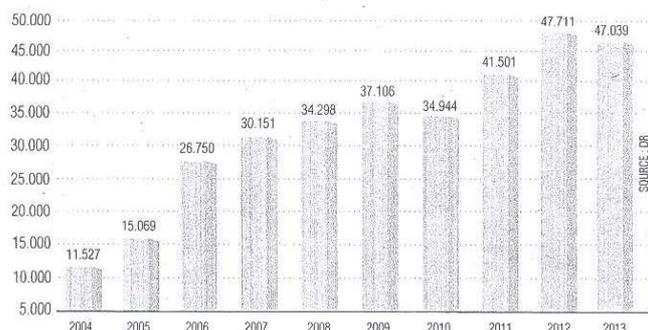


2013, cru historique pour Renault Commerce Maroc

● 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 enregistré 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 là 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'adjugeant, 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 donnée. 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.