

Le programme prévisionnel des marchés que le Ministère de la Jeunesse et des Sports, (Administration centrale et services extérieurs) envisage de lancer pour l'année budgétaire 2015 est le suivant :

Astema monte en cadence

● **La filiale du groupe français Exxelia au Maroc a pour principal souci de produire aux normes européennes à partir du Maroc. Son ambition est de conquérir le marché des composants électroniques de l'hexagone.**



qui s'avère payante, en témoigne la croissance de 25% de son activité entre 2013 et 2014 pour un chiffre d'affaire de 108 millions de DH. Ce qui a permis à la structure de se doter d'une nouvelle usine de câblage por-

tant le nombre de sites de production de 2 à 3 avec une superficie globale passant de 4.300 m² à 7.500 m². Cette extension a été accompagnée par une augmentation du personnel qui est passé de 700 en 2013 à 800 employées en 2014.

PAR **JOSEPH OSCAR GNAGBO**
j.gnagbo@leseco.ma

« **O**ffrir des produits selon les normes européennes avec un prix du Maroc». C'est autour de cet objectif exprimée par Alain Vermesch, directeur de Astema, que se décline la stratégie de la filiale. Créée en 1998, la filiale du français Exxelia a, en effet, fait le pari de conquérir le marché des composants électroniques de l'hexagone, notamment en ce qui concerne le bobinage, l'assemblage de fonctions électroniques et câblage. Une vision qui appelle naturellement une stratégie rigoureuse vue l'exigence du marché européen. Les dirigeants de la jeune boîte l'ont bien compris. Outre le recrutement très minutieux des employés, « nous mettons un point d'honneur sur leur sensibilisation quant aux exigences de nos clients », insiste Alain Vermesch. Des clients auprès de qui les responsables d'Astema se rendent régulièrement afin de comprendre, non seulement leurs exigences explicites mais leurs attentes implicites et de qui ils reçoivent des fréquemment des feedbacks sur la qualité des produits de l'entreprise. Une qualité qui, il faut le souligner, est déjà matérialisée par la certification ISO 9100 en ce qui concerne les produits appliquées à l'aéronautique. Il est important de noter qu'en plus d'être à l'écoute des clients existants, la filiale ne manque pas d'aller à la rencontre de nouveaux clients. Ce qui explique sa présence chaque année au MIDEST, à Paris. Offensives commerciales lors desquelles, elle peut jouer sur un atout majeur : proposer des produits aux normes européennes 3 fois moins chers par rapports à ceux des concurrents européens. Stratégie