



Alain Afflelou a fait du Maroc une base de départ pour son expansion africaine.

qui fait un total de 23 magasins dans le royaume. «Avec ce nombre de magasins, nous sommes la première enseigne représentée dans le pays», se réjouit le PDG d'Afflelou. Dans le reste de l'Afrique, il détient quatre représentations en Côte d'Ivoire, trois en Tunisie, 1 au Liban trois en Algérie et 1 magasin au Sénégal. Il ne s'arrêtera pas là puisque le groupe compte également se développer dans l'Afrique lusitane en plus de l'Afrique francophone. «Toutefois, nous n'avons pas encore décidé du hub de gestion, le Maroc, duquel nos franchisés africains se sourcent, ou du Portugal, puisque nous sommes également installés dans ce pays», explique Poux.

Stratégie pour le Maroc

En tout cas, en ce qui concerne le développement d'Afflelou au Maroc, il faut savoir que ce dernier ne compte pas focaliser que sur l'activité de l'optique. Il ouvrira, en septembre prochain, son premier magasin Afflelou Acousticien à Rabat. C'est l'enseigne du groupe, spécialisée dans les appareils auditifs.

Le marché de l'acoustique affiche un énorme potentiel de développement dans le monde mais aussi au Maroc. «Il y a une vraie demande dans le pays. C'est pour cela que nous allons y installer notre enseigne. De plus, le remboursement des appareils auditifs au Maroc est très performant, à la différence des lunettes», affirme Frédéric Poux. En effet, le remboursement se fait jusqu'à 5.000 dirhams par oreille au Maroc, alors qu'en France, il n'est que de 235 euros par oreille. Le groupe français développera également sa marque Afflelou Sun, dédiée spécialement à la vente des lunettes solaires correctrices, «le premier magasin Sun ouvrira en 2018 au Maroc. Nous voulons couvrir tous les besoins du porteur tout au long de sa vie. Et puis si c'est le prix qui l'anime, la solution est chez Optical Discount qui offre le meilleur rapport qualité prix», assure le patron d'Afflelou.

IL N'EST PAS FOU AFFLELOU !

Alain Afflelou compte **développer le marché africain** depuis le Royaume et ce malgré une forte concurrence de l'informel.

Sanae Raqui

Il l'avait annoncé en avril 2016, aujourd'hui c'est fait! La filiale africaine de la première franchise optique mondiale Alain Afflelou a été établie en septembre dernier au Maroc, plus précisément à Casablanca. Il lui a fallu une dizaine d'années de déploiement pour ce faire. «Le Maroc représente une base stratégique pour le développement de nos activités en Afrique francophone et au Maghreb. D'ailleurs, c'est le pays qui nous a permis d'exister en Afrique et nous comptons capitaliser sur cet atout», nous affirme Frédéric

Poux, président directeur général d'Alain Afflelou. Un opticien présent dans les cinq continents, c'est rare et c'est unique. Avec 1.500 points de vente à travers le monde, Afflelou a donc fait du Maroc sa base de départ pour son expansion africaine. A l'heure actuelle, le groupe dispose déjà de 16 magasins d'optique franchisés Afflelou au Maroc, en plus de 9 autres franchisés Optical Discount, son partenaire qui s'appuie sur un concept novateur dans le monde de l'optique: les grandes marques associées à de bas prix. Ce

L'absence d'une réglementation claire est un vrai obstacle au développement du secteur

Manque de réglementation

Cependant, malgré une situation en déroute et une forte présence de l'informel, le groupe reste ambitieux quant à son développement dans notre pays. «Les initiatives d'opticiens professionnels marocains devraient changer la donne. Ces derniers œuvrent sans relâche pour pousser le gouvernement à mieux réglementer le secteur. L'idée c'est d'avoir un magasin, un opticien. En fait, l'absence d'une réglementation claire au Maroc est un vrai obstacle au développement de l'optique. Et ceci ternit l'image de la profession», mar-

tèle Poux. Formation obligatoire, automatisation des systèmes de gestion des magasins d'optique, déclaration de chiffres d'affaires obligatoire, sont donc des axes qui font gravement défaut dans le secteur.

Performant

Le groupe ne communique pas par pays, mais par région. Ainsi, il est difficile de connaître ses performances exactes au Maroc. Toutefois, sur les 765 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé dans le monde par Afflelou, l'Afrique représente seulement 2,5%, alors que l'Europe représente 90% de ce chiffre. Le taux de pénétration de la marque française au Maroc n'est pas connu. Dans ce sens, le top management évoque le manque de statistiques sur le secteur. Cependant le PDG du groupe français affirme être satisfait de ses réalisations au Maroc. Pour y assurer sa présence, il capitalise sur son positionnement



«Le Maroc nous a permis d'exister en Afrique et nous comptons capitaliser sur cet atout», Poux

Le secteur «voit» mal

Mohamed Bettoula, président de l'Association professionnelle des opticiens au Maroc (APOM), décrypte la situation actuelle du secteur.

Comment le secteur de l'optique se porte-t-il au Maroc?

Il va mal! Car, en plus de l'informel, la formation de la profession est devenue un marché juteux pour les vendeurs de diplômes qui sévissent sans aucun contrôle partout au Maroc. Le Dahir qui réglemente cette profession exige un diplôme d'Etat ou un titre équivalent. Or, le seul diplôme d'Etat que nous avons est celui de la faculté Essemialia de Marrakech et l'équivalence, comme vous le savez, concerne les diplômes étrangers. Mais, depuis le gouvernement El Youssoufi, le secrétariat général du gouvernement nous avait surpris en octroyant des autorisations d'exercer à des lauréats d'écoles privées. Les unes homologuées par le ministère de l'Enseignement supérieur et les autres homologuées par la formation professionnelle. Vous pouvez donc imaginer le désordre que cette situation a

provoqué, ceci en l'absence d'un référentiel national bien défini.

Le secteur souffre de la contrefaçon et de l'informel, quelles sont les actions de l'APOM pour y remédier?

La contrefaçon et l'informel représentent aujourd'hui une véritable institution dans notre pays. L'APOM, dont la vocation est la formation continue pour les opticiens en exercice, ne peut que dénoncer ce fléau et être solidaire avec toutes les corporations professionnelles pour toute action légale qui permettrait de lutter contre ce dangereux fléau.

Que pensez-vous de la croissance du nombre d'opticiens franchisés marocains? Ce type de partenariat est-il bénéfique pour la profession?

Les franchises, comme partout dans le monde, sont là pour chiffrer au détriment des opticiens exerçant à titre privé. Et en dehors de tout contrôle, il serait prématuré de dire s'ils sont bénéfiques.

marketing clair: «nous défendons notre origine française d'optique de grande qualité. Nos premiers clients sont les opticiens. Donc, cette notoriété avec les professionnels de la vue nous sert beaucoup pour attirer plus de clients», explique le PDG. Toutefois, le groupe n'envisage pas de produire ses lunettes au Maroc. Tout est importé de France. C'est en effet l'Asie qui domine ce marché vu la compétitivité de sa main-d'œuvre dans le secteur de l'optique. Toutefois, le groupe qui produit 2,5 millions de lunettes par an, assure tout de même une part de production Made in France de 10%. Le digital représente le 6^{ème} continent pour Afflelou. En effet, le groupe a lancé sa plateforme digitale, qui permettra la livraison de ses produits partout dans le monde, la prise de rendez-vous en ligne, ainsi que la réservation des modèles, store locator. Bref, tout y est. De plus, cette dernière est fonctionnelle aussi pour les Marocains.  **sraqui @sp.ma**