



Une «startup revolution» au Maroc?

- L'écosystème de plus en plus dynamique, malgré les freins qui persistent
- Accélérateurs, espaces de coworking, ONG,... les intervenants se multiplient
- Les patrons des jeunes pousses rivalisent d'ingéniosité

Pages IV à VI



Les grandes ambitions de l'OFPPPT

FORMER plus de 2 millions de stagiaires entre 2015 et 2021, contre 1,4 million entre 2001 et 2015. C'est le pari que compte relever l'OFPPPT. Cela revient à former 300.000 jeunes par an, soit six fois la moyenne enregistrée entre 2001 et 2007, et deux fois et demie celle réalisée entre 2008 et 2014. Pour accompagner cet effort, un budget de près de 20 milliards de DH sera mobilisé. Heureusement pour l'Office, contrairement aux autres établissements de formation, il échappe au déficit de formateurs. □

Page VII

■ **Emploi: Casablanca concentre la moitié des offres**

■ **Manager en temps de crise: La recette des patrons**

Page III

■ **Consommation: La génération Z plus coûteuse**

Page II

Consommation des ménages

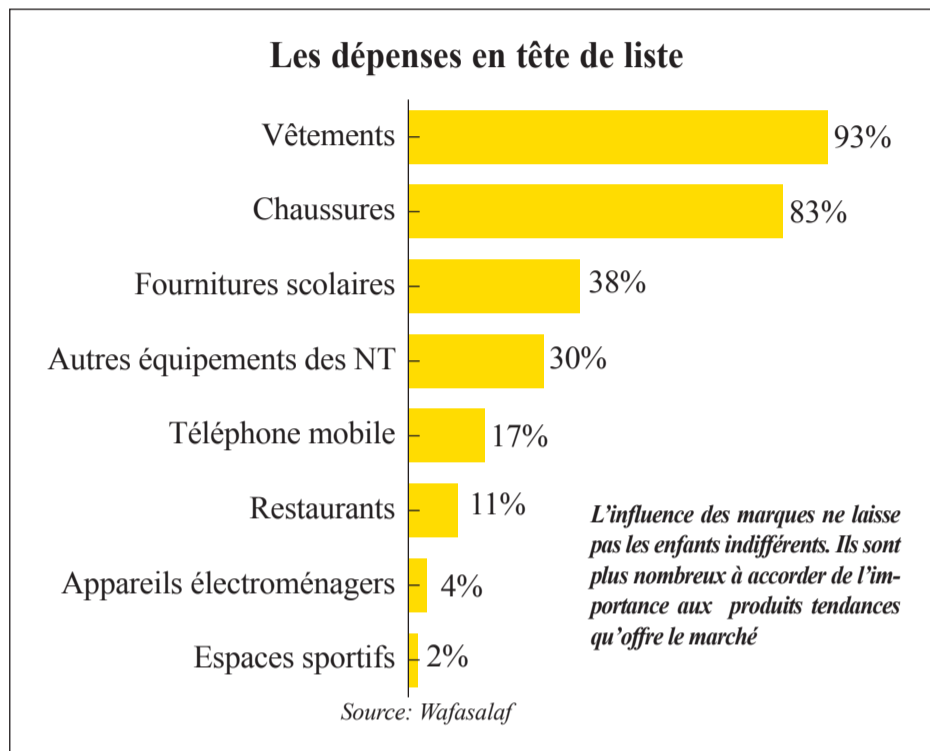
L'enfant roi, une tendance à la peau dure

■ La progéniture au cœur des décisions familiales

■ La quasi-totalité des dépenses la concerne

■ Les dépenses de scolarisation augmentent de 88% sur un an

90% des dépenses des parents sont liées à leurs enfants! C'est ce que relève l'enquête réalisée par l'observatoire de Wafasalaf conjointement avec le cabinet d'études de marché LMS-CSA portant sur «la place de l'enfant dans la consommation des ménages». Elle a été effectuée sur un échantillon de 600 parents et près de 1.300 enfants âgés entre 6 et 15 ans à Casablanca, Tanger



la prise de décisions lors des achats, ils deviennent des prescripteurs quant aux dépenses du foyer. En effet, pas moins de 80% des parents interrogés, toutes catégories socioprofessionnelles confondues, ont confié être plus à l'écoute de leur progéniture. Leur influence est ainsi perçue au sein de la famille dans le choix des vêtements (90%), l'achat des fournitures scolaires (87%), des produits alimentaires (79%) ou encore des destinations de voyages et de l'hébergement choisi (73%).

Cependant, cette nouvelle génération est décrite comme étant coûteuse. Dans un univers de consommation qui prend énormément d'ampleur, l'image de la marque s'imprime très fortement dans les esprits des jeunes enfants. Près de 50% désirent posséder des objets de marque. Cette tendance est plus accentuée côté habillement: à hauteur de 93% les enfants recherchent des vêtements griffés et 83% d'entre eux veulent des chaussures tendance. Bizarrement, ils ne sont pas tous intéressés par les nouvelles technologies, seulement 30% portent de l'intérêt aux nouvelles technologies, 17% se dotent de téléphone mobile.

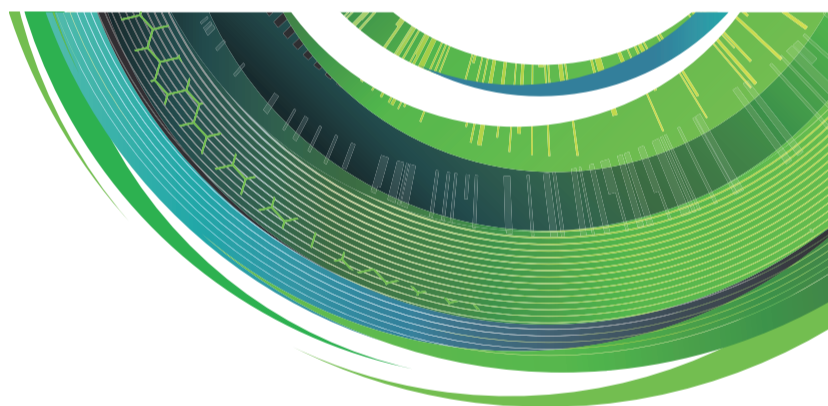
En somme, vu la prise de décisions des enfants qui devient plus présente dans les ménages, l'augmentation des dépenses est recrudescente. Durant les douze derniers mois, les parents ont vu les dépenses relatives à la scolarisation augmenter de plus de 88% (frais de soutien scolaire compris), les loisirs et sorties de 87% et de seulement 48% pour le volet santé. □

Tilila EL GHOUARI

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

et Agadir. Afin de ne pas réduire les dépenses consacrées à leurs progénitures, les parents affirment faire des sacrifices personnels. En tête de ces dépenses on retrouve les voyages (76%), suivis par l'habillement (75%) et un peu plus loin les loisirs et les sorties (59%). Certains parents affirment même être prêts à faire des concessions par rapport à leur alimentation (10%), voire même leur santé (1%). «Ce qui ressort des résultats de cette étude est que l'enfant prend une place nettement confirmée au sein du foyer», indique Laila Mamou, présidente du directoire de Wafasalaf.

Deuxième constat mis en exergue par l'enquête est que les enfants sont de plus en plus gâtés! Davantage impliqués dans



MEDIAEDGE / MEC RECRUTE UN SENIOR MEDIA PLANNER

UNE EXPÉRIENCE DE 5 ANS ET PLUS EST REQUISE DANS LE DOMAINE DES MÉDIAS EN AGENCES MÉDIAS OU DE COMMUNICATIONS.

LE PROFIL SERAIT EN CHARGE DE LA COORDINATION INTERNATIONALE, ET COMPTES LOCAUX.

LANGUES MAÎTRISÉES : ANGLAIS ET FRANÇAIS

MERCI D'ADRESSER VOTRE CV A :

fatima.rahali@mecglobal.com

asmaa.fahmi@mecglobal.com

39, BOULEVARD IBNOU SINA ET ABOU RAYANE EL FALAKI,
20100, CASABLANCA, MOROCCO

PHONE: +212 522 394 858

FAX: +212 522 360 309

www.mecglobal.com/mena A GroupM Company



Demandes & Offres d'emploi

<p>Cadre Financier</p> <p>JH 32 ans Master compta, contrôle, audit (CCA) Certifiant IFRS(CNAM/INTEC) 9 ans d'exp (cadre bancaire /RAF) Consolidation /reporting finance /fiscalité/ juridique Comptabilité /Norme IFRS/audit contrôle interne /CAC Gestion de trésorerie /GRH/management des équipes</p> <p>D252</p> <p>GSM: 06 71 14 03 88</p>	<p>Responsable informatique</p> <p>Ingénieur + 16 ans d'expérience Multinationale + SSII Cherche poste de responsabilité / Casa</p> <p>D259</p> <p>GSM: 0661 18 63 71</p>
<p>Directeur comptable et Financier</p> <p>JH 33 ans, Expert comptable mérialiste filière Française, plus de 10 ans d'expériences dans groupes multinationaux Exp. probante dans les domaines comptable, fiscal, trésorerie, IFRS et consolidation cherche des nouvelles opportunités et de nouveaux challenges</p> <p>D244</p> <p>GSM: 0667 79 50 60</p>	<p>JF diplômée de 25 ans</p> <p>Ayant une License en études anglaise un diplôme en développement informatique Cherche une offre correspondant à son profil.</p> <p>DKDG</p> <p>GSM:06 15 16 63 85</p>

Emploi

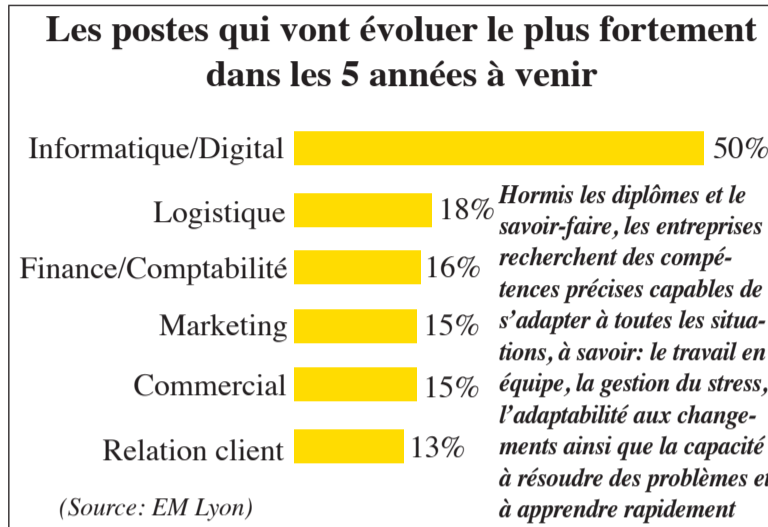
Les métiers «négligés» reprennent du service

■ Les entreprises de plus en plus friandes de business developer et de middle manager

■ Les profils entre 0 et 2 ans d'expérience prisés pour les métiers de la digitalisation

■ Casablanca concentre plus de 50% des offres d'emploi

CASABLANCA englobe à elle seule, plus de la moitié des offres d'emploi (54%) du Royaume. Et si on inclut les villes d'Agadir et de Rabat, c'est 80% des emplois qui y sont concentrés. Ce sont les chiffres qui ressortent de l'enquête sur les perspectives du marché de l'emploi, réalisée par l'établissement d'enseignement supérieur EM Lyon Business school, implanté en plein cœur de la marina de Casablanca depuis la rentrée 2015. Ce travail de recherche effectué sur près de 12.500 offres d'emplois parues au premier semestre 2016 fait ressortir les grandes tendances du mar-



ché et affiche une photographie des besoins des employeurs.

Le secteur tertiaire est celui qui crée le plus grand nombre d'emplois. En effet, 50% des offres concernent les activités liées aux services. Bonne nouvelle pour les jeunes diplômés, 70% des entreprises recherchent des profils avec 0 à 2 ans d'expérience pour répondre aux nouveaux besoins de la globalisation et de la digitalisation.

L'étude ressort également un top 5 des métiers les plus prisés par les entreprises. Dans ce palmarès, le métier de la vente

l'international, les entreprises ont de plus en plus besoin de business developer», indique Tawhid Chtioui directeur général de l'EM Lyon. Un autre métier, qui ne figurait pas dans le top 10, il y a quelques années, reprend aussi du galon. Il s'agit du «middle manager» qui est un relais de la gouvernance dans une entreprise. En troisième et quatrième place ce sont les professions du marketing et communication et du numérique. En plein développement, cette filière sera certainement celle qui recrutera le plus dans les années à venir. Bien évidemment,

et de la relation client est en tête de peloton. Longtemps snobé par les jeunes diplômés, ce créneau reprend du poil de la bête ces dernières années. «Avec la quête de nouveaux marchés à

leur place dans le classement. Ils se hissent à la cinquième position. Moins qu'une surprise, une évidence, nous apprend Tawhid Chtioui. «Près de 30% des métiers qui seront présents en 2020 n'existent toujours pas», précise-t-il. Toujours selon la même étude pilotée par le directeur de l'EM Lyon, 65% des écoliers d'aujourd'hui exerceront des métiers qui n'ont pas encore vu le jour à cette date. Afin de répondre aux nouveaux besoins du marché, les entreprises créeront les nouveaux métiers à pourvoir. Globalement, les grandes tendances pour les cinq prochaines années, vont vers les métiers de l'informatique et le digital (+50%), ce qui n'est pas vraiment une surprise, la logistique (18%), la finance et la comptabilité (16%), marketing et communication (15% chacun) et la relation client (13%). D'un autre côté, l'enquête prévoit un recul de la demande des métiers de l'administration, la production et l'industrie ainsi que du côté du BTP et l'extraction minière. □

T.E.G.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Manager dans l'adversité: Leçons de patrons

■ Ils sont en première ligne en temps de crise

■ Le rôle du conseil d'administration prépondérant dans la gestion des «temps faibles»

SI prévoir c'est gouverner, l'imprévisible est-il gouvernable? Telles sont les questions qui préoccupent régulièrement le management en particulier dans un environnement incertain. Un sujet qui a également interpellé Rachid M'rabet directeur de l'école doctorale de l'ISCAE, Abdelghani Bendriouch, doyen de l'université internationale de Casablanca ainsi que Pascal Niggel ancien pilote de chasse qui étaient invités vendredi dernier à s'exprimer sur les méthodes de gestion de crise, lors d'une conférence organisée par le groupe ISCAE⁽¹⁾.

Toutes les entreprises font face quotidiennement à des situations «à problème». La plupart d'entre elles sont résolues rapidement. D'autres peuvent s'amplifier jusqu'à générer une situation à risques, qui peut générer des crises qui ont le potentiel d'affaiblir l'efficacité des collaborateurs et

d'endommager durablement la réputation et la crédibilité de l'entreprise. «La crise n'est pas perçue de la même façon que l'on soit actionnaire, manager ou opérationnel. Les actionnaires, eux, craignent pour la survie de l'entreprise. Pour les salariés la principale préoccupation est

place par l'OCDE. A savoir la responsabilité du conseil d'administration, qui doit assurer le pilotage et la veille stratégique de l'entreprise. Une surveillance qui permet d'identifier les signes avant-coureurs d'une crise potentielle, avant qu'elle ne soit avérée.

leur légitimité. Mais c'est aussi en des temps difficiles que le management prend tout son sens, pour motiver et piloter les changements stratégiques à opérer. Car traiter un temps faible, c'est avant tout opérer des jugements, redéfinir les normes, poser des options et définir des stratégies.

De son côté, Rachid M'rabet met en exergue les stratégies de sorties de crise par le haut. A travers la transparence, la responsabilisation de tout un chacun et la communication qui sont les maître-mots de la manière dont il a géré les situations délicates auxquelles il a dû faire face en tant que dirigeant. Il a ainsi insisté sur le fait que la crise représente toujours une menace mais offre parfois des opportunités de redistribution des cartes. Elle peut aussi permettre la correction d'un système de gestion défaillant. Il faut savoir capitaliser sur les expériences vécues pour mieux anticiper les crises au quotidien et gérer celles inévitables qui se déclarent. □

Reda BENOMAR

(1) Cette conférence s'inscrit dans le cadre de la 4e édition des doctorales organisées par le groupe ISCAE le 28 et 29 octobre 2016.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

L'avis du «psycholote»

POUR Pascal Niggel, ancien pilote de l'armée de l'air française reconverti dans la psychologie clinique et pathologique, une politique de management des situations à risques a tout d'abord pour objectif de minimiser le potentiel de destruction d'un événement sur une entreprise et ses collaborateurs. Surnommé le «psycholote» (contraction de psychologue et pilote) il a développé, sur la base de son expérience, un certain nombre de préceptes qu'il a regroupé sous le nom de «méthode de gestion des temps faibles». S'inspirant de la formation des pilotes de chasse qui favorise la mobilisation des ressources humaines, Niggel propose une approche originale alliant ces deux expériences. «Qui sommes-nous face à la crise? Il faut surmonter ses émotions car parfois l'ampleur de celles-ci n'est qu'une question de perception. Et repartir sur des bases saines pour construire. Le progrès se trouve en dehors de notre zone de confort», explique-t-il. □

souvent la préservation de l'emploi», précise Bendriouch. Il a notamment pointé du doigt un manque certain de culture d'entreprise au Maroc.

Le doyen de l'UIC a insisté sur un des principes de bonne gouvernance mis en

Les managers, eux, reçoivent la crise de plein fouet. «Elle peut prendre la forme d'un aveu d'impuissance pour ces derniers, surtout si elle vient de l'intérieur», explique Bendriouch. Cela met directement en jeu leur responsabilité ainsi que

Startups

L'écosystème plus dynamique que jamais!

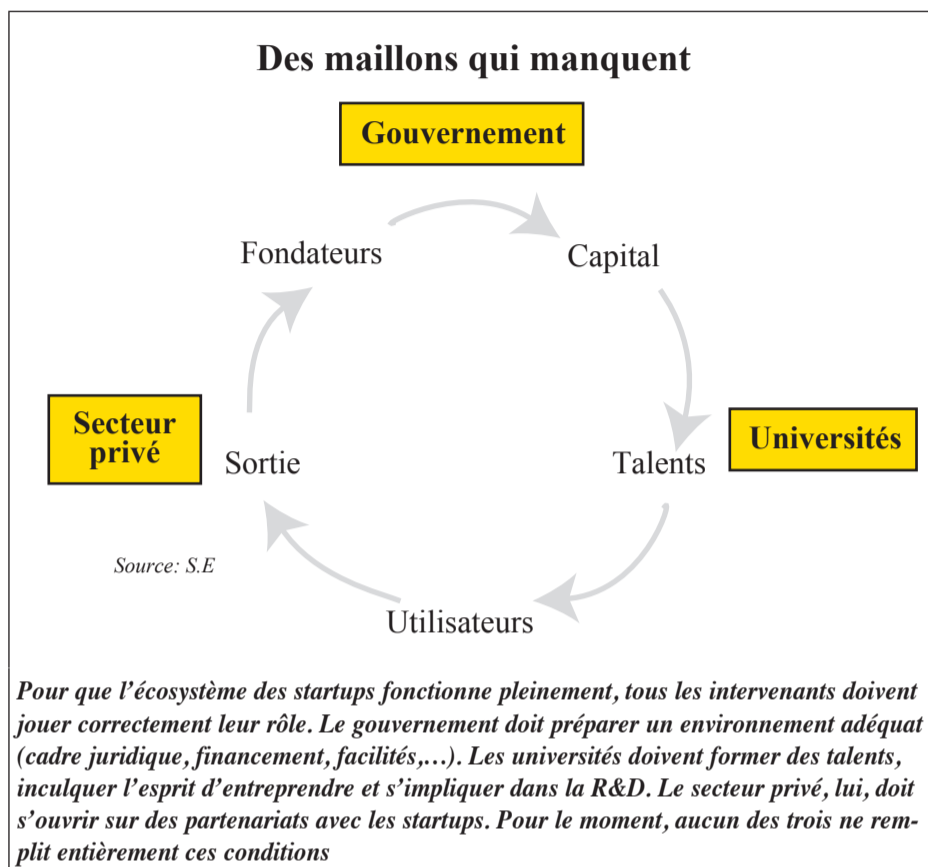
■ Le Maroc contaminé par la «startup revolution»

■ De nombreux acteurs se mobilisent autour des jeunes pousses

■ Mais les financements manquent toujours

LES conditions de leur développement ne sont pas encore réunies, mais ces trois dernières années, les startups font l'objet d'une réelle effervescence au Maroc. Les jeunes pousses se multiplient, et les organismes les accompagnant aussi. «Il s'agit d'une startup revolution mondiale, provoquée par la vulgarisation de la technologie et le taux de pénétration exponentiel d'Internet et du mobile dans le monde», explique Kenza Lahlou, présidente du réseau StartupYourLife. «Dans la région Mena, cette revolution a démarré après le printemps arabe, exprimant une forte volonté de la jeunesse de créer de nouveaux modèles de réussite et de choisir son destin», poursuit-elle.

Le Global Entrepreneurship Summit organisé en 2014 à Marrakech, et qui a



attiré près de 7.000 entrepreneurs et start-uppers du monde entier, a donné un réel coup de pouce au secteur. Les grands groupes ont pris conscience de la nécessité de se rapprocher des startups. «Mais cela a donné lieu à deux ans de réflexion et de flou. Les grandes entreprises ne

savaient pas comment s'y prendre. Certaines ont opté pour du sponsoring d'événements, tandis que d'autres ont choisi de financer les initiatives qui accompagnent les entrepreneurs», précise Kenza. L'OCP

de décoller. «Trois contraintes demeurent au Maroc: la peur de l'échec, le manque de mentors et la rareté des financements», a relevé l'ambassadeur des Etats-Unis au Maroc, Dwight L Bush. Il intervenait il y a une semaine à la conférence que son ambassade a co-organisée avec StartupYourLife à Casablanca, autour de la création, le financement et la croissance des startups. L'ambassade des Etats-Unis, très impliquée dans la promotion de l'écosystème entrepreneurial au Maroc, travaille avec le ministère des Finances depuis deux ans pour «l'importation» du crowdfunding dans le Royaume. «J'espère que le projet de cet outil de financement sera validé lors de la prochaine session du Parlement», confie Bush.

StartupYourLife prône, pour sa part, l'introduction de nouveaux mécanismes d'investissement, tels que la possibilité d'investir en dette convertible plutôt qu'en capital, ou encore le «vesting», c'est-à-dire l'acquisition progressive d'actions, par un dirigeant ou un salarié, en fonction du temps investi dans l'entreprise. Le réseau suggère, par ailleurs, un cadre juridique spécifique.

Aux Etats-Unis, les small businesses bénéficient d'un fonds de garantie des prêts bancaires de 120 milliards

Innovation: Un réseau de 250 membres voit le jour

FÉDÉRER une communauté de startupper innovants, c'est l'ambition de StartupYourLife depuis sa création il y a 3 ans. Aujourd'hui, le réseau compte plus de 250 membres, entrepreneurs et acteurs de l'écosystème, marocains et étrangers. SYL leur propose essentiellement du networking avec des mentors, capital investisseurs internationaux et talents. Le réseau s'apprête à lancer un nouveau programme. Financé par le département d'Etat américain, il préparera les entrepreneurs innovants en phase d'amorçage à devenir «investissables». □

s'est, par exemple, positionné comme grand «mécène» de l'écosystème. «Si l'OCP décide d'arrêter son appui, il n'y aura plus d'entrepreneuriat des jeunes. Dans le monde entier, ce sont les opérateurs télécoms qui soutiennent la communauté des startups. Au Maroc, ce n'est pas encore le cas», regrette Adnane Addioui, country manager de l'ONG Enactus.

Des promoteurs de l'esprit d'entreprendre, organisateurs de compétitions, comme Enactus, Startup Maroc et Injaz, des accélérateurs tels que Endeavor et Numa Casablanca (qui s'est allié à l'incubateur Impact Lab), ou encore des réseaux de networking et de mentoring, comme StartupYourLife, se sont ainsi mobilisés. Des espaces de coworking, qui proposent de plus en plus de services, ont, en outre, vu le jour. Tels que New Work Class (du New WorkLab), Secteur 21 et 7AY.

Cela dit, d'autres ingrédients sont nécessaires pour permettre à l'écosystème

de dollars et de 25,7% des commandes publiques. Au Maroc, peu d'initiatives publiques existent. Cela dit, un projet de la Banque mondiale fait déjà rêver les startups. L'organisme mondial vient de créer un fonds de 500 millions de DH, qui sera géré par la CCG, afin d'encourager la création de fonds de capital risque et de réseaux de business angels en faveur des jeunes pousses. Près de 400 startups sont visées. Les grandes entreprises marocaines, quant à elles, mis à part l'OCP, restent en retrait par rapport aux startups. Alors qu'elles pourraient être au plus près d'une jeune communauté qui sera à l'origine des innovations de demain. □

Ahlam NAZIH



Pour réagir à cet article: courrier@leconomiste.com

BRÈVES

Des olympiades de l'informatique à Al Akhawayn

L'Université Al Akhawayn vient d'abriter la cinquième édition du Moroccan Collegiate Programming Contest (ACM-MCPC), une compétition internationale de programmation informatique. Destinée aux élèves ingénieurs et aux étudiants universitaires spécialisés en informatique, cette manifestation vise à promouvoir l'innovation informatique et à valoriser la culture 2.0 au niveau du système éducatif marocain. Les gagnants de cette compétition ont été qualifiés à l'Arabe Collegiate Programming Contest (ACPC) qui sera organisé en Egypte du 11 au 15 novembre prochain. Ils y représenteront le Maroc devant 14 pays arabes participants et tenteront d'arracher un billet qualifiant à la finale internationale, laquelle se tiendra du 20 au 25 mai aux Etats-Unis.

Relations publiques: Traccs lance ses activités au Maroc

Après Djeddah, Riyad, Dubaï, Kuwait, Doha, Muscat, Manama, Le Caire, Beyrouth, Amman, Damas..., Traccs (Trans-Arabian Creative Communications) fait son entrée au Maroc. Le spécialiste Ména du RP (Relations publiques et presse) vient d'acquiescer des parts de l'agence L'Allure RP basée à Marrakech et embarque dans une nouvelle approche d'expansion internationale visant l'Afrique du Nord. Pour Hafsa Benmchich, directrice générale de Traccs Maroc, ce partenariat permettra à la représentation de capitaliser sur la vigueur du réseau Traccs pour mieux servir les besoins en communication des clients locaux. Grand gagnant de 75 prix nationaux et internationaux, Traccs occupe la 103e place dans le top 250 des agences de relations publiques dans le monde, par «The Holmes Report», et la 91e place par le rapport 2016 de «PRWeek Global Agency Business Report». □

Ces startupper qui veulent changer le monde



Ils partent sur le terrain pour relever les problèmes auxquels sont confrontées les communautés pour ensuite y trouver des solutions innovantes. Les entrepreneurs sociaux, qui se multiplient, ne font pas partie de ceux qui, grâce à une idée géniale, aspirent à devenir des capitalistes purs et durs. Ils sont porteurs de projets à la fois lucratifs et à fort impact social. Tant pis si l'Etat ne leur reconnaît aucun statut particulier ni aucun traitement de faveur. Ce qui les intéresse, c'est de changer leur environnement. Amine, Suheyil, Othmane et Mohamed en font partie. Accompagnés par des ONG, dont Enactus et le Réseau Entreprendre Maroc, ils ont pu se lancer dans l'aventure. Ils ont, également, pu valider leurs concepts en participant à une multitude de compétitions nationales et internationales. Zoom sur leurs projets.

■ Des sacs pour slow cooking sans énergie

Un mode de cuisson écolo et à moindre coût, destiné à aider les femmes rurales à en finir avec les méthodes rudimentaires. Des méthodes utilisant souvent le bois ou le charbon, et dégageant des fumées toxiques au sein même des foyers. C'est le pari relevé par Othmane Benhlime, étudiant en 3e année génie électrique à l'EHTP avec ses deux associés, dans le cadre du programme d'entrepreneuriat social de l'ONG Enactus. Tout a commencé quand Othmane est parti prospecter, avec ses associés, les besoins des populations à Tagleft (région de Béni Mellal) en 2015. L'équipe planche tout de suite sur une solution et crée sa startup, Eco-Heat. Le principe, inspiré de solutions existantes à l'international, mais adapté au contexte marocain, est simple. Il suffit de mettre sa marmite pendant 20 minutes sur le feu, pour ensuite la mettre dans un sac isotherme pendant 3 heures afin de terminer la cuisson, sans apport supplémentaire d'énergie. Le procédé permet d'économiser jusqu'à 75% sur la consommation de gaz butane. Personnalisables, les sacs, également certifiés par l'ONSSA (Office national de sécurité sanitaire et alimentaire), coûtent 120 DH. Leur durée de vie est de 3 ans.



Othmane Benhlime, CEO de Eco-Heat
(Ph. Eco-Heat)

Eco-Heat opère, pour le moment, à travers les réseaux sociaux. Elle cible 3 segments: les femmes rurales, les femmes actives, pouvant laisser leur repas cuire pendant la matinée dans le sac



du monde des startups 5 femmes auparavant sans vendu 140 unités sur 4 mois cette année, au Maroc et au Sénégal. Avec une capacité de 250 sacs par jour, elle ambitionne d'en écouler 5.000 en 2017. Elle envisage aussi de diversifier sa gamme. «Il existe beaucoup de choses qui nous dérangent dans la vie quotidienne des Marocains, et nous présenterons bientôt des solutions», confie Othmane. □

isotherme, et les étudiants parcourant de longues distances et souhaitant préserver la température de leurs plats.

L'entreprise, finaliste de la coupe d'Enactus 2016, emploie sources de revenu. La startup a

■ Une chaîne de santé dans les cabinets médicaux



Amine Sebti, fondateur de SantéV
(Ph. SantéV)

Passionné par son idée, Amine Sebti a troqué sa SSII contre une startup sociale, SantéV, lancée le 8 mars 2014. Pour être entrepreneur, il faut oser, et il l'a fait. Son ambition, sensibiliser et éduquer en matière de santé. Pour cela, rien de mieux que les salles d'attente des cabinets médicaux, là où les patients passent des heures, et où leur attention peut facilement être captée. Il fallait y penser! Pour sa chaîne, Amine propose une série d'une dizaine de vidéos-conseil de 4 minutes autour d'une spécialité médicale, en darija et en français, développées avec des professionnels de la santé. Pour l'instant, trois disciplines sont couvertes: la pédiatrie, la gynécologie et la dermatologie. Entre les vidéos, des spots publicitaires de produits de consommation en vente libre (eau minérale, couches bébés, produits laitiers,...) sont diffusés (des partenariats sont en préparation avec des laboratoires pour des produits pharmaceutiques). Et c'est là la source de revenu de la startup. «Le service ne coûte rien aux médecins, pour être sûr qu'ils y adhèrent», précise le startupper. «Notre objectif est de permettre aux marques d'accompagner leur clientèle cible, et de sortir de la publicité pour être dans le conseil», rajoute-t-il.

SantéV est actuellement présente dans 100 cabinets à Casablanca. L'entreprise ambitionne d'étendre son réseau dans toutes les villes, y compris dans les hôpitaux publics, et d'élargir son catalogue de spécialités. Pour cela, elle devra lever de nouveaux fonds. En 2017, elle envisage de s'inviter chez 4.500 médecins privés, sur les 13.000 que compte le Maroc. Sur les 3 prochaines années, elle vise 50% des cabinets. □

■ Le traqueur des fuites de gaz

Derrière son allure de jeune ambitieux. Mohammed Attaa, génie électrique à l'ENSA de étudiants que l'ONG Enactus également diplômé de l'ENSA, de gaz butane son business, dé-objectif, mettre fin aux dizaines emportent chaque année vies. Son procédé, un de très faible consommation, déclenchant la moindre fuite de source de la fuite un SMS auto-propriétaire. Protect-Me, à plusieurs En septembre prise a remporté le challenge Sam-Tomorrow.



Mohammed Attaa, CEO de Protect-Me
(Ph. Protect-Me)

étudiant, se cache un entrepreneur élève ingénieur (5e année en Khouribga), fait partie de ces a accompagnés, en vue de les sociaux. Avec son associé, il a fait de la traque des fuites marré il y a près d'un an. Son de milliers d'accidents qui

de nombreuses petit appareil, mation d'élec- une alarme à gaz, fermant la et envoyant matique au Sa startup, a participé compétitions. 2015, l'entre- premier prix du sung Solve for

Le détecteur de fuite de gaz est présenté en 4 gammes, avec des prix allant de 300 à 1.000 DH, et une possibilité de service après vente et une garantie d'un an, 30 cette année. Pour 2017, plusieurs villes. Dès ce son site Internet. Mais tenariat avec les clubs de nombreuses écoles sur Me prévoit d'organiser de sensibilisation, de Agadir la bouteille de gaz butane et ses



Ces startupper qui veulent changer le monde

■ Faire des artisans des auto-entrepreneurs

Hirafi sera-t-elle la future success story d'un college dropout? Suheyl Benhamou a tout laissé tomber pour fonder cette startup, avec son associé Abdollah Imzouagh. Etudiant en software engineering et business administration à Al Akhawayn, Suheyl a décidé de tout arrêter il y a de cela deux ans et demi, afin de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Après avoir remporté plusieurs compétitions, Suheyl s'est dirigé vers des accélérateurs d'entreprises (Réseau Entreprendre Maroc et Numa Casablanca). Une fois son concept validé et bétonné, avec son associé, ils reçoivent des financements leur permettant de créer Hirafi. Ils s'entourent ainsi d'une équipe de jeunes développeurs à Casablanca, afin d'attaquer le marché.

«Nous sommes partis du constat que le processus de sélection et d'identification des artisans du bâtiment est complexe. Il y a un manque de confiance et de visibilité sur leur compétence», relève Suheyl. «Il existe des annuaires qui ont tenté de résoudre cette problématique, mais sans apporter de garantie en termes de proximité, de savoir-faire, de vérification de l'identité...», poursuit-il.

Les deux jeunes entrepreneurs partent à la rencontre des artisans dans les mawqef (places de marché) pour sonder leurs besoins. «Leur premier souci est de s'assurer un revenu journalier de subsistance entre 50 et 100 DH. Leur vision est exclusivement tournée vers le court terme», précise Suheyl. Il fallait donc commencer par développer une plateforme de mise en relation entre les artisans du bâtiment (électricité, menuiserie, carrelage, plomberie...) et les clients potentiels. Néanmoins, l'ambition de la startup est beaucoup plus



Suheyl Benhamou (à droite), CEO de Hirafi, et son associé, Abdollah Imzouagh (Ph. Enactus)

grande. Son objectif est de faire monter les artisans en compétence et de leur assurer des revenus durables, tout en développant un label Hirafi de qualité.

Avant d'intégrer la plateforme, les artisans seront soumis à une sélection, avec des tests et mises en situation, en partenariat avec des formateurs de l'OFPPPT et de l'Anapec. Des formations techniques et en soft skills (comportement, négociation, éthique...) sont ensuite prévues, en collaboration avec des organismes spécialisés, fondations et associations. Le processus est couronné par la souscription au statut d'auto-entrepreneur. Hirafi prévoit, par ailleurs, de négocier des réductions, bons d'achats et prix avec des fournisseurs de matériel pour les meilleurs élèves.

Un groupe pilote de 120 artisans a déjà été sélectionné. Un road-show national (mawqef, centres OFPPPT, chambres de commerce...) est prévu en avril 2017. Ce sera là le lancement officiel de la plateforme (web et mobile). Hirafi espère intégrer 15.000 artisans sur les trois prochaines années et d'exporter son modèle vers d'autres pays africains.

L'accès à la plateforme sera totalement gratuit. La startup réalisera son chiffre d'affaires à travers les publicités des fournisseurs de produits et matériels ciblant les artisans qui y seront intégrées, ainsi qu'à travers des enquêtes terrain qu'elle opérera. Elle proposera, en outre, un service de maintenance aux PME, en partenariat avec les artisans ayant décroché le statut d'auto-entrepreneur. □

Ahlam NAZIH

Il arrive tout droit de la Silicon Valley

■ Un capital investisseur, ex cadre de Google, investira dans des startups marocaines

■ Un fonds de 30 millions de dollars pour la région Mena

SHARIF EL-BADAWI n'est pas un startupper, quoique c'est comme ça qu'il a démarré il y a de cela quelques années, alors qu'il était encore étudiant. Il a même échoué au moins 5 fois, selon ses propres confidences il y a une semaine à Casablanca, lors d'une conférence organisée par le réseau StartupYourLife et l'ambassade des Etats-Unis au Maroc (150 participants), autour de la création, le financement et la croissance des Startups. L'ambassadeur, Dwight L Bush, un ancien entrepreneur, y a également pris part, avec deux autres brillants profils, Yasmeeen Turayhi, responsable Marketing des produits chez AdRoll, et Chantalle Dumonceaux, co-fondatrice de la plateforme Womena, accompagnant les

femmes entrepreneurs de la région Mena.

Sharif El-Badawi n'a pas peur de l'échec. D'ailleurs, à la Silicon Valley, environ 95% des startups créées finissent pas disparaître.

Cette mentalité, considérant l'échec d'abord comme une formidable opportunité d'apprentissage, fait partie des ingrédients qui ont fait le succès de la mythique vallée. «A la Silicon Valley, il n'y a rien de spécial dans l'eau que nous buvons, tout est question de mindset!», ironise Sharif. Américano-Egyptien, ex-grand cadre à Google, en charge des solutions de performance, puis du capital risque et des startups, il est au-



Sharif El-Badawi, Américano-Egyptien, associé au fonds 500 startups, est également mentor à TechWadi, une plateforme visant à créer des ponts entre la Silicon Valley et la région Mena. Il prévoit 3 à 5 investissements par an au Maroc (Ph. StartupYourLife)

jourd'hui associé à 500 Startups, l'un des plus grands fonds de capital amorçage, de capital risque et d'accélération des startups au monde.

Devenu aussi investisseur, Sharif souhaite apporter son soutien à l'écosystème entrepreneurial de la région Mena. Dans le cadre de TechWadi, une ONG travaillant à créer des ponts entre la région et la Silicon Valley, il a effectué une vingtaine de déplacements ces dernières années dans les pays arabes, afin de procéder à du mentoring. Leurs défauts et contraintes, il les connaît très bien. Parmi eux, le manque cruel de financement, surtout pour le stade

amorçage. Et c'est justement sur ce segment qu'il compte se positionner. Cependant, il ne sélectionnera que les startups qui, au-delà d'une idée ou d'une équipe, disposent déjà d'un prototype et d'un potentiel de clientèle. Le seed capitalist prévoit d'investir dans la région avec un fonds de 30 millions de dollars. Au Maroc, il envisage 3 à 5 investissements par an, avec un premier ticket allant de 50.000 à 150.000 dollars, contre une prise de participation de près de 5%. Dans les startups qui se développeront, il mettra un deuxième ticket variant entre 250.000 et 500.000 dollars.

Sa cible, des projets dans différents secteurs (internet, mobile, économie collaborative, santé, éducation...), dont la croissance est basée sur les nouvelles technologies.

Cet exemple convaincra-t-il des investisseurs nationaux à faire plus confiance aux startups marocaines? □

Ahlam NAZIH

Pour réagir à cet article: courrier@leconomiste.com

L'OFPPPT échappe au déficit de profs

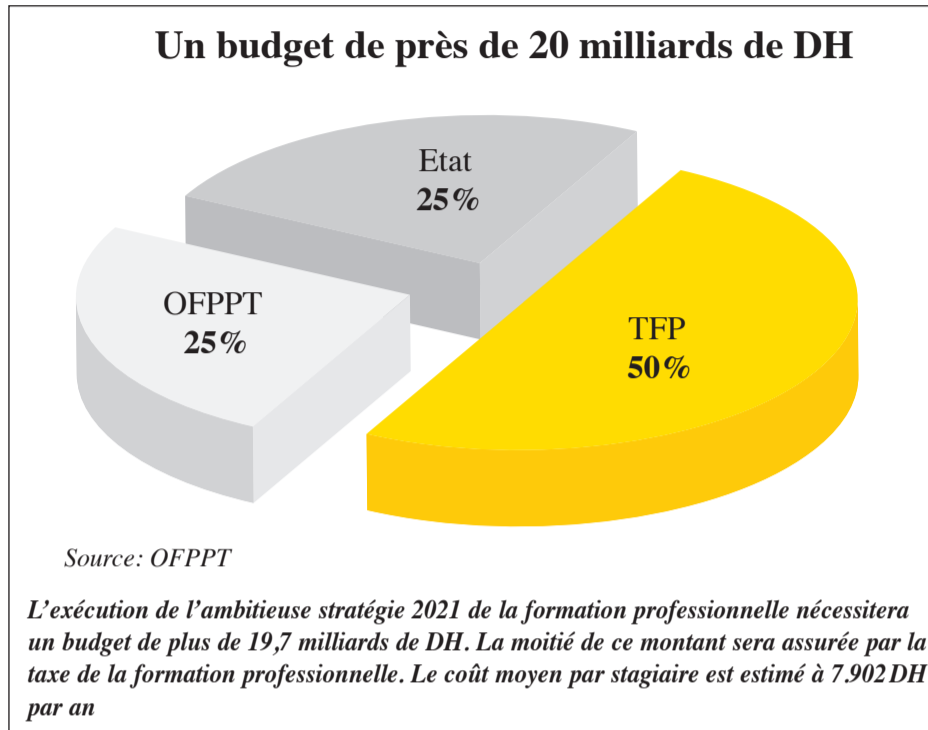
■ Près de 3.700 formateurs seront embauchés afin d'accompagner la stratégie 2021

■ Avec un budget confortable, l'Office est confiant quant à leur recrutement

■ De grandes ambitions pour les 5 prochaines années

CONTRAIREMENT aux facultés et grandes écoles publiques qui souffrent d'un déficit criant en enseignants, l'OFPPPT, lui, affirme disposer des effectifs qu'il faut. Grâce à son budget confortable (plus de 3,4 milliards de DH, dont 60% issus de la taxe de la formation professionnelle), l'Office peut s'offrir les formateurs dont il a besoin, y compris des vacataires, soigneusement sélectionnés (un minimum de 5 ans d'expérience). Ces professionnels représentent plus de 27% de son corps enseignant qui compte 7.914 formateurs pour 501.000 places pédagogiques. Les effectifs par classe varient entre 28 et 30. Dans certaines spécialités, ils ne dépassent pas 20 stagiaires.

En vue d'accompagner sa stratégie 2021, présentée en 2015 et dont le contrat-programme avec l'Etat a été validé le 5 octobre 2016, l'Office prévoit d'embaucher 3.697 formateurs. Quelque



des matières techniques, les profils ne manquent pas. En revanche, concernant l'enseignement des langues, c'est une autre paire de manches.

Afin d'accompagner ses RH, l'Office a mis en place une dizaine de centres de développement des compétences (CDC). Dix nouveaux CDC seront créés durant les 5 prochaines années.

Comme à son accoutumée, l'OFPPPT, dont la part de marchés, public et privé confondus, est de 90% (356 établissements, 304 métiers), affiche de grandes ambitions pour sa stratégie 2021. Larbi Bencheikh en a exposé les grands axes

«Notre objectif est d'accompagner les secteurs stratégiques du Maroc», souligne Larbi Bencheikh. Le bras formation du gouvernement assurera la plus grosse part des besoins des différents secteurs

concernés par le Plan national d'accélération industrielle. Au niveau de l'automobile, par exemple, sur un besoin global de 56.500 profils, l'organisme en formera 93%. Sur les 100.000 du textile, il en assurera 92%, contre 66% sur les 123.000 diplômés du tourisme-hôtellerie à l'horizon 2020.

La feuille de route couvre plusieurs autres chantiers, dont l'extension de l'offre consacrée à la réinsertion des détenus, la multiplication des espaces de formation mobiles en faveur des populations reculées, la création d'internats, l'ouverture de nouveaux guichets destinés à la création d'entreprises...

Pour l'heure, l'OFPPPT produit uniquement des techniciens, dont le taux d'insertion moyen dans le marché du travail est de 72%. Il n'a cessé de revendiquer la possibilité de former du middle management (bac+3 et bac+4). Mais sa requête est restée lettre morte. □

Ahlam NAZIH

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Formation alternée: Les PME boudent le système

L'OFPPPT mise sur la formation par alternance, partagée entre les cours théoriques et la pratique en entreprise, pour faire monter rapidement ses stagiaires en compétence. Grâce à ce système, les diplômés sont immédiatement opérationnels. En 2015-2016, environ 74.000 stagiaires en ont profité. D'ici 2021, l'Office espère monter à 163.500. Cependant, les entreprises, notamment les PME, n'y adhèrent que timidement. En vue de les encourager à s'y investir, l'organisme est en train de négocier des incitations fiscales avec le ministère des Finances. □

2.168 d'entre eux remplaceront des départs à la retraite. Et il ne se fait pas de souci quant à leur recrutement. «Nous les trouverons, car nous proposons un statut attrayant. Notre plus bas salaire, celui d'un chaouech, est de 5.000 DH nets. Les formateurs échelle 10 démarrent avec 9.000 DH. Certains touchent plus de 20.000 DH. Sans compter le 13e mois et les primes de rendement qui peuvent aller jusqu'à 200%», précise son DG, Larbi Bencheikh. Néanmoins, l'OFPPPT, à l'instar de tous les établissements d'enseignement, a du mal à dénicher des formateurs francophones ou maîtrisant plusieurs langues. «Nous sommes obligés de leur dispenser des cours de français», confie Bencheikh. Au niveau

jeudi dernier à Casablanca, lors d'une conférence organisée par la Chambre française de commerce et d'industrie du Maroc.

De 2001 à 2015, l'organisme a formé plus de 1,4 million de jeunes. Entre 2015 et 2021, il envisage d'en diplômer plus de 2 millions, avec une moyenne de 300.000 par an. Il créera également 24 établissements chaque année, contre une moyenne de 11 auparavant, soit environ 120 à terme, dans l'ensemble des régions. Sa capacité d'accueil passera ainsi de 501.000 places à 668.500 en 2021.

L'Office montra, en outre, en cadence en matière de places dédiées au baccalauréat professionnel (150.836 contre 32.700 actuellement).

L'ECONOMISTE

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL: ABDELMOUNAÏM DILAMI

DIRECTEUR GÉNÉRAL: KHALID BELYAZID

RÉDACTION

Directeur des rédactions

Nadia Salah

Rédacteur en chef

Mohamed Benabid

Secrétaire générale de la Rédaction

Meriem Oudghiri

Assistante: Touria Azlaf

ECONOMIE & MONDE

Chef de rubrique: Abashi Shamamba

Khadija Masmoudi (Grand reporter),

Abdelaziz Ghouibi (Grand reporter),

Hassan El Arif (Grand reporter),

Fatim-Zahra Tohry, Franck Fagnon

VIE DES ENTREPRISES, SOCIÉTÉ ET CULTURE

Chef de rubrique: Amin Rboub

Aziza El Affas, Jihad Rizk, Aïda Bouazza,

Safall Fall

DE BONNES SOURCES & BREVES

Chef de rubrique: Moulay Ahmed Belghiti

RÉGIONS, COMPÉTENCES & RH

Rédactrice en chef: Radia Lahlou

Ahlam Nazih, Karim Agoumi

• Rabat: Nouredine El Aïssi

• Marrakech: Badra Berrissoule, Stéphanie Jacob

• Fès: Youness Saâd Alami

• Agadir: Fatiha Nakhli, Sabrina Belhouari

• Tanger: Ali Abjiou • Oujda: Ali Kharroubi

• Bruxelles: Aziz Ben Marzouk • Londres: Jon Marks

• Tunis: Youssa Mahfoud

Dessinateur-caricaturiste: Rik

DROIT, JUSTICE & MEDIAS

Façal Faquih (Grand reporter)

BUREAU DE RABAT

Mohamed Ali Mrabi, Chef de bureau

Mohamed Chaoui (Grand reporter senior)

Angle rue Al Khalil, Bd Med V

Tél.: 05.37.26.28.46/47/48 - Fax: 05.37.26.28.45

E-mail: mamrabi@leconomiste.com

Directeur de la Communication:

Youssef Triki

SERVICE WEB

Responsable: Zakaria Lahrach,

Hicham Lafriqi, Maha Basraoui,

Fatimazahra Belharar, El Hadji Mamadou Gueye

Documentation et chef des photographes:

Saïda Sellami

Photo-journaliste: Abdelmjid Bziouat,

Ahmed Jarfi

Assistante de direction: Kenza Daoudi

PUBLICITE

Directrice commerciale et marketing

Sandrine Salvagnac

Assistants: Samira Tamda, Khoulyda Mekayssi

Directeurs de clientèle: Imane El Azdi, Khalid El

Jaï, Abderraouf Jaafari, Mouhssine Liraki,

Mohamed Hamdaoui, Mouna Elouattassi Grangier,

Benaïssa Benamar, Hfaïedh Zeramdini

Directeurs de clientèle Agences:

Amal Cherkaoui, Thierry Del-Valle

ADMINISTRATION

Directeur administratif & financier

Samir Essifer

Responsable Achats et diffusion: Mouhsine Badi

Auditeur interne: Ilham Ziad

Responsable qualité - Abonnement: Leila Sadek

REVISION

Mohamed El Bekri, Bahija Rhouli,

Najoua Norredine

MONTAGE

Chef de service: Abdelaziz Ouahid

Saïd Fakhreddine, Salima Michmich,

Mohcine Sorrane, Youssef Laaraich

Nour-Eddine Lourini, Saïd Dahan

Annonces légales: Rabia Mahd, Jalila Afkhar

Fax: 05.22.36.58.86

Internet: <http://www.leconomiste.com>

E-mail: redaction@leconomiste.com

70, Bd Massira Khadra, Casablanca - Tél.: 05.22.95.36.00 (L.G.)
Fax Rédaction: 05.22.36.59.26 et 05.22.39.35.44 - Commercial: 05.22.36.46.32
Distribution: Sapsess Impression: Eco-Print, Casablanca - Tél.: 05.22.66.40.78/79/80



