

Quels enjeux pour les entreprises en 2016 ?



Les intervenants à la conférence organisée par Toulouse Business School Casablanca.

À quoi faut-il s'attendre pour ce début d'année, pour les grandes entreprises, les PME, mais aussi pour l'ensemble du tissu économique marocain ? Quels sont les challenges auxquels devront faire face les entreprises demain, au Maroc et en Afrique ? Autant de questions auxquelles la conférence organisée par Toulouse Business School Casablanca a tenté de répondre.

Dans le cadre de son cycle de conférences mensuel, Toulouse Business School Casablanca a organisé la semaine dernière une rencontre autour des défis des entreprises du Maroc en 2016. Une rencontre qui a vu la participation de dirigeants d'entreprises, venus échanger sur les challenges auxquels devront faire face leurs structures demain, au Maroc et en Afrique.

Le président du groupe Dislog, Moncef Belkhayat, s'est chargé de planter le décor. Étant donné que les indicateurs économiques ne seront pas au rendez-vous, comme le confirment les différentes statistiques sur le sujet, «les entreprises devraient chercher les opportunités de développement en Afrique», a-t-il recommandé. Pour l'entrepreneur, les grandes entreprises doivent mobiliser des écosystèmes autour d'eux pour permettre aux PME-PMI d'accéder aux opportunités qu'offre le continent.

«L'Afrique est devenue une réalité pour un bon nombre d'entreprises marocaines», note Joel Elleingand, dirigeant d'A&E Conseil. Cette percée dans le continent doit s'accompagner de cadres-dirigeants bien formés qui vont piloter

les stratégies de développement des entreprises. Le responsable a affirmé que le défi sera de gérer les différences culturelles dans ces pays et de s'en imprégner pour créer une culture organisationnelle permettant de fédérer les collaborateurs. Le vice-président RH Afrique et océan Indien du groupe Accor, Salim Ennaji, a indiqué, pour sa part, que la conjoncture difficile n'est pas une raison pour arrêter de travailler. Au contraire, elle pousse à aller vers plus d'innovation, plus d'agilité, en plaçant le client au centre de la stratégie de l'entreprise. Les organisations doivent aujourd'hui s'adapter à l'ère du numérique, ajoute Othmane Cherif Alami. Le PDG d'Atlas Voyages a expliqué que les entreprises sont confrontées à la mondialisation qu'offre Internet. L'exemple cité est celui du secteur touristique qui connaît des transformations majeures, notamment dans le parcours client, ce qui impose aux entreprises du secteur de se réinventer et de revoir ses process. Un challenge qu'elles ne peuvent relever sans des ressources humaines qualifiées et engagées. ■

Les opportunités de développement pour les entreprises marocaines sont en Afrique.