



AFRIQUIA
افريقيا

Afriquia SMDC présente sa nouvelle stratégie pour consolider son leadership

- Identité visuelle et plateforme de marque renouvelées ;
- Un investissement de 1 milliard de dirhams pour la refonte de l'ensemble du réseau

Ifrane, le 17 Septembre 2015 - Afriquia SMDC, filiale de Akwa Group, a présenté aujourd'hui sa nouvelle stratégie de marque pour accompagner le développement de l'entreprise. Avec une nouvelle identité visuelle, un design des stations repensé et une vision réaffirmée, Afriquia SMDC se donne ainsi les moyens de relever les défis de la libéralisation et de consolider sa position de leader marocain du secteur.

« Nous sommes aujourd'hui à un tournant historique du marché des hydrocarbures au Maroc. D'une part, dès décembre prochain, le secteur sera totalement libéralisé. D'autre part, la mutation du mode de consommation s'accélère, passant de la demande pour des produits et services classiques à la recherche d'une expérience authentique sur tous les points de contact avec la marque. Cela implique de profonds changements aussi bien pour nous que pour nos clients », a déclaré Said El Baghdadi, directeur général d'Afriquia SMDC.

Au-delà du renouvellement de l'identité visuelle, le programme de modernisation d'Afriquia SMDC porte sur une refonte des stations-service. L'objectif est de communiquer et de faire ressentir aux visiteurs les valeurs de la marque à tous les points de contact. Mobilisant un investissement de 1 milliard de dirhams, le programme prévoit la refonte de plus de 500 stations du réseau Afriquia en l'espace de trois ans, soit environ trois stations par semaine.

« Nous avons travaillé pendant plus de deux ans sur la refonte de notre marque, pour la rendre encore plus proche des consommateurs et mieux exprimer les valeurs et les ambitions qu'elle porte. Mais ce travail ne s'arrête pas aux aspects esthétiques. Nous avons complètement redessiné le parcours client au sein de nos stations, afin d'offrir un agrément optimal et une expérience agréable. Nous avons également revu l'ergonomie des différents composants de la station-service, offrant de meilleures conditions de travail à nos collaborateurs afin de leur permettre de satisfaire davantage les attentes de la clientèle », a précisé Said El Baghdadi.

Avec l'objectif de satisfaire et de dépasser les besoins d'un marché croissant et de plus en plus sophistiqué, Afriquia SMDC vise à développer et à fournir des produits de niveau mondial, basés sur une compréhension profonde des besoins du marché. L'ambition est de consolider son statut de leader et asseoir la marque en tant que standard de la distribution des carburants à l'échelle nationale, régionale et au niveau du continent africain à moyen-long terme.

L'entreprise se base pour cela sur une démarche mettant le consommateur au cœur de toutes ses activités. L'attention que porte Afriquia à ses clients est l'une des valeurs fondamentales de la marque. Cette démarche est également définie par les valeurs de professionnalisme, d'éthique, de sûreté, de sympathie et respect et de fiabilité, et d'engagement qui font l'ADN d'Afriquia SMDC. Valeurs qui guident la démarche de Afriquia SMDC et l'incitent à offrir, toujours, le meilleur à sa clientèle en termes de produits, de qualité ou de services.

Rappelons à ce titre la récente généralisation du gasoil 10 PPM (avec une teneur en soufre cinq fois inférieure au gasoil habituellement produit au Maroc), la commercialisation de la gamme Power Max (gasoil et sans plomb), la refonte du Club Fidélité...

Contact presse

Akwa Group
f.saadane@akwagroup.com
Mosaik Events & co
loubna.debbbarh@mosaik.ma
0522 25 28 68

**L'essence
du bonheur**



AFRIQUIA
افريقيا

Une marque renouvelée pour un développement pérenne

VISION

Notre vision est de satisfaire et de dépasser les besoins d'un marché croissant et de plus en plus sophistiqué. Nous développons et fournissons des produits de niveau mondial basés sur une compréhension profonde des besoins de notre cible, garantissant à notre marque d'être porteuse du standard des produits pétroliers, à l'échelle nationale, régionale et continentale.

MISSION

Nous cherchons continuellement à maintenir et à développer notre clientèle professionnelle et particulière en fournissant des produits et des services de haute qualité dans des espaces accessibles, attrayants, pratiques et sûrs.

VALEURS ET PRINCIPES FONDAMENTAUX

Nos valeurs guident notre comportement au quotidien. Elles déterminent la manière dont Afriquia interagit avec son écosystème. Ces valeurs sont les fondements même de notre marque. Elles forment un ensemble solidaire et complémentaire.

Afriquia est attentive, mettant tous les clients au centre de ses préoccupations. Faisant preuve d'expertise et de professionnalisme à tous les niveaux d'intervention. Sympathique, elle offre un accueil chaleureux à ses visiteurs. Elle est respectueuse de l'ensemble des parties prenantes et leur offre sûreté, fiabilité et efficacité. Se basant sur l'éthique et la confiance, elle est engagée pour une grande qualité de produits, services et innovations.

PROMESSE DE MARQUE

Afriquia est une marque pionnière, stable et avant-gardiste : fièrement locale avec une perspective et ambition continentale. Une marque basée sur la confiance, la qualité et le leadership. Elle garantit un accueil chaleureux et une expérience enrichissante pour chaque visiteur.

SIGNATURE : L'essence du bonheur

Cette signature simple et concise résume à elle seule, toute l'ambition de Afriquia. Elle témoigne également de la nature de la relation qu'entretient la marque avec ses clients.

NOUVELLE IDENTITE VISUELLE

Fruit d'une réflexion profonde, ce logo rappelle à la fois le riche historique de Afriquia SMDC tout en étant tourné vers le futur. Riche en couleurs et faisant un clin d'œil au continent africain, il rappelle surtout la diversité de l'offre de Afriquia.

**L'essence
du bonheur**



AFRIQUIA
افريقيا

Des stations repensées pour une expérience améliorée

Un parcours client optimisé

Les stations-service Afriquia intègrent de nouveaux îlots à pompes. Les îlots ont été conçus pour refléter les valeurs de la marque qui sont le professionnalisme, la confiance, la sûreté, la convivialité et l'accueil. Les îlots occupent une place centrale dans la station-service. Tous les autres composants sont distribués autour de ces îlots : Oasis Café, Mini Brahim, AutoGo...

Pour optimiser le parcours client, les stations-service sont organisées de manière à fluidifier la circulation, avec des points d'entrée et de sortie clairement indiqués, au même titre que le sens de la circulation. L'accessibilité est améliorée, avec l'application d'une approche One Stop Shop, notamment entre les enseignes Mini Brahim et Oasis Café. La visibilité des produits et services est également améliorée, avec une signalétique claire et précise et des espaces d'exposition mis en évidence.

Le branding Afriquia sur la pompe à carburant, l'unité de l'îlot, ainsi que la présentation des produits et des promotions, se combinent harmonieusement pour créer une apparence chaleureuse et accueillante pour le client.

Consciente de l'importance des services annexes, Afriquia SDMC a repensé les installations complémentaires de la station-service. Ainsi, les sanitaires ont été remodelés, avec notamment un accès facile aux personnes à mobilité réduite. La salle de prière a été mise en harmonie avec la modernité de la station. Elle comprend par ailleurs deux espaces de prière ; un pour hommes et un pour femmes, avec leurs propres salles d'ablutions séparées.

Une meilleure ergonomie pour les collaborateurs

Les îlots ont été complètement repensés afin d'intégrer l'ensemble des outils nécessaires aux pompistes pour fournir un service exemplaire aux clients. Les colonnes des îlots accueillent ainsi des espaces de rangement pour les gants et serviettes, un présentoir pour les lubrifiants et additifs carburant, un espace de rangement et de recharge pour le TPE, un compartiment pour l'eau et les outils de lavage des vitres, ainsi qu'un réceptacle pour les déchets. Le mobilier de l'îlot est multifonction, incluant le bac à sable et le siège du pompiste. Quant aux équipements de sécurité et de protection, ils sont à proximité du pompiste.

La vague Afriquia reliftée

Emblème des villages Afriquia, la charpente supérieure des îlots sous forme de vague est reliftée et arbore un style plus épuré, pour conférer plus de modernité et de cohérence à l'ensemble. Bénéficiant d'un design moderniste et élancé, elle dispose également du symbole Afriquia spécialement rétro-éclairé, placé stratégiquement sur tous les cotés.

**L'essence
du bonheur**



AFRIQUIA
افريقيا

Afriquia SMDC en bref

Le leader des hydrocarbures au Maroc

Afriquia SMDC est la filiale de Akwa Group spécialisée dans la distribution d'hydrocarbures et de lubrifiants. L'entreprise a fortement contribué à l'expansion de la holding et lui a permis de s'élever au rang des plus grandes entreprises du pays.

Aujourd'hui, Afriquia SMDC est le leader marocain des hydrocarbures. Elle dispose du plus grand réseau de stations-service au Maroc avec plus de 490 stations réparties sur tout le Royaume. Elle possède également le plus grand stock de sécurité du Maroc ainsi que 38% de parts de marché dans le secteur (source : Groupement des Pétroliers du Maroc, Année 2014). Grâce aux compétences de ses forces vives combinées à une mobilisation de ses équipes et à une logistique de pointe, Afriquia SMDC œuvre, tous les jours, pour offrir une qualité toujours meilleure tant pour ses produits que pour les services qu'elle propose à ses clients.

Une success story marocaine

Créée en 1959 par Ahmed Ouldhadj Akhannouch et Ahmed Wakrim, Afriquia SMDC (Société marocaine de distribution de carburants), s'est transformée au fil des années en un groupe pétrolier majeur au Maroc, opérant dans l'ensemble des industries du Royaume.

A sa création, Afriquia SMDC compte seulement deux stations-service. Les fondateurs travaillent à étoffer leur réseau jusqu'en 1972, l'année qui marque le premier partenariat avec la société Elf Aquitaine pour la commercialisation de lubrifiants. En 2005, Afriquia SMDC fusionne avec Somepi Carburants et s'allie, une année plus tard, avec le troisième pétrolier mondial, Chevron Texaco. Depuis sa création, qualité et innovation sont au cœur de ses priorités, dans l'organisation des métiers, dans la gestion des ressources humaines, dans ses produits et services.

**L'essence
du bonheur**