

Atlas s'implante à Marrakech

Holmarcom et l'enseigne française investissent 45 MDH pour le parc Le Comptoir

ABDELALI BOUKHALEF

Marrakech se dote désormais d'un nouveau parc d'activité Le Comptoir et d'un premier magasin de l'enseigne phare française «Atlas». Pour un investissement dépassant la barre des 45 MDH, cette ambitieuse unité commerciale qui s'étale sur une superficie de près de 7.000 m², présente le nec plus ultra de l'univers de la maison et de la construction, depuis les fondations jusqu'à la décoration d'intérieur. Meuble, décoration, literie, cuisine.... la plate-forme de la cité ocre offre «le meilleur de l'aménagement intérieur, avec des matériaux nobles, mais aussi et surtout avec tout ce que cela présuppose comme strict respect du rapport qualité-prix n'est assurément pas un vain leitmotiv».

Un parc qui propose le plus grand show room spécialisé au Maroc avec 10.000 m² de plate-forme de stockage, plus de 5.000 références et une logistique performante et réactive sur l'ensemble du terri-

toire. Les concepteurs de ce projet peuvent se targuer d'avoir réussi là une véritable prouesse, tant il est vrai que le concept inédit, donne la part belle à l'harmonie dans un esprit contemporain et dans l'air du temps.

Sans verser aussi dans un quelconque fatalisme, surtout par les temps qui courent, les deux partenaires ont aussi inscrit à leur actif un challenge susceptible de susciter bien des émulations. Pour Mohamed Hassan Bensalah, PDG du groupe Holmarcom, «nous sommes fiers d'accompagner le développement de l'économie nationale et de contribuer à l'équipement des ménages et à l'émergence d'une classe moyenne à la recherche de confort, à travers ce nouveau partenariat».

Samedi dernier, lors de l'inauguration en grande pompe de ce parc, M. Bensalah a indiqué que la mise en place de cette saine alliance n'est pas le fruit du hasard. «La distribution et la logistique constituent un métier de base de notre groupe qui fut dès l'origine un pionnier

du négoce au Maroc, rappelle-t-il avant d'indiquer que ce rapprochement vise avant tout à capitaliser le know-how des uns et des autres. Même son de cloche du côté de Pierre Rapp, fondateur avec son frère Paul de la marque française Atlas, qui fait valoir que «le rapprochement avec Holmarcom et Le Comptoir, c'est bien sûr le choix d'un partenaire qui possède un savoir-faire commercial unique et une parfaite connaissance du client et de l'environnement marocain».

En tant que Président d'un groupe créé en 1973 qui fait aujourd'hui référence par son expérience dans le secteur de l'Ameublement, il insiste aussi sur le fait que «c'est avant tout le rapprochement de deux entreprises familiales qui partagent les mêmes valeurs et la même vision». L'intégration d'Atlas dans le périmètre du CMM (Comptoir métallurgique marocain) permet au groupe marocain d'élargir son portefeuille en matière de distribution spécialisée sur un marché du meuble porteur.

Entendez par là que la complémentarité des activités tout au long de la filière de l'habitat, renforcée par l'offre des meubles Atlas devrait constituer un atout majeur, voire un fer de lance pour le CMM d'aller de l'avant dans le cadre de son rôle de précurseur de la distribution spécialisée.

Pour Kenza Bensallah, administrateur directeur général du CMM, autant la proximité que les synergies seront d'emblée mises à profit pour permettre aux partenaires internationaux et en l'occurrence le groupe Atlas, de bénéficier de la garantie d'une expertise avérée et unique dans une approche intégrée et globale des besoins



Une saine alliance entre deux groupes aux expériences avérées.

du Royaume, lesquels besoins, tient à expliquer Mme Bensallah «au cœur des problématiques du développement économique et social du pays.

Il faut dire que le CMM continue toujours sur sa lancée en canalisant des investissements productifs pour étoffer son offre, renforcer son réseau de distribution et conforter l'image de ses labels sur des marchés de plus en plus compétitifs.

C'est d'ailleurs dans ce contexte que de nombreux projets ont vu le jour, pour ne citer que les investissements réalisés dans le domaine des armatures pré-façonnées (Le Comptoir des armatures) ou encore les initiatives menées avec le groupe de l'Hexagone Atlas dans le secteur «très porteur» du Meuble. Justement, à propos de cette activité, le fournisseur

de référence et l'équipementier marocain ne compte pas s'arrêter en si bon chemin, puisque après Marrakech, il est prévu le développement de l'enseigne Atlas ainsi que l'essor du concept de parc d'activité Le Comptoir, en réponse aux opportunités d'un marché dynamique, avec notamment une ouverture planifiée à Casablanca, courant 2010.

L'enjeu n'est pas pour le moins difficile à relever surtout si l'on sait que le groupe français dispose de coudées assez franches. Il faut savoir en effet que depuis sa création par la famille Rapp, l'enseigne française est désormais cataloguée de référence dans le domaine du Mobilier européen.

Avec ses 56 magasins en France, Atlas dispose d'une force de frappe commerciale

qui continue de faire ses preuves. Son expérience commerciale en est d'ailleurs corroborée par cette confiance sans cesse renouvelée d'enseignes prestigieuses comme Fly, Crozatier... Idem pour le groupe Holmarcom qui, avec sa filiale le CMM, a plusieurs cordes à son arc.

Acteur très engagé dans le développement socioéconomique, le groupe Bensallah possède «un savoir-faire et une expérience reconnus dans le domaine de l'Equipement de la maison ainsi que la Distribution». Avec le CMM, Holmarcom s'évertue toujours à placer la barre un peu plus haute en consolidant un développement maîtrisé sur la base «d'une politique d'investissement alliant croissance et rentabilité à long terme». ■

Les trois Comptoirs

Le Comptoir de l'électroménager est le premier réseau de distribution des produits électro ménagers et multimédia au Maroc. Cette enseigne continue de renforcer sa proximité en poursuivant l'extension de son réseau qui compte actuellement 18 espaces dans 13 villes du Royaume. En 2008, ce pro de la distribution a ouvert des points de vente à Oujda, Khouribga et Beni Mellal. L'enseigne a procédé à la refonte de son identité visuelle et de son design com-

mercial. Objectif clairement affiché est de préserver les parts de marché et insuffler une nouvelle dynamique à la marque. Pour ce qui est du Comptoir de l'industrie, celui-ci a cumulé un capital d'expérience inédit le positionnant comme étant le premier fournisseur des entreprises et des constructeurs en équipements, matériels et outillages industriels et BTP. Le Comptoir des armatures est spécialiste dans la coupe, le façonnage, l'assemblage des armatures.