

Les réponses de Super Cérame aux importateurs

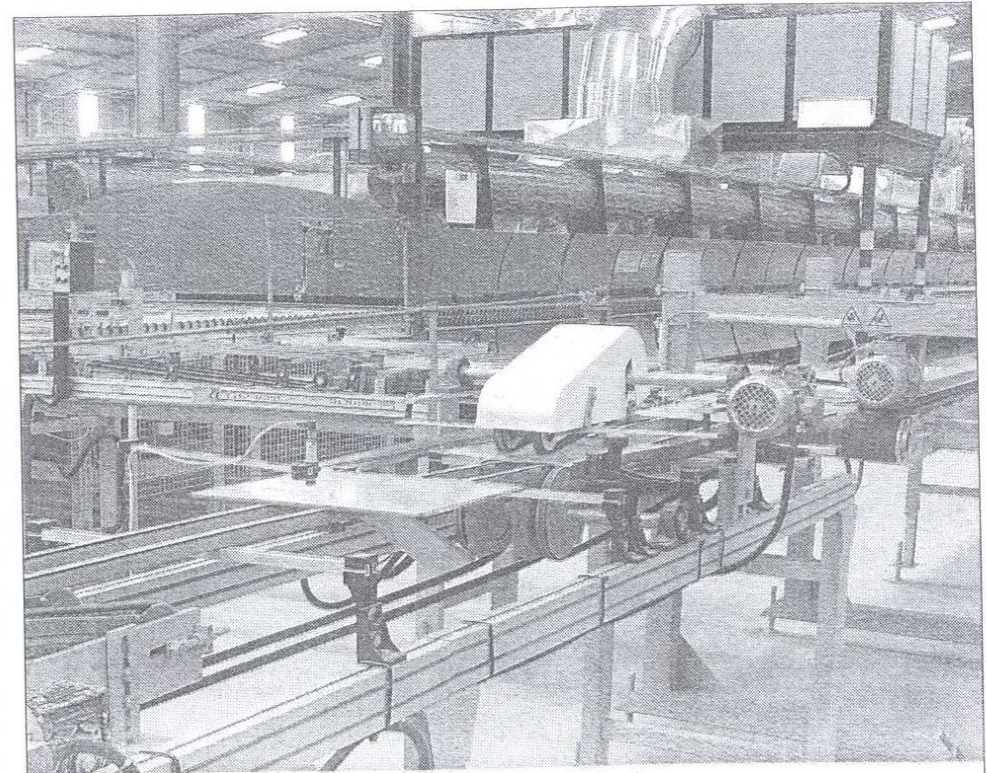
- Un investissement de 85 millions de DH dans la R&D
- Une augmentation de la capacité de production pour des économies d'échelle
- Un objectif de 20% de croissance à fin 2014

DANS une conjoncture plutôt défavorable pour le secteur de la céramique, Super Cérame essaie de prendre la concurrence de court. La filiale de Ynna Holding vient de lancer une nouvelle stratégie essentiellement focalisée sur la R&D. Une sortie qui intervient au moment où le secteur étudie l'opportunité d'un recours à une mesure anti-dumping (voir L'Economiste du 27 mai 2014). «Les importations de céramique ont connu une progression de 40% entre 2011 et 2013. La même évolution est encore constatée durant le premier trimestre dernier», confie Fouad Benzakour, DG de Super Cérame et président de l'Apic (Association des professionnels de l'industrie céramique). En attendant des mesures plus drastiques, Super Cérame

a prévu un budget de 85 millions de DH consacré uniquement à la recherche et développement à partir de cette année. Le programme englobera la recherche technologique en matière de design et de conception.

L'entreprise parie également sur la décoration digitale par injection directe sur le carreau. Cette technologie permet aux industriels de produire des motifs de plus en plus élaborés et basés sur une palette de couleurs plus large donnant la possibilité de reproduire des images grandeur nature sur la surface de carreau. L'objectif premier est de concurrencer la production italienne et espagnole. Super Cérame fera appel à des designers nationaux et internationaux pour développer de nouvelles collections.

L'acquisition de Ceramica Ouadrass, usine basée à Tétouan (en octobre dernier) rentre dans une stratégie de réduction des coûts de production grâce à une économie d'échelle. L'entreprise dispose aujourd'hui d'une capacité de production de 120.000 m² par jour (contre 50.000 en 2006). Dans ce sens, le management annonce une agressivité commerciale et des prix inférieurs à ceux appliqués pour les produits importés. La filiale du groupe Chaâbi compte également sur une diversification des débouchés en particulier vers l'Afrique. «Nous sommes en train d'étudier des accords avec les groupes



Super Cérame dispose aujourd'hui de 4 sites de production (Kénitra, Casablanca, Berrechid et Tétouan) pour 1.800 salariés (Ph. Super Cérame)

marocains qui sont présents sur les autres pays d'Afrique pour les accompagner dans leurs projets», annonce Benzakour.

Cette nouvelle stratégie permet à Super Cérame de tableer sur une croissance de son chiffre d'affaires de 20% dès cette année. En 2013, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de près de 1,4 milliard de DH, en progression de 9%. L'entre-

prise vient d'opérer un changement de son identité visuelle et compte lancer une vaste campagne de communication avec un budget de 25 millions de DH. □

IL. B.