Matière : L'économie générale et statistique

Electroménager, une marocaine
face à la concurrence.
Un taux de croissance annuel de 15 à 20%
sur le marché des semi- automatiques.

Présente sur le marché de l'électroménager depuis plusieurs années, l'Union marocaine d'équipement décida à la fin des années 80 de créer sa propre marque de machines à laver, qu'elle baptisa ROYAL. Pionnière sur le marché marocain des machines à laver semi- automatiques, elle y occupa la position de leader.

Aujourd'hui, connue pour la qualité, la robustesse de ses machines et l'efficacité de son service après vente, Royal a su se doter au fil des années d'une image de marque forte et a pu s'accaparer une importante notoriété qui a fait et a pu s'accaparer une importante notoriété qui a fait d'elle une référence du marché des machines à laver semi-automatiques.

Malgré la concurrence de plus en plus agressive avec l'avènement d'acteurs nationaux et internationaux, Royal a su conserver sa position de leader sur le segment des machines à laver semi-automatiques et compte maintenir un taux de croissance annuel de 15 à 20%...

Source : Le Matin du 24-05-2007

Travail à faire :

1- Identifier l'objet du marché présenté dans le texte.

2- Relevez dans le texte les éléments de différenciation pratiquée par Royal.

3- Identifiez le régime de ce marché.