

ANALYSE

Uberisation

Le business-model ratisse large

• **Uber Maroc, Insitu, MIS... qui sont ces acteurs qui se pressent sur le marché**

• **L'économie collaborative table sur 10.000 emplois par an**

• **Concurrence déloyale, coût marginal nul et destruction d'emplois... les griefs**

LE business collaboratif prend ses marques au Maroc. A la barbe et au nez des défenseurs de l'économie au sens classique et des positionnements rentiers. Aucun secteur d'activité n'y échappe. L'infiltration du numérique dans l'économie s'opère sournoisement un peu partout: télécoms, hébergement touristique, santé, éducation, recrutement et gestion des ressources humaines... Tout se dématérialise. Les modèles économiques explosent et se remettent en question, provoquant des rup-

tures subites que bon nombre d'opérateurs économiques n'ont pas vu venir. Armes de destruction massive d'emplois, concurrence déloyale, précarité du travail, coût marginal proche de zéro, déshumanisation des rap-

ports entre l'offre et la demande, coût... Le débat s'est invité à la Chambre française de commerce et d'industrie du Maroc (CF-CIM). Analyse sur de nouvelles façons de faire des affaires à l'ère numérique.



Si ce n'est pas la concurrence déloyale qui est décriée à Paris, en Californie, aux Etats-Unis, ce sont plusieurs milliers de chauffeurs du géant américain qui exigent leur intégration en tant que «salariés». Une jurisprudence qui risque de bouleverser Uber (Ph. AFP)

■ Uber Maroc trace sa voie

C'est d'abord dans le transport urbain que cette rupture a fait le plus de bruit avec l'arrivée de la plus grosse compagnie de taxis dans le monde... qui ne possède aucun véhicule! A un peu plus d'une année d'une entrée tonitruante sur le marché et plusieurs levées de fonds à l'international, le géant californien du VTC (service de voiture avec chauffeur), Uber, «ne parle pas encore de rentabilité» mais assure un volume de business en progression «satisfaisante». «Il y a un gros potentiel. Nous attendons que les réglementations suivent pour exploiter pleinement ces opportunités», se contente de déclarer Meryem Belkziz, directrice générale d'Uber au Maroc.

En fait, l'entreprise est encore difficilement rentable à l'international. Elle a perdu quelque 4 milliards de dollars à l'international en 7 ans d'activité et multiplie les levées de fonds et de dettes pour financer sa croissance. La dernière opération en date, qui est aussi la plus grosse jamais réalisée dans le monde au profit d'une société non cotée en Bourse, est à l'actif du Fonds souverain d'Arabie saoudite qui a injecté quelque 3,5 milliards de dollars dans les activités du géant américain. «L'activité à perte est une phase nécessaire dans la croissance de toutes les plateformes de mise en relation. Nous investissons énormément et il y a encore beaucoup de territoires à conquérir et des produits en développement», tente de rassurer la patronne d'Uber Maroc. L'essentiel de l'effort d'investissement est concentré sur la technologie et le marketing de services. Ce qui réduit au minimum ses charges par rapport à une activité classique. A l'international, l'enseigne ne se limite plus au taxi urbain, mais tend de plus en plus vers la logistique globale en développant des services de livraison et de transport de colis. «Nous serons positionnés sur ce segment dans deux ou trois ans», annonce-t-on.

Au Maroc, le potentiel est davantage réel depuis l'intégration de petits-taxis à la flotte sous la marque «UberX», une sous-catégorie low-cost de la société de VTC. Au coeur d'une grosse polémique anti-uber à son lancement, la filiale marocaine a dû opter pour cette option pour faire passer la pilule auprès des propriétaires d'agrément casablancais. Ce segment vient compléter UberSelect, une formule essentiellement composée de chauffeurs de sociétés de transport touristique. Elle constitue l'offre historique de l'enseigne au Maroc. Ces chauffeurs sont soit em-

(Suite en page 6)



ANALYSE

Uberisation

Le business-model ratisse large au Maroc

(Suite de la page 4)

ployés par ces sociétés, soit en contrat de prestation. Uber leur permet ainsi de disposer d'un revenu complémentaire.

Quant au volume de la flotte, la société entoure ses chiffres d'un grand secret, là aussi, mais parle d'une progression régulière de la flotte d'UberX. «Le modèle économique séduit de plus en plus d'opérateurs, même si les tarifs des courses restent plus importants», reconnaît Belkziz. A titre d'exemple, sur une course d'un montant indicatif de 100 DH, le chauffeur Uber perçoit 75DH et reverse 25DH à la plateforme Uber Maroc. L'enseigne annonce dans la foulée le lancement, à l'occasion de la COP22 à Marrakech en novembre prochain, de la formule «Uber Green».

Une offre de véhicules hybrides et électriques. Le projet se fera en partenariat avec le groupe Derichebourg, déjà en contrat de délégation de services de propreté des arrondissements de Gueliz et Nakhil avec la Commune urbaine de

Marrakech. L'entreprise emploiera des chauffeurs et exploitera des véhicules sur la plateforme d'Uber. En attendant, Uber Maroc table sur la création de 7.000 emplois dès que la législation lui permette d'atteindre son plein potentiel.

■ Insitu Maroc répartit le temps

Dans les ressources humaines, le temps partagé fait aussi ses premiers pas au Maroc... sous sa version dématérialisée. Après 20 ans d'activité en France et une croissance annuelle de 20 à 30% en moyenne, l'entreprise française Insitu vient de s'installer au Maroc via une filiale locale. Son offre était, jusque-là, uniquement dédiée aux ressources informatiques, avant de s'étendre à d'autres fonctions support comme les RH, finances, qualité... Insitu Maroc est sur le marché local depuis deux ans déjà et se trouve encore en phase d'approche et de prospection. «Nous allons lancer dans les prochains mois une plate-

Verbatim



■ Meryem Belkziz, directrice générale d'Uber Maroc

Nous sommes créateurs d'emplois et nous payons tous les impôts au Maroc. Nous avons un contrat de reversement de dividendes auprès d'Uber Monde, à l'instar de toutes les filiales. Avec le développement des technologies de mise en relation et de l'économie de la demande, il y a encore énormément d'applications à venir. Nous n'en sommes qu'à 10% du potentiel.

■ Loïc Etienne, médecin urgentiste, président de MIS

Nous ne cherchons pas à remplacer le médecin. Il se trouve toutefois que nous sommes dans un contexte de désertification médicale mondiale et nous n'arrivons pas à former assez de prestataires de soins. Notre offre permet, grâce à la télémédecine, d'amener le prestataire de soins dans des endroits où il n'y en a pas, du fait de l'enclavement ou de l'éloignement, notamment en zones rurales.



■ Jean Luc Martial, consultant et co-dirigeant d'Insitu et Insitu Maroc

On nous percevait, au début, comme une société d'intérim qui pouvait amener de la précarité. Mais quand ils ont compris que nous comptions embaucher un CDI en temps plein, les craintes sont retombées. Ce que l'on cherche, c'est de rester très longtemps chez le client. Cela passe par un bon dimensionnement et de bonnes ressources. □



forme digitale». Le principe est simple: la société recrute à plein temps des collaborateurs sur plusieurs métiers support, et les met à disposition de sa clientèle entreprise sur des périodes courtes (2 à 3 jours par semaine), mais dans le cadre d'un engagement contractuel d'une année pleine, renouvelable, entre Insitu Maroc et la société cliente. Cette clientèle est surtout composée de PME qui n'ont pas les moyens d'intégrer et d'investir des ressources dans le long terme. «C'est la possibilité pour un chef d'entreprise d'internaliser une mission à juste temps et coût», explique le management. La ressource reste salariée de la société, et continue d'être rémunérée même sans contrat. Une situation de perte que la société a intégrée depuis sa création.

■ MIS dématérialise l'accès aux soins

Autre modèle à suivre, celui de Medvir. Il s'agit là d'un système d'intelligence artificielle développé par la société française Medical Intelligence Service (MIS) qui permet d'opérer un diagnostic à travers un interrogatoire médical modélisé auquel le patient se soumet, comme s'il était devant son médecin. Ici, le produit est une mallette connectée commercialisée au prix de 2.000 DH l'unité. La machine propose une hypothèse de diagnostic qui est automatiquement transférée au méde-

cin traitant. Le système n'est pas encore disponible pour les particuliers. L'usage est pour le moment réservé aux professionnels de santé (infirmiers, assistants médicaux, etc.). L'enseigne est déjà en train de déployer un modèle B-to-G (Business-to-Government) qui permettra aux autorités publiques de disposer des données notamment épidémiologiques. «Nous venons de concrétiser, en projet pilote, un partenariat public-privé avec l'Université de Marrakech pour la mise en place de mallettes de télémédecine dans des zones de désertification médicale pour améliorer l'accès aux soins dans des zones reculées. L'objectif est de mettre, sur 20 sites enclavés dans la région de Marrakech, une mallette de télémédecine qui permet d'opérer des consultations à distance et de remonter des données épidémiologiques.

Medvir dispose aussi d'une configuration «Aide à la décision», dans un modèle B-to-C (Business-to-Customer), accessible au grand public, pour répondre à des problèmes d'urgences médicales dans des zones de désertification médicale. L'offre peut aider à faire une évaluation et de désengorger les urgences. Un test grandeur nature est déjà en cours dans un hôpital casablancais. □

Safall FALL

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com