Habibo

Le dynamisme d'un groupe en développement

Shoprite devient Super U tandis que la distribution de Coca Cola à Madagascar change de main. Deux grandes enseignes de la place qui tombent dans l'escarcelle de Habibo Group en quelques années. Ce groupe dynamique est en plein développement. En effet, l'ancienne société de grande distribution sud-africaine éparpillée dans les différentes grandes villes change d'enseigne en devenant des magasins U.

En outre, la distribution de Coca Cola a trouvé en Habibo Group son partenaire à Madagascar depuis le divorce entre The Coca-Cola Company et le Groupe Castel qui assurait la distribution du mythique breuvage à travers l'Afrique. Si le changement est en cours au niveau de Shoprite vers Super U, on attend encore pour Coca Cola.

Habibo Group est connu comme un leader dans la production de lait UHT, de jus de fruits et de pâtes alimentaires. Il est aussi l'importateur et le distributeur d'un large portefeuille de marques internationales de produits alimentaires et d'hygiène.

Présent dans le pays depuis des années, Habibo Group dispose d'un important réseau de distribution à travers les 23 régions de la Grande île. Notons qu'il exporte aussi des produits alimentaires vers les îles sœurs de l'océan Indien.

Tahiri Ralambomahay

MC3 Madagascar

Les constructeurs ont eu du mal à honorer les commandes

Le groupe français MC3, distributeur informatique export créé en 1995, s'est installé au pays en 2000 pour y revenir en 2015 après un intermède de cinq ans, de 2010 à 2014. Il intervient dans la distribution de matériels informatiques de grandes marques comme HP, HPE, Epson, Fujitsu, Microsoft via un réseau de revendeurs, ainsi qu'une part de plus en plus importante de logiciels et solutions. Au fil des années, MC3 Madagascar est devenu un distributeur informatique de référence de la Grande île.

Dans l'ensemble, la pandémie a profité au secteur informatique. Le recours intensif au télétravail a fait bondir les ventes. Avec la très forte hausse des demandes ainsi que le bouleversement de la production et de la chaine logistique liés à l'application des mesures sanitaires, les constructeurs ont toutefois eu du mal à honorer les commandes qui ont pris du retard.

"2023 devrait être théoriquement l'année de sortie définitive de la crise, mais l'effet domino du reconfinement de ces derniers temps en Chine avec sa stratégie Zéro-Covid risque encore de perturber les chaînes d'approvisionnement mondiales" souligne Gilles Debert, Directeur général de MC3 Madagascar. Cependant, après deux années de forte croissance, la vente d'équipements informatiques s'est ralentie puis a été affectée par l'inflation et l'affaiblissement de l'économie mondiale dus au conflit en Ukraine. Pour 2021, le groupe affiche un chiffre d'affaires de 178 millions d'euros, révèle notre interlocuteur tout en précisant que MC3 Madagascar, a pu en 2021 et 2022 combler voire même dépasser les pertes de chiffre d'affaires de 2020.

Gilles Debert, Directeur général de MC3 Madagascar.

La filiale malgache du groupe MC3 - agréée par plusieurs constructeurs pour la commercialisation, le service après-vente et le service de la garantie constructeur - partage le marché avec cinq ou six grossistes importateurs et une multitude d'acteurs informels. Le marché ayant horreur du vide, toute une filière informelle s'est substituée aux entreprises formelles qui ont quitté le pays en 2010. Et, elle demeure encore très vivace jusqu'à maintenant même si elle s'est un peu calmée après la pandémie, selon le Directeur Général de MC3 Madagascar. Pour lui, la contrebande, la contrefaçon notamment des consommables ainsi que la corruption faussent la concurrence. Ne pas tout déclarer,

contourner le paiement des droits de douane et de la TVA sont des agissements déloyaux et antiéconomiques. Il insiste que MC3 ne craint pas la concurrence loyale surtout avec ses plusieurs années d'avance.

MC3 Madagascar se démarque avec une très grande maitrise de la chaîne logistique et de la rotation des stocks. Son nombre de référencement disponible en stock est le plus important du secteur contrairement à celui des importateurs informels qui est peu diversifié. La filiale malgache a des atouts que les *"importateurs non autorisés"* n'ont pas comme l'accès à des offres de prix spécial qui lui permet de proposer des devis personnalisés sur des marchés d'appel d'offres. Il en est de même de la garantie constructeur originale, beaucoup plus rassurante que la garantie maison offerte généralement par les commerçants de la place. *"Sur les trois distributeurs HP agréés, nous sommes le seul à proposer le service de la garantie qui est un contrat à part"* affirme Gilles Debert.

> **Ne pas tout déclarer, contourner le paiement des droits de douane et de la TVA sont des agissements déloyaux et antiéconomiques**

Le marché est peu développé voire peu mature d'après toujours notre interlocuteur. La présence de grandes entreprises, l'offre de projets nationaux financés par des bailleurs de fonds ainsi que la modernisation des infrastructures informatiques constituent néanmoins des opportunités de marché non négligeables. MC3 Madagascar regrette toutefois de ne pas pouvoir cibler l'intégralité des segments du marché y compris le secteur B to C (business to consummer). Les ordinateurs de seconde main, proposés à des prix plus accessibles ont la côte auprès de la grande majorité des consommateurs malgaches tandis que ceux qui ont les moyens d'acquérir des laptops neufs ont tendance à effectuer leurs achats à l'étranger où ils ont plus de choix. Aussi, selon son Directeur général, MC3 Madagascar focalise ses efforts sur le B to B, et à un degré moindre sur l'administration publique presque uniquement via les projets financés par les bailleurs comme Prodigy, le projet de gouvernance digitale et de gestion de l'identité malagasy. Le fait que très peu de ses revendeurs soumissionnent sur des marchés publics ministériels est en quelque sorte un manque à gagner pour la société.

A l'instar de bien de pays africains, la Grande île est fortement handicapée par la carence en ressources humaines dans les domaines technique, technologique, informatique et par la fuite des cerveaux. MC3 a peu de revendeurs malgaches sur le segment cloud, précise-t-il, alors qu'à l'île Maurice, par exemple, l'adoption par les entreprises des solutions du Microsoft 365 ou Microsoft Azure est beaucoup plus répandue. Le démarrage a été certes plus rapide car Microsoft y a rendu les offres disponibles bien avant Madagascar.

Les clients finaux ont besoin d'être accompagnés dans leur démarche d'adoption du cloud pour des gains conformes à leurs attentes donc pour une pleine satisfaction des entreprises utilisatrices. *"En conséquence, afin de renforcer notre stratégie digitale, le groupe a mis en place MC3 Cloud qui regroupe toutes nos activités cloud pour l'Afrique dont Madagascar, en apportant les compétences nécessaires au développement de nos métiers à travers un réseau de revendeurs régionaux"* conclut Gilles Debert.

Noro Razafimandimby