

Mr Bricolage. L'enseigne tisse sa toile

L'enseigne spécialisée dans la distribution d'articles de bricolage et de jardinage poursuit son développement sur le territoire marocain et ouvre son 7^e magasin à Dar Bouazza, près de Casablanca.

Mr Bricolage continue à renforcer son maillage territorial à Casablanca. En effet, l'enseigne spécialisée dans la distribution d'articles de bricolage et de jardinage détenue par le groupe Brico-Invest S.A, ouvre son 7^e magasin au Maroc et 4^e à Casablanca et plus précisément dans le centre commercial Carrefour à Dar Bouazza. «Avec cette nouvelle ouverture, l'entreprise poursuit son développement et sa politique de rapprochement avec sa clientèle cible dans les zones urbaines en développement», précise Majid Benjelloun, directeur général de Brico Invest S.A lors de la cérémonie d'inauguration du nouveau magasin. Le choix de cette zone n'est pas fortuit, Mr.Bricolage a choisi d'installer son 7^e magasin à Dar Bouazza pour suivre le développement de la région mais aussi pour être au plus proche des particuliers qui s'y installent. Avec son expérience du marché et sa connaissance acquise des attentes de ses clients, ce nouveau magasin de proximité d'une surface commerciale de près de 1.200 m² propose une offre complète couvrant tous les besoins au quotidien dans le monde du bricolage, du jardinage, de la décoration, l'entretien et l'aménagement de l'habitat. Cette offre se décline en différentes solutions facilement identifiables et accessibles dans les rayons du magasin. Pour rappel, le lancement de l'enseigne de Mr.Bricolage a été réalisé par l'ouverture, en mars 2005, du premier magasin pilote à Casablanca Sidi Maârouf. Aujourd'hui avec l'ouverture de son 7^e magasin, Brico-Invest confirme sa volonté de développement de magasins et du concept adapté au marché marocain et affirme son leadership sur le marché de l'aménagement et de la décoration de la maison et du jardin. «Mr. Bricolage Maroc est aujourd'hui la référence du marché de l'équipement et de la décoration de la maison et du jardin. La stratégie de notre enseigne est d'offrir un large choix de produits et de gammes avec des équipes professionnelles dans nos magasins pour conseiller, écouter et proposer des solutions adaptées aux besoins de nos clients», affirme Majid Benjelloun. L'enseigne met également au centre de sa stratégie commerciale la formation continue de son personnel et sa force de vente en



vue d'améliorer constamment les services clients dans le magasin (Accueil, information produit, prise de mesure et pose, livraison, service après-vente...).

Une approche ciblée

Lors de sa création, Mr Bricolage était la seule grande surface moderne de distribution spécialisée dans le bricolage à vocation grand public. Au départ, la clientèle traditionnelle était constituée de professionnels et d'une catégorie aisée de la population. Ce type de clientèle importante dans le démarrage de l'enseigne n'est plus la cible visée. En réduisant les coûts d'achat et d'approvisionnement, l'enseigne a déclaré la guerre aux prix et a rationalisé la distribution. «Les économies d'échelles réalisées et les conditions d'achats obtenues en fonction des volumes nous ont permis de diminuer le niveau de prix général et d'accroître les marges de nos magasins», affirme dans ce sens le DG de l'enseigne. En ce qui concerne la culture du bricolage, le management assure que «nous constatons chaque jour au sein de nos magasins que les jeunes ménages sont de plus en plus intéressés par le bricolage. D'ailleurs, ces derniers constituent la clientèle cible actuelle de Mr Bricolage dans les zones urbaines».

Relations avec les fournisseurs

Par ailleurs, une démarche systématique d'adaptation au marché a permis de définir un référencement au plus près des attentes de la clientèle. «La constitution des stocks dormants fut le prix à payer de notre inadaptation. Nous avons travaillé avec détermination pour fournir une demande grandissante. Notre devise dans ce sens est simple, il faut accompagner les besoins qui apparaissent en les précédant», martèle Majid Benjelloun. Il est à noter dans ce sens que Mr bricolage suit le «low cost every day», sa centrale d'achat met en place des conditions d'approvisionnement toujours plus favorable avec les fournisseurs marocains et en allant chercher partout dans le monde les produits les moins chers et les plus innovants. De plus, la productivité des équipes de l'enseigne s'accroît et augmente ainsi le rendement marginal. Côté perspectives, Mr.Bricolage ambitionne d'ouvrir prochainement plus de magasins de proximité afin d'avoir un maillage complet dans les régions du pays. ●