

Made in Morocco



Mohamed Amin Adad.

Directeur Marketing et Prescription de Colorado

“Colorado, une success story à l’export”

Créé en 1962, Colorado, un des fleurons industriels nationaux intervient aujourd’hui dans vingt pays et trois continents. Avec une gamme diversifiée de près de 450 marques, la société a relevé le pari de l’export, malgré les barrières qui empêchent les entreprises du secteur de la peinture de saisir les opportunités de réussite.

La crise du coronavirus a démontré l’importance de la présence du produit marocain sur le marché national, quelles leçons peut-on en tirer ?

Effectivement, nous vivons actuellement avec la pandémie de coronavirus des changements radicaux dans notre environnement économique et social. Cette conjoncture a démontré que chaque pays doit impérativement développer son tissu économique de telle sorte à être le plus indépendant possible. Le Maroc est l’un des rares pays qui a pu prouver sa grande agilité et sa capacité à s’adapter rapidement aux besoins exprimés. Ceci n’aurait pas pu être possible sans une collaboration étroite entre les pouvoirs publics et le secteur privé.

Comment peut-on réussir l’implantation des produits Made in Morocco ?

À mon avis, la marque Made in Morocco est déjà établie dans plusieurs secteurs d’activité, surtout dans le secteur agroalimentaire (légumes, fruits, huile d’olive, produits du terroir...), le tourisme et l’industrie artisanale (maroquinerie, prêt-à-porter traditionnelle...) qui sont particulièrement représentatifs de la diversité culturelle et artistique de notre pays et qui ont bénéficié pendant plusieurs années de soutien et d’accompagnement de la part des pouvoirs publics. Il reste, à présent, d’autres secteurs industriels ou autres, dans lesquels plusieurs champions marocains ont vu le jour sans vraiment être adossés à l’em-

preinte du Maroc ou être soutenus par les organismes publics. De ce fait, nous devons absolument épauler ces entreprises florissantes pour les aider à mieux se développer au Maroc et à exploiter davantage leur potentiel à l’international. Ceci va nous permettre sans doute d’élargir notre périmètre et de sortir de notre zone de confort pour aller conquérir d’autres secteurs d’activités, afin de graver en or là aussi le label «Made in Morocco». Cela passe par subventionner les investissements faits dans la R&D, la lutte contre l’informel industriel, la protection de la propriété intellectuelle et commerciale, la promulgation des normes obligatoires protégeant le consommateur et garantissant la qualité des produits fabriqués localement, l’accompagnement de l’export en améliorant la compétitivité des coûts logistiques et en contrant les barrières douanières encore présentes dans plusieurs marchés cibles, ainsi que les barrières non tarifaires.

Comment Colorado a pu s’imposer sur le marché national en tant que marque 100% marocaine ?

Depuis plusieurs années, Colorado s’est investi dans de grands projets structurants, comme la construction d’usines très modernes, la diversification de la gamme de produits, un budget de communication important, l’introduction en Bourse ou la triple certification QSE. Bien évidemment, ce succès n’aurait pas été possible sans un véritable

développement humain, l’un des piliers de la stratégie de Colorado. Tous ces éléments ont permis de viser grand et d’imaginer l’aboutissement à l’entreprise que nous sommes aujourd’hui, à savoir : un des champions dans le secteur industriel, et en particulier dans la chimie et la parachimie, privilégiant la qualité de ses produits et la satisfaction de sa clientèle.

De quelle manière l’entreprise contribue-t-elle au développement et à la promotion du Made in Morocco ?

Depuis 2007 et après avoir conquis le marché marocain et être devenu le leader national de la peinture, nous avons décidé de nous lancer dans l’export. Cette volonté de s’imposer aussi sur le marché international a demandé des efforts considérables et des budgets conséquents (participation à des dizaines de salons, missions de prospection...). Pour mémoire, nous étions fiers à chaque fois de voir le drapeau marocain présent grâce à Colorado, la seule entreprise marocaine, tous secteurs confondus, présente dans de grands salons organisés à l’international (Europe, Asie, Russie, Afrique...). Nous avons aussi ouvert des showrooms dans plusieurs pays en Afrique, en Europe et au Moyen-Orient et réalisé toute forme d’actions publicitaires localement. Colorado a aussi veillé au transfert de son savoir-faire marocain en formant des milliers d’applicateurs sur les techniques d’application des peintures en général, et des peintures décoratives en particulier.

Quel est le rôle de la R&D dans le développement de la marque ?

Depuis des décennies, la stratégie de développement de Colorado repose sur la R&D, en parallèle de notre capital humain. Nos laboratoires ainsi que nos usines sont dotés des dernières technologies de pointe. En effet, la marque Colorado est reconnue aujourd’hui unanimement sur le marché par son niveau de qualité, son innovation, son respect de l’environnement et sa création de valeur ajoutée. Grâce à cette performance, Colorado a réalisé de grands projets de référence aussi bien au Maroc qu’à l’international.

Comment le groupe a-t-il surfer sur la vague de la crise sanitaire ? Et quelles sont ses perspectives d’avenir ?

Pendant toute la période de la pandémie et grâce à la clairvoyance de leur top management, les équipes de Colorado sont restées mobilisées en permanence à proximité de leurs clients pour répondre efficacement à leurs besoins, tout en respectant les mesures sanitaires. À l’heure où plusieurs sociétés étaient en repli, Colorado a su redynamiser l’activité par des actions marketing et commerciales importantes. Ce qui lui a valu l’admiration et la reconnaissance de ses clients, en renforçant davantage la consommation et la préférence de la marque Made in Morocco. En dépit de ce contexte conjoncturel difficile, nous restons confiants et serons pour poursuivre sur le même trend de performance, en espérant que notre pays sorte gagnant à tous les niveaux de cette épreuve difficile. ●