N° 89 / juillet 2014

Stratégie & Management

Votre essor est capital

TÉLÉCOM
Méditel sauvera-t-il Orange en Afrique ?

CRÉDIT DU MAROC
Un aficionado pour prendre le taureau par les cornes

VENTE
Comment relancer un prospect qui ne répond pas

BILIGA.MA
Le premier comparateur d'assurance arrive !

PSG vs ARSENAL
La ruée des académies

SAHAM
Un cas d'école en matière de succession

En intégrant le groupe Saham, Moulay Mhamed Elalamy se prépare à la relève. Il semble avoir, comme son père, l'étoffe d'un leader, seulement aura t-il le même flair? Un long parcours l'attend !

Juillet 2014 - Prix 20DH - Groupe Success Publications

Sommaire

N° 89 - Juillet 2014

Leader
6 Miguel Cabanelas
Ne choisissez plus votre assurance au hasard !
Biliga.ma., premier comparateur intelligent, neutre et indépendant de produits d'assurances au Maroc, verra le jour en septembre 2014.

14 Rewind

Actualité
18 PME: Comment se faire payer en temps de crise ?
Les délais de paiement continuent d'être un goulot d'étranglement pour nos PME ...

Acteurs
22 Moulay Mhamed Elalamy
Nommé à la tête de Saham Assistance, le fils du magnat africain de l'assurance a été préparé dès son plus jeune âge à prendre la relève. Portrait du jeune héritier du groupe Saham.

Acteurs
28 Baldomero Valverde
A Casablanca où il retrouve une part de ses racines, Baldomero Valverde s'attèle à impulser une nouvelle dynamique à la filiale marocaine de Crédit Agricole français.

Acteurs
34 Sophia Assad
C'est avec des économies s'élevant à 12.500 dirhams qu'elle a démarré son activité, un domaine auquel peu de monde croyait.

Acteurs
38 Youssef Taleb
Sa boîte Provoque Development pourrait devenir un sérieux concurrent des géants mondiaux des tablettes et autres Smartphones.

Stratégie
40 Méditel: Le Maroc sauvera-t-il Orange en Afrique ?
L'effet Inwi s'étant dissipé peu à peu, on croit fortement que seule l'arrivée d'Orange pourrait secouer le marché.

6 Leader
Miguel Cabanelas: Ne choisissez plus votre assurance au hasard !

44 Rh: L'arme fatale d'Etihad Airways!
La compagnie émiratie, tout comme ses aînées Emirates et Qatar Airways, a mis les bouchées doubles.

Succès/Dérapage
48 Tangérois: Les enseignes de l'éléctro sur le fil...
L'acteur historique traverserait une zone de turbulence. En cause, son incapacité à suivre le rythme des nouveaux concurrents sur tout le pays.

Sur le ring
50 PSG Football Academy vs. Arsenal Soccer School: Un coude à coude quataro-émirati
Encore sur des créneaux pas tout à fait similaires, les deux clubs font tout pour attirer de bons élèves dans leurs centres.

52 News Maroc

60 News Monde

63 Dossier
Etablissements d'enseignement supérieur: La course vers la célébrité !

To the point
78 Forum du manager:
Financement: Crowdfunding: Pour qui, et comment ça marche ?
Ce mode de financement reste quasi embryonnaire au Maroc malgré un besoin crucial en la matière.

84 Stratégie de croissance
Le jeu de go
Ce jeu est réputé pour être une source

Autres éditions du groupe Success Publications en kiosque

Economie Entreprises n° 172

LES 500 2013

MIGUEL CABANELAS DG DE BILIGA MAROC

"La plateforme Biliga.ma est un comparateur de prix qui fonctionne comme une mise aux enchères inversées"

Ne choisissez plus votre assurance au hasard !

Au courant du mois de septembre 2014, le premier comparateur intelligent, neutre et indépendant de produits d'assurances au Maroc, verra le jour. Son nom: Biliga.ma.

Propos recueillis par Fady Saddiki

Pouvez-vous nous expliquer en quoi consiste Biliga.ma ?

Pour les clients, Biliga.ma apporte une nouvelle forme de consommation de l'assurance. L'utilisation de l'Internet et le manque de temps pour se déplacer afin de se renseigner, comparer et souscrire, sont largement compensés par l'utilisation de cette plateforme. Il suffira en toute simplicité d'effectuer sa demande sur Biliga.ma, le tout en moins de sept minutes. Celle-ci sera transmise automatiquement aux compagnies marocaines ou à leurs intermédiaires qui déposeront leurs meilleures offres sous le format d'un tableau regroupant les primes et prestations qu'elles proposent.

Comment cela se passe-t-il concrètement à votre niveau ?

A ce moment, Biliga.ma soumettra aussi aux compagnies les offres de leurs concurrents sans en dévoiler les noms, ce qui permettra à chacune d'adapter son offre à celle de la concurrence faisant ainsi bénéficier le client d'une meilleure offre. Ce système utilise la plateforme Biliga.ma qui fonctionne ainsi comme une mise aux enchères inversées. Chaque fois qu'une compagnie d'assurances poste ou modifie son offre, les autres concurrents en sont avertis sans en révéler le nom afin de respecter la confidentialité et la liberté des offres de chacun. Ceci leur permet ainsi de réagir en temps réel et d'en faire profiter leur future clientèle qui le visualise elle aussi en temps réel sur son compte de façon très claire. Le client choisira alors en toute quiétude l'offre qui lui correspond le mieux en fonction des informations transmises par la compagnie, mais également grâce à un système de notes attribuées par les autres clients internautes, eu égard aux services prodigués par les unes et les autres par le passé. Car, sur Biliga.ma, la clientèle note les services des compagnies d'assurances ou de leurs intermédiaires, ce qui permet l'amélioration constante des services prodigués.

En somme, Biliga.ma est un comparateur de prix similaire à ce qu'on peut trouver en France avec LeLynx.fr ou lesfurets.com ?

Non. Nous, nous avons une valeur ajoutée supplémentaire: nous ne nous contentons pas de comparer. Biliga Maroc a mis en ligne un système algorithmique complexe permettant d'effectuer la comparaison des primes/prestations des différents acteurs du marché et ce, grâce a son modèle d'enchères inversées qui permet d'effectuer une comparaison sur les primes et les prestations offertes par les compagnies d'assurances dans toutes les branches réservées à la clientèle privée et professionnelle en toute neutralité et indépendance.

Mais, le client internaute ou l'entreprise peut-il se contenter de prendre les renseignements, sans concrétiser l'acte d'achat via votre plateforme ?

Sur cette plate-forme, plusieurs incitations marketing sont mises à disposition des compagnies afin d'attirer les clients potentiels et de leurs permettre ainsi de promouvoir leurs produits : recharges téléphoniques, bons d'achats, etc.

La création d'une telle plateforme ne constitue-t-elle pas une sorte de concurrence déloyale aux autres intermédiaires en assurance ?

Biliga.ma n'est nullement un concurrent aux agents ou courtiers en assurances, c'est bien au

BIOEXPRESS

1988
Generali Assurances, Diplômes en technique d'assurance et commercialisation.

1999
Chef du projet et conférencier «T4W», projet e-assurance soutenue par la confédération Helvétique et Swiss Re

2003
Consultant en e-assurance pour plusieurs compagnies d'assurances européenne

2009
Création du groupe Swiss Quality Holding SA

contraire un partenaire. La demande d'offre par un client par l'intermédiaire de la plateforme Biliga.ma sera directement envoyée au collaborateur désigné par la compagnie d'assurances, selon les critères de localisation du client ou autre directive de celle-ci. Biliga.ma a développé une partie extranet qui permet à l'intermédiaire en assurances de recevoir les demandes d'offres émanant des clients, de les déposer et de suivre les offres concurrentes sans en révéler les noms. Biliga.ma procède ainsi en toute transparence, permettant à l'intermédiaire de voir sa note établie par les clients.

Une série de statistiques est mise à disposition des compagnies et des intermédiaires en assurances afin de leurs permettre de mesurer leur positionnement sur le marché par rapport à la concurrence, bien évidemment pour des raisons de confidentialité ces statistiques sont le résultat de moyennes et de notes de chacun de façon tout à fait anonyme.

> *"Biliga.ma a mis au point des petites vidéos didactiques sur les produits notamment en arabe dialectal"*

Ces données seront-elles en libre accès aux compagnies ou pensez-vous les commercialiser à terme ?

Cette partie métrique est une incroyable innovation dans le domaine de l'assurance. A ce jour les compagnies d'assurances ont beaucoup de difficultés, voire sont même dans l'impossibilité de vraiment mesurer chez un client non seulement le degré de besoins en matière d'assurances, mais aussi son niveau de satisfaction. Grâce à toute une série d'outils développés sur la plateforme Biliga.ma et à son système de reporting, ils pourront ainsi voir en temps réel l'adéquation de leurs produits et leurs services en rapport avec les attentes de leurs clients et la demande du marché. Elles pourront aussi mesurer le positionnement de leurs agents sur celui-ci, etc. une

véritable source d'information riche et nouvelle, inexistante à ce jour. Ainsi, Biliga.ma apporte aux assurances et à leurs intermédiaires des outils modernes qui leur permettront d'acquérir de nouveaux clients et de nouvelles parts de marché. Un premier niveau d'indicateurs sera ainsi en libre accès aux compagnies dès qu'elles adhèrent à Biliga.ma. Dans un second temps, si elles le désirent, elles pourront obtenir des données beaucoup plus fines à travers une formule d'abonnement ou autre.

Pensez-vous que le marché marocain soit prêt pour un tel produit ?

D'une part, le secteur des assurances marocain ne cesse de croître par la multitude de couvertures et de primes différentes proposée par les compagnies du Royaume. D'autre part, selon l'étude de Biliga.ma, le Maroc connaît le même rythme de développement des achats par le Net qu'en Europe, où le taux d'achat des assurances par Internet est de 7% avec une augmentation annuelle de 20%; 70% des consommateurs se documentent en ligne avant de conclure une police d'assurances et 90% de ces consommateurs concluent auprès des intermédiaires en assurances. C'est la raison pour laquelle Biliga.ma allie les deux.

Aujourd'hui, au Maroc, moins de 0,2% des achats sont réalisés par le Net, ce qui donne une marge de progression colossale pour ce mode d'achats: avec plus de 1,2 million d'achats réalisés sur Internet en 2012, ce moyen augmente de près de 73% annuellement. Par ailleurs, 54,2% se documenteraient sur le Net si un outil leur permettrait une telle approche et 78,1% feraient appel à un comparateur pour conclure leurs prochaines assurances. Des chiffres probants qui laissent à réfléchir. Cela démontre si besoin était que le marché marocain à l'instar des marchés occidentaux est en mesure d'offrir à ce genre de plateforme un développement grandissant et une croissance à deux chiffres dans la vente par le biais d'Internet des polices d'assurances.

EN CHIFFRES

31.000
Nombre de clients

1,8
milliard de dirhams: Volume de primes

20,7%
Progression annuelle

245
Nombre d'employés

Swiss Label, Finma
Certificats de qualité

Qui est derrière le projet Biliga.ma ?

Vu le contexte conjoncturel que je viens de vous citer, deux groupes ont décidé de joindre leur expertise en 2013 afin de développer cette nouvelle approche. L'un marocain, le Groupe Mohamed Lamrini, et l'autre suisse, Swiss Quality Holding. Ils se sont unis pour adapter Billiga.ch au Maroc et créer donc Biliga.ma. Le lancement de cette plateforme constituera pour le marché marocain un premier comparateur «Win Win» labélisé SWISS MADE. En outre, il faut savoir que le modèle de Billiga a été conçu au départ pour le marché en Suisse en 2009, puis développé avec succès en marque blanche dans plusieurs autres pays d'Europe. Cette réussite a permis l'amélioration de la plateforme et de son business model, jusqu'à la version actuelle, résultat d'une parfaite adéquation des intérêts clients, agents, courtiers et compagnies d'assurances.

Quelles ont été les adaptations que vous avez dû opérer pour mieux répondre au besoin du marché marocain ?

L'adaptation au marché marocain a nécessité plus d'une année aux équipes marocaines et suisses pour son développement qui a pris en compte l'environnement socio-économique local afin de rendre cette plate-forme accessible à toutes les couches de la population. Elle a permis l'amélioration de celle-ci en adjoignant plusieurs modules adaptés au marché local.

Biliga.ma est aussi un guide didacticiel important, permettant la vulgarisation par l'éducation du public dans le domaine de l'assurance et des différentes primes multiples et possibles. Lors de l'étude réalisée par Biliga.ma en 2013, celle-ci a démontré que la clientèle marocaine souffrait d'un manque d'informations dans les domaines des assurances et des différents risques nouveaux encourus. Par souci d'informations de formation à la clientèle, l'équipe de sociologues de Biliga.ma a mis au point des formulaires de demande d'offres complétés de petites vidéos didactiques sur les produits et garanties, notamment en arabe dialectal. Elle a également misé sur l'importance et l'explication des couvertures de chaque produit. Ces équipes ont fait ressortir grâce aux exemples de «moments de vie» l'utilité et les risques engendrés au public. Aussi le site est actuellement disponible en langues française, arabe et prochainement en amazigh.

Comment envisagez-vous le développement de Biliga.ma dans les années à venir?

Après la Suisse et l'Europe, Biliga Maroc apporte une vision africaine. Celle-ci commence par le Maroc, car avec plus de 55% de connexion internet, le Maroc dispose du plus grand réseau d'Afrique, ce qui favorise sans aucun doute ce mode de développement. Par la suite, nous nous étendrons sur le continent africain qui connaît une poussée substantielle des compagnies marocaines. Par ailleurs, nous pensons très prochainement localiser nos pôles de compétences situés en Albanie, en Ukraine et au Maroc,