

EXCLUSIF

DEFAC TO

“2 millions de nos unités sont fabriquées sous le label Made in Morocco”

Le CEO de DeFacto nous livre, en exclusivité, sa vision sur le marché marocain. La marque turque vise à augmenter son offre en provenance du Maroc dans la période à venir et à devenir la première marque de distribution turque à investir dans la fabrication locale afin de dominer le secteur. De plus, son top management voit le Maroc comme son futur hub africain.



İHSAN ATEŞ
CEO de DeFacto

Quel bilan faites-vous de la présence de DeFacto au Maroc ?

DeFacto investit de manière continue, dans le cadre de sa stratégie de mondialisation, depuis le jour de sa création. Notre marque, soutenue par le monde numérique, a le privilège de présenter chaque jour ses produits et services de qualité unique à de nouveaux clients dans un nouveau pays. La technologie a joué un rôle très important pour notre marque. Grâce à la technologie, nous pouvons prendre des mesures très rapides pour entrer dans de nouveaux pays. En tant que DeFacto, nous poursuivons sans cesse nos activités dans 93 pays situés à travers le monde, allant de l'Europe à l'Asie, dans plus de 500 magasins avec une équipe de 15.000 personnes. Nous nous adressons à des millions de personnes avec notre mode dans une géographie incorporant différentes cultures et modes de vie. Nous investissons dans des magasins répartis sur une vaste zone géographique, notamment la région MENA, la CEI, l'Europe et l'Afrique. Le Maroc, l'un des pays les plus développés d'Afrique du Nord, est un marché très important pour nous. La population de ce pays culturellement riche atteint jusqu'à 40 millions d'habitants. Une grande partie est composée de jeunes qui suivent de près la mode. Ceci nous a amenés à augmenter nos investissements et à nous développer dans le pays. Notre expansion au marché marocain a commencé en 2015 avec un seul

magasin, et nous avons atteint jusqu'à 30 magasins à la fin de 2022. Notre chiffre d'affaires en 2022 est d'environ 55 millions de dollars jusqu'à présent et nous prévoyons que ce chiffre augmentera d'ici la fin de l'année. Nous sommes attachés au Maroc et aux Marocains de DeFacto. Nos investissements vont se poursuivre à un rythme plus accéléré.

Pouvez-vous nous parler du business model de DeFacto au Maroc ?

Au Maroc, nous agissons conformément à la stratégie de mondialisation que nous suivons dans le reste du monde. Nous avons un mécanisme pour concrétiser les décisions prises dans notre siège central. C'est le secret clé du succès de DeFacto. Nous avons des étapes à suivre en prenant compte à la fois du dynamisme, de la culture de chaque pays et des exigences des clients. Nous menons des activités au Maroc avec notre équipe commerciale,

active dans 30 magasins, ainsi que le soutien de notre siège social de Casablanca. Nous partageons nos décisions commerciales et nos points à l'ordre du jour chaque semaine et quotidiennement avec le siège social turc, et menons nos activités conformément à celles-ci. Nous avons divisé nos opérations nationales en deux régions, à savoir le Sud et le Nord du Maroc, c'est ainsi que nous gérons nos opérations dans le pays avec nos équipes de vente situées dans les magasins. Toutes nos activités commerciales sont menées de manière coordonnée avec succès, grâce à la communication synchronisée entre les équipes commerciales marocaines sur le terrain et les équipes du siège.

Comment contribue DeFacto à l'économie du pays ?

Notre vision de base, en tant que DeFacto, n'est pas seulement d'ouvrir des magasins dans les pays où nous réalisons des investissements, mais

aussi et surtout de contribuer à la création d'emplois du pays. Nous essayons de faire partie de l'économie du pays dans toutes nos étapes commerciales, de la logistique à la vente et aux canaux, du service client au réseau de communication afin que nos collections, préparées en fonction de la dynamique du pays, répondent de manière appropriée à nos clients. Nous avons plus de 700 employés au Maroc. Nos équipes locales, ayant une connaissance approfondie de la culture de notre entreprise, ont une culture marocaine à la culture de travail DeFacto et ont réussi à établir un solide réseau de communication dans le secteur du commerce de détail. Surtout en ce qui concerne les ressources humaines et les apports financiers, nous sommes la 2e entreprise du secteur avec le plus gros volume d'affaires. De plus, nous contribuons au secteur en augmentant la main-d'œuvre qualifiée avec les programmes de coopération que nous menons en



LA VENTE EN LIGNE, UN CRÉNEAU QUI MARCHE

DeFacto a lancé une nouvelle stratégie pour augmenter ses ventes en ligne. À l'heure actuelle, il existe de nombreux canaux de vente, y compris les magasins, E-commerce, Q-Line / livraison à domicile (qui se fait en 30 minutes avec son partenaire Glovo) qui sont prise en charge par la marque au Maroc. DeFacto est également la première marque à proposer un service de livraison gratuit sur l'application Pay at Store lors de la passation de commandes en magasin.

EXCLUSIF

collaboration avec l'Etat marocain. Je peux dire que nous sommes une école qui accompagne la filière aussi bien techniquement que commercialement.

Avez-vous une fabrication locale ou importez-vous des marchandises, et pourquoi ?

Les marques de mode mondiales aspirent à présenter leurs collections et les tendances changeantes de la mode à leurs clients dès que possible. Nous essayons de mener une opération de production en constante évolution, en gardant à l'esprit les différents besoins des pays et les changements saisonniers. Nous avons 2 millions d'unités fabriquées sous le slogan «Made in Morocco» qui a été créé en 2018 en réponse à la dynamique du marché et aux exigences des clients. Nous fournissons environ 50% de nos ventes globales au Maroc. Nos canaux de vente sont soutenus à la fois par une fabrication locale et par des canaux approvisionnés depuis d'autres pays. Nous observons des résultats positifs de cette stratégie. En tant que DeFacto, nous visons à augmenter l'offre en provenance du Maroc dans la période à venir, et à devenir la première marque de distribution turque à investir dans la fabrication locale afin de dominer le secteur.

Combien avez-vous investi au Maroc jusqu'à présent ?

Le Maroc est un marché très important pour nous. C'est le premier pays développé d'Afrique du Nord. Nous avons immédiatement vu le potentiel de ce marché lorsque notre premier magasin, créé en 2015, a connu un succès en peu de temps, et nous avons augmenté le nombre de magasins à 30. Nous continuerons à ouvrir de nouveaux magasins. Le nombre de nos employés augmente également de jour en jour, et nos contributions à l'emploi se poursuivront. L'analyse de la concurrence que nous avons menée dans la région, la situation géographique du pays et le tourisme intense que le pays reçoit en été nous ont tous amenés à investir sans cesse dans le pays. Notre investissement au Maroc, à l'exclusion de nos responsabilités légales, a atteint jusqu'à 20 millions de dollars. Nous croyons au potentiel de ce pays et nous poursuivons nos investissements progressivement croissants.

Comment faites-vous pour vendre au Maroc ? Louez-vous ou achetez-vous des magasins ?

La caractéristique la plus importante des marques mondiales est qu'elles agissent rapidement et s'adaptent



«Nous fournissons environ 50% de nos ventes globales au Maroc.»

au changement à la lumière de l'esprit contemporain. Nous nous soucions de sélectionner des endroits appropriés avec un fort trafic de clients en ligne avec notre positionnement de marque. C'est à travers nos magasins que nous nous rapprochons de nos clients. C'est pour cette raison que, quel que soit le pays, nous choisissons méticuleusement chaque magasin et le positionnons comme un hub de communication où les nouvelles technologies peuvent être appliquées. Nous privilégions donc le mode locatif dans notre structuration de magasin pour soutenir l'économie des pays et accroître la mobilité.

Le textile turc continue d'être populaire au Maroc, quelle est la différence de DeFacto par rapport aux autres marques au Maroc ?

Nos clients sont au cœur de notre activité chez DeFacto. Nous agissons conformément à leurs exigences et essayons d'ajouter de la valeur à leur vie. Nous sommes toujours à l'écoute de nos clients dans tous les pays où nous sommes actifs et nous nous soucions d'agir conformément à leurs idées en menant des enquêtes. Nous présentons nos conceptions de haute qualité à nos

clients à des prix abordables. C'est en ce sens que la mode n'est plus un luxe grâce à DeFacto. La satisfaction de nos clients au Maroc, où nous sommes actifs depuis environ 7 ans, nous motive vraiment à faire de nouveaux investissements. Les sondages que nous menons auprès des clients pour améliorer la qualité de nos produits et services nous permettent d'obtenir des scores élevés en termes d'acclamation. Nous sommes la première marque du marché marocain qui présente de nombreuses applications technologiques de vente au détail à ses clients. Nous réalisons également des ventes sur notre propre site web depuis 2017. Nos canaux en ligne et hors ligne s'alimentent les uns les autres et présentent une structure forte au Maroc, comme dans d'autres pays.

Comment se passent les ventes en ligne chez DeFacto Maroc, et quelle est la part des ventes globales ?

DeFacto, à la fois une entreprise de mode et de technologie, compte plus de 15.000 employés pour maximiser l'expérience client sur les canaux en ligne (E-commerce). À l'heure actuelle, une petite partie des ventes au Maroc est réalisée sur

des canaux en ligne (E-commerce). Néanmoins, nous avons enregistré 83% de croissance du e-commerce rien qu'en 2022, au Maroc, grâce à nos investissements dans ce canal. La boutique en ligne a été aussi réussie que n'importe quel nouvel investissement dans un magasin. Nous continuerons à développer ce canal de vente dans la période à venir. Nous avons bien vu que nos clients, qui faisaient du shopping au Maroc, étaient très fiers de la technologie, ainsi que de nos canaux en ligne.

Nous présentons des produits non seulement dans DeFacto Maroc, mais également dans les entrepôts DeFacto Turquie à nos clients marocains. C'est ainsi que nos clients peuvent avoir accès, en amont, à une collection qui n'a pas été mise en vente au Maroc.

Quelles sont vos perspectives de croissance au Maroc ?

En tant que DeFacto, nous prenons nos décisions d'investissement en donnant la priorité aux besoins potentiels de chaque pays. Nous évaluons bien les demandes des pays et, grâce à notre structure agile, nous prenons rapidement de nouvelles décisions d'investissement. Le Maroc est une des économies les plus développées d'Afrique du Nord. Il a également une population nombreuse et jeune. A cet égard, on voit que le Maroc est considéré comme le futur hub africain. Il y a un nombre important de touristes voyageant d'Europe vers le Maroc, et ils visitent également nos magasins. Le Maroc se classe au premier rang des sites d'investissement en Afrique, en raison de sa culture à la fois moderne et ethnique et de son avenir radieux. À court terme, nous prévoyons d'augmenter le nombre de magasins de 30 à 40, et, à long terme, nous souhaitons maintenir la satisfaction de nos clients existants et potentiels dans nos magasins.

Propos recueillis par
Sanae Raqui



700 EMPLOYÉS AU MAROC

Selon le top management de DeFacto, l'enseigne dispose d'une équipe solide et dynamique de plus de 700 personnes au Maroc, incluant les équipes commerciales des magasins et le siège de Casablanca. La marque privilégie une communication transparente dans notre politique RH. Son management organise des réunions de rétroaction en ligne et sur place et des programmes d'orientation où sont mis en place les domaines de performance et de développement périodiques. «Nous insistons sur la transparence dans le recrutement et le positionnement ainsi que sur la politique d'évaluation du bon candidat pour le bon poste afin, à la fois, de procéder à la localisation et de pérenniser notre vision globale», affirme le CEO de DeFacto. La marque aspire à créer une culture d'entreprise positive chez ses employés et à les inclure efficacement dans ses processus de création de valeur à l'aide de diverses implémentations. Le modèle de travail agile vise à créer rapidement de la valeur avec ses clients et offre à l'organisation la possibilité de s'adapter à de nouvelles circonstances et de changer de direction pour créer de nouvelles opportunités commerciales.