

Luxe: Dupont s'offre des vitrines au Maroc

• En un an de présence, l'entreprise totalise plus de 1 million de DH de CA

• Les PME marocaines, passerelles pour implanter la marque en Afrique

L'ENSEIGNE de luxe S.T. Dupont, spécialisée dans les métiers de la maroquinerie, l'art du feu, les stylos de luxe et accessoires masculins avance ses pions sur le marché marocain. «Le Maroc est un marché prioritaire pour S.T. Dupont, nous y sommes présent depuis 18 mois à travers le réseau commercial de la société de M. Diouri», notre distributeur exclusif, précise Naji Chouiri, responsable de la marque en Afrique, Europe du Sud et au Moyen-Orient.

Après plus d'un an d'activité, l'entreprise a totalisé plus de 1 million de DH de chiffre d'affaires au Maroc. Le management de l'enseigne de luxe compte atteindre la barre des 10 millions de DH de chiffre d'affaires dans un délai de 5 ans. «Nous n'avons pas voulu conclure de

partenariats avec des grands groupes du Moyen-Orient. Il est plus judicieux d'avoir un réseau sélectif de PME marocaines qui connaissent les spécificités du pays et qui pourront nous accompagner dans notre déploiement dans le reste du continent», explique Chouiri. A ce jour, la marque française ne compte que 3 points de vente au Maroc entre Casablanca et Rabat, qui devraient être étoffés prochainement par un magasin à Marrakech. Bien que l'entreprise n'investit jamais dans des campagnes publicitaires, elle bénéficie d'une grande notoriété auprès d'une niche de consommateurs marocains (CSP+).

Pour le management, l'implantation au Maroc s'explique aussi par la volonté de se rapprocher d'une clientèle qui comptait auparavant sur ses déplacements à l'étranger pour s'offrir des produits Dupont. «Les prix au Maroc sont proches de ceux pratiqués



Pour Naji Chouiri, responsable de S.T. Dupont en Afrique, Europe du Sud et au Moyen-Orient, le Maroc est une tête de pont pour se lancer à l'assaut du marché africain grâce à des références comme les métiers de feu où le briquet démarre à 4.000 DH (Ph. Khalifa)

en France», tient à préciser Chouiri. Au niveau mondial, S.T. Dupont s'est fixé comme objectif de réaliser un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros sur 3 ans. Aujourd'hui, l'entreprise revendique

un chiffre d'affaires qui oscille entre 70 et 80 millions d'euros. D'ailleurs, la marque est très présente au Moyen-Orient.

Un marché où l'entreprise enregistre un taux de croissance de 60% depuis 2012. De bons résultats qui viennent après des crises successives au niveau du marché du luxe, notamment en Russie suite aux sanctions économiques imposées à Moscou pendant la crise ukrainienne, la Chine aussi a été touchée suite à la campagne anticorruption en vigueur à Pékin ou encore dans les Brics (Brésil, Inde, Chine, Russie) à cause de la surévaluation de leurs monnaies. «Après 2008, le luxe a connu sa 1re crise, depuis, le secteur se régularise. Le marché est arrivé à une certaine maturité qui induit une résistance plus forte aux récessions», précise le management. □

A. At

*Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com*