteur formel non organisé. Les 30% de parts de marché restantes sont partagées entre les trois grands groupes: CTM Messagerie, La Voie Express et la Société marocaine du transport et de la messagerie (SDTM), filiale depuis 2013 de Barid Al Maghrib. Les trois grands opérateurs tra-

vailent majoritairement pour le compte de grands donneurs d'ordre structurés et organisés.

Le secteur souffre de plusieurs insuffisances: le cahier des charges n'est pas

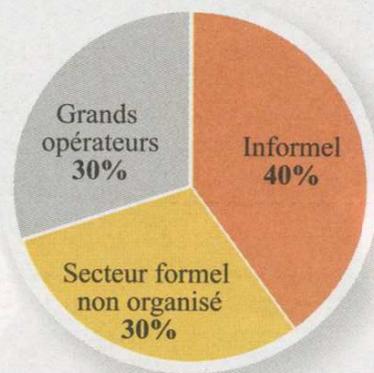
assez strict et le contrôle est pratiquement inexistant. Créée en 1996, SDTM est l'un des pionniers du secteur. Elle est actuellement leader de la messagerie au Maroc. L'entreprise compte plus de 6 millions de colis acheminés annuellement grâce à une flotte de plus de 300 véhicules. Son principal concurrent, La Voie Express, traite environ 5 millions de colis par an. Vient juste après CTM Messagerie qui achemine environ 3 millions de colis annuellement.

C'est suite à l'entrée en vigueur de la loi 24-96 et la séparation des secteurs Poste et télécommunications que la messagerie s'est libéralisée. La nouvelle configuration a laissé la voie ouverte aux petites structures. La grande majorité d'entre elles sont des petites PME, voire des TPI. Des particuliers se sont spécialisés dans cette activité, au mépris des règles et standards qui régissent la profession. Certains se sont même lancés dans un trafic international. Ils collectent les colis pendant 1 mois, voire plus, et font le plein de leurs autocars dans les deux sens: au départ des villes européennes, comme des villes marocaines. Plusieurs petits opérateurs ont pignon sur rue. Généralement les véhicules sont vétustes. La majorité de ces structures n'ont pas de

siège social, ni d'entrepôts, personnel non déclaré, pas de matériel en propre... La clientèle faisant appel à leurs services est en général attirée par l'argument du prix. La prestation se fait à environ 15, voire 20 DH. Le transport d'un colis de Casablanca à Agadir est autour de 20 DH, contre une prestation à 54 DH pour les colis dont le poids est inférieur à 5 kg, chez CTM. Au-delà de ce seuil, le prix de la prestation augmente de 10 à 15 DH pour chaque palier de 5 kg, sauf les villes distantes de plus de 300 km, pour lesquelles la prestation peut varier entre 70 et 120 DH via les réseaux des transporteurs de la filière structurée. Dans l'informel, le prix de la livraison transnationale varie entre 1 et 2 euros, que le colis provienne de France, d'Allemagne ou d'un autre pays européen. Le respect des délais de livraison importe peu, pourvu que le colis arrive à destination.

Les autorités et opérateurs de la messagerie gagneraient à ce que l'activité soit plus réglementée, notamment au niveau des contre-remboursements, des assurances marchandise et des garanties offertes au client. «Il faut imposer un minimum de capital social, à la limite une caution aux nouveaux entrants dans la messagerie. Cela représenterait une barrière à l'entrée aux petites entreprises de quartier», préconise un manager chez La Voie Express. □

L'informel gangrène l'activité



Source: Filière

Les grands groupes détiennent à peine 30% de part du marché de la messagerie. Le reste est réparti entre l'informel et les opérateurs peu ou pas du tout structurés