

# L'enseigne marocaine Bricoma étouffe son réseau

L'entreprise spécialisée dans le bricolage poursuit sa politique d'implantation et adopte une nouvelle stratégie axée sur le remodelage de sa gamme. Elle déploie également un programme de formation permanent pour consolider les compétences de ses collaborateurs.



**Bricoma de Meknès couvre une superficie de 1 000 m<sup>2</sup> et emploie directement plus de 50 personnes.**

Le spécialiste du bricolage Bricoma se réorganise. Comme nous l'annoncions en exclusivité, l'enseigne vient de procéder à un remodelage de sa gamme en la recentrant sur les produits de base tels que l'outillage et ceux destinés au monde du jardinage. Pour Mohamed Filali Chahad, président-directeur général de Bricoma, «il s'agit de garder le même assortiment dans tous les points de vente pour ne pas dénaturer l'identité du concept initial, et privilégier au niveau de chaque magasin les spécificités des besoins de la clientèle de la zone d'implantation». En interne, la société affirme avoir

*La progression  
du chiffre  
d'affaires annuel  
est comprise  
entre 20 et 25%.*

adopté une politique de développement axée sur le renforcement des compétences. Une manière pour l'enseigne marocaine de développer l'esprit d'appartenance chez ses collaborateurs et leur sens de la pratique professionnelle. Dans la foulée, un programme de formation permanent a été mis en place. Sa mission, initier les nouvelles recrues aux pratiques spécifiques du secteur de la grande distribution en général et au secteur du bricolage en particulier. «Nous sommes conscients que les compétences pratiques internes constituent un levier de croissance externe. Les nouvelles recrues sont généralement à leur première

expérience professionnelle. Elles ont un bagage théorique, certes, mais pas les compétences qu'il faut dans la grande distribution», assure Youssef Benjelloun, directeur de la communication.

Pour le PDG de Bricoma, l'enseigne est restée fidèle à ses valeurs et respecte son plan stratégique de développement défini depuis 2004 en dépit d'une conjoncture nationale et internationale difficile. «Une preuve de courage et de foi qui confirme la success-story de la famille Chahad», fait-il valoir. Pour élargir sa zone de chalandise, la société poursuit sa politique d'implantation. D'ailleurs, elle vient d'ouvrir son huitième magasin à Meknès. Valeur de l'investissement : 16 millions de dirhams. La nouvelle plateforme couvre une superficie de 1 000 m<sup>2</sup> et compte plus de 50 emplois directs et une trentaine indirects. Pour le top management, il s'agit de dynamiser l'investissement générateur d'emplois dans la région. Avec le Bricoma de Meknès, l'enseigne porte du coup sa surface de vente à 30 000 m<sup>2</sup> dans le Royaume, alors qu'elle disposait d'à peine 4 000 m<sup>2</sup> en 2004. «Le nouveau magasin propose à ses clients des dizaines de milliers de références à travers six départements : quincaillerie, outillage et rangement, électricité et luminaire, jardinage et plein air, droguerie et peinture et sanitaire et étanchéité», indique l'entreprise. À en croire son top management, l'enseigne enregistre en moyenne une ouverture de magasin par an. Son chiffre d'affaires croît annuellement de 20 à 25% et son effectif est passé de 60 à 480 employés directs en moins de dix ans. Le spécialiste du bricolage affirme par ailleurs que sa clientèle est en croissance permanente. À fin 2013, elle est estimée à près d'un million de personnes. ■

Saïd Naoumi