

► **DRISS FEDOUL**

celui qui fait passer la mobilité à la vitesse supérieure

► **M-AUTOMOTIV**

Une croissance portée par l'innovation et la proximité

► **NABIL TRIFESS**

De Toyota à Venturic : la route du conseil

TELQUEL IMPACT

JUIN 2025

AUTO.TELQUEL.MA



AUTOMOBILE

LE WHO'S WHO DE L'AUTOMOBILE 2025

Le marché automobile amorce un tournant décisif.
Bilan, enjeux et portraits des managers qui façonnent
sa nouvelle trajectoire.



GEELY



NOW YOU SEE ME

NOUVEAU

CITYRAY

À PARTIR DE

249 900 DH

#JOIN_THE_RAYVOLUTION



SERVICE
DE REPRISE



6 ANS GARANTIE
OU 200 000 KM



5 ANS
D'ASSISTANCE

Les managers derrière le volant

Avec 176 401 véhicules neufs immatriculés en 2024, le marché automobile marocain retrouve des sommets, porté par une demande robuste, une offre élargie et une électrification en marche. La dynamique s'appuie sur une reprise marquée des ventes d'utilitaires (+18,8 %) et de véhicules particuliers (+8,15 %), avec en tête Dacia, Renault, Hyundai, Peugeot et Volkswagen. Dans le premium, Audi tire son épingle du jeu avec plus de 4 600 unités vendues. Mais derrière les chiffres, ce sont des femmes et des hommes qui façonnent cette transformation. Allal Benjelloun, directeur général de la CAC, incarne un management fondé sur l'écoute et l'engagement humain, avec un pari réussi sur les marques Cupra, Skoda et Seat. Chez Renault Commerce Maroc, Thibault Paland défend la place stratégique du Maroc, tandis qu'Oussama Berrada contribue à renforcer l'ancrage local de son groupe. En homme de terrain, le consultant Nabil Trifess accompagne les acteurs dans leurs projets de développement. Du côté de Stellantis, Yves Peyrot des Gachons poursuit la montée en puissance du constructeur en s'appuyant sur un leadership passionné. Autre figure clé, Adil Bennani, à la tête d'Autonejma Mercedes-Benz, incarne la polyvalence du secteur en cumulant les responsabilités au sein de BYD, l'AIVAM, la NARSA et la Fédération automobile. Chez Toyota Maroc, Salma Moukbil s'impose par une approche innovante et inclusive, héritée de son parcours à l'Université Al Akhawayn. Quant à Fabrice Raymond, passé par Michelin et aujourd'hui chez Pneurama Pirelli, il rappelle le rôle central de la filière pneumatique. En banquier chevronné, Aziz Dalaoui s'engage tous les jours pour le financement de la mobilité. Enfin, Mohammed Erraioui reste une référence discrète mais influente du financement auto, pionnier de la LOA au Maroc. Tous dessinent les contours d'un écosystème en mutation, porté par la technologie, les compétences locales et une vision tournée vers la durabilité. Objectif : franchir les 185 000 ventes dès 2025, et asseoir le Maroc comme hub africain de l'automobile du futur. ■

TELQUEL IMPACT

TelQuel accorde une attention soutenue aux mutations qui façonnent l'économie marocaine, en particulier dans les secteurs stratégiques comme l'automobile. Nous y consacrons enquêtes, dossiers, tribunes et entretiens, dans nos pages et sur nos plateformes numériques. Notre regard critique et informé sur ces enjeux est reconnu par nos lecteurs, mais aussi par les acteurs publics et privés qui nous font confiance. C'est dans cette même logique d'engagement éditorial qu'a été conçu ce Spécial Automobile 2025.

SOMMAIRE



- 60 MARCHÉ AUTOMOBILE**
Les ventes mettent le turbo
- 62 STELLANTIS MAROC**
Yves Peyrot garde le pied sur l'accélérateur
- 64 SALMA MOUKBIL**
L'alumni AUI qui a réinventé Toyota Maroc
- 66 THIBAULT PALAND**
En pole position
- 68 NABIL TRIFESS**
De Toyota à Venturic : la route du conseil
- 70 ALLAL BENJELLOUN**
Cap sur l'humain et sur la performance
- 71 ADIL BENNANI**
L'homme qui fait rouler les marques automobiles
- 76 MOHAMMED ERRAIOUI**
Le moteur discret du crédit automobile
- 78 OUSSAMA BERRADA**
Au volant de la réussite
- 80 AZIZ DALAOUI**
Bon conducteur du crédit auto
- 82 FABRICE REYMOND**
À fond la gomme : l'as du pneumatique



M - AUTOMOTIV

Né pour vous servir

Distributeur multimarque
de véhicules pour
particuliers

ÉLU^{*}
SERVICE
CLIENT
DE L'ANNÉE
2025

MAROC

Merci

pour votre confiance

M-AUTOMOTIV,
Élu Service Client de l'Année
Maroc 2025 pour
la 2^{ème} fois consécutive

m-automotiv.ma

0520 482 000

1^{er} Distributeur Automobile au Maroc

MARCHÉ AUTOMOBILE

Les ventes mettent le turbo

AVEC 176 401 VÉHICULES NEUFS IMMATRICULÉS, L'ANNÉE 2024 MARQUE UN TOURNANT POUR LE MARCHÉ AUTOMOBILE MAROCAIN. CETTE NETTE REPRISE S'APPROCHE DU RECORD HISTORIQUE DE 2018.

Malgré un contexte international marqué par des perturbations logistiques et une transition énergétique accélérée, le Maroc affiche une dynamique remarquable en matière de ventes automobiles, après deux années de stagnation. Cette embellie est soutenue par une demande robuste, une diversification de l'offre et des politiques favorables à l'électrification. Le secteur a ainsi enregistré un total de 176 401 véhicules neufs immatriculés en 2024, soit une croissance de plus de 9 % par rapport à 2023. Une performance notable, d'autant qu'elle s'approche du record atteint en 2018 : 177 359 unités vendues.

UNE CROISSANCE SOUTENUE

Selon les données de l'Association des importateurs de véhicules au Maroc (AIVAM) pour l'année 2024, cette reprise est notamment portée par la croissance de 18,8 % du segment des véhicules utilitaires légers (VUL). Ce dynamisme reflète la bonne santé des petites entreprises, du e-commerce et des services de livraison. De leur côté, les véhicules particuliers (VP) ont progressé de 8,15 %. Sans surprise, Dacia occupe la tête du classement des VP par marques, avec 39 331 unités vendues et une part de marché de 25 %. Sa maison mère, Renault, se classe en deuxième position avec 23 697 unités écoulées. Thibault Paland, directeur général de Renault Commerce Maroc, affirme que « les deux marques Dacia et Renault représentent plus de 37 % de part de marché. Le Maroc est un pays très important industriellement pour Renault Group ». Hyundai et Peugeot occupent respectivement les 3^e et 4^e places. À la 5^e place, Volkswagen affiche une progression notable de 18,82 %, grâce à une offre plus compétitive et à une meilleure disponibilité de ses mo-



dèles. Allal Benjelloun, directeur général de la Centrale Automobile Chérifienne (CAC), qui dispose des marques Volkswagen et Audi entre autres, se dit d'ailleurs satisfait « des réalisations que cumule l'entreprise automobile : lancement de la marque Cupra, intégration réussie de Seat et visibilité croissante de Skoda, etc. ». Du côté des marques premium, Audi arrive en pole position avec 4 663 unités vendues.

BELLES PERSPECTIVES POUR 2025

Pour 2025, les opérateurs se montrent confiants. Ils anticipent une croissance d'environ 5 %, avec un objectif de 185 000 unités vendues. Cette prévision repose notamment sur la bonne tenue du tourisme, qui devrait continuer à soutenir la demande, et sur le développement de l'électrification, conditionné par la volonté politique en matière d'incitations et par l'extension du réseau de bornes publiques. En attendant, l'hybride devrait continuer à bien performer. S'ajoutent également l'injection attendue de 100 milliards de dirhams issus de l'amnistie fiscale dans l'économie, ainsi qu'un PIB soutenu par la demande publique, générateur de richesse, notamment à l'approche de grands événements internationaux. ■



GLE SUV Plug-in Hybrid.

Jusqu'à 112 km d'autonomie électrique.

Un souffle de puissance, un silence chargé d'intensité. Le GLE SUV hybride rechargeable incarne l'alliance subtile entre moteur thermique et énergie électrique. Il délivre une réponse instantanée, des reprises souveraines, et jusqu'à 112 km d'autonomie en mode 100% électrique. À bord, chaque finition incarne l'exigence du luxe, chaque trajet devient un moment suspendu, une expérience sensorielle à part entière.

Mercedes-Benz



Auto Nejma 0801 020 020

STELLANTIS MAROC

Yves Peyrot garde le pied sur l'accélérateur

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE STELLANTIS MAROC EST AVANT TOUT UN PASSIONNÉ D'AUTOMOBILE. TOUT COMMENCE AU VOLANT DE LA CITROËN AX EN 1996. APRÈS TRENTE ANNÉES DE CARRIÈRE MARQUÉES PAR DE GRANDES RÉALISATIONS, CETTE PASSION POUR LES VOITURES CONTINUE ENCORE DE LE "DRIVER".

Plus qu'une carrière réussie, l'automobile représente pour Yves Peyrot des Gachons avant tout une histoire de passion. Son parcours débute avec l'emblématique Citroën AX en 1996. "C'était mon premier véhicule", confie-t-il en évoquant ce souvenir de jeunesse. Trois décennies plus tard, il dirige Stellantis Maroc. Yves Peyrot des Gachons a construit toute sa carrière au sein du groupe PSA, devenu Stellantis suite à sa fusion avec FCA.



LA GRANDE HISTOIRE DES PETITES VOITURES

Le secret de sa longévité professionnelle ? "J'ai eu la chance de participer à l'évolution de ce groupe initialement français puis international, avec un changement majeur en 2021 à la suite de la fusion donnant naissance à Stellantis. Je suis particulièrement attaché à cette entreprise qui m'a permis de me développer et de parcourir le monde", partage-t-il. Pour Yves Peyrot des Gachons, l'automobile accompagne les grandes mutations sociétales, d'autant plus aujourd'hui avec la transition énergétique. "Pour ma part, j'aime particulièrement les voitures populaires. Elles ont toujours eu un rôle social

important en offrant la liberté de mouvement à des millions de personnes à travers le monde", embraye-t-il. Le dirigeant exprime une réelle admiration pour des modèles populaires ingénieux dans leur simplicité, tels que la 2CV, la Fiat Panda ou encore la Fiat Uno, "une voiture typiquement populaire". Il rappelle notamment les modèles blancs et rouges qui circulaient au Maroc dans les années 1980, dont la ligne d'assemblage avait été inaugurée par feu Hassan II.

"RIEN DE GRAND NE SE FAIT SEUL"

Yves Peyrot des Gachons est un pur produit de l'école publique française : titulaire d'une maîtrise en gestion de l'université Aix-Marseille III (1992), complétée par une spécialisation en marketing à l'université Paris IX Dauphine (1993). "Au-delà des diplômes, c'est l'expérience du terrain qui m'a formé. J'ai appris à écouter, à décider, à gérer la complexité et à garder le cap", précise-t-il. Il estime que le leadership repose principalement sur la clarté, l'exemplarité et la confiance. "Je ne cherche pas à tout contrôler. Je donne une vision, crée un cadre et fais confiance aux équipes pour trouver les bonnes solutions. Rien de grand ne se fait seul", résume-t-il. Qu'est-ce qui "drive" encore Yves Peyrot des Gachons après 30 ans de métier ? "L'envie de transmettre. Partager et faire grandir les équipes, c'est un moteur extrêmement puissant." ■

DES TRANSFORMATIONS ET DES RENCONTRES

La carrière d'Yves Peyrot des Gachons dans le secteur automobile débute il y a 30 ans chez Citroën, initialement dans le réseau commercial en France, puis à la tête de plusieurs succursales. Le tournant arrive au début des années 2010 lorsqu'il se tourne vers l'international. Il assume alors des responsabilités stratégiques et managériales dans plusieurs pays méditerranéens avant de s'installer au Maroc en 2017. Là, il dirige les opérations commerciales marocaines, intégrées au cœur d'un hub industriel et technologique en pleine expansion. L'usine de Kénitra, inaugurée en grande pompe en juillet 2019 par le roi Mohammed VI, en est l'emblème. Six ans plus tard, en janvier dernier, l'intégration de Sopriam à Stellantis Maroc constitue l'un de ses accomplissements majeurs. "C'est plus qu'une opération de transformation, c'est une rencontre humaine entre deux cultures professionnelles", souligne-t-il.



PEUGEOT

NEW SUV 5008



NOUVEAU PEUGEOT i-Cockpit®
AVEC ÉCRAN PANORAMIQUE DE 21"
7 PLACES

À PARTIR DE

2050 DH
MOIS

SALMA MOUKBIL

L'alumni AUI qui a réinventé Toyota Maroc

LA DIRECTRICE GÉNÉRALE DE TOYOTA DU MAROC EST UNE TOUCHE-À-TOUT. RENDRE COMPATIBLES DES UNIVERS DE MANAGEMENT OPPOSÉS LUI A PERMIS DE FORGER UNE VISION GLOBALE ET CLAIRE SUR LES GRANDS DÉFIS À VENIR DE L'AUTOMOBILE ET D'ASSEOIR LES BONNES APPROCHES POUR LES SURMONTER.

Depuis toujours, Salma Moukbil, la directrice générale de Toyota du Maroc, nourrit une passion pour les challenges. Cela a commencé sur les bancs de l'Université AlAkhawayn (AUI), 2001 à 2005. "J'ai fait un bachelor en finance et un autre en marketing. Ce sont deux branches qui m'intéressaient énormément. L'AUI offrait la possibilité de suivre deux filières en même temps et d'avoir cette polyvalence", se rappelle la directrice générale de Toyota du Maroc. Une double compétence qui s'est révélée déterminante pour la suite de sa carrière.



a pu, donc, se métamorphoser et gérer toute la relation client brillamment. D'où la nécessité de prendre des risques, d'avoir une vision claire et de ne pas se satisfaire du statu quo". Salma Moukbil, directrice générale de Toyota Maroc. "On s'est beaucoup démarqués à travers des projets structurants sur la relation client et sur le digital. Toyota a pu, donc, se métamorphoser et gérer brillamment toute la relation client. D'où la nécessité de prendre des risques, d'avoir une vision claire et

REFUSER LES CASES, EMBRASSER LES POSSIBLES

"Je démarre en bas de l'échelle. Et j'ai finalement eu le titre de chef de produit" Salma Moukbil, directrice générale de Toyota Maroc. Animée par la volonté de réussir, elle commence sa carrière au sein de la Samir. Une position qu'elle quitte après seulement six mois pour intégrer Toyota du Maroc comme management trainee. "Ce qui veut dire qu'on n'a pas de titre spécifique. On travaille dans tous les départements", précise-t-elle. Une chance pour la jeune manager qui n'aime pas être cloisonnée dans un département et fuit les "étiquettes". "J'ai donc eu l'opportunité de travailler au sein de l'atelier, qui est d'une importance majeure pour assurer un service après-vente de qualité", souligne-t-elle. Après avoir touché à tous les départements : vente, finance, marketing, commerce, etc., elle a l'opportunité de choisir son département : "J'ai choisi le marketing. J'ai démarré en bas de l'échelle. Et j'ai finalement eu le titre de chef de produit". Elle occupe ce poste jusqu'en 2009 pour faire du CRM (Gestion de la relation client, ndr). À cette époque, elle est la première à lancer le marketing digital dans la société. Le digital n'était pas encore très évolué et le CRM n'était pas un département important. "On s'était beaucoup démarqués à travers des projets structurants sur la relation client et sur le digital. Toyota

de ne pas se satisfaire du statu quo", retient-elle de cette expérience. S'y ajoutent le leadership et l'interpersonal skills. "L'entreprise, c'est un savoir-faire et surtout un savoir-être. Et ça aussi, je l'ai appris à l'AUI", note Salma Moukbil. Après 5 ans comme CRM manager, elle est promue directrice marketing en 2014. Un département très stratégique chez Toyota : "C'est un département de profit. On met en place la stratégie produit, le pricing, etc. Et on gère aussi plusieurs volets commerciaux". Un des plus gros challenges à ce poste ? "Marketer" l'hybride dans un marché qui était alors complètement "diésélisé". Ce challenge a été un tremplin entre la direction marketing et la direction générale, dont elle a pris les rênes en 2018. Grâce à ce projet 360°, l'hybride a été installé sur le marché. Les ventes de Toyota ayant augmenté de plus 30% dans un marché qui a fait moins de 2% d'évolution durant les cinq dernières années. Salma Moukbil le souligne : "L'hybride est, actuellement, synonyme de Toyota". ■



منكم ولأجلكم



مجموعة من
المستشفيات المعتمدة



التعويض في الحين
أوتو كاش



خدمات الإيجاد
24h/7j



أثمنة جد مناسبة

العائلة لي كتجمعنا

THIBAUT PALAND

En pole position

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE RENAULT COMMERCE MAROC TRACE SA ROUTE AU SEIN DU GROUPE RENAULT DEPUIS PRÈS DE 30 ANS. CONSTANCE, LOYAUTÉ ET TRAVAIL SONT LES VALEURS QUI ONT GUIDÉ UN PARCOURS D'EXCELLENCE. PORTRAIT D'UN DIRIGEANT ENGAGÉ.

La trajectoire de Thibault Paland est un cas d'école en matière de fidélité. *"J'ai passé toute ma carrière dans le Groupe Renault. C'est ma famille professionnelle. Je crois bien connaître cette entreprise et les personnes qui y travaillent. Et c'est réciproque : l'entreprise me connaît bien. Ce groupe m'a fait grandir, m'a donné des responsabilités, m'a fait voyager en France, en Europe et aujourd'hui au Maroc"*, témoigne le directeur général de Renault Commerce Maroc. En retour de cette opportunité d'évoluer dans un tel environnement, Thibault Paland énumère les qualités qu'il estime indispensables : *"Il faut beaucoup travailler, être droit, honnête et conscient de la chance que l'on a de travailler pour un groupe qui porte des marques centenaires à la renommée mondiale comme Renault, Dacia, Alpine ou Mobilize Financial Services."* Diplômé de l'École Supérieure de Gestion et de Finance à Paris en 1995, le dirigeant a été accompagné tout au long de sa carrière par Diac ou Renault Group, multipliant les formations dans tous les domaines : management, communication, media training, négociation, etc. Un apprentissage

continu qui se poursuit encore aujourd'hui avec des modules consacrés à l'intelligence artificielle.

UNE CARRIÈRE TOUT-TERRAIN

Quatre grandes étapes ont jalonné l'évolution professionnelle de Thibault Paland. D'abord, une phase d'apprentissage en tant que jeune manager : *"Apprendre le métier à la Diac : les financements, les services, et dans les faits, la fidélisation et la rétention des clients de nos concessionnaires et constructeurs."* La deuxième étape est celle de la spécialisation dans la vente aux entreprises, notamment en tant que directeur des ventes aux flottes de Renault France, avec toujours une dimension financière comme directeur commercial de la filiale de location longue durée de Diac. *"Le groupe a ensuite décidé de me confier des responsabilités de management. Cette troisième étape a été l'une des plus intéressantes. Diac m'a permis de grandir en me confiant la direction générale de deux filiales : d'abord au Benelux il y a huit ans, puis en France pendant six ans."* Enfin, la quatrième étape est une double évolution qui conduit Thibault Paland au Maroc en 2024, pour prendre les rênes de Renault Commerce Maroc : *"C'est une grande responsabilité car, au Maroc, les marques Renault et Dacia représentent plus de 37% de part de marché. C'est un pays très important industriellement pour Renault Group."*

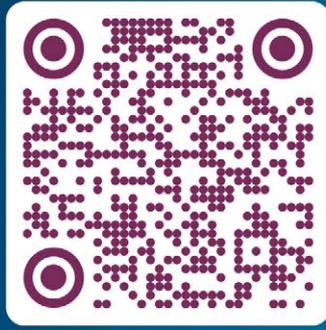
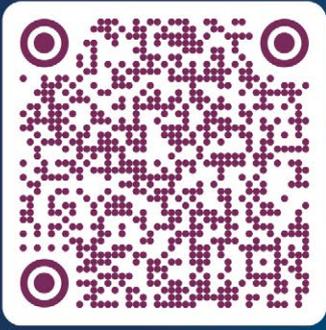
L'ÉQUILIBRE COMME RÉUSSITE ULTIME

Pour négocier les virages managériaux, le directeur général applique une méthode : *"Décider vite, tout en ayant pris le temps de fédérer et d'écouter pour avoir de l'impact."* Fort de près de 30 ans d'expérience, il se dote aujourd'hui d'une plus grande capacité à être transparent et factuel, aussi bien avec ses équipes qu'avec sa hiérarchie. Pour Thibault Paland, le défi est permanent : *"Se remettre en question, ne pas croire que l'on a toujours raison seul, et savoir déléguer pour faire grandir son équipe et la conduire au succès."* Sa plus grande fierté professionnelle ? *"Je ne pense pas que les réussites puissent être attribuées à une seule personne. Donc, pas question de revendiquer une réalisation ou un projet. Je suis heureux d'avoir grandi dans ce groupe avec les marques Renault, Dacia et Mobilize Financial Services, tout en ayant construit une famille avec mon épouse et nos quatre enfants. Finalement, ma seule fierté, c'est cet équilibre entre ma vie professionnelle et ma vie familiale."* ■

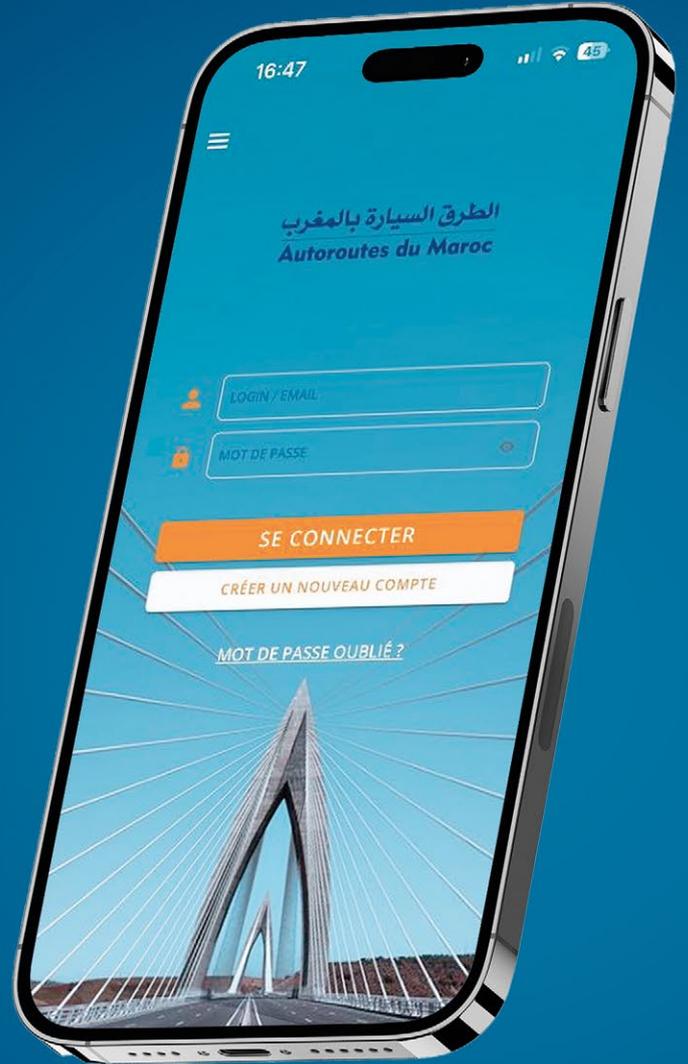


الطرق السيارة بالمغرب Autoroutes du Maroc

Téléchargez la nouvelle
application **Jawaz** sur :



Un nouveau service digital
pour simplifier vos déplacements
sur autoroute !



دوز... و براحتك فوز !

NABIL TRIFESS

De Toyota à Venturic : la route du conseil

LE DIRECTEUR ASSOCIÉ DU CABINET VENTURIC CUMULE PLUS DE 25 ANS D'EXPÉRIENCE DANS LE MANAGEMENT DES FONCTIONS SUPPORT, NOTAMMENT DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE. SON EXPÉRIENCE "TERRAIN" FAIT DE LUI LE CONSULTANT QUI MURMURE À L'OREILLE DES LEADERS.

Nabil Trifess est un homme de terrain. Avant de créer sa société Venturic, spécialisée dans le business consulting, en 2022, cet expert de l'automobile a roulé sa bosse pendant plus de 25 ans dans les métiers du support. Sa carrière a été marquée par la conduite de projets stratégiques, la transformation digitale et le développement RH. "Venturic opère principalement dans le consulting autour des Shared Services : RH, SI, PMO, etc. L'automobile est mon domaine d'expertise, j'y évolue depuis 2009. C'est un secteur que je connais non seulement du point de vue des fonctions support, mais aussi sur le plan opérationnel", nous explique-t-il.

UN DÉBUT DANS LES IT, PUIS LES RH

Avant de tracer sa trajectoire dans l'automobile, il commence sa carrière en 2000 dans les IT, en tant que consultant fonctionnel chez Discovery Informatique. "J'ai eu l'opportunité de rejoindre un intégrateur ERP à la sortie de l'École Mohammadia des Ingénieurs (EMI). J'ai commencé en Tunisie, avant de rentrer au Maroc. À l'EMI, je me suis spécialisé en génie industriel, l'une des rares filières qui fait le pont entre l'ingénierie et le management. Avec une approche systémique et des connaissances généralistes, on est prêt à gérer des projets variés selon les opportunités", souligne-t-il. Après trois ans dans l'intégration des ERP, il quitte le conseil pour rejoindre Maroc Telecom en 2003, en

tant que chef de service IT. Il découvre alors le métier des systèmes d'information côté client. Chez l'opérateur télécom, Nabil Trifess travaille sur le projet SAP jusqu'en 2006. Il rejoint ensuite le groupe Savola comme IT Manager pour le Maroc, puis pour l'Algérie. Son expérience dans l'automobile démarre en 2009 chez Toyota du Maroc. "J'ai intégré l'entreprise initialement comme DSI. J'ai mené des projets IT structurants qui m'ont permis de découvrir ce secteur. Toyota est une grande école en matière de processus et de systèmes. Ce passage par les IT a été formateur. C'est cette expérience qui m'a facilité le shift vers les RH. Je suis ensuite devenu à la fois DSI et DRH chez Toyota, fonction que j'ai occupée pendant six ans", se souvient-il.

AVENTURE ENTREPRENEURIALE

En 2015, Nabil Trifess cherche à consolider son savoir-faire RH en rejoignant le groupe marocain T-MAN en tant que directeur central RH. En 2019, il revient dans l'automobile pour intégrer Auto Nejma Maroc comme DGA, en charge des fonctions support. "J'ai une affinité particulière avec le secteur automobile. Lorsque l'opportunité s'est présentée, je n'ai pas hésité", raconte-t-il. Il occupe cette fonction jusqu'en 2022, année où il lance son aventure entrepreneuriale avec Venturic : "C'est un projet qui me tenait à cœur, et il était temps de s'y lancer. L'automobile occupe toujours une place importante dans mes missions de conseil, où je mets au profit de mes clients mes compétences métiers doublées de ma connaissance sectorielle". Il nous confie que, tout autant que sa carrière, son vécu extra-professionnel a été un pilier dans sa vie. "J'ai toujours cherché à être actif sur le volet associatif. Je fais partie de l'association des anciens de l'EMI depuis 2002, par exemple. L'associatif vous apprend un autre style d'interactions, complètement différent du monde professionnel. On y apprend à donner, et cela procure un autre type de satisfaction", conclut-il. ■



EV Abonnement

FREE FOR ELECTRIC

ABONNEMENT DE
3 ANS

0 APPORT
■■■■■

0 FRAIS
DE DOSSIER
■■■■■

0 FRAIS D'ASSURANCE
ET D'ENTRETIEN
■■■■■



ALLAL BENJELLOUN

Cap sur l'humain et sur la performance

LE LEADERSHIP CENTRÉ SUR L'HUMAIN FAIT DES MIRACLES. C'EST LA VISION DE ALLAL BENJELLOUN, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA CENTRALE AUTOMOBILE CHÉRIFIENNE (CAC), QUI NOUS RACONTE COMMENT SON EXPÉRIENCE INTERNATIONALE A FAÇONNÉ SON STYLE MANAGÉRIAL.

"J e consacre plus de 50 % de mon temps au capital humain. C'est très important de passer du temps avec ses équipes", nous explique Allal Benjelloun, directeur général de la CAC. Pour ce patron, l'investissement dans les équipes porte ses fruits. L'entreprise automobile qu'il dirige accumule les réalisations: lancement de la marque Cupra, intégration réussie de Seat, visibilité croissante de Skoda. Cet intérêt pour l'humain fait écho à son parcours professionnel, notamment lorsqu'il a fallu affronter des crises.

CAPITAINE DE NAVIRE

"En cas de crise, il faut être extrêmement réactif. J'en ai connu six ou sept au cours de ma carrière, dont au moins trois en tant que dirigeant. Ça forge. On développe les bons réflexes", confie-t-il. Le DG de la CAC emprunte une métaphore marine pour expliquer sa méthode: *"On se met à la cape. C'est-à-dire que, quand les vents soufflent trop fort, on se met à l'abri et on agit. On s'assure que le bateau et les voiles tiennent bon, que tout le monde est à bord et sorti des cabines, puis on attend que l'orage passe."* Cette résilience, il l'a développée à Londres, lorsqu'il occupait le poste de directeur financier pour l'Angleterre et l'Irlande chez Schneider Electric, entre 2007 et 2009.



C'était sa première fonction en comité de direction. *"On était en pleine crise des subprimes. Il fallait réagir vite. On a dû licencier 10 % des effectifs, soit 250 personnes. Ce sont des moments difficiles, mais très formateurs. Cette expérience m'a énormément aidé dix ans plus tard, pendant le Covid",* témoigne-t-il.

Allal Benjelloun a commencé sa carrière comme Senior Auditor chez Arthur Andersen, après avoir étudié à Audencia Business School, à Nantes. Quelques années plus tard, il décide de ne pas en faire son métier. *"J'ai quitté Arthur Andersen pour m'occuper de l'audit interne de Schneider Electric à Paris."* L'entreprise française est alors en pleine croissance, avec un chiffre d'affaires de 8 milliards d'euros. *"J'y ai travaillé pendant sept ans : d'abord à l'audit interne, ensuite au contrôle de gestion de Schneider France, avant d'être nommé directeur financier. C'est là que j'ai eu ma première vraie expérience de management",* précise-t-il.

CONTRE VENTS ET MARRÉES

En 2009, Allal Benjelloun rentre au Maroc. Renault s'installe à Tanger pour y construire une usine et recherche un directeur financier. Une réussite :

"Cinq ans plus tard, l'usine Renault sortait de terre. On a réveillé Somaca, qui produit aujourd'hui plus de 50 000 véhicules, et j'en suis très fier", se réjouit-il. Il poursuit: *"Le management chez Renault est très humain, comme chez Schneider Electric. J'ai toujours été bien accompagné par les grands groupes, et cette approche a profondément influencé ma manière de faire".* En 2014, Victor Elbaz, président de la CAC, fait appel à lui pour seconder le directeur général. Il mène cette mission de main de maître jusqu'en 2019, année où il est promu DG. Six mois plus tard, la crise du Covid éclate. *"La priorité absolue était de sauver les emplois. L'acte managérial dont je suis le plus fier, c'est que pendant cette crise, je ne me suis séparé d'aucun collègue."* Le navire a tenu bon. ■

ADIL BENNANI

L'homme qui fait rouler les marques automobiles

SA CARRIÈRE EST UNE LEÇON DE MANAGEMENT INTERCULTUREL. IL A OCCUPÉ DES POSTES DE DIRECTION CHEZ TOYOTA D'ABORD, PUIS CHEZ MERCEDES-BENZ ET BYD : TROIS MULTINATIONALES, TROIS APPROCHES, DONT IL MAÎTRISE LE SUBLIL ÉQUILIBRE. POUR ADIL BENNANI, LA MEILLEURE MÉTHODE EST UN SAVANT MÉLANGE DES TROIS. ET C'EST PRÉCISÉMENT CELLE QU'IL APPLIQUE.

Adil Bennani cumule près de trois décennies dans le secteur automobile. Petit rappel tout de même de ses multiples casquettes actuelles : directeur général d'Autonejma Mercedes-Benz au Maroc, président de l'AIVAM (Association des importateurs de véhicules au Maroc), vice-président de la Fédération automobile, administrateur à la NARSA et directeur de BYD Maroc. Quelle trajectoire fallait-il suivre pour en arriver là ? "C'est une longue histoire", nous répond-il. Nous sommes en 1998 lorsqu'un chasseur de têtes le repère à Paris pour lui proposer un poste à responsabilité dans une multinationale souhaitant développer ses activités au Maroc. Il s'agit alors du groupe Abdul Latif Jameel, basé en Arabie saoudite. "J'étais responsable marketing depuis six ans dans une maison d'édition professionnelle, après avoir obtenu mon diplôme à la Paris School of Business et un MBA à la Sorbonne. Mon rôle était de piloter la transition digitale de l'entreprise, côté commercial et marketing." Séduit par l'approche, Adil Bennani accepte l'entretien, mais décline l'offre d'intégrer un programme de "management trainee" de 18 à 24 mois avant d'accéder à un poste de direction. Un second entretien est alors organisé, cette fois avec le patron de l'Overseas, qui le convainc de visiter le groupe en Arabie saoudite durant deux jours. Ce ne sera pas suffisant. Finalement, après plus de six mois de discussions, il signe pour diriger une division de la pneumatique chez Toyota au Maroc : "Le groupe venait d'intégrer la carte Yokohama et cherchait un responsable pour la développer".

ÉCOLE JAPONAISE

Le jeune cadre gravit les échelons de Toyota Maroc et se voit proposer le poste de directeur commercial en 2001. "Nous avons fait passer les ventes de 500 à 9 000 véhicules par an, avec la première place du mar-



ché en 2005 et 2006, devant les grands constructeurs européens de l'époque", se souvient-il. Fin 2006, il est promu directeur général. Il a alors 33 ans. Adil Bennani occupera ce poste pendant douze années, marquées à la fois par des défis et de grandes réussites.

"L'école japonaise a façonné ma vie. J'ai appris l'importance des process, de la planification (toujours), du Kaizen (ou amélioration continue) et du respect des autres. J'ai éduqué mes enfants

un peu à la japonaise, et honnêtement, j'en suis très satisfait !". À ce sujet, il cite Carly Fiorina, ex-CEO de HP : "Leadership is like parenting: it's a long process of pulling back ("Le leadership, c'est comme être parent : un long processus de retrait progressif.")"

Après 20 ans passés chez Toyota Maroc, Adil Bennani change de cap en mars 2018 pour prendre la direction d'Autonejma, avec pour mission le développement du groupe. "En six ans, l'entreprise a quasiment doublé ses résultats et se prépare à jouer les premiers rôles sur le marché." Le directeur général de Mercedes-Benz et Daimler Trucks Maroc a également piloté l'introduction de BYD sur le marché marocain depuis fin 2023, un constructeur qui dispose aujourd'hui de "la plus grande force de frappe au monde en matière de recherche et développement : plus de 100 000 ingénieurs. Les Chinois ont une capacité de travail exceptionnelle et une agilité impressionnante". ■

CELUI QUI FAIT PASSER LA MOBILITÉ À LA VITESSE SUPÉRIEURE

Acteur clé du crédit à la consommation depuis près de 25 ans, Driss Fedoul, Président du Directoire Wafasalaf, revient sur les mutations profondes du secteur, en particulier le financement automobile devenu aujourd'hui un moteur de croissance majeur.

Vous justifiez de près de 25 ans d'expérience au sein de Wafasalaf. Comment le secteur du crédit a évolué lors de cette période, notamment celui du financement automobile ?

J'ai eu la chance à la fois d'observer et de vivre de profondes mutations du secteur du crédit à la consommation sur les 25 dernières années, reflets de mutations économiques, sociales, technologiques et comportementales mais aussi de réformes réglementaires.

Le quart de siècle a d'abord connu une forte croissance du crédit à la consommation et du financement automobile. Cette croissance était portée par une dynamique de demande liée à l'urbanisation, à la bancarisation et à la facilitation conséquente de l'accès au financement automobile.

En guise de démarche d'accompagnement de cette dynamique, le législateur édicte la Loi de Protection du Consommateur promulguée en 2011 ; le régulateur accompagne l'engouement au crédit à la consommation par des mesures de protection du consommateur (Offre préalable de crédit, délai de rétractation, mesures d'authentification client, défaillance...) de prévention du surendettement, de plafonnement des taux d'intérêts pratiqués et de standardisation des méthodes de vente et d'après-vente du crédit.

Sociétés spécialisées et banques sont exhortées par le régulateur à une meilleure appréhension du risque emprunteur. Le Crédit Bureau, centrale d'information et de collecte des données risques des emprunteurs voit le jour en 2009

Le marché des financeurs se structure en parallèle à travers des opérations de fusion/absorption et de création de captives nouvelles financières, rationalisent le marché qui désormais est constitué essentiellement de sociétés spécia-

lisées affiliées à de grandes institutions financières ou à de grands groupes automobile.

Voici quelques chiffres édifiants : en 2000, les encours de financement automobile représentent 4 milliards de dirhams. Ils étaient de 10 milliards de dirhams en 2010, soit le tiers des financements crédits consommation des sociétés de crédit à la consommation. En 2019, ils grimpent à 20 milliards, soit 50% de l'encours du financement du crédit à la consommation. Aujourd'hui, les deux tiers des encours du financement est constitué d'automobile qui devient le principal moteur de croissance du financement des sociétés de crédit à la consommation !

Dans ce contexte, Wafasalaf avec ses 38 années de présence sur le marché, s'est toujours distinguée -esprit pionnier- par une capacité à initier de nouveaux produits, de nouveaux parcours Crédit et des modèles de partenariat innovants qui ont marqué le secteur (marques blanches, gestion de captives, one stop shop dans les concessions...). Nous avons été un acteur incontournable dans le rapprochement du financement avec l'acte d'achat pour optimiser l'expérience client et développer la performance commerciale de nos partenaires distributeurs automobiles.

Quelle est votre vision du lien direct entre l'évolution du marché automobile et les sociétés de crédit ?

L'association entre le marché des ventes de véhicules et celui du financement est très forte. Elle s'est nettement développée avec le temps sur les 10 à 15 dernières années. Aujourd'hui, plus d'un véhicule neuf sur deux vendu sur le marché est financé à Crédit. Plus de 60% des encours Crédit



Conso des acteurs spécialisés sont des encours de financement automobile. Ces chiffres montrent l'importance réciproque de l'activité de chaque secteur vis-à-vis de l'autre.

Notre conviction est que le parcours de financement automobile ne peut être simplement considéré comme un parcours complémentaire à celui de la vente de véhicule. Il doit être complètement intégré avec le parcours d'achat, sans rupture de chaîne. Partant d'un impératif de positionnement du client au centre des préoccupations à la fois des distributeurs auto que des providers de solutions de financement.

Cette interdépendance explique clairement l'existence de liens de partenariat entre SCC et acteurs Auto sous différents formats (Captives financières/ Partenariats de marque blanche/ Partenariats commerciaux classiques...) dans lesquels, le financement se positionne comme composante incontournable dans la stratégie commerciale et marketing du distributeur Auto.

Des impératifs de robustesse de l'expérience client (Concept One Stop Shop au sein de la concession, flexibilité de l'offre, Time to Yes...), celle du distributeur (Time to Market des offres, Time to Pay...), et celle du vendeur (Méthodes de vente, formation...) deviennent alors des conditions incontournables à une stratégie commerciale réussie.

La vision stratégique de Wafasalaf dans ce contexte repose sur un fondamental qui est celui d'accroître la valeur d'utilité du Crédit sur le marché, en facilitant aux ménages marocains et aux acteurs du tissu économique l'accès à la mobilité et en renforçant son rôle d'acteur incontournable de provider de solutions innovantes et accessibles...

Une stratégie visant :

- à consolider les acquis : universalité de couverture des segments, d'innovation produit, de niveaux de service...
- à accompagner la transition énergétique du pays avec une stratégie de « Green Financing » spécifique
- à développer l'économie circulaire (Occasion)
- et à permettre une amélioration continue de l'expérience des parties prenantes (Client/ Concession/ Vendeur) en s'appuyant sur le digital, l'IA et les accès Data.

Parlez-nous de votre parcours professionnel et universitaire et des étapes importantes qui l'ont jalonné...

Je suis diplômé de l'ISCAE, et titulaire d'un certificat d'administrateur de sociétés délivré par l'Institut Marocain des Administrateurs et l'UIR. J'ai rejoint Wafasalaf à 25 ans, après une première expérience dans une banque consœur, sans imaginer que ce serait le début d'une aventure profession-



Le dernier grand défi étant celui de prendre la présidence du Directoire de Wafasalaf. Dans une entreprise à laquelle je suis attaché, que je connais depuis plus de deux décennies, ce passage de relais impliquait bien plus qu'un changement de fonction : c'était une responsabilité forte, symbolique et stratégique. Il fallait non seulement maintenir le cap de performance qui fait notre force sur le marché, mais aussi intensifier notre rôle d'acteur national engagé, utile à la société, à nos clients, à nos partenaires et à nos collaborateurs.

nelle aussi riche, exigeante...et structurante. 24 ans plus tard, je mesure la chance que j'ai eue : celle d'avoir évolué au sein d'une entreprise en mouvement qui m'a permis d'explorer quasiment toute sa chaîne de valeur : du commercial au risque, du marketing à la stratégie, en passant par la gestion de partenariats et de projets structurants au Maroc et à l'international.

Ce parcours, je le vois aujourd'hui comme un gage de fidélité et d'engagement. Il m'a permis de prendre part à des transformations majeures : la modernisation de nos activités commerciales, l'industrialisation du risque, le déploiement de nos expertises crédit conso en Afrique, ou encore le développement de partenariats pionniers, comme la gestion pour compte pour des banques de la place ou pour des captives financières d'acteurs automobile. Cette diversité m'a forgé une vision transversale du métier, que j'applique aujourd'hui dans mes fonctions de Président du Directoire. Mais au-delà des faits, je retiens surtout une chose : Wafasalaf a été pour moi une véritable école de la rigueur, de l'éthique, du sens des responsabilités et du collectif.

Comment décririez-vous votre style de management/ leadership aujourd'hui ?

J'ai été formé chez Wafasalaf par cette culture de la transmission et de la promotion interne. C'est une fierté de constater aujourd'hui, que plus de 90 % de notre comité de direction vient de la maison. Ça veut dire que les valeurs que nous proclamons sont vraies et ce que

nous transmettons fonctionne, et crée une vraie valeur durable. Je valorise dans mon quotidien, un management de proximité, fondé sur la clarté des objectifs, l'autonomie, la progression et l'alignement collectif.

Être leader ne se décrète pas, cela se construit dans la durée, avec détermination, exigence, confiance et responsabilisation. Enfin, j'ai toujours considéré que le rôle d'un manager est aussi d'être un repère et un exemple : quelqu'un sur qui l'on peut compter, qui agit en étant disponible, engagé et bienveillant.

Quels sont les 3 skills/qualités qui vous ont soutenu pour mener à bien votre carrière professionnelle ?

La première qualité, c'est la structure. Avoir une pensée analytique associée à une bonne organisation permet d'aborder les situations les plus complexes avec confiance. Cela m'aide à anticiper, à prioriser et à faire avancer les actions avec méthode, même dans l'urgence ou sous pression. La deuxième, c'est l'exigence personnelle. Je suis quelqu'un de très investi et engagé. Ce que je demande aux autres, je me l'impose d'abord à moi-même. Je vise toujours un niveau de qualité élevé, et je crois au dépassement de soi comme levier de progression. Enfin, je crois profondément à la force du collectif. Fédérer, faire adhérer, partager des valeurs...Ce sont réellement ces dimensions humaines qui font la différence à long terme.

Quel a été le plus gros challenge de votre carrière, comment vous l'avez affronté et quel a été le résultat ?

Il y en a eu plusieurs, mais tous ont un point commun : ils m'ont permis de sortir de ma zone de confort. Que ce soit en gérant des chantiers complexes, en embarquant des équipes dans des transformations profondes, ou en affrontant de nouveaux défis stratégiques...chaque étape a élargi ma vision et réaffirmé mes convictions.

Le dernier grand défi étant celui de prendre la présidence du Directoire de Wafasalaf. Dans une entreprise à laquelle je suis attaché, que je connais depuis plus de deux décennies, ce passage de relais impliquait bien plus qu'un changement de fonction : c'était une responsabilité forte, symbolique et stratégique. Il fallait non seulement maintenir le cap de performance qui fait notre force sur le marché, mais aussi intensifier notre rôle d'acteur national engagé, utile à la société, à nos clients, à nos partenaires et à nos collaborateurs.

Ce challenge, je l'ai affronté avec deux boussoles : le courage managérial, pour affirmer les choix, et donner le cap et l'humilité relationnelle, pour écouter, créer de l'adhésion et construire avec les autres. Cet équilibre m'a permis de renforcer l'impact de Wafasalaf dans le respect de son ADN.

ASSURANCE AUTOMOBILE

LES NOUVEAUX PACKS D'ASSURANCE AUTOMOBILE SUR MESURE

Essentiel

Optimal

Confort

BÉNÉFICIEZ DE PLUSIEURS
GARANTIES ANNEXES À
PARTIR DE 50 DH TTC



التعاضدية المركزية
mcma

Plus d'informations :



3113

www.mamda-mcma.ma

MOHAMMED ERRAIOUI

Le moteur discret du crédit automobile

MEMBRE FONDATEUR DE SALAFIN, MOHAMMED ERRAIOUI EST À L'ORIGINE DU LANCEMENT, EN 2000 AU MAROC, DE LA LOCATION AVEC OPTION D'ACHAT (LOA) POUR LES PARTICULIERS. UNE INITIATIVE QUI A PROFONDÉMENT CHANGÉ L'APPROCHE DU FINANCEMENT AUTOMOBILE DANS LE PAYS. PORTRAIT D'UN PIONNIER.

Le lancement de la LOA en 2000 a marqué un tournant majeur pour le marché marocain du crédit à la consommation et du financement automobile. Mohammed Erraioui, membre fondateur de Salafin et fin connaisseur du crédit à la consommation, en est l'initiateur. Une première au Maroc. *"Ce produit a non seulement permis à Salafin de prendre de l'avance et de se distinguer longtemps sur son marché, mais il a également redéfini les standards du crédit à la consommation et du financement automobile au Maroc. Aujourd'hui, la LOA poursuit sa progression et figure parmi les solutions de financement les plus utilisées"*, explique Mohammed Erraioui, également directeur général adjoint de Salafin.



"Cette orientation digitale, couplée à une posture de proximité avec les acteurs du marché, renforce la pertinence des initiatives entreprises", souligne le directeur général adjoint.

UNE EXPERTISE CONFIRMÉE

Mohammed Erraioui porte plusieurs casquettes. Depuis février 2023, il dirige le pôle commercial, marketing et digital de Salafin, avec l'ambition claire de repositionner les activités de l'entreprise, conquérir de nouveaux marchés à fort potentiel et générer durablement de la valeur. Expert-comptable (mémorialiste) et titulaire du Certificat des études supérieures en économie et gestion, il a débuté sa carrière comme auditeur financier et consultant au sein de la firme multinationale Coopers & Lybrand. Une expérience de huit ans qui lui a permis d'aiguiser ses

compétences et d'asseoir son expertise en finance et en consulting.

L'INNOVATION COMME MOTEUR

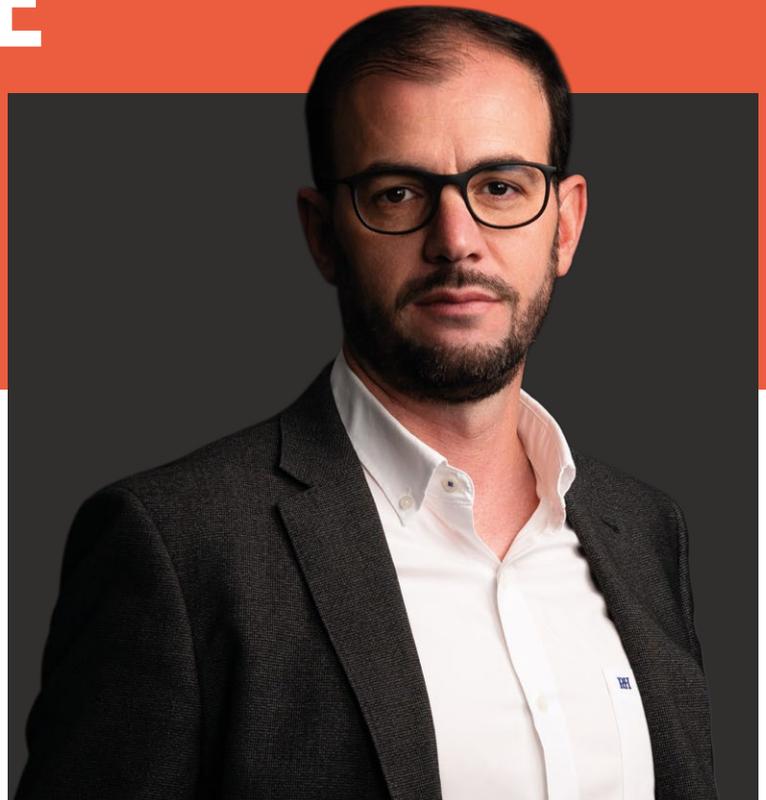
Au-delà de ses fonctions chez Salafin, Mohammed Erraioui s'investit activement au sein de l'Association Professionnelle des Sociétés de Financement (APSF). Il participe à plusieurs chantiers structurants aux côtés d'instances de régulation comme Bank Al-Maghrib ou le Ministère de l'Économie et des Finances. L'objectif : moderniser le métier tout en respectant ses fondamentaux. Passionné par son métier, Mohammed Erraioui voit dans le passage de l'idée au projet, puis à la solution concrète, un véritable moteur de transformation. Trois qualités, dit-il, ont façonné cette trajectoire : *"la confiance, en soi et dans les autres ; la détermination et la persévérance, pour réussir et surmonter les obstacles avec résilience ; et l'innovation, pour toujours proposer des solutions adaptées et porteuses de valeur"*. ■

UNE APPROCHE FONDÉE SUR LA PROXIMITÉ

Fort de près de trois décennies d'expérience dans le crédit à la consommation, Mohammed Erraioui a également élaboré une nouvelle feuille de route pour les activités commerciales, marketing et digitales de Salafin. Grâce à cette dynamique, plusieurs projets, notamment digitaux, ont été initiés, plaçant la technologie au service de l'expérience client et des partenaires.

UNE CROISSANCE PORTÉE PAR L'INNOVATION ET LA PROXIMITÉ

Souhail Houmaini, le directeur général de M-AUTOMOTIV nous explique dans cet entretien la stratégie de son entreprise et nous présente ses projets d'avenir.



Vous êtes le premier distributeur des marques Renault, Dacia et Alpine. Quelles sont les autres marques que vous représentez aujourd'hui ?

Effectivement, M-AUTOMOTIV est fier d'être le leader de la distribution automobile au Maroc avec 14% de parts de marché, mais surtout distributeur leader des marques Renault, Dacia et Alpine. Nous avons, également, élargi notre offre pour intégrer de nouvelles marques à fort potentiel, notamment en provenance d'Asie. Cela inclut plusieurs constructeurs chinois innovants, sélectionnés pour leur compétitivité technologique, leur rapport qualité-prix et leur engagement dans la mobilité durable.

Plus globalement, comment s'articule votre offre de services ?

Au-delà de notre gamme de véhicules neufs et d'occasion, nous proposons des formules intégrées avec financement, assurance et assistance, mais aussi des packages d'entretien et des forfaits après-vente attractifs, ainsi que des véhicules de courtoisie allant des véhicules tests drive au véhicule de remplacement. Et enfin, nous développons des solutions de mobilité innovantes et digitales.

Quelles sont les principales implantations de votre réseau à travers le territoire marocain ?

Nous comptons aujourd'hui 16 points de vente et de service, principalement dans le Grand Casablanca, mais aussi à Khouribga, El Hoceima, etc., et bientôt à Rabat. Cette présence étendue nous permet d'offrir à nos clients, partout où ils se trouvent, un accompagnement de proximité et un service de qualité. Nous avons dernièrement ouvert, en partenariat avec la marque Renault, le premier store « rnl » en Afrique. Ce site

innovant met à disposition un showroom digital interactif, permettant à des experts formés spécifiquement à la marque de guider chaque client vers le véhicule qui correspond le mieux à ses besoins.

Vous avez récemment conclu des accords d'exclusivité avec certaines marques chinoises...

En novembre 2024, M-AUTOMOTIV a franchi une étape majeure en signant un partenariat exclusif avec le constructeur chinois JAC Motors. Ce partenariat stratégique nous permettra d'élargir notre portefeuille avec une gamme complète de véhicules utilitaires et particuliers. Certains modèles seront importés, tandis que d'autres seront assemblés localement, en partenariat avec des usines d'assemblage marocaines, créant ainsi de nouvelles opportunités d'emploi. À ce titre, j'ai le plaisir d'annoncer le lancement, dès fin juin, d'une nouvelle marque asiatique reconnue pour ses modèles au design attractif, à la technologie innovante et leur confort inégalé.

Quid de vos projets stratégiques pour les années à venir ?

Notre stratégie repose sur trois piliers majeurs : l'élargissement de notre portefeuille de marques, l'expansion territoriale de notre réseau, et l'excellence dans l'expérience client. Pour l'élargissement de notre portefeuille, nous nous apprêtons à lancer une nouvelle marque dédiée à la distribution de véhicules d'occasion. Notre expansion nationale sera renforcée avec de nouvelles implantations à Rabat et dans la région du sud, et plus tard, en Afrique. Enfin, nous investissons considérablement dans la digitalisation de nos services. En parallèle, nous comptons recruter 500 nouveaux collaborateurs dans les trois prochaines années.

OUSSAMA BERRADA

Au volant de la réussite

AUJOURD'HUI DIRECTEUR GÉNÉRAL DE BUGSHAN AUTOMOTIVE GROUP, OUSSAMA BERRADA A GRAVI TOUS LES ÉCHELONS : D'AUDITEUR INTERNE À DIRECTEUR FINANCIER, AVANT DE PRENDRE LES RÊNES DE HYUNDAI MAROC EN 2018. UNE ASCENSION FONDÉE SUR LA CONNAISSANCE DU TERRAIN ET UNE GRANDE CAPACITÉ D'ANALYSE.

"L'automobile est un secteur d'une richesse unique. C'est un univers qui m'a toujours passionné, car il conjugue innovation, compétitivité et transformation continue", confie d'emblée Oussama Berrada. Directeur général de Bugshan Automotive Group – le pôle automobile du groupe Bugshan Maroc – depuis 2022, il souligne que ce secteur exige de la vision, de la précision, une aptitude à gérer la complexité, ainsi qu'une proximité avec les réalités du terrain. Le jeune dirigeant a, en effet, évolué pendant plus de 12 ans au sein de Hyundai Maroc, filiale du groupe Bugshan. *"Ce parcours m'a permis de vivre l'automobile sous toutes ses dimensions : financière, opérationnelle, commerciale et humaine"*, témoigne-t-il.

AUTONOMIE ET DISCIPLINE

Oussama Berrada a poursuivi ses études supérieures à l'Université AlAkhawayn (AUI), où il a obtenu un Bachelor en finance. *"Cette formation m'a apporté des bases solides en gestion, stratégie, analyse financière et leadership. J'ai eu l'honneur de recevoir le certificat "Outstanding Academic Achievements", une distinction décernée par le président de l'université, en reconnaissance d'un parcours académique exemplaire. Cette reconnaissance a beaucoup compté pour moi"*, confie-t-il. Son passage à AUI s'est avéré structurant à plusieurs niveaux. *"J'y ai appris à penser avec méthode, à travailler en équipe dans un environnement international, à m'ex-*

primer avec impact et à faire preuve d'autonomie et de discipline. Cette université ne se contente pas de former des diplômés : elle façonne des profils capables d'influencer positivement leur environnement", précise le dirigeant.

Oussama Berrada débute sa carrière en 2006 chez Ernst & Young, dans l'audit. *"C'est une école d'excellence, où j'ai eu l'opportunité de travailler avec des entreprises de secteurs très variés. J'y ai appris à comprendre rapidement les organisations, à m'adapter et à établir des diagnostics précis avec rigueur et méthode."* Après trois ans dans l'audit financier, il rejoint Hyundai Maroc en 2010 en tant que manager de l'audit interne. Ce poste lui permet de s'immerger dans le fonctionnement opérationnel de l'entreprise et de maîtriser en profondeur ses processus clés. *"Cette vision transversale m'a naturellement conduit à occuper le poste de directeur financier, une fonction centrale dans une entreprise réalisant plusieurs milliards de dirhams de chiffre d'affaires"*, souligne-t-il.

TRANSFORMATION STRATÉGIQUE

L'étape marquante de son parcours reste sa nomination à la direction générale de Hyundai Maroc en 2018. L'entreprise entame alors une profonde transformation stratégique, avec des résultats concrets : progression significative du chiffre d'affaires, montée de Hyundai sur le podium

des trois premières marques automobiles au Maroc, repositionnement complet de l'image de marque, etc. *"Ce fut une phase très intense, durant laquelle nous avons pu bâtir un modèle résilient, attractif et performant, porté par des équipes engagées et une culture d'entreprise solide"*, relate-t-il.

Oussama Berrada affirme croire en un management fondé sur la clarté, la responsabilisation et la proximité. *"Donner du sens, fixer des objectifs ambitieux mais atteignables, faire confiance et encourager l'initiative sont au cœur de ma méthode. La performance, pour moi, passe par l'humain, par une culture de l'écoute et par un accompagnement exigeant mais bienveillant"*, conclut-il. ■



OFFRE BRAND CONTENT 360°

TEXTE, VIDÉO, PRINT & RÉSEAUX SOCIAUX

TelQuel, votre partenaire pour une communication à fort impact, multilingue.

Valorisez votre marque avec une approche **360°**, multilingue (**français, arabe, anglais**), via les supports premium de TelQuel. Des contenus **sur mesure** pour renforcer votre visibilité auprès d'une **audience qualifiée** : décideurs, professionnels et leaders d'opinion au Maroc.

OFFRES BRAND CONTENT

▶ TEXTE

- Digital (500 mots + photo) : **15 000 MAD HT** www.telquel.ma
- Digital & Papier (500 mots + photo) : **25 000 MAD HT**
- Multilingue digital et papier (fr, arabe, anglais) : **30 000 MAD HT**

▶ VIDÉO

- Digital (moins de 3 min) : avec diffusion sur LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok et X.
- Français : **35 000 MAD HT**
 - Arabe : **35 000 MAD HT**

▶ OFFRE 360°

- (Texte + Vidéo + Print + Réseaux sociaux)
- Français : **60 000 MAD HT**
 - Arabe : **50 000 MAD HT**

Format du contenu (interview ou article) défini selon vos priorités de communication.

INCLUS DANS LES OFFRES

- Diffusion sur les plateformes digitales et/ou papier de TelQuel
- Traduction professionnelle (selon l'offre choisie)
- Partage sur les réseaux sociaux et newsletters (selon disponibilité).

CONDITIONS

- Contenu soumis à validation éditoriale.
- Délai de publication : 3 à 5 jours ouvrés après validation

Contact :

RACHID JANKARI
Directeur de développement
commercial
r.jankari@telquel.ma
+212 661146851

AZIZ DALAOUI

Bon conducteur du crédit auto

FINANCIER EXPÉRIMENTÉ ET DIRIGEANT ENGAGÉ, AZIZ DALAOUI PORTE UNE VISION RESPONSABLE : SOUTENIR LA MOBILITÉ. POUR LE DIRECTEUR GÉNÉRAL D'EQDOM, LE SECTEUR AUTOMOBILE CONSTITUE UN AXE PRIORITAIRE DE DÉVELOPPEMENT. SA VOLONTÉ : Y APPORTER D'AVANTAGE DE TRANSPARENCE, D'AGILITÉ ET D'IMPACT POSITIF.

En lançant, en 2024, le premier crédit gratuit pour l'achat de véhicules d'occasion en partenariat avec Auto24, Eqdom a pris le marché de court. Grâce à cette innovation, la société dirigée par Aziz Dalaoui depuis 2023 a répondu à un besoin : "nous avons identifié une forte demande du marché pour des véhicules d'occasion fiables, accessibles et financés de manière transparente. Or, historiquement, ce segment souffrait d'un déficit de confiance et d'un accès limité au financement, notamment pour les primo-accédants ou les ménages modestes. Proposer un crédit gratuit permet de lever ces deux barrières : celle du coût du crédit et celle de la confiance."



j'accompagne, mais je responsabilise. C'est dans cette alchimie entre autonomie et exigence que naissent les plus belles performances."

LUCIDITÉ STRATÉGIQUE

Le poste de directeur général qu'il occupe aujourd'hui est, selon lui, la synthèse de "toutes les compétences développées au fil de mon parcours". Pour guider sa trajectoire, le diplômé de l'École Mohammadia d'Ingénieurs s'appuie sur trois qualités. D'abord,

"la lucidité stratégique : très tôt, j'ai compris l'importance de prendre du recul, de regarder les choses avec objectivité, même quand elles sont inconfortables." Ensuite, l'écoute, qui "n'est pas une posture molle, c'est une compétence stratégique". Enfin, la résilience : "cette capacité à tenir dans la durée, à rester concentré, à se relever vite et à embarquer les équipes." Ce qui le motive au quotidien ? "L'impact que je peux avoir sur les équipes que je dirige, sur les clients que nous finançons, et sur le secteur que nous contribuons à structurer." Il poursuit : "Chaque matin, je me lève avec la conviction que le rôle d'un dirigeant, ce n'est pas seulement de faire tourner une entreprise. C'est de créer de la valeur – économique, bien sûr – mais aussi humaine, sociale, et parfois même symbolique. Quand un client accède à la mobilité ou à tout autre projet personnel grâce à un financement bien conçu, quand un collaborateur progresse et prend confiance, quand une initiative que nous lançons fait évoluer le marché, alors je sais pourquoi je fais ce métier." ■

BANQUIER CHEVRONNÉ

Aziz Dalaoui connaît parfaitement son sujet lorsqu'il parle de crédit. Il évolue depuis près de trois décennies dans le secteur financier. "J'ai eu la chance de construire un parcours riche et diversifié au sein du groupe Société Générale, que j'ai intégré il y a maintenant 28 ans. J'ai commencé à la direction des projets et de l'organisation, où j'ai exercé plusieurs responsabilités, en tant que chef de projet." Sa première grande étape : une expatriation en Tunisie, où il a dirigé un projet stratégique : la migration du système d'information de la banque UIB, filiale du groupe, ainsi que sa transformation opérationnelle. S'en est suivie une deuxième expatriation, à Paris cette fois, où il a exercé en tant que Senior Banker, tout en assumant des fonctions de responsable de l'animation commerciale. De retour au Maroc, "j'ai évolué successivement comme directeur de Centre d'affaires, puis comme directeur associé des Grandes Entreprises. J'ai ensuite pris la direction de la région Sud en tant que directeur régional, puis délégué régional."

Quant à son style de leadership, Aziz Dalaoui se définit comme "un entraîneur, pas un contrôleur. Je fixe un cadre clair, je donne les moyens,



BYD SEAGULL

**UNE CITADINE
PAS COMME
LES AUTRES**

100% CONNECTÉE
ÉQUIPÉE DE WI-FI

à partir de

199.900 Dh

☎ 0801 010 010

www.byd-maroc.com

6 ANS
GARANTIE
VÉHICULE
ou 150.000KM

8 ANS
GARANTIE
BATTERIE
ou 150.000KM

FABRICE REYMOND

À fond la gomme : l'as du pneumatique

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL EXÉCUTIF DE PNEURAMA PIRELLI MAROC A TRANSFORMÉ SA PASSION POUR L'AUTOMOBILE EN UNE CARRIÈRE. INTÉGRANT MICHELIN EN FRANCE À LA FIN DES ANNÉES 1990, PRESQUE PAR HASARD, FABRICE REYMOND DÉCOUVRE L'UNIVERS DU PNEUMATIQUE, À LA FOIS STRATÉGIQUE, COMPLEXE ET MÉCONNU.

Pour Fabrice Reymond, l'automobile est avant tout une affaire de cœur. "Dans les années 1980, comme beaucoup d'enfants, j'étais fasciné par les voitures. Je suivais les rallyes, la Formule 1, et je décortiquais les modèles dans les magazines spécialisés", se souvient-il. Cette passion s'est un peu atténuée avec le temps, jusqu'à son arrivée chez Michelin à la fin des années 1990. "J'ai découvert le monde du pneumatique, et j'ai été progressivement "contaminé" par cet univers, notamment dans le segment poids lourd", confie-t-il. Aujourd'hui, il reste fasciné par le rôle clé du pneu dans la sécurité, le



confort et la performance d'un véhicule, un élément souvent sous-estimé par le grand public. "C'est un produit technique, en constante évolution, au cœur de l'automobile. Ce paradoxe entre complexité et discrétion me passionne", souligne-t-il.

LE DÉFI COMME MOTEUR DE PERFORMANCE

Diplômé de l'ESCP Business School, Fabrice Reymond débute chez Michelin en 1997 comme responsable des grandes flottes en Rhône-Alpes. Il rejoint ensuite Bridgestone, où il devient chef d'agence à Saint-Étienne, apprenant l'importance du contact direct avec les utilisateurs et des enjeux opérationnels quotidiens. En 2004, il intègre le groupe GBH en Guadeloupe, où il dirige plusieurs sociétés d'importation et de distribution de pneus, notamment en Guadeloupe, à La Réunion et en Martinique. "En 2009, une parenthèse m'a conduit à diriger une entreprise de pièces automobiles pour le groupe, avant de revenir au pneumatique", précise-t-il. Depuis juillet 2017, il est directeur général exécutif de Pneurama au Maroc, une filiale du groupe GBH depuis 2016. "Ce marché, riche en défis et en opportunités, m'a appris à relever des challenges et continue de me forger dans ce métier exigeant", confie-t-il.

ALLIER RIGUEUR ET PASSION

Pour Fabrice Reymond, la performance repose sur trois piliers : le travail, la résilience et la culture. "Être dirigeant, c'est se mettre au service de ses équipes, de ses clients et de son entreprise avec un engagement total. La résilience est essentielle : les échecs font partie du parcours, mais ce qui compte, c'est de se relever et d'apprendre. Enfin, la culture est clé. Travailler dans des environnements variés comme la Guadeloupe, La Réunion ou le Maroc exige de s'adapter, de comprendre et de respecter les contextes locaux. Aimer l'endroit où l'on évolue rend légitime et utile", explique-t-il. Cette rigueur managériale s'accompagne d'une passion intacte : "J'aime mon métier, mon groupe, et travailler avec les clients, les équipes et les partenaires. Malgré les erreurs et les remises en question, ce cadre reste épanouissant et stimulant." ■

C5 AIRCROSS MAX+



DIESEL BVA À

299 900 DH

PEINTURE MÉTALLISÉE OFFERTE

TABLETTE TACTILE 10"

JANTES ALUMINIUM 18"

CRÉDIT GRATUIT DISPONIBLE



CITROËN