

Plus de 12 lancements d'ici 2020 pour Sopriam

La vision stratégique de Sopriam 2018-2020, dévoilée mardi à Casablanca, ambitionne de porter les parts de marchés à 18%, contre 10,24% en 2017, et de digitaliser les marques. Il s'agit aussi de rationaliser la gamme qui passera de 46 à 21 versions.

Filiale d'Al Mada (ex-SNI), Sopriam a dévoilé, mardi dernier, à Casablanca, ses ambitions à l'horizon 2020. Marouane Tarafa, PDG du groupe, a en effet présenté, lors d'un point de presse le 3 avril à Casablanca, la vision stratégique 2018-2020. Outre les leviers d'actions pour ce nouveau plan, le patron de Sopriam a également évoqué les réalisations de l'entreprise à fin décembre 2017 et les perspectives de marché.

Concernant les ventes réalisées en 2017, le groupe a écoulé 10.707 unités de marque Peugeot, contre 6.563 pour la marque Citroën. Les deux réunies totalisent 10,24% de parts de marché. «La vision stratégique 2020 de Sopriam repose sur le constat du nouveau positionnement de ses marques, des résultats des études marketing sur les enjeux futurs pour les importateurs et distributeurs d'automobiles, une ambition légitimée par une présence de plus de quarante années sur le marché marocain et l'imminence du début d'exploitation de l'usine du constructeur sur le territoire national. Son objectif est de porter la part de marché cumulée, pour Peugeot, Citroën et DS, à 18% en 2020», a souligné Marouane Tarafa.

Ainsi, à l'horizon 2020, Sopriam se fixe pour objectif de renforcer son partenariat avec PSA par un accompagnement actif du déploiement du constructeur au Maroc, à travers la mise en service de l'usine de Kénitra et la production de la nouvelle Peugeot 208. Une révision des tarifs est également prévue pour être plus compétitifs grâce aux nouvelles synergies et avantages produits.

La gamme sera également rationalisée, passant de 46 à 21 versions. Le repositionnement sera en même temps effectué en fonction des attributs de chaque marque : Peugeot, la marque généraliste haut de gamme avec une technologie à la pointe ; Citroën, la marque différente et unique prônant le confort à ses clients ; DS, la marque au design avant-gardiste. «Ces mesures seront



La nouvelle feuille de route de Sopriam a été dévoilée mardi dernier à Casablanca.

accompagnées d'un plan produits très ambitieux avec plus de 12 lancements d'ici 2020. Ce qui permettra de présenter des gammes encore plus étoffées et ainsi répondre aux besoins de chaque cible dans quasiment tous les segments», promet le groupe. Parallèlement, Sopriam a annoncé la mise en place, prochainement, du «Citroën Adviser Service et Produit», ainsi que de nouvelles applications marque, à savoir «my Peugeot», «my Citroën» et «my DS».

La vision 2020 du groupe inclut également l'investissement dans les moyens humains, à travers des plans de recrutement avec la «Sopriam Academy», dont la mission sera de répondre aux besoins en formation du personnel en «Front-office».

«Une attention particulière sera accordée à la généralisation de l'activité véhicule d'occasion sur tout le territoire. Sopriam procédera, par ailleurs, au lancement de «Eurorepar», dédié à la vente de pièces de rechange multimarques», détaille le groupe. ■

A.H.

Sopriam a annoncé de nouvelles applications marque, à savoir «my Peugeot», «my Citroën» et «my DS».