



Marché

Petit matin d'hiver, les voyants du tableau de bord ne s'allument pas en mettant le contact, ou s'éteignent, si on sollicite le démarreur... muet.

Diagnostic: batterie à plat! «Secouez-moi, secouez-moi!», c'est le geste de la dernière chance sur la batterie déchargée du véhicule, en vain. Eh oui! C'est à ce moment précis de sollicitations accrues que l'on se rend compte à quel point la mobilité du conducteur est liée à cette source d'énergie.

En effet, la batterie est un accumulateur d'énergie chimique. Elle administre l'énergie électrique nécessaire pour actionner le démarreur et amorcer le moteur. Elle sert aussi à l'alimentation électrique de ce dernier.

Dans ce contexte Electra, marque leader dans le secteur de l'énergie renouvelable au Maroc, a fait de la qualité et de la durabilité de ses batteries son véritable fer de lance.

Voilà une marque 100 % marocaine, qui n'a rien à envier à ses consœurs étrangères. Avec un CA annuel de 100 millions de dirhams et une part de marché de 38%, elle produit et commercialise près de 250.000 batteries/an.

Son développement est en grande partie la résultante d'un rapport privilégié avec l'ensemble de ses partenaires. Elle attache une attention particulière aux constructeurs automobiles et entretient une relation pérenne avec son réseau de distribution, en l'occurrence 7 agences de vente, en plus des vendeurs et des revendeurs agréés.

Faits marquants

Electra est la filiale d'un grand groupe industriel marocain pluridisciplinaire. Cependant, c'est dans le secteur du bâtiment et de la promotion immobilière que ce même groupe acquiert ses lettres de noblesse. L'industrie de la céramique, les câbles électriques, le papier et carton, la pétrochimie, sont des domaines où il se veut leader. Quant à la grande distribution et le tourisme, il les conceptualise et leur donne un positionnement très distingué.

Située à Casablanca, Electra emploie environ 200 personnes, dont 20 cadres, 60 agents de maîtrise et 120 ouvriers qualifiés. En 1994, la marque lance des batteries à énergie renouvelable, une innovation qui sera son take-off. Cette sorte de centrale mobile innovante permettra à une grande partie de la commu-



nauté rurale de disposer de l'énergie nécessaire pour le minimum de confort requis, mais encore, elle lui favorisera l'accès au loisir et à l'information. Autrement dit, Electra est la pionnière de la batterie TV au Maroc.

Pendant 10 ans d'activité, Electra acquiert 38% de part de marché. Bénéficiant de l'appui de sa clientèle, la marque se distingue par des événements-phares ayant jalonné son palmarès: l'acquisition du marché de toutes les montes de voitures et camions (Renault, Berliet, Fiat, Volvo, Isuzu, Toyota, Seat) et la conception et le développement de la batterie «Energie» pour le solaire dans le cadre de l'électrification du monde rural. De nos jours, Electra compte parmi ses nombreux partenaires des constructeurs automobiles de

renommée internationale, des administrations et des fournisseurs nationaux et étrangers.

Outre les performances techniques, la proximité du client et le service après vente ont permis à Electra de se voir attribuer plusieurs homologations et certifications.

En 1996, la certification ISO 9002 fut décernée à Electra par AFAQ. En 1998, l'homologation de la batterie est attribuée par Renault France. En 2001, la batterie «Energie» reçoit la certification accordée par le CDER, puis la certification ISO 9001, version 2000 en 2003.

Histoire

Depuis plus d'un demi-siècle, le «Groupe Chaâbi», devenu en 1986 le Holding Ynna, va de l'avant, fort de l'esprit combatif impulsé par son président-fondateur, Miloud Chaâbi, d'une culture d'appartenance fondée sur l'effort, le goût du défi, l'honnêteté professionnelle, la fierté d'être marocain et l'ambition d'être utile. Le groupe crée en 1992 Electra spécialisée dans la fabrication des batteries de démarrage, de télévision et des batteries destinées au stockage (énergie électrique d'origine photovoltaïque). La marque lance l'activité de production et de commercialisation des batteries de démarrage et de télévision. Dès 1996, les batteries «Energie» seront mises sur le marché.

Produit

Electra dispose d'une large gamme de batteries adaptée au marché, avec 35 types de batterie pour répondre aux exigences de la totalité des véhicules. Electra fabrique des batteries de démarrage, des batteries de télévision et des



batteries destinées au stockage. Des produits d'appel destinés à sa clientèle urbaine et rurale.

Les batteries Electra se distinguent sur le marché par leur grande capacité de stockage de l'énergie Ampère-heure (Ah), de leur excellent pouvoir de démarrage en Ampère et de leur densité en électrolyte. Sur le terrain, les batteries Electra sont les plus utilisées au Maroc et demeurent compétitives face aux marques importées. Répondant aux normes en vigueur, chaque type de batterie (6 ou 12 volts) possède les aptitudes fiables tant sur son efficacité que sur son rendement énergétique. Quant à la batterie Electra NRJ, elle se démarque grâce à ses propriétés de durabilité.

L'entreprise achète ses matières premières aux mines marocaines. Ce choix d'approvisionnement in situ contribue de manière

significative à l'essor économique du pays en réduisant conséquemment l'importation de cette matière. Ecolo volontaire et responsable, Electra est consciente de la nocivité potentielle que peut engendrer le plomb, une matière première malencontreusement primordiale pour la fabrication de ses produits. Dans ce sens, afin d'atténuer les conséquences de cette matière toxique sur l'environnement, Electra a mis en place, depuis le démarrage de son activité, des techniques de récupération du plomb contenu dans l'air et un procédé de traitement des vapeurs d'acide et des eaux usées.

Développements récents

Le succès fulgurant d'Electra puise dans sa capacité à anticiper les besoins du marché, à diversifier ses produits et à innover. Dans cette dynamique, Electra a lancé récemment des grandes batteries en PP aux poids lourds (série M14, M15 et M16) composées de l'alliage à faible antimoine, ainsi que les pochettes (Séparateurs) en PE.

Afin d'optimiser le service et d'offrir à ses clients ce qu'il y a de meilleur, Electra a entrepris l'amélioration de son SAV à travers un meilleur traitement des retours, et l'apport d'un diagnostic gratuit qui lui permet de mieux cerner les attentes de sa clientèle de manière à répondre aux exigences croissantes du marché.

Communication

Pour Electra, la communication relève de plusieurs formes dont le mode et la nature diffèrent. Cependant Electra articule sa communication autour de l'expression de sa loyauté vis-à-vis de ses publics (notons bien que le pivot de sa communication de part son activité technique, c'est tout d'abord la sécurité de ses clients grâce à la viabilité de ses produits). Le résultat ultime étant l'acquisition de cette légitimité qui engendre une attitude favorable, n'ayant autre pilier que la confiance que ses publics lui attribuent.

La marque Electra est synonyme de puissance,



dynamisme, endurance et sécurité en matière d'énergie mobile. Ses batteries jouissent d'une haute qualité pour répondre aux sollicitations les plus extrêmes. Elles offrent de manière significative une meilleure puissance au démarrage et une durée de vie bien plus longue que les batteries de démarrage courantes.

Par ailleurs, Electra communique par une mise en avant sur toute la gamme, de l'identité visuelle de la marque comme élément principal. Sur un plan sémiologique, son logo véhicule la puissance et l'énergie, la teneur et la viabilité des produits de la marque.

L'application de l'identité visuelle sur tous les supports: papiers en-tête, cartes de visite, enveloppes, bâtiments, packaging, catalogues, dépliants, signalétique, véhicules, PLV et éventuellement vêtements, est un moyen pour Electra de consolider sa présence.

De plus, afin d'optimiser ce design visuel porteur de son gisement de valeurs et notamment son patriotisme, Electra s'illustre via des événements du monde du sport mécanique au Maroc, dont le sponsoring de deux voitures engagées dans le trophée Palio avec comme pilotes (Samira et Mehdi Bennani) des professionnels affirmés.

Les valeurs de la marque

Entreprise jeune et performante, Electra fait de la qualité, de l'innovation et de la satisfaction du client les points essentiels de sa stratégie de développement. Ainsi, la société entretient des relations privilégiées avec l'ensemble de sa clientèle à travers une véritable écoute de leur besoin. Pour les fidéliser, elle dispose d'avantages concurrentiels inégalables: qualité, réseau de distribution, livraison rapide et un service après-vente performant.

La fiabilité, la durabilité, la flexibilité et le respect de l'environnement sont les valeurs-phares de la marque Electra. Ceci dit, il va de soi que les hommes et les femmes d'Electra sont sa vraie richesse, autrement dit son énergie. Pour Electra, la reconnaissance est non seulement une valeur mais un paradigme. En somme, Electra a ancré son image dans un territoire de valeurs sûres.

www.electrabatterie.com

Les petites choses que vous ignorez sur Electra

16.000 Marocains achètent chaque mois les batteries Electra.

Les recettes particulières des produits de la marque génèrent un procédé automatique de 100%.

Electra a contribué à la victoire d'un jeune pilote marocain à l'occasion d'une course automobile internationale sponsorisée par la marque.

