



### Marché

Sidi Ali est l'eau minérale naturelle de référence au Maroc. Avec 70% du marché des eaux plates embouteillées, la marque confirme son leadership national grâce à ses qualités reconnues par l'ensemble des consommateurs qui lui ont accordé leur confiance et ce, depuis un quart de siècle. Le marché des eaux embouteillées au Maroc (eaux minérales, eaux de source et eaux de table) se divise en deux catégories distinctes, les eaux plates et les eaux gazeuses. Pour 2003, le marché des eaux embouteillées est estimé à 2.200.000 hectolitres, 92% en eaux plates dont 78% d'eaux minérales et 8% d'eaux gazeuses. Ce leadership de l'eau minérale Sidi Ali est renforcé par un réseau de distribution disposant de plusieurs dizaines de milliers de points de vente à travers le pays. Sans oublier sa présence sur les marchés internationaux. Le marché de l'eau embouteillée est en forte progression: 40% sur 3 ans (Données Nielsen) pour atteindre 7 litres per capita en 2003, 99% sont représentés par la production nationale.

### Faits marquants

Obtenu en 1999, la certification AFAQ ISO 9002 version 1994, puis le passage en 2002 à la norme ISO 9001 version 2000 viennent conforter les relations de confiance avec les clients et partenaires en les assurant de l'engagement de l'entreprise au service de la qualité.

### Histoire

La source Sidi Ali Chérif a été découverte en 1972. Suite aux nombreux contrôles effectués à l'émergence, imposés par les législations marocaine et internationale qui ont permis d'obtenir, en 1977, du ministère de la Santé publique l'autorisation d'embouteillage et de commercialisation en tant qu'eau minérale naturelle, l'eau minérale naturelle Sidi Ali est mise sur le

marché en bouteille de verre de 25 et 125 cl au cours du premier semestre 1978. Suite au succès rencontré et conformément à la tendance internationale de l'époque une ligne d'embouteillage et de conditionnement en bouteille PVC de 150 cl a été mise en service en 1979. Peu après, la bouteille PVC 50 cl fut commercialisée. La mise en place de ce conditionnement associé à la qualité reconnue de Sidi Ali est à l'origine de la croissance soutenue des ventes. Pour répondre à une demande toujours croissante, une ligne d'embouteillage et de conditionnement en bouteille de PVC a été mise en service en 1988. L'embouteillage en PET ayant progressivement remplacé le PVC chez les embouteilleurs européens, deux lignes PET (fabrication et conditionnement des bouteilles) ont été mises en service en 1998, suivies, en 2003, d'une ligne à très haute cadence imposée par le développement du marché. Afin d'asseoir définitivement le produit, une démarche de certification qualité exigeant une implication permanente de la Direction et de tout le personnel a été mise en place. En 1999, la société Les Eaux Minérales d'Oulmès a obtenu



la certification internationale AFAQ ISO 9002 version 1994 et, en 2002, la certification AFAQ ISO 9001 version 2000.

### Produit

La source Sidi Ali Chérif est située à 1.100m d'altitude dans le massif du Moyen-Atlas en terre Zayan dans un environnement naturellement protégé. L'eau minérale Sidi Ali, d'origine souterraine émerge en surface à une température constante de 19°C dans des terrains schisteux situés en bordure du massif granitique de la ville d'Oulmès.

Lors de son cheminement vers la surface, elle se charge en minéraux et oligo-éléments. C'est une eau pure faiblement minéralisée mais riche en oligo-éléments. Les caractéristiques physico-chimiques de Sidi Ali dégagent un PH de 6,9 mg/l et de résidus secs à 110°C de 186 mg/l. En outre, cette eau est composée essentiellement de 25,5 mg/l de sodium, 2,8 mg/l de potassium, 8,7 mg/l de magnésium, 12,02 mg/l de calcium, 14,2 mg/l de chlorure, 103,7 mg/l de bicarbonate, 41,7 mg/l de sulfate et pas de nitrate. Ainsi, son captage et son embouteillage sont réalisés dans les meilleures conditions afin de garantir au produit commercialisé les qualités originelles que la nature lui a données. Des contrôles bactériologiques et physico-chimiques sont effectués en continu du captage à l'embouteillage



par des laboratoires internes et externes afin de surveiller d'éventuelles contaminations extérieures. Sa pureté et sa minéralité naturelle idéale font que l'eau minérale Sidi Ali convient parfaitement au coupage des biberons des nourrissons, à la consommation quotidienne de toute la famille et de la réhydratation des sportifs après l'épreuve.

L'eau minérale Sidi Ali est commercialisée en bouteille de 50, 75 et 150 cl. La bouteille de 75 cl est équipée d'un bouchon sport. Ces bouteilles sont compactables et recyclables pour d'autres usages.

### Développements récents

Jouant le rôle de précurseur au Maroc, la marque a réussi à introduire, dans son circuit de fabrication, le système de compactage qui permet d'écraser mécaniquement la bouteille vide pour réduire son volume. Par ailleurs, Sidi Ali a lancé fin 2003 l'étiquette plastique de façon à garder l'étiquette intacte.

Autre innovation de packaging, la marque a mis sur le marché en 2004 la bouteille Bouchon Sport 75cl. Grâce à ce nouveau packaging, Sidi Ali élargit sa cible au Maroc tout en catalysant la croissance de ce secteur dans l'économie nationale. A travers une identification facile, le profil type de Bouchon Sport touche principalement des consommateurs à la recherche d'un emballage pratique, à emporter avec soi (au bureau, sport, pendant les courses...) et cible les personnes actives, notamment les sportifs ou tous ceux qui ont une activité professionnelle intense.

### Communication

Depuis de nombreuses années, Sidi Ali investit massivement en média afin de véhiculer son image de marque forte, profondément ancrée dans les mœurs des familles marocaines. L'année 1999 est marquée d'un discours plutôt centré sur l'élément de survie via le message «Sidi Ali, ma source de vie». En 2002, la marque décide de développer une grande campagne média afin de communiquer sur la cible la plus large possible via trois spots TV. Puis, en 2003, afin de recentrer la marque sur ces qualités essentielles reconnues, Sidi Ali modernise sa communication en se focalisant sur le capital santé et bien-être via le message «La minéralité naturelle idéale» soutenue par une campagne TV (à travers un sourcier d'un âge certain, puis l'illustration d'une petite fille jouant avec une bouteille de Sidi Ali et, enfin, un spot unissant une maman et son



enfant) et campagne d'affichage via le rapprochement d'un enfant et un parent sous un seul mot «inséparables», synonyme de nécessité pour les grands comme pour les petits. En 2004, avec le lancement du révolutionnaire et innovant Bouchon Sport au Maroc, Sidi Ali souhaite apporter un plus à ses consommateurs et développer une niche de consommation via une bouteille nomade, à emporter hors de chez soi pour toute la journée, convenant au quotidien des sportifs. Résultat: Une campagne média agressive et de qualité, véhiculant l'image d'un produit «attachante» (en affiche à travers les grandes villes du Royaume) et un spot TV accompagné par la voix de Norah Jones évoquant la pureté, la légèreté d'une bouteille nomade qui convient à toute la famille (repris en message radio): un véritable show autour de la 75cl ! De par sa position d'annonceur ayant une place privilégiée au Maroc, Sidi Ali poursuit ses investissements en hors-média via le sponsoring dans des domaines de la culture (défilés, festivals de musique), des actions caritatives et sociales et signe également des contrats d'exclusivité dans le domaine sportif, un de ses axes de communication. En effet, Sidi Ali est sponsor officiel de la Fédération Royale Marocaine de Football (FRMF) et également sponsor officiel de la Fédération Royale Marocaine d'Athlétisme (FRMA). La marque conserve également sa place de partenaire incontournable auprès de nombreuses chaînes hôtelières, des chaînes de fast-food implantées au Maroc, ainsi que certaines grandes coopératives marocaines à travers le développement d'un packaging spécifique, adapté à chaque client. D'autre part, Sidi Ali compte bien poursuivre ses challenges ainsi que son leadership historique dans le Royaume à travers des innovations tant produit que média dans l'unique but de satisfaire et séduire des consommateurs qui lui sont fidèles de génération en génération.

### Les valeurs de la marque

Depuis un quart de siècle, et de génération en génération, Sidi Ali offre une eau à la minéralité idéale. Qui répond aux standards internationaux en termes de qualité et de minéralité. La marque se distingue par une eau naturelle, parfaitement équilibrée en calcium, sodium, magnésium et riche en oligo-éléments. La nature, l'équilibre et la pureté sont des valeurs clés qui font référence à Sidi Ali.

Au fil du temps, l'eau minérale Sidi Ali est particulièrement conseillée pour grandir quand on est petit et pour rester en forme quand on est grand. Sidi Ali est une eau dont on ne peut se séparer, grâce à sa vitalité et au désir de maintien de notre organisme. En valorisant certains principes éthiques, la marque respecte les particularités sociales, politiques et culturelles de l'environnement.

Outre la qualité du produit, Sidi Ali a la volonté manifeste de s'inscrire dans une politique de développement durable. Le succès de la marque passe par la stratégie adoptée par la compagnie et qui est tournée vers l'approche, l'écoute et la satisfaction de la clientèle.

[www.oulmes.ma](http://www.oulmes.ma)

### Les petites choses que vous ignorez sur Sidi Ali

Créée en 1933, sous le nom de «Compagnie Fermière des Eaux Minérales d'Oulmès Etat», la société Les Eaux Minérales d'Oulmès a une longue expérience dans le captage et l'embouteillage des eaux minérales Oulmès et Sidi Ali acquises sur le site d'Oulmès (Province de Khémisset).

Depuis 2000, elle a diversifié ses activités en développant sur son site de Casablanca-Bouskoura la fabrication de préformes, l'embouteillage, le conditionnement et la commercialisation de l'eau de table «Bahia» et, en 2003, l'embouteillage, le conditionnement et la commercialisation de marques internationales: Pepsi (Pepsi, Mirinda et Seven-Up).

Au Maroc, la consommation d'eaux embouteillées est de 7 litres par an, contre 120 litres par an en France et 150 litre par an en Italie.

