

# Disway, l'innovation comme cheval de bataille

**Technologie.** Plus de 20.000 unités vendues au Maroc en quelques mois. Selon les promoteurs de la marque Yooz, le succès de la marque dépasse les frontières du Royaume.

PAR ROLAND AMOUSSOU

**A**vec une croissance de 7,5% de son résultat net à fin juin 2014, on peut dire que Disway a vu juste en lançant Yooz en décembre 2013. Alors que son secteur d'activité (Distribution de matériels informatiques) était en perte de vitesse, avec des ventes en chute libre l'année passée, face à l'hégémonie des tablettes et autres Smartphones, le distributeur marocain de produits informatiques, coté à la bourse de Casablanca, enclenche sa stratégie de diversification et lance sa propre marque de tablettes sur le marché national. Résultat des courses: Yooz a conquis le cœur des Marocains, avec un succès fulgurant qui va au-delà du Maroc en termes de ventes. Le management revendique fièrement d'ailleurs, une part de marché de 14% au Maroc. «Cela nous place en 3<sup>ème</sup> position juste après Samsung et Apple», laisse entendre un responsable de Disway. Il faut dire que cette stratégie de diversification a porté ses fruits, puisqu'à la fin du premier semestre 2014, et alors que les ventes d'ordinateurs accusaient un recul de 20% au Maroc, Disway



Hakim Belmaachi, président du Directoire de Disway.

a su se maintenir avec un chiffre d'affaires en progression de 3% au premier semestre de cette année. Une performance qui s'explique, entre autres, par la contribution non négligeable de la gamme Yooz. « Nous sommes aujourd'hui à plus de 20.000 unités vendues au Maroc », se réjouit

**Hakim Belmaachi,**  
président du Directoire de  
Disway

**Dans votre secteur d'activité, l'innovation est la clé de réussite. Alors combien investissez-vous sur ce volet ?**

Oui, c'est vrai que nous avons investi sur la gamme Yooz. Nous avons investi environ 2,5 millions de DH à 3 millions de DH depuis le début pour pouvoir développer certaines nouveautés. Comme vous le savez, le marché est tellement fragmenté aujourd'hui, qu'il faut se différencier sur beaucoup d'aspects. C'est notre credo.

**Quelle est la stratégie sur la gamme Yooz aujourd'hui ?**

La gamme Yooz est une gamme dans laquelle on va décliner un certain nombre de produits. On a commencé par des tablettes Wifi, puis 3G, et maintenant nous avons des Smartphones et notre gamme de téléviseurs. Nous pensons pouvoir apporter au client un certain nombre de produits de qualité qui sont à la fine pointe de la technologie, permettant un décrochage prix important par rapport au marché. Cela veut dire que nous avons de l'espace pour capter des parts de marché. ■

Karim Reda Benjelloun, directeur général de Disway. « La marque Yooz a su gagner la confiance d'un public large et friand de nouveautés », ajoute-t-il. Disway exporte sa marque sur

le marché africain notamment, en Tunisie à travers sa filiale Disway Tunisie et se cherche des opportunités dans les pays francophones du continent.

### **Un marché en plein boom**

Le secret de la marque ? Une politique de prix bien pensée qui répond à un besoin réel de la population. En effet, l'engouement des 15-30 ans et même au-delà pour les plateformes technologiques n'est plus à démontrer et Disway a compris cela, en mettant ses produits sur le marché avec des prix très accessibles à tout public. Soulignons que le marché marocain des tablettes est en plein boom. Si au niveau mondial les spécialistes ont prévu une croissance de 40% en 2013, au Maroc les ventes de tablettes ont enregistré une croissance de plus de 250% sur la même période, à

## **LE CHIFFRE**

# 14 %

**C'est la part de marché que revendique Disway pour sa marque Yooz au Maroc.**

en croire le management de Disway. C'est dire le potentiel qui existe pour les acteurs de ce secteur. Les tablettes et Smartphones devraient garder cette tendance haussière sur les prochaines années selon le cabinet IDC (International Data Corporation). Une vraie niche donc. Et Disway n'entend pas laisser passer l'opportunité. Le distributeur marocain vient d'ailleurs d'étoffer sa gamme Yooz avec de nouveaux produits, dont notamment

des Smartphones (4 pouces et 5 pouces), des phablettes (tablettes dotées de fonction pour lancer des appels téléphoniques) et de deux nouvelles gammes de tablettes conçues en partenariat avec Intel. Le tout à un prix très compétitif. Soulignons une particularité cette fois-ci dans cette gamme de nouveauté, parce que Disway a introduit sur le marché marocain, pour la première fois, des claviers intégrant la possibilité de saisir des textes en Amazigh. L'utilisateur a donc le choix entre quatre langues: français, anglais, arabe et amazigh. Une innovation qui vise à séduire encore plus le client marocain. Et ce n'est pas tout. Le distributeur de produits informatiques a également lancé sa première gamme de télévision LED Yooz (32 pouces et 40 pouces) à des prix compétitifs par rapport au marché. ■

**Challenge du 31/10/2014**