

Koodza devient Decathlon Easy

● Parallèlement à une deuxième ouverture à Mohammédia, le spécialiste de l'équipement sportif a décidé de changer de dénomination commerciale. Ce changement n'aura pas d'impact sur son positionnement marketing et sa stratégie commerciale. L'entreprise préserve toujours sa politique de prix bas.



Après trois ans de présence au Maroc, Le groupe Oxylane a décidé de rebaptiser son enseigne discount de Koodza en Decathlon Easy «afin d'assurer une cohérence plus forte entre les différentes enseignes de distribution». Ce changement de dénomination commerciale a été opéré de manière presque simultanée avec l'ouverture d'un deuxième magasin à Mohammédia. Une réussite tenant compte de la nature du secteur de l'habillement et de l'équipement sportif. Un secteur qui est toujours marqué par la concurrence exercée par le marché de l'occasion, en plus de l'existence de quelques enseignes qui appartiennent plutôt à un segment haut de gamme. Mais, il faut dire que le positionnement de Decathlon Easy se base entre autres sur des produits sportifs neufs à bas prix, ce qui propose d'emblée au client, surtout à celui qui est à la recherche du libre-service, une alternative au marché de l'occasion. Aussi, certaines marques commercialisées par le groupe français, à l'image de Quechua, Kalenji ou Btwin sont une alternative aux

marques medium et haut de gamme existantes sur le marché, et réputées pour leur très bon rapport qualité/prix. Globalement, l'entrée de Decathlon Easy sur le marché marocain, parallèlement à plusieurs autres critères, témoigne d'un développement du secteur des produits sportifs, insufflé par un grand changement dans la pratique du sport au Maroc.

Impact commercial

Le changement de la dénomination commerciale aura-t-il un impact sur l'activité de la filiale du groupe français Oxylane ? Cela

L'enseigne garde son «organisation low-cost» avec un système de vente en 100% libre-service.

ne semble pas être une préoccupation du côté de Decathlon Easy Maroc, qui a préservé comme priorité les mêmes promesses clients déclinées auparavant, à savoir «proximité & rapidité/simplicité/qualité et prix bas». En termes d'offre commerciale, le spécialiste de l'équipe-

ment sportif continuera de «proposer les prix les plus bas possibles pour rendre accessible le sport au plus grand nombre d'utilisateurs», selon les dires de Khalid Mounacir, directeur du développement Maroc. Afin de respecter cette politique de prix bas, l'enseigne a préféré garder son «organisation low-cost» avec un système de vente en 100% libre-service et sans services accessoires (pas d'atelier de réparation, pas de crédit, pas de livraison à domicile). «Nous gardons une offre produit constituée exclusivement de produits passion de notre groupe (Quechua, Domyos, Tribord, Kalenji, Btwin). L'équipe met tout en œuvre pour faire passer aux clients un bon moment d'achat et une disponibilité pour répondre à leurs attentes», précise Mounacir. Dans le même élan, un deuxième magasin Decathlon Easy a été inauguré dans la ville de Mohammédia. Cette ouverture s'est faite, selon les responsables de la filiale du groupe Oxylane, dans le souci d'assurer une proximité avec les clients, tout en adoptant une politique de prix en conformité avec le positionnement choisi en amont. «Nous avons adopté une politique de prix agressive afin de permettre à toutes les couches de population

d'accéder au sport et à ses bienfaits», poursuit Khalid Mounacir.

Spécificité du marché marocain

Le secteur des équipements sportifs n'est pas très développé au Maroc et beaucoup de clients font appel au marché de l'occasion. Une situation à laquelle tentent de répondre de différentes manières la plupart des enseignes spécialisées dans la vente d'articles de sport. En ce qui concerne Decathlon Easy, son positionnement et sa politique de bas prix appliquée tout au long de l'année tentent d'apporter une alternative aux clients appartenant au segment «bas prix». Comme critères essentiels de différenciation, Decathlon Easy met en avant la vente des articles neufs proposés à bas prix et un service après-vente, les produits étant échangeables et remboursables sans délai, conjugués avec la proposition des articles sportifs les plus demandés sur le marché. En tant que filiale du groupe Oxylane, Decathlon Easy possède l'exclusivité de la vente des marques du groupe (Quechua, Btwin, Kalenji, Domyos) sur le territoire marocain où le groupe, présent depuis 1994, y possédait un bureau de production bien avant le lancement du projet «retail». En ce qui concerne l'activité de vente d'articles de sport, elle a débuté en 2009 avec la vente de produits sportifs à bas prix, et a évolué avec l'ouverture d'un deuxième magasin. En termes de produits, l'offre «s'est étendue pour répondre aux demandes de nos clients et il reste encore beaucoup de travail pour répondre aux attentes de ceux-ci. Nos différentes actions au quotidien visent à satisfaire nos clients en tenant nos promesses, à savoir prix bas & qualité /proximité & rapidité/simplicité», conclut Mounacir.

●
PAR HICHAM AÏT ALMOUH
h.almouh@leseco.ma