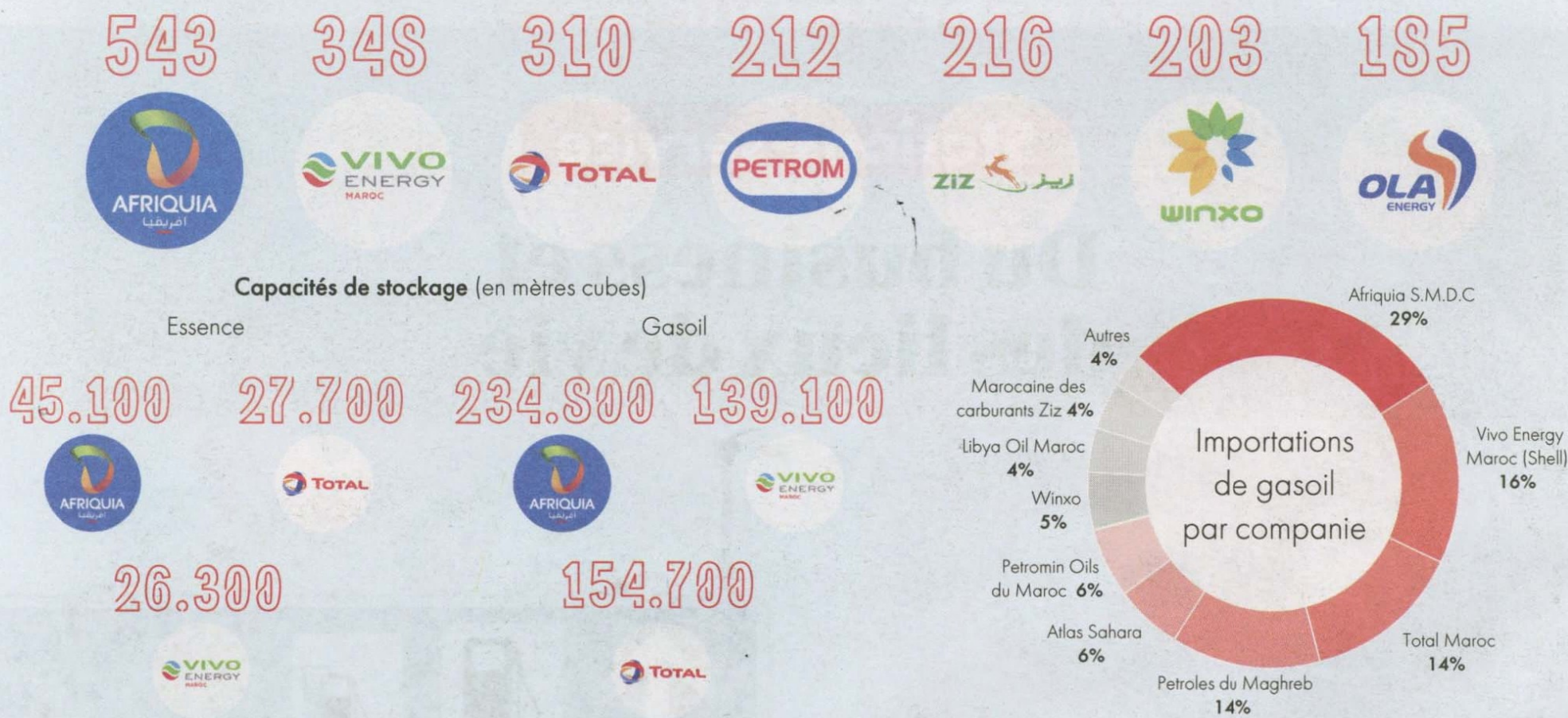


Stations-service

Le marché national du carburant compte 20 sociétés de distribution dont 11 actives à l'import

Le classement des distributeurs par nombre de stations-service



SOURCE : RAPPORT DE LA MISSION PARLEMENTAIRE (2018)

La nouvelle génération est en marche !

Les distributeurs de produits et services pétroliers dans le pays ne cessent d'innover! Concurrence oblige, chacun établit une stratégie de développement pour moderniser son réseau. Des stations-service 2.0 émergent ainsi aux quatre coins du royaume: elles sont respectueuses de l'environnement et proposent des services de plus en plus sophistiqués. L'objectif est d'attirer une plus grande clientèle et d'assurer un meilleur service.

Lieux de vie

Face aux mutations qui s'opèrent dans le domaine de la mobilité, le transport individuel a élargi son champ d'action: il ne concerne pas seulement les nouveaux véhicules, mais comprend aussi l'infrastructure. Ce changement de paradigme passe avant tout par la station-service. La station-service n'est plus considérée par les consommateurs comme un simple fournisseur de carburant. Cet espace est de plus en plus perçu comme un lieu de vie et de loisirs. «Confrontés à une évolution des techniques et des usages, ainsi qu'aux enjeux climatiques, les modes de transport vivent aujourd'hui une phase de mutation décisive. Du véhicule léger au poids lourd, Total s'engage pour développer des solutions concrètes afin de

rendre la mobilité plus sûre, plus propre et plus efficace. Notre conviction : la mobilité de demain n'appelle pas une solution unique, mais une palette de solutions complémentaires», affirme Kenza Bouamrani, responsable marketing et digital chez Total Maroc. Pour les opérateurs d'hydrocarbures, tous les relais de croissance résident dans leur capacité à innover et anticiper les mutations de la mobilité. Cela passe par l'intégration des nouvelles technologies, des offres orientées services, voire de nouveaux types de carburants, l'énergie propre, des bornes de recharge électrique...

Un phénomène boosté la hausse des ventes de véhicules

Plusieurs statistiques communiquées au sein du marché marocain témoignent du changement de perception de la mobilité dans le pays. Les plus éloquentes sont celles ayant été annoncées il y a quelques mois par le ministère du Transport, qui a actualisé la monographie du parc automobile au Maroc (qui remontait à 2014). Arrêtés à l'année 2017, les chiffres du ministère annoncent un parc automobile de 4,06 millions de véhicules en circulation au Maroc, reflétant une hausse de 18% par rapport à 2014. Les véhicules de tourisme

(voitures personnelles) représentent près de 70% du parc, soit 2,8 millions d'unités. Leur nombre est en hausse de 16% par rapport à 2014. Ces chiffres sont complétés par l'Observatoire Wafasalaf qui avait présenté, en septembre 2016, sa première étude sur l'équipement des ménages en voitures et motos. L'enquête a été réalisée par LMS-CSA auprès de 2.508 ménages (dont les chefs de famille sont âgés de 25 à 67 ans et perçoivent un revenu situé entre 2.500 et 20.000 DH). Elle a été menée à Casablanca, Rabat-Salé, Tanger, Fès, Oujda, Marrakech, Béni-Mellal et Agadir. D'après les résultats de l'étude, le taux d'équipement des ménages en automobiles s'élève à 31%. La CSP AB est équipée à hauteur de 85%, la CSP C à 39% et la CSP D à 10%. Par ailleurs, le taux d'équipement en motos se situe pour sa part à 17%. Le constat est sans appel: plus on a accès à une voiture, plus on a tendance à l'utiliser. C'est dire que les distributeurs pétroliers profitent de cette vague pour améliorer les prestations de leurs représentations (stations-service). La multiplication des actions de lifting et les stratégies de modernisation lancées ont ainsi comme objectif principal l'optimisation des sites dans une optique d'amélioration de l'expérience-client et d'attrait d'une plus grande clientèle. ●