

Dataplus, l'Afrique par la «distribution»

● Tunisie, Algérie, Sénégal, Mali, Cameroun, Tchad...des marchés déjà conquis par le fabricant et distributeur de matériels informatiques et de télécoms. Ses premières exportations en Afrique subsaharienne ont démarré en 2005. 40%, c'est la croissance annuelle moyenne du chiffre d'affaires de l'enseigne.



L'enseigne, déjà fortement présente sur le marché local, est de ces entreprises marocaines qui sont allées s'attaquer au continent pour élargir leur réseau commercial et se donner de nouvelles dimensions. À l'issue d'une prospection déterminée, soutenue par le Centre marocain de promotion des exportations, Maroc Export, le spécialiste des matériels informatiques est aujourd'hui présent sur six grands marchés africains où il dispose de bons relais com-

merciaux. Il s'agit de la Tunisie, de l'Algérie, dans la région nord-africaine, ainsi que du Sénégal, du Mali, du Cameroun et du Tchad, pour la zone subsaharienne. De grosses structures du secteur, à taille mondiale, comme la marque Olivetti-RMC - qui est en contrat de sous-traitance industrielle avec l'enseigne marocaine depuis 2007 déjà - lui font confiance et s'appuient sur son important réseau de distribution pour se lancer en Afrique. La dernière marque à avoir confié son développement à Dataplus, dans

cette partie du monde, est la Taïwanaise ASUS, un des leaders mondiaux dans la fabrication de cartes-mères, cartes graphiques, ordinateurs portables et désormais tablettes. En 2012, Dataplus décrochait en effet le contrat de représentation de la marque sur le marché marocain. Asus compte d'ailleurs faire du Maroc, un véritable hub commercial pour ses produits en Afrique du Nord. Pour Olivetti-RMC, Dataplus distribue les produits de la marque, assemblés dans ses propres installations industrielles à Casablanca, dans toute l'Afrique du Nord et subsaharienne, en dehors du Nigéria et de l'Angola. Lenovo, Hewlett Packard, Samsung, Sony, Toshiba et Microsoft, ont également fait confiance à l'enseigne marocaine, dont le chiffre d'affaires global connaît un taux moyen de progression annuelle d'un peu plus de 40%. Le développement de ses activités à l'échelle régionale et continentale, ainsi que la diversification de son offre via la commercialisation et la représentation de plusieurs marques connues du secteur des matériels informatiques et des télécoms, en sont les principaux facteurs. ●



Mohamed Chakib Rifi ambitionne de «devenir le leader des producteurs et distributeurs des équipements TIC et des solutions informatiques et éducatives au Moyen-Orient et en Afrique».

BIO
EXPRESS



Mohamed Chakib Rifi,
DG de Dataplus

Ce jeune ingénieur est aujourd'hui l'un des hommes d'affaires les plus en vue du royaume. Il est sorti tout droit de l'École polytechnique de Lille, qu'il a intégré après deux ans de prépas à l'École supérieure de technologie (EST) de sa ville natale, Fès. En 1999, de retour de France, où il acquiert diplômes et connaissances des environnements informatiques, il était tout destiné à prendre les rênes d'une entreprise que son père venait de fonder avec des associés. L'expérience a été cependant de très courte durée, mais déterminante dans la suite de sa carrière. Le jeune lance son business, Dataplus, qui ne dépassait pas, à l'époque, un local exigu de 50m². Poste Maroc lui offre son premier gros contrat. Il s'agissait, pour la petite entreprise, de reconfigurer le centre de contacts de l'organisme public. Ce marché était certes un bon début, mais l'homme collectionnera les échecs avant de trouver le partenariat qui allait faire de lui l'un des acteurs majeurs de son secteur dans la région et en Afrique. En 2005, il finit par convaincre une grande marque de produits informatiques à miser sur son business plan : Olivetti. Il persuade les responsables de la marque de lui confier, en 2007, un important contrat de sous-traitance industrielle. Le jeune dirigeant avait déjà, pendant ce temps, développé dans la foulée, sa première plateforme industrielle à Bouskoura pour assembler les produits du fabricant italien, pour un investissement de près de 7 MDH. À partir de là, avec Olivetti comme référence phare, d'autres marques très connues du secteur des matériels informatiques et télécoms lui feront confiance...les investisseurs aussi. ●

Le Plus de Maroc Export :

Le savoir-faire des entreprises marocaines leur permet de se positionner parmi les plus performantes au monde dans le domaine des technologies de l'information et de la communication. Cette renommée ajoutée à sa proximité et ses affinités avec les pays africains sont des facteurs très favorables pour que le Maroc puisse tisser des liens de coopération et de partenariat avec les pays africains dans ce domaine. Ces opportunités touchent aussi bien les services privés que les administrations publiques. Particulièrement dans ce domaine et afin de mieux approcher ces marchés, les entreprises marocaines doivent procéder avec beaucoup de persévérance pour arriver à concrétiser des projets. En plus de la concurrence féroce de la Chine sur tout le continent, l'entreprise marocaine doit faire face à la concurrence de l'Inde sur l'Afrique de l'Est, à la concurrence de l'Afrique du Sud sur les marchés de l'Afrique Australe et à la concurrence européenne, notamment française sur les marchés de l'Afrique de l'Ouest et Centrale. Ceci est dû à une offre internationale très large et au fait que la plupart des administrations (ministères, douanes) ou entreprises (banques, assurances) africaines sont en train de créer leurs systèmes d'information ou en train de les développer pour accompagner la révolution mondiale.