

Mister Auto s'installe au Maroc

Mister-Auto.ma voit enfin le jour. Le leader mondial de la vente en ligne de pièces automobiles, accessoires et pneus, filiale du groupe PSA, inaugure ses activités en s'attaquant à un marché marocain estimé à 7 MMDH.



tégie d'implantation et de développement de Mister Auto souscrit pleinement à la démarche étatique de traçabilité de la pièce acheminée. Chose qui devrait permettre d'assainir le marché à terme. Il a déclaré à cet effet que la filiale de PSA entend «travailler en toute transparence au profit des consommateurs marocains. Nous pensons que notre approche "Prix juste sur tout le Maroc", associée à une qualité de service éprouvée en Europe, nous permettra de séduire et fidéliser nos clients actuels et potentiels». Pour assurer son succès sur le marché national, Mister Auto mise sur sa crédibilité en offrant le meilleur rapport Qualité/Prix du marché, en proposant des pièces neuves et certifiées «grands équipementiers», envoyées le jour même.

Les segments de clientèle prioritairement visés sont les «pro et semi-pro» qui bénéficient d'une ligne téléphonique dédiée, ainsi que de services et d'offres exclusifs, les «Do it for me», soit des clients particuliers qui connaissent dans leur entourage ou famille quelqu'un qui va leur installer la pièce qu'ils achèteront sur la plate-forme; et les «Do it myself»: clients particuliers qui bricolent leurs voitures pour les opérations simples (bougies, ampoules, balais d'essuie-glaces, filtres, etc.).

Notons que Mister Auto a été créée en 2008 et rachetée par le groupe PSA en 2015. La plate-forme est aujourd'hui présente dans 19 pays dans le monde et compte plus de 200 salariés. L'implantation au Maroc de Mister Auto est une première jamais réalisée sur le continent africain, pour lequel d'importantes ambitions sont nourries ■

Mehdi Mouttalib

Mister Auto, leader mondial de la vente en ligne de pièces automobiles d'origine, d'accessoires auto et de pneus, prend pied au Maroc et lance la plate-forme digitale Mister-Auto.ma. La filiale de PSA suit ainsi le groupe dans sa stratégie de redéploiement logistique à l'international. Elle propose ses services à un marché marocain estimé à quelque 7 MMDH. Thomas Bincaz, country manager Maroc, et David Boccalina, directeur business développement international, se sont livrés à un exercice de vulgarisation des offres proposées par la société qu'ils dirigent, conçues par et pour les technologies digitales et greffées sur un écosystème de solutions in-

novantes adaptées aux industries; lequel écosystème est aujourd'hui porté par une croissance fulgurante, caractérisée par l'émergence de plus en plus croissante d'entreprises et de startups. C'est le cas de SpeedBox, société spécialisée dans la livraison de colis par points relais, qui s'adosse au réseau dense de Cash Plus et qui se caractérise par la dimension 100% digitale de son approche. Un point commun avec Mister Auto qui l'a désigné pour couvrir une grande partie des opérations de livraison des pièces auto et qui lui confie, ainsi, la logistique propre aux acheminements sur la quasi-totalité du territoire marocain.

Thomas Bincaz a expliqué, lors d'un point de presse organisé à Casablanca le 27 mars dernier, à l'occasion du lancement des activités au Maroc, que la stra-