

SNI se redimensionne en changeant de nom

• En devenant «Al Mada», le groupe confirme son envergure internationale

• L'identité de fonds d'investissement privé panafricain confortée

NE dites plus SNI, mais «Al Mada». Quatre ans après avoir fixé un nouveau cap qui a consisté à transformer la holding du statut de groupe opérationnel à celui de fonds d'investissement à long terme, le conseil d'administration qui s'est réuni hier a donné son feu vert à un changement de nom. Derrière ce qui peut, à première vue, s'apparenter à une simple opération de rebranding, c'est en réalité tout un projet d'entreprise qui est déployé autour d'une réflexion sur la vocation nationale et internationale du groupe. Il s'agit de conforter une notoriété durable,

d'où d'ailleurs l'appellation «Al Mada» que l'on pourrait traduire par «portée». La nouvelle dénomination n'est pas seulement porteuse d'une perspective temporelle, d'un «positive impact», signature dont se revendique Al Mada, mais aussi d'engagement réitéré à contribuer à l'émergence économique du continent. Ce qui permet dans la foulée d'installer définitivement la vision économique constructive soucieuse à la fois d'impératifs de marché et de développement.

Ce processus a été entamé en 2014 avec pour objectif de moderniser la gouvernance de la SNI et de le transformer en fonds d'investissement panafricain à long terme. Compte tenu de ces nouvelles orientations, le changement de nom semblait s'imposer.

Une marque internationale reste plus forte qu'une marque locale et Al Mada ne rentre pas par effraction dans ses nouvelles ambitions. En 2017, les activités internationales contribuent à 26% aux résultats du groupe contre 11% en

Les marchés où Al Mada est présent



2013. C'est dire le chemin parcouru en quatre ans seulement. Al Mada est présent dans 24 pays en Afrique avec près de 6,5 milliards de DH investis dans des projets structurants pour la seule année 2017 (hors Maroc). A ce titre, l'enseigne a toute légitimité pour devenir l'une des marques préférées sur le continent.

Changer de nom c'est aussi adresser un message en interne pour entretenir la fierté d'appartenir à une organisation qui veille chaque jour à construire des liens entre les employés du groupe et la population. Mounir El Majidi, président de Siger, la holding royale qui contrôle Al Mada, avait d'ailleurs imprimé cette orientation dès le départ en expliquant qu'«à travers ce fonds, la SNI continuera d'accompagner la politique déployée par le Roi Mohammed VI pour l'émergence des classes moyennes et l'amélioration du niveau de vie et du pouvoir d'achat» (voir L'Economiste du 2 octobre 2014⁽¹⁾). Pour faire vivre ces valeurs, la transfor-

mation s'est exprimée à la fois sous une composante financière (actifs, prises de participation), mais aussi à travers le périmètre géographique d'intervention, la gouvernance (avec la mise en place des comités spécialisés) et la RSE. La composante RSE a d'ailleurs été omniprésente dans ce chantier depuis le début. Elle continuera de faire partie des axes prioritaires de la politique d'Al Mada comme l'a montré la mobilisation pour le projet «Entrepreneuriat» porté par l'Association Injaz Al Maghrib, fondée par le groupe.

Le travail qui a consisté à redéfinir les fondamentaux de l'ex-SNI, désormais Al Mada, est finalement devenu un véritable projet d'entreprise où l'ensemble des équipes ont pu se positionner. □

M.B.

(1) Mohamed Benabid, SNI affiche sa nouvelle stratégie, <http://www.leconomiste.com/article/959928-sni-affiche-sa-nouvelle-strategie>