



## Gfi se donne les moyens de sa croissance en Afrique

Le spécialiste des services informatiques français entend renforcer son leadership en Afrique. Pour ce faire, le groupe s'appuie entre autres sur l'expérience d'une de ses plus anciennes filiales sur le continent. Le Maroc représente même la base arrière de Gfi en Afrique. À terme, le groupe entend se positionner dans le top 5 de chaque pays d'implantation. Détails.

**Aida Lo**  
a.lo@leseco.ma

Avec l'acquisition de Capital Consulting, Archos Technology et Value Pass, la filiale marocaine du spécialiste européen des services informatiques a vu ses revenus augmenter considérablement. «Nous avons doublé notre chiffre d'affaires en un an au Maroc, depuis les dernières acquisitions», nous affirme Vincent Rouaix, PDG du groupe Gfi. À travers ces opérations, l'entreprise poursuit son offensive sur le secteur, notamment à travers l'activité du conseil, tout en renforçant ses principales offres telles que l'intégration progicielle (mise en place de système d'information de gestion) ou encore l'ingénierie applicative (développement et construction d'application et d'outils spécifiques pour les clients). «Nous enregistrons 50 MDH sur le consulting... L'intégration progicielle représente quant à elle entre 40% à 50% de notre portefeuille», précise Imad Haddour, PDG de Gfi au Maroc.

C'est sans compter sur l'offshoring qui dope également les revenus de la filiale marocaine. L'entreprise compte aujourd'hui 350 collaborateurs et réalise 250 MDH de chiffre d'affaires hors offshoring. En intégrant cette activité, Gfi au Maroc atteint les 450 collaborateurs et enregistre 350 MDH de revenus. Cette performance permet à l'entreprise de se positionner dans le top 5 du marché marocain. Une ambition qui rejoint celle de sa maison-mère. «Notre vision est de nous placer dans le top 5 de chaque pays d'implantation. C'est déjà le cas en France et dans certains pays d'Afrique», commente Rouaix. Au Maroc, et en excluant l'offshoring, Gfi revendique sa position de leader sur le marché en comparaison avec ses confrères multinationaux. «Nous sommes 3<sup>e</sup> du secteur dans sa globalité», explique Haddour. Le plus ancien marché africain du groupe (filiale créée en 1999) se révèle aussi être l'un des plus importants. Celui-ci représente près de 40% de l'activité africaine, précédant ainsi la Tunisie, l'Angola, la Côte d'Ivoire

et le Sénégal, où le groupe s'est récemment implanté. «Notre projet N°1 est aujourd'hui de consolider nos forces pour nous développer davantage au Maroc et sur le continent. Nous avons d'ailleurs créé une organisation Gfi en Afrique dans laquelle nous travaillons avec les autres pays du continent pour développer une offre globale», souligne Haddour. La stratégie du groupe vise ainsi d'atteindre sur le continent un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros contre 34 millions en 2018. Il faut dire que le groupe français ne cache plus son appétit pour le continent, même s'il ne représente actuellement que 3% du chiffre d'affaires global. Pour l'heure, Gfi reste à l'affût d'opportunités. «L'Afrique est un terrain de jeu qui nous est devenu fondamental», remarque Rouaix. D'ailleurs, le groupe se prépare actuellement à une prochaine installation au Cameroun. Si l'implantation de Gfi est plutôt francophone, la société n'exclut pas une exploration des pays anglo-saxons. Outre la filiale angolaise, le groupe a déjà

collaboré avec des pays comme le Mozambique et le Nigéria. Si l'Afrique du Sud représente le Graal de toute entreprise s'installant sur le continent, le groupe Gfi garde les pieds sur terre, conscient de l'hypercompétitivité de ce marché. «Notre priorité est d'atteindre une taille critique sur l'existant avant de pouvoir se diriger vers ce type de marché... Mais nous restons très attentifs à ce qui fait dans ce pays», déclare Rouaix. Entre-temps, le groupe a rapidement gagné en notoriété sur le continent, et ce grâce à son identité ancrée dans le territoire, assortie d'une capacité à rayonner sur l'écosystème local. «Cela passe par une approche d'accompagnement des grands comptes au niveau de l'économie et de l'industrie locales», souligne le PDG de la multinationale. Acteur de référence des services informatiques à valeur ajoutée et de logiciels, le groupe a pu accompagner les grands noms des industries française et européenne venus s'installer en Afrique. À ce jour, le portefeuille clients du groupe est riche de plus de 350 entreprises privées et opérateurs publics. Un succès qui reste attribuable aux prix compétitifs exercés par le groupe. Chaque filiale étant un centre d'expertise indépendant, elle privilégie la main-d'œuvre locale. Une force vive qui confère au groupe une certaine proximité avec son client. Ces managers représentent ainsi une composante majeure de la stratégie de Gfi, vu leurs connaissances du marché, qu'elles soient techniques, culturelles ou humaines. C'est ainsi que la base arrière de Gfi en Afrique, Gfi au Maroc, se transforme en «usine à formation», ainsi que la décrit Rouaix. «Aujourd'hui, nous avons des relations avec des pays comme le Sénégal ou encore la Côte d'Ivoire pour former leur personnel et les redéployer dans leurs pays respectifs», assure Haddour. Une stratégie qui a un coût, certes, mais qui reste dans les cordes de la multinationale. La société est détenue par des actionnaires pouvant assumer son développement. D'ailleurs, celle-ci a quitté en décembre dernier la cote de Paris, considérée comme une contrainte. La multinationale est aujourd'hui suffisamment autonome et souhaite évoluer sans faire appel au marché. «Nous sommes assez sereins quant à notre capacité à continuer notre croissance... au moins en Afrique», conclut Rouaix. ●



## Imad Haddour.

DG de Gfi au Maroc

### **Le Maroc se prépare au lancement du m-payment. Quel a été votre rôle dans cette nouvelle activité ?**

Nous avons accompagné les clients qui voulaient mettre en place ces solutions de paiement mobile. Les opérateurs télécoms et les banques, par exemple, ne disposent pas d'outils pour gérer cette nouvelle activité et ont besoin de mettre en place un système d'informations capable de supporter cette technologie. C'est là que nous intervenons en les accompagnant dans ce processus. Nous leur prodiguons des conseils d'ingénierie applicative afin de les aider dans leurs projets.

### **Tous les opérateurs sont-ils prêts ?**

En effet. Les banques ont d'ailleurs déjà présenté leurs pro-

duits. Du côté des opérateurs télécoms, nous avons collaboré avec eux sur une partie de leur projet. Aujourd'hui, le produit est prêt. Nous sommes également intervenus sur les projets de certains établissements de paiement.

### **Quelles sont vos ambitions pour l'après-2020 ?**

Notre ambition est d'atteindre un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros en 2020 sur le continent. Ce plan ambitieux passe par la création d'emplois, le soutien à l'entrepreneuriat et l'émergence des talents locaux. Si nous atteignons notre objectif, nous serons dans une nouvelle configuration au niveau du continent. Nous aurons atteint une nouvelle taille, nous aurons harmonisé toutes nos filiales et toute notre activité pour continuer à renforcer notre croissance. ●

# Gfi se prépare pour l'après-2020

Propos recueillis par  
**Aida Lo**

### **Gfi au Maroc prône l'émergence de talents dans le domaine des technologies informatiques. Pensez-vous organiser des hackathons ?**

Il est vrai que le concept du hackathon est aujourd'hui très répandu. Chez Gfi, nous organisons des concours d'idées et de projets, notamment pour les jeunes talents. Nous souhaitons créer un FabLab (laboratoire d'idées) au Maroc sous l'impulsion de notre Direction innovation. Celui-ci deviendra une vitrine du savoir-faire du groupe au niveau international comme au niveau local. Il sera à la disposition de nos clients et de nos partenaires, ainsi que des jeunes étudiants qui pourront venir tester leurs idées chez nous.

### **Une sortie sur le marché est-elle prévue ?**

Aucunement. Les investissements de notre entreprise proviennent directement de la mai-

son-mère, qui investit dans toute l'Afrique, considérée comme une des régions à fort potentiel. Elle a conscience que l'avenir et le développement de la nouvelle technologie s'écriront sur ce continent, que ce soit au niveau de l'intelligence artificielle, du digital banking, du e-commerce ou même du e-learning... D'ailleurs, le groupe coopère avec des organismes de financement tels que la BAD ou l'AFD pour mettre en place des programmes de financement et d'aide au profit de nos clients pour qu'ils puissent bénéficier de nos produits et services à des conditions



**Pour 2020, l'opérateur table sur un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros sur le continent.**