



Université Mohammed V- Agdal Rabat
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et
Sociales

KITEA

Master Sciences de Gestion
Semestre 2
Matière : Techniques de commerce
international

Travail préparé par :

- *BENCHAFFI Nihad*
- *EL MOUMINI Basma*
- *EL OUFIR Meryem*

Encadré par :

M. A. BOUTAYBA

Année Universitaire : 2011 - 2012

KITEA

Plan

Introduction

- I. Présentation générale du groupe KITEA
 - 1- Présentation de KITEA
 - 2- Dates clés
 - 3- Le Groupe KITEA
 - 4- Les objectifs de KITEA
 - 5- Stratégie

- II. Distribution :
 1. La structure
 2. La logistique
 3. Le réseau de distribution
 4. Des services dédiés aux clients

Conclusion

Bibliographie

Introduction :

KITEA

Tout a commencé en 1988. De retour à son pays après avoir décroché un diplôme d'ingénieur au Canada, Amine Benkirane est confronté à un problème aux allures simples mais qui demeure de taille : meubler son premier appartement. Âgé alors de 25 ans, il veut des meubles simples, moderne et peu coûteux. « C'est là que j'ai été étonné de l'absence de l'offre en matière de mobilier », a déclaré celui qui, peu de temps après, va tirer avantage de cette situation. En effet, entre les menuisiers de Derb Ghallef et les importateurs de renommée, il ne sait pas à quel saint se vouer. D'autant plus que dans un cas comme dans l'autre, les prix étaient loin d'être abordables. Déçu, il n'en flaire pas moins une niche à explorer. Celle des meubles en kit. Après plusieurs voyages à l'étranger, Amine Benkirane mise sur ce nouveau marché, axé sur la distribution de mobilier moderne et à bon prix. Kitea, la première société spécialisée dans le domaine, voit le jour en 1992. Capital initial : 400 000 DH. Malgré son caractère novateur, le projet est confronté à un défi. Celui de pouvoir, ou non, changer les habitudes de consommation des Marocains, gagner la confiance des banques et autres institutions et faire connaître le Maroc auprès des fabricants de meubles internationaux.

I. **Présentation générale :**

1. **Présentation de KITEA :**

En 1992, l'idée de la création de KITEA était de proposer à ses clients une vaste gamme d'articles d'ameublement, esthétiques et fonctionnels, à des prix très compétitifs.

Dès le départ, KITEA a voulu et a su démocratiser le meuble et le mettre à la portée de tous. Son but capital était de doter les ménages marocains d'une large gamme d'articles qui répondent exactement à leurs nouveaux besoins dans ce monde moderne.

Pour ce faire, KITEA s'est dotée d'une Centrale d'achat performante, qui sillonne les 4 coins du monde pour procurer à ses clients les meilleurs rapports qualité/prix, et une Centrale de distribution efficace pour suivre les attentes de ses clients, qui de jour en jour font et feront confiance à celui qui va devenir le leader du meuble en KIT au Maroc.

A travers ces 4 concepts, et ces 50 points de vente totalisant plus de 50 000 m² d'exposition, implantés sur 18 villes du royaume, le groupe KITEA offre des produits destinés à tout l'équipement de la maison ou le bureau, aux meilleurs rapports qualité/prix, et qui répondent le mieux aux besoins du consommateur.

A l'heure de la mondialisation, les besoins et les goûts se modifient. Le Maroc change, évolue et se modernise...et KITEA intervient dans ce changement à travers ses concepts pionniers au Maroc, de création d'espaces modernes et structurées de distribution de meubles, accessoires, et équipements.

KITEA

Cette création de one-stop-shop a débuté avec l'ouverture des KITEA géant, allant jusqu'à 9000m² d'exposition.

Le défi est d'anticiper les besoins des ménages marocains et de les aider à mieux appréhender la vie moderne.

- ♣ Raison sociale : **KITEA S.A.**
- ♣ Capital Social : 75.075.000.00 Dh
- ♣ Secteur d'activité : Distribution de mobilier de maison et de bureau et d'articles de décoration
- ♣ Date de création : 1992
- ♣ Fondateur, Administrateur et Président Directeur Général : **Mr. Amine BENKIRANE**
- ♣ Nombre de points de vente: 24 KITEA, 22 Kshop, 3 KITEA GEANT, 1 KMEDIA
- ♣ Présence géographique : 17 villes
- ♣ Prévisions d'ouverture en 2012 : KITEA géant à Meknès, Agadir et Salé, KITEA à Al-Hoceima et Errachidia, 5 Kshop et 3 Kmedia
- ♣ Nombre de dépôts : 5 (Zone industrielle de Nouasser, Casablanca, Rabat, Marrakech et Agadir)
- ♣ Prévisions d'ouverture d'un dépôt sous douane à Nouasser de 10 000m²
- ♣ Superficie de vente sur le Maroc : plus de 50.000 m²

KITEA

- ♣ Superficie de stockage : 30.000 m²
- ♣ Nombre de livraisons au client final par jour : 800 à 1200

2. Dates clés :

Juillet 1993 : KITEA ouvre le premier magasin sur le boulevard Route d'El Jadida à Casablanca où il comptait une trentaine de références et un fournisseur unique. (La création de KITEA s'est faite en 1992)

1994 : KITEA ouvre son deuxième magasin à Casablanca, 2 Mars : 1er contrat de Franchise Maroc-Marocaine.

Début de l'expansion nationale avec l'ouverture du 1er magasin sur Rabat.

1997 : KITEA est présente dans les grandes surfaces (MARJANE Californie)

1999 : KITEA Fès, KITEA Marrakech et KITEA Tétouan voient le jour et contribuent au rayonnement de la marque.

Déc.1999 : La Centrale KITEA s'installe dans la technopole de l'aéroport Mohamed V sur une surface de 7000 m² et compte plus de 35 fournisseurs à travers le monde

2000 : Ouverture de 2 nouvelles Franchises : Casa Galillée et Mohammedia, ainsi qu'une succursale KITEA Rabat Agdal, selon la nouvelle charte visuelle et d'aménagement des magasins.

2002 : Extension du réseau sur Kenitra, Casablanca Bd Mohamed VI, Meknes et El Jadida

KITEA

2003 : KITEA souffle sa dixième bougie et ouvre 4 nouveaux magasins
KITEA : Berrechid, Khouribga, Agadir et Casablanca Ain Sebaa.

Fin 2003 : Installation de dépôts régionaux pour des livraisons plus fluides. Le réseau compte 20 points de vente et plus de 50 fournisseurs à travers le monde.

2004 : Création du pôle Export à la centrale KITEA vers l'Afrique.
Extension de la centrale KITEA : sur une superficie totale de 15 000m²

Été 2004 : Dans un souci de proximité, en 2004, KITEA s'installe à Beni Mellal et Safi.

Ouverture du premier magasin de la chaîne K shop à Casablanca.
L'activité EXPORT se développe à travers 7 distributeurs en Afrique:
Sénégal, Mauritanie, Burkina Fasso, Niger, Gabon,
Cameroun et Libye...

2006 : Le réseau K shop compte 15 points de vente

2008/9/10 : Installation du concept KITEA géant avec l'ouverture de KITEA géant à Marrakech, Bouskoura et Oujda.

3. **Le Groupe KITEA :**

Le groupe KITEA est le leader marocain de la distribution de meuble. Avec le réseau KITEA GEANT et l'enseigne KMEDIA, le groupe KITEA parachève son architecture commerciale selon in schéma d'intégration horizontale qui se décline en quatre réseaux :

➤ **KITEA:**

KITEA

Premier réseau de distribution de meuble au Maroc, offrant un rapport qualité prix très compétitif, un design moderne, un grand choix de produits et une panoplie de services.

Superficie moyenne : entre 700 et 2500m²

➤ **Création de K shop :**

Dans le cadre de son développement, KITEA a entrepris en 2004, l'ouverture d'une nouvelle filiale sous une nouvelle enseigne originale et moderne : **K shop**.

La devise de cette enseigne est : « **Les petits prix font les intérieurs réussis** »

La décision de lancer ce nouveau concept K shop répond bien entendu à des besoins de plus en plus pressants des ménages marocains de compléter leur équipement en mobilier (disponible dans les magasins KITEA) avec tous ces petits accessoires dont on ne peut se passer dans la cuisine, la salle de bain, ... les objets décoratifs.... Sans oublier l'art de la table : du service en porcelaine jusqu'à la nappe qui ornera votre table au quotidien et accompagné d'une large panoplie d'articles cadeau...

Aujourd'hui, le réseau Kshop compte 22 points de vente sur 14 villes. La superficie moyenne de ces magasins est de 120 à 200m².

KITEA

➤ **K Media : le concept complémentaire**

KITEA a créé une enseigne complémentaire à l'équipement de la maison, spécialisée dans le MultiMedia, l'électroménager et l'image & son.

KMEDIA propose plus de 5000 références et dispose d'une surface moyenne de 1000m². Avec un positionnement moyen et haut de gamme, la spécificité de cette enseigne est d'offrir un large assortiment de produits technologiques avec un service de haut niveau : conseil, livraison, SAV...

L'aménagement du magasin met en scène plusieurs espaces distincts de façon moderne et pratique (espace image-son, espace multimédia, espace «produits blancs», espace téléphonie mobile et espace Gaming, ... Petit et gros électroménager, Informatique et accessoires info,...) et repose sur une charte merchandising étudiée pour améliorer la visibilité et l'attractivité des produits exposés.

Marques partenaires :

Whirlpool, Siera, Fagor, Brandt, De Dietrich, Bosch, Arçelik, Moulinex, Tefal, Rowenta, Krups, Taurus, Russel Hobbs, Délonghi, LG, Samsung, Philips, Braun, Kenwood, Nespresso, Lavazza, Franke, Sony, BenQ, Nakamichi, Loewe, Pioneer, Bose, Panasonic, Apple, HP, Compaq, Acer, Sony Vaio, Dell, MSI, Lenovo, Eaton, T'n'B, Lexmark, Epson, Xerox, NGS, LaCie, Transcend, BitDefender, MicroTrend, Targa, Ndrive, Wii, Xbox, Nintendo DS, Siemens-Gigaset, Logicom, Aria, LG-Nortel, Avaya, Méditelécom, Wana, Maroc Télécom

➤ **KITEA GEANT : le nouveau concept de magasin**

KITEA

Le concept KITEA GEANT répond au principe du « **one-stop-shop** », proposant au client, un centre de vie, regroupant dans un même espace, tous les produits et services pour s'équiper de A à Z, du meuble professionnel ou domestique aux accessoires et articles de décoration, sans oublier l'électroménager et le multimédia proposés par la nouvelle enseigne du groupe, KMEDIA.

Le concept KITEA GÉANT est le fruit de plusieurs années de réflexion, et d'études réalisées au Maroc et à l'étranger et a nécessité l'intervention de plusieurs professionnels en matière d'architecture, d'études, d'aménagement et de décoration.

Ce nouveau concept de magasins (à partir de 4000 m² d'exposition) est le prolongement naturel de la stratégie de développement menée par KITEA jusqu'à ce jour. L'objectif étant de pouvoir conquérir ce secteur de la grande distribution de mobilier encore vierge, et qui commence à intéresser la concurrence étrangère.

KITEA GÉANT, c'est d'abord une nouvelle identité, créée en collaboration de l'agence parisienne Team Créatif en terme de création, de design et de signalisation.

KITEA GÉANT, c'est aussi des **zones pratiques** à proximité :

- Un parking privé GRATUIT
- Une cafétéria (type VENEZIA ICE): aménagée sur un ton frais, jeune et chaleureux, les KITEA Géant proposeront à leurs clients un espace cafétéria pour des pauses gourmandes ou juste un rafraîchissement.
- Une aire de jeux pour les enfants offrant à chaque rentrée scolaire, ou période estivale, des petits cadeaux exclusivement réservés aux petits.

KITEA

Ces nouvelles normes d'aménagement sont conformes aux principes d'ergonomie en usage à l'international.

4. Les objectifs de KITEA :

Le groupe KITEA se fixe 3 objectifs :

a. ***Développer une gamme de produits éco-conscients et écologiques pour ses clients :***

Le premier axe suivi par l'enseigne KITEA dans sa démarche éco-consciente, est d'offrir une large gamme de meubles écologiques et respectueux de l'environnement. Ces meubles sont conçus et produits dans un premier temps par ses fournisseurs et partenaires Danois et Français. Cette démarche sera étendue sur l'ensemble des fournisseurs de meubles en bois en leur mettant une pression sur leur façon de faire et leur prise de conscience sur l'environnement.

Qu'est-ce qu'un meuble éco-conscients ? Ces gammes de mobilier vert et éco-conscients sont testées sur trois paramètres en vue de leur homologation et sont certifiés par 3 labels : La **certification « PEFC», Label « sécurité» et le label « Climat intérieur sain » :**

- La certification « PEFC»

Le Conseil PEFC (Programme de Reconnaissances des Certifications forestières) est une organisation non gouvernementale indépendante sans but lucratif, fondée en 1999, qui encourage une

KITEA

gestion durable des forêts par le biais d'une certification tierce indépendante.

Le PEFC offre aux acheteurs de produits en bois et en papier un mécanisme leur garantissant qu'ils encouragent une gestion durable des ressources forestières. La certification PEFC est un mécanisme transparent d'inspection des forêts ainsi qu'un moyen de suivi du bois et du papier, de l'arbre abattu au produit fini.

- *Le label « Climat intérieur sain » :*

Le label «climat intérieur sain» est un mécanisme volontaire d'étiquetage des propriétés intérieures des matériaux de construction et d'autres produits à usage intérieur. Pour garantir un meilleur environnement intérieur, il est crucial de documenter l'impact des produits sur la qualité de l'air intérieur et de contribuer au développement de produits respectueux du climat intérieur. Aider à sélectionner des produits respectueux du climat intérieur et contribuer de manière générale à un meilleur environnement intérieur joue un rôle prépondérant dans la fabrication des produits à usage intérieur.

- *Le Label « sécurité» :*

Afin de répondre aux exigences européennes de sécurité, TVILUM-SCANBIRK a fondé son propre centre d'essais en 2007.

Le fabricant danois y teste toutes les nouvelles gammes avant de les mettre en production pour s'assurer qu'elles sont à la hauteur des exigences en vigueur.

KITEA

En outre, un contrôle se fait en continu sur les gammes actuelles afin d'être certains qu'elle ne comporte aucun risque pour les consommateurs.

Il est à noter que l'introduction des meubles éco-conscients a été réalisée par KITEA sans pour autant répercuter sur les prix de vente les investissements inhérents à cette démarche citoyenne qu'est le respect de l'environnement.

Aujourd'hui 30% des meubles en bois vendus dans les magasins KITEA sont des meubles éco-conscients... l'objectif de l'enseigne est d'atteindre 70% de son offre en 2015.

b. **Favoriser la sensibilisation des collaborateurs de KITEA aux enjeux du développement durable :**

Le deuxième objectif et axe de travail du groupe KITEA est la sensibilisation de la « POPULATION KITEA » Ceci a démarré par un 1er cycle de formations s'étalant sur 3 mois, offert à l'ensemble des collaborateurs, des directeurs aux commerciaux en passant par les responsables, les chefs des sections...

Ces formations, (Cours, projection, débat... pendant 8h) , ont été animées durant les mois de Septembre, Octobre et Novembre 2009, par le docteur Saïd BEQQAL, spécialiste en hygiène et environnement, en partenariat avec l'OFPPPT et avaient pour objectifs de sensibiliser l'ensemble du personnel sur l'importance d'être un bon éco-citoyen au quotidien : ne pas oublier son PC allumé le soir, éteindre les lumières en quittant une salle, diminuer l'utilisation du papier en réorganisant ses tâches, faire du covoiturage et utiliser les transports en commun.

L'objectif est que ces formations puissent être bénéfiques aux familles, proches et amis des équipes KITEA. Il s'agit de faire passer

KITEA

une prise de conscience à cette population pour agir tous ensemble vers le bien être de notre planète.

c. *Diminuer l'impact environnemental du groupe KITEA en termes notamment de consommations d'énergie.*

Un cahier de charge est en cours de préparation afin de lancer un appel d'offre auprès des cabinets spécialisés pour évaluer sa consommation d'électricité, d'eau, de transport et de consommable et de l'aider à optimiser ses ressources dans le respect de l'environnement.

Cet axe de travail de travail se traduira par la mise en place d'autre moyen pour une consommation plus éco-consciente :

Mise en place de plateforme logistique de centralisation des livraisons afin de diminuer les consommations de Gasoil et d'optimiser les circuits de livraisons.

Depuis Mai 2009, KITEA a mis en vente à un prix symbolique des sacs réutilisables qui pourraient à terme supprimer l'utilisation des sacs en plastiques, non écologiques, dans tous les magasins KITEA.

Une formation aux caissières à été menées pour les inciter à moins donner de sacs plastique en caisse, en expliquant cette cause au client et lui faire prendre conscience de ce geste.

KITEA se veut être la première enseigne au Maroc à interpeller particuliers et pouvoirs publics sur la pollution engendrée par les sacs en plastique de sortie de caisse et désire lancer dès 2010 les premiers

KITEA

sacs de caisse recyclables, réutilisables, et même remboursables et échangeables gratuitement à vie pour nos clients.

5. **Stratégie :**

KITEA a comme cible primaire les jeunes couples, de revenu minimum de « 5000 à 15000 Dh » par foyer et par mois, plutôt moderne, cherchant à évoluer vers le jeune habitat.

Et comme Cibles secondaires, KITEA vise un Revenu moyen mensuel par foyer de « 15000 à 35000 Dh ».

KITEA dispose d'une stratégie globale claire :

- Démocratiser le meuble au Maroc et le rendre accessible à tous.
- Il faut trouver les meilleurs fournisseurs pour nous offrir des produits de qualité.
- Il faut offrir des prix bas, pour cela, il faut acheter de grosses quantités...et ouvrir beaucoup de magasins.

I. Distribution :

KITEA

1. Structure :

Une Centrale d'achat très active et de plus en plus puissante face à ses divers fournisseurs étrangers. Des équipes d'acheteurs veillent à être présents à toutes les manifestations et foires à travers le monde entier afin de toujours offrir les meilleures tendances de produits aux meilleurs prix.

Une Centrale de distribution qui s'étend sur plus de 30 000 m², et dessert quotidiennement tous les Magasins KITEA du Royaume.

2. La logistique :

L'enseigne a mis en place des outils pour gérer les stocks, l'objectif de la logistique est d'optimiser le trajet entre les dépôts et le client final.

Les magasins sont connectés par des liaisons à la centrale et les commandes sont traitées on-line.

Un planning quotidien dessert toutes les 17 villes du royaume où les magasins KITEA sont implantés.

Le parc « camions » pour assurer les livraisons inter villes est continuellement renforcé et soigneusement entretenu.

Aujourd'hui, KITEA compte plus de 100 véhicules : de capacité allant de 14 tonnes à 3 tonnes ½ et autres véhicules utilitaires.

KITEA

3. Le réseau de distribution :

Chaque point de vente est une entité commerciale à part, desservie quotidiennement par la centrale de distribution. Le groupe attache une grande importance aux magasins. "Chaque client doit recevoir le même niveau de service et de satisfaction quelque soit le magasin où il se trouve" La Centrale KITEA travaille en étroite collaboration avec son réseau à travers un département dédié aux magasins : le département Animation qui uniformise toutes les méthodes et démarches commerciale utilisées en magasins.

Le client retrouve la même charte graphique et identité visuelle quelque soit le magasin ou la ville où il se situe. Bien évidemment les produits et les prix sont les mêmes partout aussi.

80% des campagnes de communication sont nationales, et 20% correspondent à des actions locales, généralement reliées à un évènement régional.

En magasin, le client peut soit récupérer son meuble sur place, soit se faire livrer (**gratuitement** dans un rayon de 25 Km de chaque point de vente)

Le réseau KITEA effectue entre 800 et 1200 livraisons par jours, à l'aide d'un parc de véhicules propre à chaque magasin pour les villes satellitaires et gérées sur les grandes agglomérations par des plateformes logistiques en charge, de regrouper, gérer, planifier et effectuer les livraisons de plusieurs magasins.

Les points de ventes sont ouverts tous les jours, même le dimanche et jours fériés.

KITEA

Dans les magasins KITEA géant, le client doit suivre un circuit commercial qui le guidera tout au long de sa visite et l'invitera à passer par les différents rayons spécialisés avant de retrouver la sortie.

4. Des services dédiés aux clients :

- **Disponibilité et proximité :**

Afin de garantir le meilleur service, les magasins KITEA et KITEA GÉANT sont ouverts tous les jours, y compris les dimanches et jours fériés.

- **Rapport qualité-prix très compétitif :**

La diversité et le nombre important de références (plus de 15.000 références) que propose KITEA à ses clients, ainsi que ses équipes d'acheteurs à l'affût des meilleurs produits aux meilleurs prix, permettent à ces derniers d'avoir un important pouvoir de négociation avec les différents fournisseurs, et d'exiger la meilleure qualité, et donc, obtenir le meilleur rapport qualité-prix pour ses clients.

- **Innovation et design moderne :**

KITEA se distingue par un design qui allie harmonieusement modernité et style de vie marocain, et qui donne vie à des collections renouvelées et enrichies en permanence.

- **Fidélité :**

Un programme de fidélité K+ remercie et fidélise l'ensemble des clients du groupe à travers un système de cumul de points transformables en bons d'achat sur le réseau.

KITEA

- **Devis, livraison et montage gratuit :**

Un devis gratuit peut être édité sur simple demande du client lors de sa visite en magasin ou via le site internet : www.kitea.ma

Pour tout achat effectué dans l'un des magasins du réseau KITEA, une équipe spécialisée est mise à la disposition du client pour lui assurer la livraison et le montage dans un rayon de 25 Km du point de vente.

- **Garantie et service après-vente :**

Tous les produits vendus chez KITEA bénéficient d'une garantie, valable 1an. Un service Satisfaction est à la disposition du client du lundi au samedi, au 0802 00 8002.

- **Service clientèle :**

Un service clientèle téléphonique ouvert tous les jours de 9h à 21h du lundi au Samedi.

- **Site internet :**

Un site Internet www.kitea.ma propose aux clients de retrouver toutes les informations dont il a besoin, et même d'établir un devis en ligne.

KITEA

Conclusion

Qu'il soit grand, moyen, petit client ou encore particulier, professionnel ou entreprise, KITEA a des solutions pour répondre sur mesure à leurs attentes et désires par l'exposition d'une gamme divers de produits et services.

KITEA

Bibliographie :
