

SOMMAIRE

I. Extrait du discours de Sa Majesté le Roi Mohammed VI

II. Le Maroc, la future «Digital Nation» africaine

III. La 6^e édition des Assises de l'AUSIM en quelques chiffres

IV. L'ouverture des Assises de l'AUSIM : les allocutions



V. Retour sur la 6^e édition des Assises de l'AUSIM

VI. Retour sur le Bilan Scientifique de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM

VII. Les 30 recommandations de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM

VIII. La 6^e édition des Assises de l'AUSIM en images



Les Assises
de l'AUSIM
2022



I. Discours Royal de Sa Majesté le Roi Mohammed VI

Extrait du discours de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu le glorifie, adressé le 14 Octobre 2022 lors de l'ouverture de la première session de la deuxième année législative de la 11^e législature.

“

« ... S'agissant du climat des affaires, les réformes structurelles engagées sous notre impulsion ont permis d'améliorer l'image et la performance du Maroc dans ce domaine. Cependant, malgré les résultats obtenus, Il reste beaucoup à accomplir pour libérer les énergies, tirer le meilleur parti des potentialités nationales, encourager l'initiative privée, drainer davantage d'investissements étrangers.

À ce propos, Nous aimerions insister à nouveau sur la nécessité de la mise en œuvre effective de la Charte de déconcentration administrative, la simplification et la digitalisation des procédures, la facilitation de l'accès au foncier et aux énergies vertes, l'appui financier aux porteurs de projets... »

”



Les Assises
de l'AUSIM

2022

DIGITAL NATION, UNLEASH THE POTENTIAL





II. Le Maroc, la future « Digital Nation » africaine !

...LE MAROC, DANS CE LOT, DEMEURE L'UN DES PAYS SUR LE CONTINENT CES DERNIÈRES ANNÉES QUI A FAIT DU NUMÉRIQUE UN ENJEU DE GOUVERNANCE...

Depuis le passage au XX^e siècle, la technologie écrase l'actualité mondiale. Entre espérance et crainte, le Digital, à l'aune des crises multiformes demeure aujourd'hui la sentinelle ultime des cercles de gouvernance. Aujourd'hui, nul ne peut ignorer le déploiement d'un monde digital dominant dans nos manières de vivre, de consommer, de produire, de travailler, et de piloter les politiques publiques. C'est ainsi que des termes tels que «Disruption», «Quatrième Révolution Industrielle» ou encore «Digital Nation» sont passés dans le langage courant. L'Afrique n'a pas fait exception à cette transformation profonde de la marche du monde. Le continent est considéré par certains praticiens de la TECH comme l'un des endroits de la planète les plus favorables en matière de technologie, du fait de son véritable potentiel en capital humain et en ressources économiques. Pour autant, le développement dans le numérique affiche des disparités patentées entre certains pays qui ont réalisé des avancées importantes et d'autres qui cherchent encore à tracer leur voie.

Le Maroc, dans ce lot, demeure l'un des pays sur le continent ces dernières années qui a fait du Numérique un enjeu de gouvernance. En effet, au cours des deux dernières décennies, le secteur technologique a connu une progression substantielle au Maroc, faisant du Royaume l'un des tout premiers acteurs continentaux en matière de connectivité, de télécoms, d'accès à Internet et d'utilisation du Digital au sens large. Plusieurs grandes politiques publiques dans le Digital, les unes après les autres, ont vu le jour sous la conduite éclairée de la Vision Royale. Dans ce nouveau monde marqué par un prisme économique d'un autre genre sur fond de défis technologique, énergétique et social, le Maroc dans son Nouveau Modèle de Développement a esquissé son ambition dans le Digital : « Libérer les énergies pour construire une

véritable souveraineté numérique et positionner le Royaume dans le cercle des nations avancées sur ces questions». États, Entreprises, secteurs publics, secteurs privés, et au sens plus large de la société, c'est tout le système social aujourd'hui qui a enclenché une marche vers ce tout nouveau monde. L'émergence de cette Nation Numérique suppose une grande réinitialisation qui nécessite des prérequis structurants.

Entre la promotion des usages numériques pour un changement de mindset, la formation des talents, les investissements et la volonté politique, la construction d'une Digital Nation implique une véritable feuille de route. C'est le rôle transformateur que joue l'AUSIM sur le terrain.

Fidèle à sa dynamique de sentinelle du Numérique, l'AUSIM a mis comme toujours en avant des thématiques stratégiques servant les intérêts du Digital au Maroc, lors de cette 6^e édition des Assises de l'AUSIM, qui s'est tenue du 26 au 28 octobre 2022 à Marrakech, autour de la thématique « Digital Nation, Unleash the Potential ».

Cette tribune a permis d'ouvrir le champ des possibles, à travers une vision prospective totalement singulière quant au choix des thématiques, et ce afin d'esquisser les contours d'une véritable roadmap stratégique dans le Numérique.

III. La 6^e édition des Assises de l'AUSIM en quelques chiffres



Présence sur 4 réseaux sociaux LinkedIn, Meta, Twitter et Youtube



Focus LinkedIn



Audience qualitative majoritairement reliée au secteur Information & Technology, Engineering, PPM, Sales & Business Development



Focus Meta



IV. L'ouverture des Assises de l'AUSIM : les allocutions



Mme Ghita MEZZOUR, Ministre chargée de la Transition Numérique et de la Réforme Administrative a pris part à la 6^e édition des Assises de l'AUSIM.



Le Ministère de la Transition Numérique et de la Réforme Administrative est partenaire institutionnel de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM qui s'est tenue du 26 au 28 octobre 2022.

Extraits de l'allocution Mme la Ministre Ghita MEZZOUR.

Mme la Ministre a rappelé le rôle activateur et déclencheur qu'a le Numérique dans notre société. Elle cite :

« **Le monde a connu une crise provoquée par la pandémie du Covid-19, où l'économie a stagné, mais grâce à cela, les personnes se sont intéressées au Digital pour faire face à cette situation (...)** De plus, les recommandations de Sa Majesté le Roi cheminent vers le Digital, qui se distingue parmi les 10 piliers majeurs de développement au sein du Royaume du Maroc (...). » La Ministre Ghita Mezzour a ajouté : « **Le Nouveau Modèle de Développement a donné une grande importance à la transformation digitale et les programmes gouvernementaux accordent également une grande importance à ce secteur (...)** Dans le cadre de la stratégie nationale de transformation digitale, nous travaillons en étroite collaboration avec tous les acteurs de l'écosystème du Digital. » Elle clôture son discours par :



Aujourd'hui, le Digital au Maroc va se renforcer et se développer, avec tous les efforts faits par nous tous et, au vu de la volonté qui existe et qui ne fait que perdurer, Dieu nous aidera aussi dans cette démarche, pour rendre le Maroc, une « Digital Nation » !



M. Younes SEKKOURI, Ministre de l'Inclusion Économique, de la Petite entreprise, de l'Emploi et des Compétences a pris part à la 6^e édition des Assises de l'AUSIM.

M. Le Ministre a pris la parole, par visioconférence. Après de brefs remerciements à l'AUSIM, il révèle :

« **Le secteur du Numérique a connu au cours de ces 15 dernières années une progression importante, faisant du Royaume l'un des tout premiers acteurs continentaux en termes d'accès à Internet, de connectivité et d'utilisation du Digital au sens large (...)** Cette progression a été stimulée par l'arrivée de la pandémie, qui fut un virage numérique qui s'impose de lui-même pour imposer la trajectoire grâce aux leviers de la technologie (...) Comme vous le savez, la révolution industrielle a modifié notre capacité à utiliser la force physique, pour alimenter la productivité de la société (...). »

En outre, il ajoute, comme mot de fin : « **Nous y donnons de l'importance, en matière de TPE, en matière d'employabilité, de formation professionnelle, à travers des mesures spécifiques que nous (le ministère) annoncerons d'ici peu...** ».



Le secteur du numérique représente un véritable vivier en matière d'emploi pour les jeunes et contribue aussi à la création d'emplois indirects tant au niveau national qu'international



Libérons les énergies ! Dans ce contexte mondial en constante mutation et faisant face à des risques de tout genre qui menacent l'équilibre économique des pays, les défis de développement des nations se posent aujourd'hui avec beaucoup d'incertitudes.

La crise du Covid, la guerre en Ukraine, tous les praticiens convergent sur le fait que nous sommes dans un nouveau monde. Et dans cette nouvelle réalité économique, les 17 objectifs du développement durable, dont le Numérique fait partie, se positionnent comme l'alternative de résilience idoine. C'est cette trame contextuelle qui a été le fil d'Ariane du discours du Président de l'AUSIM.

Discours intégral d'ouverture
par le Président de l'AUSIM, Hicham CHIGUER.

Madame la Ministre de la Transition Numérique et de la Réforme de l'Administration, Monsieur le Président du Conseil de la Concurrence, Madame la Vice-Présidente de la CGEM, Mesdames et Messieurs les Dirigeants d'Entreprises, Honorable Assistance.

Je suis ému et heureux de voir cette présence. Cela prouve que le Digital est important !

Notre planète se digitalise.

La terre subit de plein fouet les effets des révolutions industrielles. Gordon Moore prédisait que le nombre de transistors doublerait tous les 2 ans. Cette loi ne s'applique plus de nos jours. On voit un ralentissement qui laissera place à de nouveaux procédés, avec un shift vers de nouvelles technologies de rupture. L'Homme fabrique, crée, innove pour le bien de l'Humanité.

Dans le Digital Quality of Life Index 2022, le Maroc est classé 3ème en Afrique, avec un saut qualitatif de 13 places, et 71ème au niveau mondial sur un total de 117 pays. Parmi les indicateurs bien notés, le e-Security qui nous positionne au 42ème rang. Par contre, le positionnement du e-Gov, l'Infrastructure et l'accessibilité Internet sont à améliorer.

Ces 20 dernières années, grâce à la vision de Sa Majesté le Roi Mohammed VI que Dieu l'assiste, le Maroc a su évoluer en investissant massivement dans les infrastructures, l'industrie, l'agriculture, l'énergie et les services. Dans son dernier discours au parlement le 14 Octobre dernier, Il a réitéré l'importance d'utiliser le levier du Digital pour rendre la vie des citoyens plus facile ainsi que l'accès au financement pour les jeunes entrepreneurs et les startups. Faut-il s'interdire de devenir une Nation Digitale ?

10 secteurs et 10 Technologies seront abordés avec une centaine d'experts et de professionnels nationaux et internationaux. Le Metaverse, Réalité ou Fiction ? Pourquoi autant d'entreprises investissent dans cette technologie ? L'IA qui devient mature est en train de disrupter notre mode de vie ! Le travail du Futur, est-ce un mode Télétravail, Présentiel ou

Hybride ? Sera-t-il dans le Metaverse ?

Quel impact du Digital dans les 10 secteurs qui seront abordés lors de cette édition ? Quels technologies et usages pour augmenter la productivité et la croissance de l'entreprise ? Quel nouveau business model adopter ? Ce sont toutes des questions auxquelles nos experts auront la responsabilité et le plaisir de répondre et de partager.

Le thème de cette année : Digital Nation, Libérez le Potentiel. Parlons des Talents ! On a besoin d'augmenter le volume des compétences locales dans les nouveaux métiers technologiques. Dans cet esprit, l'AUSIM signera demain une convention avec notre partenaire JADARA FOUNDATION pour supporter des programmes d'accompagnement et de formation dans le domaine du Digital et des Nouvelles Technologies au bénéfice de jeunes profils brillants. L'objectif est de mettre à la disposition du tissu économique marocain des jeunes compétents sur le marché de l'emploi. Une initiative de JADARA FOUNDATION à laquelle l'AUSIM adhère complètement. Je saisis cette occasion pour lancer un Call to Action en vue de rejoindre et multiplier ces actions afin d'atteindre un volume critique. Et je remercie tous les acteurs qui œuvrent déjà pour atteindre cet objectif.

Une 2ème convention sera signée avec l'Agence de Développement du Digital qui, depuis sa création, œuvre pour réaliser et coordonner des chantiers gouvernementaux mais pas seulement. Cette convention sera un premier pas officiel entre les deux institutions pour collaborer sur les sujets d'intérêt commun. Servir son continent et son pays passe par préparer son futur maintenant. Le monde change constamment ! Les guerres, les conflits, les pandémies. Les technologies façonnent le monde. Le Digital est un secteur à part entière. Selon Gartner, le budget IT dans le monde, consommé par les entreprises en 2022, est de 4.500 Md\$ et passera à 4.800 Md\$, avec une hausse prévue à 6% en 2023. En complément, IDC voit une augmentation dans les Nouvelles Technologies qui devrait représenter autour de 25% du budget IT, comparativement aux dépenses classiques. Spectateur ? ou Acteur ?

On parle d'Organisations Exponentielles, mais... pourquoi pas de Nation Exponentielle ? Une nation qui a envie d'accélérer, de donner un coup de boost pour avancer de concert !

L'AUSIM, c'est plus de 100 organisations : Grandes Entreprises, Administrations, PME, Universités et Ecoles d'Ingénieurs. Elle est forte par les femmes et les hommes qui les constituent à travers ses membres.





Mais ce n'est pas tout ! Nous sommes entourés de gens magnifiques, des amis de l'AUSIM avec un grand cœur, des partenaires volontaires, qui croient en nous et qui apportent leur expertise et leur support, pour le Maroc, l'Afrique et le Digital. Nous sommes et resterons ouverts à tout type de partenariat qui œuvre pour la bonne cause.

IMPACT est la nouvelle vision de l'AUSIM

Elle se base sur 4 piliers :
IMPACT by Digital, IMPACT on People, IMPACT in the Community, IMPACT on Sustainable Development.

L'AUSIM continue à élever le débat autour du rôle du Digital dans la transformation des entreprises pour améliorer leur compétitivité nationale et internationale, pour accompagner la dynamique des Startups en renforçant le pont avec les entreprises.

L'AUSIM positionne l'Humain au cœur de sa stratégie. Toute transformation passe essentiellement par un changement de mindset, pour libérer le potentiel et s'épanouir.

La force de notre communauté est le networking entre utilisateurs. Nous avons l'ambition de lancer des Think Tanks, et j'ai le plaisir de vous annoncer que nous aurons notre première CIO Survey Maroc en partenariat avec GARTNER. Le Maroc aura sa première enquête chiffrée qui nous permettra de benchmarker avec d'autres pays. Le reveal se fera prochainement à travers

un événement spécial dans ce sens.

Nous soutenons les SDG (Sustainable Development Goals) portés et ratifiés par les Nations-Unies, et œuvrons pour sensibiliser à l'amélioration de certains indicateurs au niveau national. L'inclusion numérique, le Green IT et l'achat IT responsable sont aussi des sujets qui méritent des actions et une mobilisation pour un business durable, à travers la démythification des concepts et des orientations.

L'AUSIM, c'est aussi des programmes :

Aus'Aiducation, qui permet de prendre en charge des bacheliers brillants représentant différentes régions du Maroc pour les accompagner dans leurs études, prépa et écoles d'ingénieurs au Maroc et à l'étranger, jusqu'à leur insertion professionnelle. Ils sont 11, 4 jeunes hommes et 7 jeunes demoiselles. 6 d'entre eux sont parmi nous : les deux Khadija, R'Kia, Nouhaila, Yassine et Dounia.

Je vous demande de les applaudir, ils sont la fierté de l'AUSIM ! Cette action est aussi le fruit d'un partenariat avec nos Sponsors sur ce programme. On voulait en financer cinq, on est passé à onze ! Nous espérons augmenter le nombre à 20. Call to Action !

Aus'Academy, qui permet de co-construire des Form'Actions sur des sujets spécifiques demandés par la communauté, et traiter des sujets nouveaux avec des intervenants brillants.

Ausmose, un programme qui a permis de créer et animer 4

clubs en vue de traiter des sujets en profondeur entre membres de la communauté et partenaires experts, pour sortir avec des livres blancs, des benchmarks, des retours d'expérience sur des thèmes comme la Cybersécurité, les Relations Startup/Entreprises, la Performance RH ou la Performance DSI.

Ausimag, un magazine devenu au fil du temps le Mag de référence pour notre communauté. Il a su mûrir et prend sa place chez les décideurs des entreprises.

AusITalks, notre rendez-vous Web TV qui invite des personnalités, des dirigeants d'entreprises et des experts pour mettre le projecteur sur des sujets Technologiques en relation avec le Business.

Les Assises de l'AUSIM, avec aujourd'hui cette 6^e édition intitulée « Digital Nation : Libérez le Potentiel », sont devenues l'un des événements incontournables pour le Maroc et l'Afrique.

Je remercie nos Sponsors qui continuent à nous faire confiance et dont, à chaque édition, le nombre ne cesse d'augmenter. Nous sommes ravis d'en compter un si grand nombre, cela confirme la confiance portée à notre Association et aux équipes qui la composent. Je cite : Axians, DataProtect, Huawei, Inwi, Casanet, CBI, DELLTechnologies, Orange, Atlas Cloud Services, Ineos, Microsoft, N+One, SAP, Teal, Adria, Atos, DXC Technology, Fortinet, IBM, Jabra, Medtech, Munisys, Nutanix, PowerM, PWC, Visiativ, Axeli, F5, Inetum, Infoblox, Kaspersky, Liferay, Maroc Datacenter, Microdata, NBS Consulting, Orange Cyberdefense, SAS, Solution BI et Finattech. Un grand merci également à nos Partenaires Médias : Cio Mag, Finances News, Industrie du Maroc, Infomédiaire, La Quotidienne, Maroc Diplomatique et Tel Quel.

Nos remerciements vont aussi à nos partenaires, avec qui nous collaborons activement, ainsi qu'à la BERD. Un special thanks au Ministère de la Transition Numérique et au Technopark qui ont mis les moyens nécessaires pour donner la possibilité aux Startups d'assister avec nous en masse !

Les remerciements vont aussi à mesdames et messieurs les dirigeants de groupes et d'entreprises qui nous font confiance et nous suivent de près ou de loin. Nous avons besoin d'unir nos forces pour continuer à démythifier les nouvelles tendances et prendre le virage technologique.

Encore une fois : merci d'être venus, vous êtes chez vous !

Je vous laisse regarder juste après le film institutionnel de nos Assises, et je vous souhaite de très bons débats.

Hicham CHIGUER,
Président AUSIM



V. Retour sur la 6^e édition des Assises de l'AUSIM



LE PROGRAMME DES ASSISES DE L'AUSIM 2022
Maîtres de cérémonie : Khadija IHSANE, Hassan CHARAF.

JEUDI 27 OCTOBRE

■ 9:00-09:30 GMT+1

Séance d'ouverture : discours du Président
Opening session : speech by the President

■ 9:30-10:00 GMT+1

Inauguration officielle : allocution des Ministres
Official inauguration : speech by the Ministers

■ 10:00-10:45 GMT+1

Guest Keynote Speaker : Jean-Marc Lejeune

■ 10:45-11:30 GMT+1

Table ronde 1 : Digital Nation, Unleash the potential
1st Roundtable : Digital Nation, Unleash the Potential
Modérateur : Khadija IHSANE, Journalist, Anchorwoman.
Intervenants : Ahmed RAHHOU, Président du Conseil de la Concurrence - Ghita LAHLOU, Vice-Présidente de la CGEM, Présidente de la Commission Capital Humain - Kamal MOKDAD, Directeur Général de la BCP Maroc, Président du Conseil d'Administration de la Bourse de Casablanca

■ 11:30-12:15 GMT+1

Visite officielle des stands
Official stand visit

■ 12:15 à 13:00 GMT+1

Table ronde 2 : La transformation du Core Business : Comment appréhender les technologies de rupture ?
2nd Roundtable : The transformation of Core Business : How to apprehend disruptive technologies ?
Modérateur : Nasser KETTANI, Fondateur Hidden Clouders & Kettani Digital Consulting
Intervenants : Omar SEGHROUCHNI, Président de la CNDP - Amine Mounir ALAOUI, Président de la Commission de la Société du Savoir et de l'Information, CESE - Ghassane BOUHIA, Directeur National du Programme d'Appui aux Entreprises BERD - Joël HAMON, expert en nouvelle norme du travail et impact sur la culture d'entreprise

■ 13:00 à 14:30 GMT+1

Déjeuner - Networking
Lunch - Networking

■ 14:30 à 15:15 GMT+1

Panel Sectoriel : bancaire - Le digital face au défi de l'inclusion financière

Sector Panel : Banking - Digitalization and the challenge of financial inclusion

Modérateur : Lhoussaine DRISSI KAMILI, Vice Président, Secrétaire Général AUSIM

Intervenants : Hakima EL ALAMI, Systèmes et moyens de paiement Bank Al-Maghrib - Mustapha BENABBOU, Directeur Domaine Banque Digitale & Stratégie Respire Crédit Agricole du Maroc - Mehdi GHISSASSI, Associé Consulting Deloitte - Andréa BISES Directeur partenariats Hsabat-e

Panel Sectoriel : le Digital pour une souveraineté énergétique du Royaume ?

Sectorial Panel : Digitalization for the Kingdom's energy sovereignty ?

Modérateur : Amine HARRARI, Managing Director Sia Partners Maroc

Intervenants : Frédéric REBELEO, Power System & Digital Energy VP Schneider Electric zone Afrique Francophone et îles - Abdelajaoud BENHADDOU, Ex-Président AUSIM, Chargé de mission auprès du DG Lydec - Alexis MALCHAIR, Director, IOT sales EMEA

Panel Technologie - Sécurité des données : Data Privacy : que gagne une organisation au-delà de la conformité ?

Technology Panel - Data Security & Privacy : what incentives does an organization gain in addition to compliance?

Modérateur : Mohamed Amin LEMFADLI, Fondateur de Trust And Security Consulting

Intervenants : Illias SEGAME, Docteur en Droit et Avocat au barreau de Casablanca (Cabinet Segame & Maalmi) - Pierre DEWEZ, CEO Certi-Trust. Auditeur, juriste et expert senior dans les domaines de la sécurité de l'information - Nasser KETTANI, Fondateur Hidden Clouders & Kettani Digital Consulting - El Yazid ALAOUI YAZIDI, Business Development & Sales Director for International Accounts at DXC Morocco

Panel Technologie : Future of Work

Technology Panel - Future of Work

Modérateur : Mohamed SAAD, DGA de la Bourse de Casablanca, Past Président AUSIM

Intervenants : Arie VAN BENNEKUM, Agile Thought leader and Strategist - Frederic FORSTER, Directeur du Pôle Industries IT Cabinet Lexing Alain Bensoussan - Naoufal EL HEZITI, Président du Centre des Jeunes Dirigeants

■ 15:30 à 16:15 GMT+1

Panel Sectoriel : Digital Journey in Tourism

Sector Panel : The Digital Tourism Journey

Modérateur : Wissal EL GHARBAOUI, Secrétaire Générale Confédération Nationale du Tourisme

Intervenants : Yasmina BELAHSEN, Experte en Digital CEO MayaDigital - Maxime DEVOLDERE, CEO Guestologist - Taoufik ABOUDIA, CEO Emerging Business Factory

Panel Sectoriel : Le secteur de l'assurance face aux défis d'aujourd'hui ?

Sector Panel : What challenges does the insurance industry face today ?

Modérateur : Rachid BAARBI, DSI Assurances Lyazidi, VP AUSIM

Intervenants : Abdelhakim HAMANE, Directeur Associé BCG - Mohamed EL MOKHTAR LOUTFI, Secrétaire Général de la Caisse Marocaine des Retraites (CMR) - Sami METWALI, Head of product & Solutions Director Berexia

Panel Technologie - Le Metaverse, opportunités économiques et cadres réglementaires

Technology Panel - The Metaverse, economic prospects, and regulatory frameworks

Modérateur : Saad RGUIG, Director Of Engineering BCG Digital Ventures

Intervenants : Charles DENIS, Partner SiaXperience Sia Partners - Hanane BOUJEMI, Public Policy, Regulatory Affairs MENAT Meta - Ali BOUHOUCHE, Chief Technology Officer, Digital Strategy Executive and Shareholder Szentia - Massinissa AIT GHERBI, Partner at Wyplay and Founder of their new Blockchain product Wyplay

Panel Technologie : Cloud Computing, tendances technologiques, contraintes et opportunités

Technology Panel : What are the technical trends, limits, and opportunities in Cloud Computing ?

Modérateur : Amine HARRARI, Managing Director Sia Partners Maroc

Intervenants : Ouassim LAAROUISSI, Directeur Développement Inwi - Salim ELKHOUCHE, Founder & Chairman Onna - Omar LAHBABI, Partner Digital Deloitte

■ 16:30 à 17:15 GMT+1

Table ronde 3 : Startup Nation : Ecosystème & clés d'un succès annoncé !

3rd Roundtable : Startup Nation: Ecosystem & success factors !

Modérateur : Hassan CHARAF Vice Président CIDEC

Intervenants : Karim TAZI, Administrateur Directeur Général du Groupe Richbond - Philippe WANG, Executive Vice President of Huawei Northern Africa - Hamid MAHER, Managing Director & Partner BCG - Zineb DRISSI KAITOUNI, CEO Dabadoc

■ 17:15 à 18:00 GMT+1

Guest Keynote Speaker : Gerd Leonhard

■ 18:15 à 18:45 GMT+1

Book signing with Guest Keynote Speaker : Gerd Leonhard

■ 20:30 à 23:00 GMT+1

Night owls

VENDREDI 28 OCTOBRE

■ 09:30 à 10:15 GMT+1

Panel Sectoriel : L'e-Santé n'est pas à l'abri de la transformation numérique

Sector Panel: Digital transformation does not exclude e-Health

Modérateur : Mohamed Amin LEMFADLI, Fondateur de Trust And Security Consulting

Intervenants : Professeure Amal BOURQUIA, Spécialiste de la néphrologie, Professeure d'Université - Adeel BENOUSSEF, Chief Technology Officer inHovate Solutions - Docteur Hafida ADLOUNE, Médecin spécialiste en santé publique, Cheffe de service de suivi et d'évaluation à la Direction des Hôpitaux et des Soins Ambulatoires

Panel Sectoriel : Digital Journey in Retail

Sector Panel : A forceps revolution on the digital retail journey

Modérateur : Karima BELAHCENE, DSI Richbond, VP AUSIM

Intervenants : Louis NAUGES, Fondateur et Directeur Général DHASEL Innovation, Co-fondateur et Chief Strategy Officer - Ayoub HARIJ, Fondateur SLE3TI - Stephane OLLIER, Directeur Solutions EMEA Threekit

Panel Technologie : Blockchain : opportunités & contraintes

Technology Panel : Blockchain : possibilities & limitations

Modérateur : Hassan CHARAF, Vice Président CIDEC

Intervenants : Nour-dine HAJJAMI, Chief Information Officer Bank Al Maghrib - Samir BENNANI, Blockchain Consultant - Anne Sophie MEYER, Senior Manager, en charge de l'offre Blockchain BearingPoint

Panel Technologie : Pilotage économique de la DSI - passer d'un centre de support vers un centre de services créateur de valeur

Technology Panel : Economic administration of the DSI - transitioning from a support center to a value-creating service center

Modérateur : Karim FAIDI, Directeur Associé MEA Cost House

Intervenants : Narjis OUEDRHIRI, COO Déléguée Société Générale Maroc - Mohamed HALLOUM Directeur du Pôle SI, Data & Digital Label Vie - Joachim TREYER CEO Valoptia

■ 10:30 à 11:15 GMT+1

Panel Technologie – L'IA, un levier de compétitivité économique

AI, a lever for economic competitiveness

Modérateur : Fahd MESKI, Directeur Technique Webhelp, VP AUSIM

Intervenants : Amal SERGHOUCHNI, Fondatrice du centre international AI Movement à l'UM6P - Walid DAOU, AI & Data Science Lead OCP - Xavier DE MARCILLAC, Chief Digital Officer Leyton

Panel Sectoriel : Digital Journey in Automotive

Sector Panel : Digital evolution of the Automotive industry

Modérateur : Zouhair LKHDISSI, Tech Entrepreneur CEO, Dial Technologies

Intervenants : Mohamed BACHIRI, Directeur Renault Group Maroc & Coordinateur du Pôle Industriel Maroc - Mehdi KETTANI Chief Executive Officer DXC Morocco CDG Joint-Venture, Président MNC Meriem ALLOUCH, Senior Director EMEA Controller at TESLA

Panel Sectoriel : E-gov – Vers quelle transformation digitale ?

Sector Panel : E-government : Towards which digital transformation ?

Modérateur : Mohammed ESSAIDI, Chef de Pôle SI & TD CMR VP AUSIM

Intervenants : Aziz SAOULI, Chef Département Coordination des Infrastructures ADD - Mahir NAYFEH, Partner Mckinsey Experience UAE - Erika PIIRMETS, Digital Transformation Adviser Experience Estonie - Yacine SEKKAT, Directeur Associé Mckinsey Experience Egypte

Panel Technologie : Digitalisation des achats comme levier de développement

Technology panel : Digitalization of procurement as a development tool

Modérateur : Meriem BENNIS, Fondatrice de l'African Procurement Leaders, Expert Digital Achats Efficiencie Conseil

Intervenants : Amine SEGHROUCHNI, Chef Division de Développement informatique Trésorier du Royaume - Walid DHOUBI Senior Procurement Expert World Bank - Hilal ZNIBER, Digital Factory Lead OCP - Hafid ADERDOUR, Procurement Manager Taqa Morocco, Membre Fondateur AMCA

■ 11:30 à 12:15 GMT+1

Panel Sectoriel : L'agriculture augmentée pour garantir notre survie

Sector Panel : Increased agriculture to ensure human survival

Modérateur : Lhoussaine DRISSI KAMILI, Vice Président Secrétaire Général AUSIM

Intervenants : Majid LAHLOU, Directeur des Systèmes d'Information, Ministère de l'Agriculture de la Pêche Maritime du Développement Rural et des Eaux et Forêts - Abdelali HAMMADI, Directeur de la Transformation Digitale des Domaines Agricoles - Hamza RKHA, Co-founder SOWIT - Mohamed Ayman SALAMAT, Application EAI/ ESB Consultant Teal

Panel Sectoriel : EdTech : le nouveau visage de l'apprentissage.

Sector Panel : EdTech : the new face of learning

Modérateur : Salah BAINA, HomoDigitalis, Catalyseur de Transformation

Intervenants : Cyril CUENOT, Head of HR & Transformation Sia Partners - Benoit AUBERT, Directeur des Affaires Académiques Africa Business School - Nicolas SADIRAC, Co-fondateur 01Talent international

Panel Technologie : Cybersecurity : Sommes-nous à l'abri des menaces de plus en plus intelligentes ?

Technology Panel : Cybersecurity : Are we safe from increasingly intelligent threats ?

Modérateur : Taieb DEBBAGH, Senior Advisor ABnaconseils, Expert in Digital Transformation and Cybersecurity

Intervenants : ALI EL AZZOUI, Founder & CEO DataProtect - Didier SPELLA, Président Mirat Di Neride

Panel Technologie : Quelle(s) organisation(s) mettre en place pour réussir la transformation digitale ?

Technology Panel : Which organization(s) should be established to ensure digital transformation success ?

Modérateur : Amine HARRARI, Managing Director Sia Partners Maroc

Intervenants : Adil OUSTI, Head of Digital Factory OCP - Youssef ZERRARI, Responsable SU Marketing, Stratégie, Qualité et Innovation & CDO Société Générale Maroc - Hicham BADREDDINE, Head of Health Business Unit Sanlam Pan Africa

■ 12:15 à 14:00 GMT+1

Déjeuner – Networking

Lunch – Networking

■ 14:00 à 15:10 GMT+1

CIOs Stories

Yassine MOUDATIR, Directeur de la Solution Factory Sanlam Maroc - Jean Christophe LALANNE, VP Air France - Hicham ZIADI, Group Chief Information Officer Attijariwafa Bank

■ 15:15 à 15:45 GMT+1

Guest Keynote Speaker : Jeff Hoffman

■ 15:45 à 16:00 GMT+1

Signature des conventions / MOU signing

■ 16:00 à 16:30 GMT+1

Closing Speaker

■ 20:00 à 00:30 GMT+1

Diner de Gala – Networking / Gala Dinner – Networking

Les nouveautés de cette 6^e édition des Assises de l'AUSIM

Les Assises de l'AUSIM est un symposium stratégique qui rassemble des centaines d'acteurs du monde du Digital autour de sujets constructifs et à fort impact sur l'écosystème.

Un programme scientifique innovant !

Avec sa programmation scientifique novatrice, cette 6^e édition des Assises de l'AUSIM comprend :

● 3 Keynotes



● 3 Tables rondes



● 3 CIO's Stories



● 10 Panels Technologie

- Panel Technologie #1**: SÉCURITÉ DES DONNÉES DATA PRIVACY : QUE GAGNE UNE ORGANISATION AU-DÉLÀ DE LA CONFORMITÉ ?
- Panel Technologie #2**: FUTURE OF WORK
- Panel Technologie #3**: LE METAVERSE, OPPORTUNITÉS ÉCONOMIQUES ET CADRES RÉGLEMENTAIRES
- Panel Technologie #4**: CLOUD COMPUTING, TENDANCES TECHNOLOGIQUES, CONTRAINTES ET OPPORTUNITÉS ?
- Panel Technologie #5**: BLOCKCHAIN : OPPORTUNITÉS & CONTRAINTES
- Panel Technologie #6**: PILOTAGE ÉCONOMIQUE DE LA DSI, PASSER D'UN CENTRE DE SUPPORT VERS UN CENTRE DE SERVICES CRÉATEUR DE VALEUR
- Panel Technologie #7**: L'IA, UN LEVIER DE COMPÉTITIVITÉ ÉCONOMIQUE
- Panel Technologie #8**: DIGITAL ACHATS COMME LEVIER DE DÉVELOPPEMENT
- Panel Technologie #9**: CYBERSECURITY : SOMMES-NOUS À L'ABRI DES MENACES DE PLUS EN PLUS INTELLIGENTES ? CONFIDENTIAL COMPUTING
- Panel Technologie #10**: QUELLES-ORGANISATIONS METTRE EN PLACE POUR RÉUSSIR LA TRANSFORMATION DIGITALE ?

● 10 Panels Secteur

- Panel Secteur #1**: LE DIGITAL FACE AU DÉFI DE L'INCLUSION FINANCIÈRE
- Panel Secteur #2**: LE DIGITAL, POUR UNE SOUVERAINETÉ ÉNERGÉTIQUE DU ROYAUME ?
- Panel Secteur #3**: DIGITAL JOURNEY IN TOURISM
- Panel Secteur #4**: LE SECTEUR DE L'ASSURANCE FACE AUX DÉFIS D'AUJOURD'HUI ?
- Panel Secteur #5**: L'E-SANTÉ N'EST PAS À L'ABRI DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE
- Panel Secteur #6**: DIGITAL JOURNEY IN RETAIL
- Panel Secteur #7**: DIGITAL JOURNEY IN AUTOMOTIVE
- Panel Secteur #8**: E-GOV, VERS QUELLE TRANSFORMATION DIGITALE ?
- Panel Secteur #9**: L'AGRICULTURE AUGMENTÉE POUR GARANTIR NOTRE SURVIE
- Panel Secteur #10**: EDTECH : LE NOUVEAU VISAGE DE L'APPRENTISSAGE

Un espace d'exposition plus grand !

Pour cette 6^e édition des Assises de l'AUSIM, un espace d'exposition de 2 500 m² a été mis à la disposition des sponsors, leur permettant de présenter leurs dernières innovations en termes de produits et de services technologiques.



Jeudi 27 octobre 2022, visite officielle des stands par Mme Ghita MEZZOUR, Ministre de la Transition Numérique et de la Réforme Administrative.



Des Side Events pour encore plus d'échange et de networking !

Cocktail d'ouverture, dîner de Gala, Private Lunch ou encore les soirées Night Owls, les moments pour networker n'ont pas manqué lors de cette 6^e édition des Assises de l'AUSIM.



Deux conventions de partenariat signées



Une convention signée avec l'ADD, l'Agence de Développement du Digital dont l'objectif est de déployer des moyens d'entente et de synergie entre les deux entités.



Une convention signée avec JADARA FOUNDATION afin d'accompagner les jeunes talents et leur faciliter l'accès au monde du travail à travers des programmes de formation en coding et en Digital.

AUSAIDUCATION



Durant l'événement des #ASSISESausim2022, un groupe d'élèves membres du programme «AUSAIducation», programme phare initié par l'AUSIM et JADARA FOUNDATION, ont reçu un coaching sous forme de workshop. Ces élèves ont eu une opportunité hors du commun, étant donné qu'ils ont pu discuter et apprendre avec des professionnels du domaine IT et Digital, qui ont partagé avec eux leurs retours d'expérience, leurs acquis mais aussi leurs connaissances, déployés au fil du temps.

Un retour d'expérience digne des plus grands : Meta, SIA PARTNERS et WYPLAY.

Une campagne de communication large



Novembre 2021

Annnonce du retour des Assises de l'AUSIM sur les réseaux sociaux et campagne mailing après 4 années d'absence.

Mai 2022

Annonce de la date et du lieu de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM
Campagne mailing et campagne réseaux sociaux



Juin 2022

Lancement de la campagne officielle de communication des #AssisesAUSIM2022

5 mois de communication (juin à octobre 2022)

Juin 2022 Lancement de la campagne officielle de communication des #AssisesAUSIM2022



Campagne digitale

- Les canaux privilégiés sont : LinkedIn, Twitter, Youtube et Facebook.
- Les typologies de contenus et de prises de parole sont adaptées en fonction du timing de la campagne : Before, Couverture live et After.

Récapitulatif des insights de la période Before et Pendant les Assises de l'AUSIM
Du 29 juin au 31 octobre 2022

1 600 000 impressions	314 000 vues vidéos	416 partages
232 666 clics	246 000 interactions	523 commentaires
932 posts publiés	9 024 réactions	

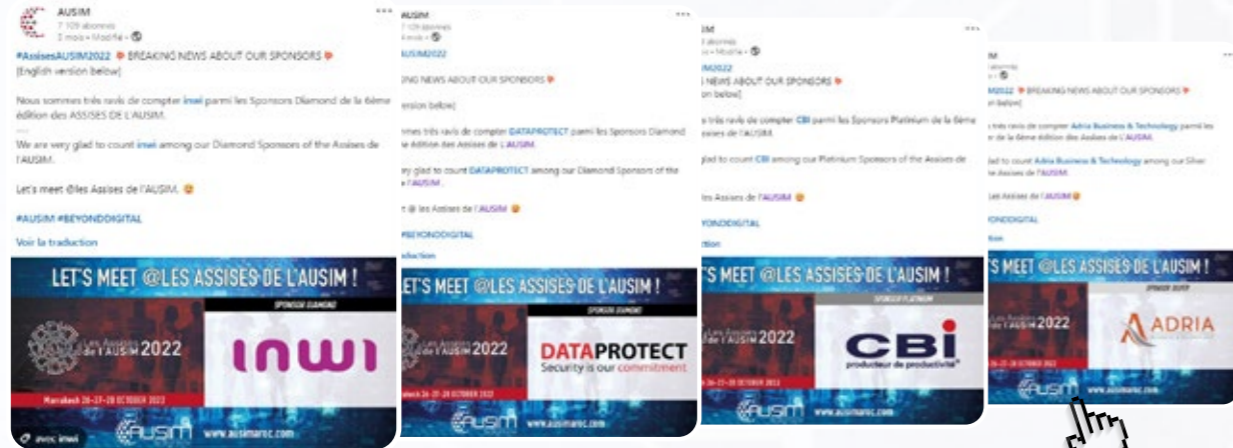
#Lebefore Assises : juin – octobre 2022

This section displays examples of social media content from the 'Lebefore' period. It includes several posts from the AUSIM account, such as:

- A post announcing the return of the event with the hashtag #HappyComingBack and #ComingSoon.
- A video titled 'COMING BACK COMING SOON'.
- A post titled 'ASSISES DE L'AUSIM 2018'.
- A 'BIG ANNOUNCEMENT' post in both Arabic and English, announcing the participation of Ghita Mezzour, PhD, as the Minister Delegate in charge of Digital Transition and Administrative Reform at the AUSIM 2022 Assises.
- A post titled 'POUR BIENTÔT' (Coming Soon) with the text 'De quoi avons-nous besoin?' (What do we need?).
- A post titled 'Ghita Mezzour' with the text 'PARTICIPANTE DE LA TRANSITION NUMÉRIQUE ET DE LA RÉFORME DE L'ADMINISTRATION'.

Exemples de posts
#Coming Back #Throwback #DigitalNation #BeyondDigital

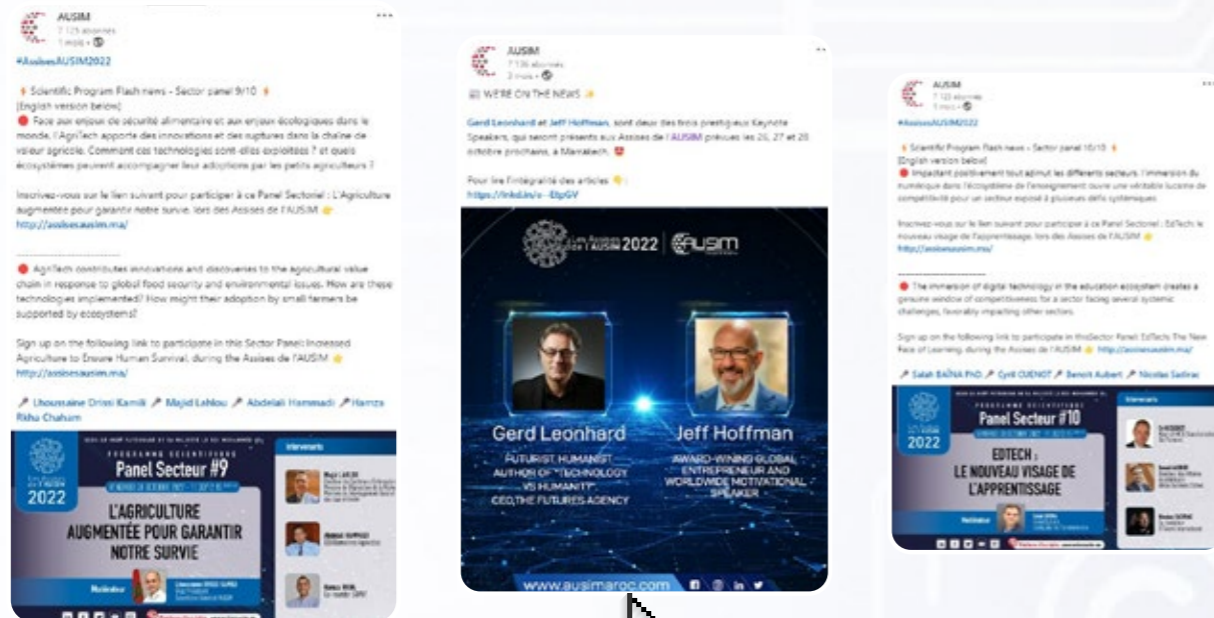
#LePendant Assises : 26, 27 et 28 octobre 2022



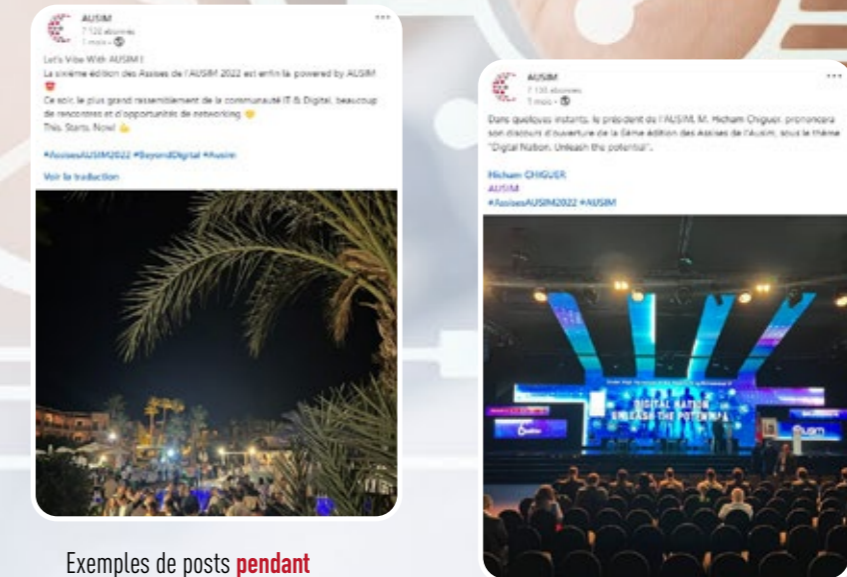
Exemples de posts visibilité des sponsors
#Coming Back #Throwback #DigitalNation #BeyondDigital



Communication sur le programme des Assises



Exemples de posts visibilité du programme
#Coming Back #Throwback #DigitalNation #BeyondDigital



Exemples de posts pendant
#AssisesAUSIM2022 #Ausim#BeyondDigital

#AfterAssises : novembre 2022 à janvier 2023



Campagne RP Les partenaires médias



#BeforeAssises

Les Rencontres de la Presse au QG 27 de l'AUSIM

Dans sa stratégie de communication RP, l'AUSIM a planifié des rencontres hebdomadaires avec la presse pour échanger autour de l'organisation de la 6^e édition des #ASSISES, la thématique, les nouveautés et les ambitions attendues de cette 6^e édition. Ces rencontres, tenues avant la conférence de presse du mois d'octobre, ont eu lieu au QG de l'AUSIM, et ont donné suite à des interviews et articles presse.



La conférence de presse du 13 octobre 2022

Dans une optique d'introduction et de rappel de ce que sont les Assises2022, une conférence de presse a été réalisée le jeudi 13 octobre 2022.



Unique en son genre, et connectée à toute personne souhaitant en connaître d'avantage, cette conférence de presse fut le moyen idéal de présenter les différents secteurs qui seront présents au cours de cette édition, ainsi que les sponsors, les interventions et intervenants, mais surtout le but de cette 6^e édition, avec l'idée de toujours développer et accroître l'IT & le Digital au niveau national, et peut-être même au niveau international.

YouTube
Retrouver l'intégralité de la conférence du 13 octobre 2022
<https://www.youtube.com/watch?v=aWi0eKHWmW>



#Retombées Presse

Bien avant la 6^e édition des #ASSISES2022 de l'AUSIM, nombreux articles ont été édités pour présenter l'association ainsi que son objectif, et qui est de promouvoir l'IT et le Digital au niveau national.



مراكش.. انعقاد الدورة السادسة لمؤتمر جمعية مستخدمي الأنظمة المعلوماتية بالمغرب
قالت وزيرة المتعددة الكفاءات بالتنازل الوزعي والمدعو إيفاد السيدة نعمة طوي اليوم الخميس بمراكش أن الوزارة بصدد إعداد استراتيجية وطنية للرقمنة وفق مقاربة تشاركية.

Récapitulatif – Retombées Presse Nationale

Outre une campagne sur 4 réseaux sociaux, des centaines d'articles ont été rédigés pour faire connaître et accroître cette 6^e édition des Assises, qui fut, une fois de plus, un rendez-vous incontournable dans les agendas de toute personne souhaitant en connaître davantage sur l'IT et le Digital.

Revue de Presse Nationale



PRESSE ÉCRITE ET WEB

316 ARTICLES



RADIO

7 PASSAGES



TÉLÉVISION

8 PASSAGES

La Presse Internationale, une nouveauté !

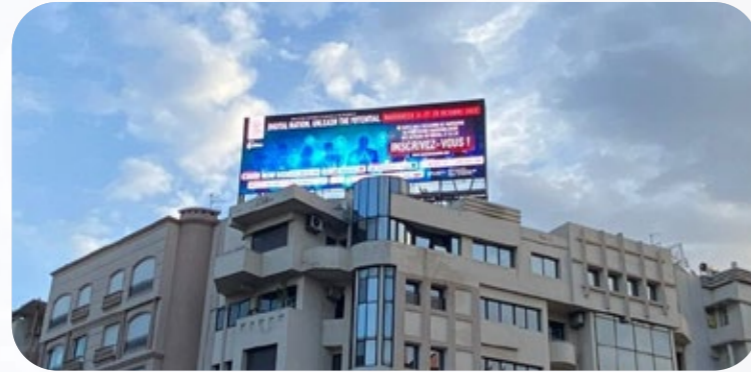
Pays couverts : Burkina-Faso, Burundi, Cameroun, République Démocratique du Congo, Ghana, Côte d'Ivoire, Libéria, Malawi, Niger, Nigéria, Ouganda, Sénégal, Afrique du Sud, Tunisie, Émirats Arabes Unis, Qatar, Arabie Saoudite, Oman, Palestine, Koweït, Bahreïn, Soudan, Syrie, Liban, Jordanie.

527 ARTICLES ANGLAIS ET ARABE



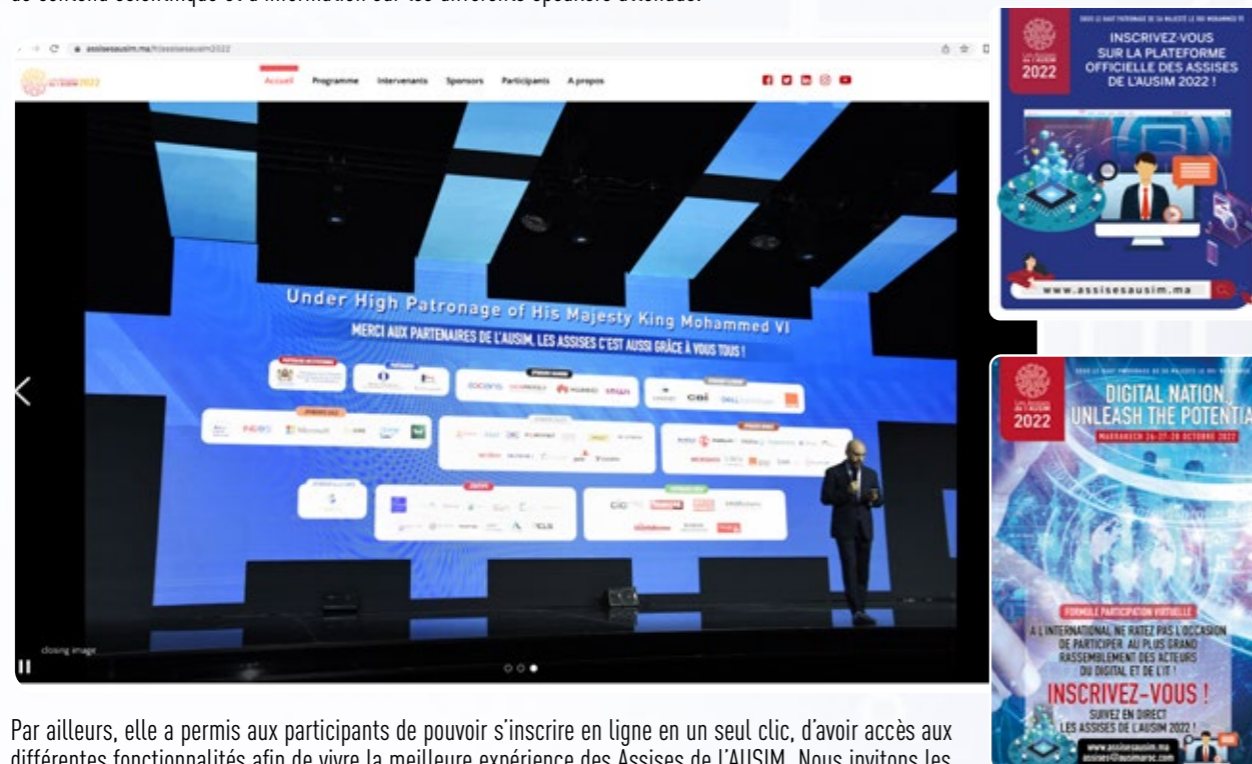
L'affichage urbain

Dans le cadre de la campagne de communication globale des Assises de l'AUSIM, une campagne d'affichage urbain a été mise en place ciblant les principaux axes à Casablanca et à Rabat durant la période du 15 au 30 octobre 2022.



La plateforme des Assises de l'AUSIM

Avec ses multitudes fonctionnalités, cette plateforme offre aux différents participants et sponsors, une vue immersive en termes de contenu scientifique et d'information sur les différents speakers attendus.



Par ailleurs, elle a permis aux participants de pouvoir s'inscrire en ligne en un seul clic, d'avoir accès aux différentes fonctionnalités afin de vivre la meilleure expérience des Assises de l'AUSIM. Nous invitons les internautes à aller sur le site : www.assisesausim.ma

AUSIMAG spécial Assises de l'AUSIM

Le magazine AUSIMAG numéro 9 de juillet 2022 a consacré son dossier spécial aux Assises de l'AUSIM 2022. Le numéro suivant, le 10, était quant à lui un numéro spécial dédié exclusivement aux Assises de l'AUSIM 2022, incluant des présentations des différents intervenants et des sponsors, des startups participantes (une nouveauté pour cette 6^e édition), du programme scientifique 2022 varié, etc ; ...



AUSITALKS

3 émissions AUSITALKS ont été diffusées en direct sur la chaîne Youtube de l'AUSIM lors des Assises de l'AUSIM 2022. Elles ont eu pour invités M. Ahmed Rahou, Président du Conseil de la Concurrence, M. Norbert Faure, Directeur Général de Platinion Europe BCG et M. Ari Van Bennekum, Agile Thought.



Remerciements

Partenaires



Sponsor Diamond



Sponsor Platinum



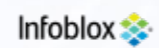
Sponsor Gold



Sponsor Silver



Sponsor Bronze



Sponsor à la carte



Startups



VI. Retour sur le Bilan Scientifique de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM

Le Comité Scientifique



Hicham CHIGUER
Président AUSIM
Majorel



Nasser KETTANI
Fondateur Hidden Clouders
& Kettani Digital Consulting



Nihal DJEBLI
DG AUSIM



Mohamed Amin LEMFADLI
Fondateur de
Trust and Security
Consulting



Mohamed SAAD
Past Président AUSIM
DGA de la Bourse
de Casablanca



Saad RGUIG
VP AUSIM
Leyton



Amine HARRARI
Managing Director
Sia Partners Maroc



Mohamed Aamir QODA
VP AUSIM
Secrétaire-Général Adjoint
Fondation Mohammed VI



Aziz KNINA
VP AUSIM Trésorier
Les Eaux Minérales
d'Oulmes



Fahd MESKI
VP AUSIM
Webhelp



Meriem BENNIS
Fondatrice de l'African
Procurement Leaders,
Digital Achats Effiscience Conseil



Nawal JERMOUMI
VP AUSIM
Trésorier Adjoint
Bourse de Casablanca



Lhoussaine DRISSI KAMILI
Vice Président
Secrétaire Général AUSIM
Directeur Pôle SI
Crédit Agricole du Maroc



Wissal EL GHARBAOUI
Secrétaire Générale
Confédération Nationale
du Tourisme



Rachid BAARBI
VP AUSIM
DSI Assurances Lyazidi



Karima BELAHCENE
VP AUSIM
DSI Richbond



Zouhair LKHDISSI
Tech Entrepreneur
CEO - Dial Technologies



Mohammed ESSAIDI
VP AUSIM
Chef de Pôle SI & TD CMR



Salah BAINA
HomoDigitalis
Catalyseur de Transformation

● Table Ronde 1

Digital Nation, Unleash the Potential

Modérateur : Khadija IHSANE, journalist, anchorwoman.

Intervenants : Ahmed RAHOU, Président du Conseil de la Concurrence - Ghita LAHLOU, Vice-Présidente de la CGEM, Présidente de la Commission Capital Humain - Kamal MOKDAD, Directeur Général de la BCP Maroc, Président du Conseil d'Administration de la Bourse de Casablanca - Ayoub AZAMI, Président Directeur Général Marjane Holding.



Dans ce monde de « permacrise », le levier du Digital a fait ses preuves. Entre résilience, croissance économique et transformation sociétale, le Digital est considéré comme l'un des moteurs du nouveau paradigme socio-économique mondial.

Dans un environnement de plus en plus incertain, où la seule constante est le changement, le Digital a prouvé lors de la phase Covid que c'était le premier vaccin contre cette pathologie. Nous avons tous vu comment les technologies digitales ont permis à des millions d'élèves de continuer à s'instruire, à des centaines de milliers de personnes de continuer à télétravailler, à certains de nos systèmes essentiels de continuer à opérer, à l'État de distribuer des aides aux plus démunis ou encore à nos innovateurs d'être plus créatifs pour contrer la crise. Nul doute aujourd'hui que le Digital est un levier de développement et de croissance économique, et le Nouveau Modèle de Développement en a fait un chantier transformateur d'amorçage. En effet, c'est ce creuset contextuel qui a été le fil conducteur de la première table ronde de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM.

Avec un panel d'éminentes personnalités, cette tribune a été la lucarne idéale pour dresser le bilan de la «MAP digitale» marocaine et pointer du doigt les défis qui s'annoncent à l'horizon.

Après un brillant prélude introductif de la journaliste et maître de cérémonie Khadija IHSANE, le débat a débuté avec la prise de parole de Madame Ghita LAHLOU, Vice-Présidente de la CGEM. Rappelant l'importance du Digital pour le Maroc ainsi que l'écho que ce sujet a auprès des élites, cette dernière déclare : "L'axe du Digital est l'un des leviers de concrétisation du Nouveau Modèle de Développement... Le PIB numérique mondial devrait se situer entre 6% et 7% comme hub digital. Le Maroc est inférieur à 0,5% (hors télécoms et offshoring)". Et de poursuivre : "Aujourd'hui, l'un des défis qui se pose est l'amélioration de la couverture numérique. Les fonds levés par les startups au Maroc sont de 33 Millions \$, l'Afrique de 5 Milliards \$ et Israël de 25 Milliards \$". Le cas de l'Outsourcing est cité comme une success story et le Digital peut devenir la prochaine vague sur laquelle le Maroc peut surfer vu la forte demande au niveau international, d'où le positionnement nécessaire du Maroc comme Hub régional, africain pour les grands donneurs d'ordre (à l'instar du succès de l'outsourcing/offshoring). Et conclut avec les startups : "on est bon au démarrage, pas assez bons dans l'accompagnement. L'Open Innovation fonctionne bien dans les grandes entreprises marocaines mais pas assez dans les PME". Avec un clin d'œil pour innover sur les aspects fiscaux. De son côté, le Président du Conseil de la Concurrence, M.

Ahmed RAHOU, a quant à lui mis la lumière sur le rôle catalyseur de la Data dans cette transition numérique. "Il n'y a pas de digital sans partage de données. On a plus construit à l'époque au niveau de CIH notre système sur ce principe", explique Rahhou. Il continue avec cette expression "Quand on veut, on peut !" car cela crée de l'émulation sur le marché, en précisant "La compétition crée l'évolution". Sa perception de la situation au Maroc s'articule autour de 2 grandes idées : 1- Il faut mettre la Data au centre : toute donnée doit être visible - Dès que la donnée est disponible à la banque, elle doit être disponible chez le client. 2- Les bonnes idées ne sont pas toujours internes, créer de l'agilité, amenée par l'agilité" en faisant référence aux startups plus spécialement. "Il faut créer un environnement favorable". Et il continue : "L'Etat est un acteur majeur pour le Digital". Parmi les success stories citées, celle de la vignette des voitures : "3 données décloisonnées en quelques semaines pour digitaliser la vignette des voitures"... et insiste en disant "Il faut que l'Administration arrête de développer ses propres solutions". Il rappelle une réalité connue, avec un espoir de changement : "Les startups n'ont pas accès aux marchés publics". Un autre cas de réussite et d'apprentissage sur la volonté et l'impact que les décideurs du public et du privé peuvent faire est la carte bancaire qui devient aussi accessible à l'étranger pour consommer sa dotation en décloisonnant 2 systèmes en quelques mois à travers des startups.

Le Directeur Général de la Banque Centrale Populaire, M. Kamal MOKDAD, a quant à lui fait un focus sur l'expérience du Digital de la BCP. C'est en cela qu'il déclare : "La digitalisation au niveau de la BCP a commencé depuis quelques années. Elle est plus visible au niveau du parcours client. Et durant le Covid, on a vu comment, au travers de plusieurs services, on a pu accélérer notre dynamique d'innovation". Et d'ajouter : "En chiffres, on a aujourd'hui 2 millions d'abonnés Mobile Banking, 14 millions de transactions de paiement et 3 millions d'opérations de virement". Plus globalement, il a souligné qu'il est impératif que le secteur bancaire continue d'innover autrement à travers l'Open Innovation, le Beyond Banking, et le partenariat avec l'écosystème externe : une offre moins chère en investissement sur le socle technologique, ouvrir les systèmes pour créer plus de produits, fonctionner en mode agile at scale, uses case data pour mieux segmenter et prédire. Il a aussi précisé que la Bourse de Casablanca avec sa



casquette de président du Conseil d'Administration de cette belle institution est la plus grosse fintech au Maroc. "Avec le lancement du marché alternatif, le premier qui a été attiré est un acteur de la tech au Maroc" a-t-il tenu à préciser. Et pour finir, il conclut par le fait de continuer à lever plus de capitaux, accélérer la cadence pour construire cette Digital Nation, accélérer la capacité à incubier, à amorcer et accélérer la transformation économique et sociale de notre pays.

Par ailleurs, le Président Directeur Général du Groupe Marjane Holding, Ayoub AZAMI, a mis également l'accent sur le rôle décisif de la data dans le challenge de la digitalisation ainsi que le poids qu'elle a dans le business du retail : "Le retail a connu depuis un certain temps une accélération digitale. Aujourd'hui avec l'émergence de la data, la question de l'analyse afin de produire une offre personnalisée se positionne comme un défi pour le retailer classique. Et au niveau du groupe Marjane, l'un de nos défis est comment recueillir la data. Et on est aussi dans l'exploitation de cette data pour pouvoir passer d'un marketing de masse à un marketing de segment, personnalisé", martèle le PDG de Marjane. Il continue en rappelant la situation du secteur au Maroc : "Le secteur du retail est en pleine mutation du fait du Digital et

ce que procure aujourd'hui comme possibilité de ce que nous avons comme puissance de calcul, capacité à profiler et à personnaliser le marketing. C'est une révolution dans le Digital !"

Il rappelle aussi la situation de la transformation du secteur à l'international : "Nous voyons des pur players du Digital qui viennent se positionner en tant qu'intermédiaires. Ils sont capables de maîtriser la data, l'analyser, la personnaliser et créer un business model rentable." Et précise que "Ceux qui gagneront sont ceux qui arriveront à être la référence dans nos smartphones". Et réitère : "Celui qui gagnera est celui qui aura la capacité à agréger un maximum d'offre et de flux". "La data est au centre, il faut pouvoir collecter cette data, avoir la capacité de la structurer, la qualifier, et la capacité de la lever dans le sens marketing du terme". Et pour finir, il conclut par "Cette transformation n'est pas une transformation technologique, c'est une vraie transformation culturelle pour intégrer cette nouvelle manière de faire le business... Il faut pouvoir s'appuyer sur des accélérateurs, agir en tant qu'intégrateur des différentes briques qu'on peut trouver dans l'écosystème Startups".

RECOMMANDATIONS

- Améliorer notre couverture numérique au travers d'une véritable feuille de route d'infrastructure.
 - Il y a nécessité aujourd'hui à mettre la data au centre de la réflexion et la partager.
- Il est impératif pour les banques d'innover et réussir à proposer un modèle bancaire moins cher et rapide : cela passe nécessairement par l'investissement dans le socle technologique.
 - Il nous faut avoir le bon niveau de financement pour avoir de bonnes startups.
 - Permettre aux startups l'accès aux données.
 - Donner l'accès aux marchés publics aux startups.
- Besoin de 3 écosystèmes prioritaires : Fintech - Health tech - Ed Tech, en plus de e-Gov qui doit accélérer la dynamique au niveau national.
 - Le coût de la connexion doit baisser.
- Donner 2M de débit Internet sur tout le territoire national surtout pour le dispositif scolaire.
- Atteindre 50.000 diplômés en formation technologique annuellement en 2025 au lieu de 10.000 actuellement.
 - Innover sur l'aspect fiscal pour aider les startups et les PME.



Retrouver l'intégralité de la table ronde 1 : <https://youtu.be/0Pxt6fGT-I>

● Table Ronde 2

La transformation du Core Business : Comment appréhender les technologies ?

Modérateur : Nasser KETTANI, Fondateur Hidden Clouders & Kettani Digital Consulting

Intervenants : Omar SEGHROUCHNI, Président de la CNDP - Amine Mounir ALAOUI, Président de la Commission de la Société du Savoir et de l'Information, CESE - Ghassane BOUHIA, Directeur National du Programme d'Appui aux Entreprises BERD - Joël HAMON, expert en nouvelle norme du travail et impact sur la culture d'entreprise

Nos entreprises sont-elles prêtes à prendre le virage du Digital ? Faut-il faire évoluer le modèle «Core Business» en cours ou créer de nouveaux «Business Models» en parallèle ? Doit-on passer au Tout Digital ? Toutes ces interrogations aujourd'hui soulèvent une problématique de fond notamment la question des talents.

Dans cette dynamique de digitalisation tous azimuts, le Maroc ambitionne depuis quelques années de se positionner comme un véritable hub technologique. Institutionnels, entreprises, bailleurs de fonds, tout est fait aujourd'hui pour faire de cette volonté une réalité. Cependant, même si la volonté y est, la transition numérique exige des prérequis, parmi lesquels : «le socle des talents».

Tenu en exemple dans la stratosphère de la Tech, le dispositif de la Silicon Valley est repris par bon nombre de pays. Le lancement de la station F en France, et sans oublier les batteries de mesures du gouvernement français pour attirer les talents tech, est un exemple patent des enjeux que la ressource humaine représente dans cette course à la digitalisation.

Dans son introduction, Nasser Kettani, modérateur de cette séance, a mis la lumière sur cette question stratégique pour le développement du numérique au Maroc. Telle une suite logique, ce débat a été la tribune parfaite pour les différents panélistes pour soulever l'une des questions centrales de ce processus de digitalisation du Core business.

Ouvrant le débat, le Président de la commission de la société de la connaissance et de l'information au CESE, M. Amine Mounir ALAOUI, a fait un véritable plaidoyer sur le changement de mindset.

1. Nous devons basculer du schéma "connaissances" vers le schéma "compétences". Nous avons adopté depuis le 19^e siècle un schéma dans lequel les personnes sont évaluées en fonction de leur diplôme et leur ancienneté. Nous devons basculer vers un système plus adapté aux concepts du 21^{ème} siècle et au Digital en particulier, dans lequel les compétences sont beaucoup plus reconnues.

2. Par exemple, nous n'avons pas besoin d'avoir un diplôme d'ingénieur pour savoir coder. Des formations agiles et courtes de 6 mois nous permettent d'acquérir des compétences adéquates.

3. « Au Maroc nous avons une matière première humaine capable de porter ce changement technologique, cependant l'urgence aujourd'hui est de trouver les moyens pour sortir de l'état d'esprit actuel », explique-t-il. Et de poursuivre : «Il y a également une nécessité d'étendre le numérique



aux autres acteurs». Le Digital n'est pas uniquement une affaire des experts digitaux, mais de tous les autres participants dans la vie économique ; il a cité le cas des juristes, du marketing, de la finance, ... 4. Il insiste : l'agilité est clé. Nous avons une responsabilité collective de travailler ensemble pour proposer une nouvelle vision.

De son côté, Ghassane BOUHIA, Directeur National du Programme d'Appui aux Entreprises au sein de la BERD, a quant à lui mis la lumière sur le rôle de la BERD dans le domaine du numérique, notamment avec les programmes d'accompagnement des entreprises en termes de formation. « Au sein de la BERD nous avons travaillé sur plusieurs projets d'accompagnement dans le Digital. Et de poursuivre : « Il faut rappeler que le numérique fait partie de nos 3 grands chantiers au Maroc, en plus de celui de l'énergie et de l'inclusion ». Il rappelle à ce titre quelques clés de réussite de la transformation digitale des institutions. La transformation digitale est l'affaire de tous, du CEO aux autres membres du comité directeur (RH, ...).

M. Bouhia insiste aussi sur le rôle joué par les experts en accompagnement (les consultants). Selon lui, il est essentiel de les accompagner, de les outiller et les faire monter en compétences pour fournir le meilleur service à leurs clients.

Par ailleurs, la question de l'impact du numérique sur les managers a été mise en lumière par Joël HAMON, Expert en nouvelle norme du travail et impact sur la culture d'entreprise. « Avec un personnel composé en grande partie de millennials, l'émergence du Digital ces dernières années, et plus particulièrement durant la période du Covid, a impacté le management des entreprises. ». Et d'ajouter : « Elle a mis au centre du débat la notion du bonheur au travail ». Il faut laisser les jeunes travailler comme ils veulent. En même temps, il y a un sujet de rupture qu'il faut gérer. Car tous les salariés de l'entreprise ne peuvent pas "bénéficier de cet avantage".

Le débat a aussi touché le sujet de la réglementation et de son rôle dans la transformation digitale. ●



RECOMMANDATIONS

- Il faut plus d'adéquation dans nos formations. En particulier développer une offre agile pour former les compétences dont on a besoin et pas nécessairement les cycles longs.
- Changer notre manière de manager : Manager par la présence ou manager par la confiance.
 - Impliquer les DRH dans le chantier de transformation digitale le plus tôt possible.
- Impliquer systématiquement la société civile dans le développement et la production de lois et réglementations.
- Alimenter et travailler avec nos législateurs pour préparer des lois et des réglementations applicables et pratiques.
 - Former les consultants qui accompagnent les entreprises pour mieux les outiller et les professionnaliser.



Retrouver l'intégralité de la table ronde 2 : <https://youtu.be/jNldair8WUA>

● Table Ronde 3

Start-up Nation : entre défis et opportunités

Modérateur : Hassan CHARAF Vice Président CIDEC

Intervenants : Karim TAZI, Administrateur Directeur Général du Groupe Richbond - Philippe WANG, Executive Vice President of Huawei Northern Africa - Hamid MAHER, Managing Director & Partner BCG - Zineb DRISSI KAITOUNI, CEO DABADOC

Comme un enjeu de gouvernance, le concept de Startup Nation est aujourd'hui une priorité stratégique au sein des différents arcanes de gouvernance.

L'écosystème marocain des startups est classé à la 79ème place sur 100 pays après avoir été 95ème en 2021. De plus, le Maroc est premier dans la région Afrique du Nord en nombre de levées de fonds (number of equity rounds per country), suivi de la Tunisie et l'Algérie. Au-delà de ces chiffres, une réalité importante se dégage, en l'occurrence, le rôle catalyseur des startups dans cette dynamique de digitalisation, sans oublier l'alternative qu'elles représentent sur le plan économique. Aujourd'hui, le concept de Startup Nation est un dossier qui demeure sur la table de bon nombre d'Etats. A l'image des GAFAM et de leur puissance économique, chaque nation dans ce chantier du numérique ambitionne de donner vie à des géants de la Tech. En effet, cette question hautement stratégique dans ce contexte de Digital Nation a été au centre des débats lors de cette nouvelle édition des Assises de l'AUSIM. Discuté lors de la troisième table ronde intitulée : « Startup Nation : Ecosystème et Clés d'un succès annoncé ! ».

Bien que le financement des startups au Maroc ait atteint un niveau record en 2021, l'écosystème des startups est toujours confronté à des obstacles importants qui limitent sa croissance. Ces défis comprennent des problèmes économiques et sociaux, dont le faible accès à l'éducation et aux soins de santé, l'inégalité entre les sexes, et un financement et une législation de démarrage inadéquats.

La contribution de partenaires internationaux est à saluer, pour l'implication apportée dans des programmes d'incubation, de formation et en termes d'investissement technologique et dans des plateformes favorisant le développement de l'écosystème startup.

Réunissant une panoplie d'experts, ce panel a été la plateforme parfaite pour mettre en orbite cette question de sens.

Ouvrant le bal, Hamid MAHER, Directeur Général & Associé au sein du cabinet BCG, a fait un véritable plaidoyer à propos des contraintes qui minent le décollage des



startups au Maroc. « On a pris un retard significatif par rapport à d'autres pays dans la région, le nombre de startups créé reste faible par rapport à certains pays. De plus, on fait face à une véritable fuite des cerveaux », alerte-t-il. Et d'ajouter : « Il y a également des barrières qui freinent la croissance des entreprises Tech, notamment le cadre réglementaire, l'accès au marché, l'accès aux licences ainsi que l'absence d'incitations réglementaires ».

Dans le même sens, l'Administrateur Directeur Général de Richbond, M. Karim TAZI, a quant à lui dénoncé la mainmise de certains acteurs classiques au niveau de plusieurs secteurs. « Pour les startups, il est extrêmement difficile aujourd'hui d'exercer les métiers que les régulateurs ont réservé aux banques », explique-t-il. Par ailleurs, la question du financement a été mise en lumière par Zineb DRISSI, CEO de DabaDoc.

En cela elle déclare : « Pour qu'une startup puisse réussir, elle a besoin de fonds, d'où la mise en place de leviers d'investissements importants ».

Dans le même ordre d'idée, Philippe WANG, Vice-Président Exécutif Northern Africa de HUAWEI à lui aussi mis en évidence la question du financement ainsi que les actions du groupe Huawei dans ce sens. « Il y a nécessité au Maroc de libérer le potentiel dans le Numérique. Et au niveau du groupe, pour accompagner cette dynamique, nous avons lancé un programme "SPARK" pour aider les startups, en les aidant notamment à avoir accès au marché, au financement et à l'accompagnement ».

RECOMMANDATIONS

- Attirer des investissements internationaux est nécessaire pour que les écosystèmes de startups marocains se développent.
- Lever les contraintes réglementaires, fiscales ainsi que les lourdeurs administratives pour espérer développer dans les années à venir des écosystèmes performants à fort impact.
- Accélérer la mise en place d'un écosystème performant pour éclore une startup nation.



Retrouver l'intégralité de la table ronde 3 : <https://youtu.be/jNldair8WUA>

● Keynote 1

Le grand oral de la Data par Jean-Marc Lejeune



Figure du Numérique à l'international, Jean-Marc Lejeune, dans cette Keynote, place la Data au centre de la révolution numérique.

Dans cette dynamique de digitalisation tous azimuts, certains défis se dessinent en toile de fond, notamment celui de la question de la préservation des données. Aujourd'hui, à l'international, cette question est devenue un enjeu de souveraineté. Au Maroc, ce sujet est totalement d'actualité. La CNDP, depuis quelques années, a fait de la question de la Data l'une de ses principales priorités. Cette question a été le fil conducteur de la présentation de l'expert Jean-Marc Lejeune. Ce dernier a démontré à quel point aujourd'hui la donnée est importante au sein des entreprises et, surtout, l'avantage qui en résulte en termes de compétitivité et d'efficacité. C'est ainsi qu'il déclare : « La Data aujourd'hui est un gisement de potentialité pour les compagnies ».

problématique de fond. Rappelons que cette question est une priorité au sein des arcanes de gouvernance. « Il y a aujourd'hui une véritable nécessité à placer la sécurité dans la dynamique vers la donnée », alerte Lejeune.

Enfin, à l'heure où la question de la souveraineté de la Data se pose avec acuité, au Maroc la CNDP demeure très active sur ce sujet. L'intelligentsia du Numérique converge sur le fait que le Maroc doit se munir d'un Cloud souverain afin d'avoir une véritable emprise sur sa Data qui pour l'heure dépend des cloud étrangers. Cela a été préconisé par l'expert qui n'a pas manqué de souligner l'ultime enjeu que le Cloud représente dans la sphère du Numérique. ●

Cependant, il a mis l'accent sur la question de la sécurité dans cette course vers la Data, à l'heure où les risques liés aux cyber-attaques demeurent aujourd'hui une



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://youtu.be/NJyAV-BGjsM>

● Keynote 2

Realizing the good future :
Technology and humanity par Gerd Leonard



Dans la lignée de la thématique globale d'une nation digitale, l'humaniste futuriste Gerd Leonard apporte sa vision de la dépendance entre le futur de l'humanité et l'usage appliqué à la technologie. Le changement climatique, les guerres et l'inflation font partie des innombrables défis auxquels l'humanité fait face aujourd'hui. 70% des personnes entre 15 et 35 ans ont un pressentiment négatif du futur.

La cadence des percées technologiques dans différents domaines, tels que la génétique et l'intelligence artificielle, apporte une partie de la solution en améliorant notre capacité à relever l'ensemble de nos défis. La deuxième partie de la solution est liée aux choix à réaliser quant à l'usage de la technologie. Tel un marteau, pouvant aussi bien servir à construire une maison ou à détruire des humains, l'emploi de nos technologies devrait être

régulé selon un compromis rationnel entre gouvernance, éthique, respect des libertés et contrats sociaux.

À ce titre, la digitalisation devrait aller de pair avec deux autres concepts que sont la décarbonisation et la réformation. La réduction des coûts et l'optimisation des performances qu'offre la digitalisation sont à opposer face à la sûreté, la sécurité et l'encadrement des responsabilités. Ces conditions remplies, l'avenir de l'humanité est de se différencier de la machine en apportant plus de créativité, d'humanisme, d'éthique et d'imagination. Le but n'est pas seulement de bâtir une nation digitale, mais une nation prête et adaptée au futur en étant digitale, durable et humaine. ●



Retrouver l'intégralité de la vidéo : https://youtu.be/4Ch_q5Leip4

● Keynote 3

L'économie digitale par Jeff HOFFMAN

Avant l'économie digitale, il était difficile d'imaginer de pouvoir travailler à distance, voire commercialiser des produits sans passer par un lieu physique. Avec l'arrivée de la digitalisation massive de l'économie, il est devenu tout à fait possible de créer des nouvelles opportunités, de s'ouvrir sur le monde entier tout en restant chez soi et ainsi être beaucoup plus productif.

Aujourd'hui, l'économie digitale réduit complètement les frontières, elle permet de rapprocher les gens, d'embaucher des talents où qu'ils soient dans le monde en utilisant des outils de communication et de postuler pour n'importe quelle société dans le Monde. De plus, cette économie digitale facilite la formation des individus, l'amélioration des compétences et le upskilling, surtout quand on avance vers un avenir davantage axé sur l'information, le savoir et la technologie. C'est donc une réelle chance d'améliorer et perfectionner ses compétences, d'identifier d'autres talents, de s'upgrader

et augmenter son employabilité sur le marché du travail.

Cette nouvelle ère de digitalisation de l'économie est une occasion pour un pays comme le Maroc de créer de nouvelles offres digitalisées, gagner de l'argent, progresser et développer ses compétences partout, grâce à la création de boutiques en ligne (e-commerce) où il est possible de proposer ses produits et les vendre n'importe où dans le monde.

En synthèse, nous sommes en face d'une réelle opportunité d'élargir les possibilités de business et de cibler le marché international pour toutes les petites et grandes entreprises du Maroc. C'est la raison pour laquelle il faut faciliter l'accès à l'éco-digital pour tout citoyen marocain. ●



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://youtu.be/q8aQhAP1pOU>

● CIO STORY 1

Sanlam Assurance et son aventure numérique !

Yassine Moudatir, Directeur de la Solution Factory Sanlam Maroc

Représentant SANLAM MAROC, son Directeur de la Solution Factory, M. Yassine MOUDATIR est revenu sur le parcours avant-gardiste de cette assurance qui a commencé dès 2017 par la refonte des parcours client et la création de la Digital Factory afin de créer une rupture dans le secteur de l'assurance. Ainsi, le projet Odyssée a connu une mobilisation globale de l'entreprise qui a été ouverte aux partenaires externes dans l'objectif de repenser la chaîne de valeur de l'assurance mobile afin de faciliter la vie des assurés de la branche automobile. La Digitale Factory a marqué une rupture avec ses locaux nouveaux, l'adoption de la démarche agile (SCRUM) et de nouveaux outils et a ainsi concrétisé une trentaine d'initiatives.

Par exemple, le parcours assuré en cas de sinistre automobile, a été simplifié en mettant à disposition un contact unique.

Quatre ans après le lancement de la Digital Factory, une seconde phase a été lancée par le regroupement de la



Digital Factory et de la DSI pour généraliser l'approche digitale à toutes les branches, unifier les efforts des deux équipes technologiques et faciliter le pilotage budgétaire. Une nouvelle démarche a ainsi été adoptée tirant le meilleur des deux mondes.

En termes d'apprentissage, si l'expérience projet respectant la démarche SCRUM a été enrichissante, le principal enseignement de M. Moudatir est qu'"il faut mettre l'humain au centre des projets de transformation", et tirer le meilleur des processus, outils et démarches de l'agilité en gardant une attention sur la priorité qui doit rester à l'HUMAIN.

La clef pour devenir une digital nation c'est l'humain, un mindset où l'adaptation est continue, où la collaboration est basée sur la transparence, la confiance et l'autonomisation pour garder l'intelligence humaine au centre de la transformation digitale. ●



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=zSJ02eBYRMg>

● CIO STORY 2

Air France, «plus résiliente grâce au numérique»

Jean Christophe Lalanne, VP Air France

Dévasté par la crise, le secteur de l'aviation demeure aujourd'hui en mode résilience. Contribuant à la croissance, le numérique aujourd'hui dans ce secteur est perçu comme un must.

Même si le Covid a été une période d'épreuve, le DGA de la compagnie française, M. Jean Christophe Lalanne a, durant son intervention, démontré à quel point cette conjoncture a boosté les actions numériques du groupe. «Le Covid a permis de prendre d'énormes décisions dans le numérique. Il nous a poussé à mettre en place différentes actions, notamment engager un plan de transformation, la migration dans le Cloud, la refonte business et IT,

la rationalisation des postes de travail», a expliqué M. Lalanne. Par ailleurs, ce dernier n'a pas manqué à rappeler les grands défis du Digital au niveau de la compagnie. «Aujourd'hui, la cybersécurité, le Cloud, et le Green IT font partie de nos plus grands défis dans le chantier du Numérique».

Pour rappel, il faut noter que le Digital représente jusqu'à 40% des transactions commerciales du groupe. ●



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=DSkhFQSH9b4>

● CIO STORY 3

Attijariwafa Bank et sa révolution numérique

Hicham Ziadi, Group Chief Information Officer Attijariwafa Bank

Au fil des décennies, le secteur de la banque a été le terrain de mutations technologiques successives. Cette agilité a donc été un atout capital pour la survie de ce métier. Ainsi, les acteurs du secteur bancaire demeurent conscients des enjeux de la révolution digitale. Lors de son retour d'expérience, le DSI du groupe Attijariwafa Bank, M. Hicham ZIADI, a ainsi précisé que la transformation digitale de la Banque a été réalisée en 3 étapes : exploration ou amorçage, révolution puis scale-up.

Lors de l'étape d'exploration, qui a eu lieu entre 2012 et 2013, on parlait alors d'une banque multicanale ou de banque à distance. C'était l'étape de la découverte des méthodes agiles pour réaliser les solutions qui traitaient alors 10% de l'ensemble des transactions.

En 2016, sous le sponsorship du Président de la Banque, le temps était à la "révolution". Le focus métier, en plus d'une nouvelle approche du build, a permis d'augmenter le taux des transactions digitales à 60%. En parallèle, la banque a lancé un plan de transformation des métiers qui, au-delà du Digital, a impacté le SI en profondeur. Par

ailleurs, la démarche agile a été adoptée par les métiers, et des choix technologiques ambitieux ont été pris. Quant à la phase du Covid, elle a été un accélérateur important sur les volets réglementaires et culturels, rendant possible l'ouverture du compte à distance et banalisant le télétravail par exemple.

Aujourd'hui, en parallèle au Schéma Directeur SI, un nouveau plan "Ambition 2025" a été lancé. Le focus est porté sur la construction des Enablers, à savoir l'APIsation, le Cloud et la Data. Une ambition de construire une banque ouverte, plus intégrée à son écosystème.

Etant présent dans plusieurs pays du continent, Attijariwafa Bank a lancé la filiale IT AFRICA qui vise à scaler le modèle marocain dans ses pays de présence, en partageant les enablers et l'expérience acquise.

Pour Hicham Ziadi, la réussite de la transformation digitale, à l'image des sports de haut niveau, doit s'appuyer sur un leadership fort, sur l'ingénierie (en mode Hands-on), sur l'humilité et sur la passion. ●



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=F1Tndui3Puc>

● PANEL TECHNOLOGIE 1

Sécurité des données : Data Privacy, que gagne une organisation au-delà de la conformité ?

Modérateur : Mohamed Amin LEMFADLI, Fondateur de TRUST AND SECURITY CONSULTING
Intervenants : Ilias SEGAME, Docteur en Droit et Avocat au barreau de Casablanca (Cabinet Segame & Maalmi) - Pierre DEWEZ, CEO CERTI-TRUST. Auditeur, juriste et expert senior dans les domaines de la Sécurité de l'Information - Nasser KETTANI, Fondateur Hidden Clouders & Kettani Digital Consulting - El Yazid ALAOUI YAZIDI, Business Development & Sales Director for International Accounts at DXC Morocco

Le sujet de la Data Privacy (ou la protection de la vie privée des individus à travers leurs données à caractère personnel) est un sujet d'actualité car c'est parmi les défis de tout projet lié à la transformation numérique.

Au début de ce débat, Maître SEGAME a rappelé que « la Data Privacy Compliance » consiste à garantir l'utilisation appropriée des données à caractère personnel des individus en leur accordant des moyens pour leur permettre de les contrôler. Par la suite, il a présenté un bref historique sur la genèse de la « Data Privacy ». Il constate que les directions juridiques se sont mobilisées pour se mettre à jour sur le sujet et estime que les entreprises doivent se lancer sur des approches strictes pour lever la barre de la conformité. Pour finir, il encourage les entreprises à porter un regard différent sur la conformité en la considérant comme une opportunité plutôt que comme un obstacle et à s'entourer de professionnels pour se mettre en conformité.

M. DEWEZ a donné une explication de la différence entre la convention 108 et 108+ ainsi que les principales raisons pour lesquelles le Maroc et les autres pays en dehors de l'Union Européenne devraient y adhérer. C'est une sorte d'équivalence de la réglementation autour de la Data Privacy. Par ailleurs, M. Dewez a mis l'accent sur les mesures nécessaires à mettre en place pour s'assurer que la « Data Security » va répondre aux principes de la « Data Privacy ». Il précise que c'est une démarche continue d'amélioration de la protection des données de la vie privée. Il pose la question : Que gagne une organisation en respectant la conformité ? Il prend l'exemple de l'expérience de son entreprise qui a adopté des services Cloud vs la conformité de la Data Privacy. Le choix technologique pour gérer les données fait partie d'un dispositif global qui est du ressort de l'organisation et ce sont les dirigeants qui décident de l'orientation. Son mot de clôture : « Collecter mieux, gagner plus ».

M. ALAOUI YAZIDI a présenté son retour d'expérience par rapport à la gestion des projets de conformité à la « Data Privacy » et a signalé qu'en dehors de l'obligation légale, les entreprises risquent d'avoir un impact réputationnel en cas de non-conformité ainsi que la perte de pas mal d'opportunités business vis-à-vis de leurs partenaires et clients, ce qui impactera directement ou indirectement leur chiffre d'affaires. Il estime que le Maroc a un manque à gagner de 35% d'opportunités business à cause de la conformité RGPD. Il précise que le top management doit être convaincu que ce projet doit être mené pour ses partenaires, collaborateurs et clients et pas seulement pour éviter les sanctions, et doit aller vers la création d'une gouvernance pour revoir la manière de sécuriser les données. Son mot de fin : « C'est une opportunité business, éthique et de réputation d'entreprise ».

M. KETTANI a signalé que les lois et réglementations en la matière ont été rédigées bien avant l'émergence des nouvelles avancées technologiques qui sont devenues importantes



pour les entreprises en pleine transformation numérique. Toutefois, il a signalé que la conformité à la «Data Privacy» n'est pas une option, mais souhaite que les régulateurs mettent à niveau leurs dispositifs afin de les rendre davantage flexibles pour ne pas impacter le fonctionnement des entreprises.

À partir du moment où on parle de la Transformation Digitale des entreprises, celles-ci deviennent des données. Collecter, traiter, sauvegarder... 20% des données sont produites en internes et 80% seront collectées à l'extérieur dans un schéma de transfert de données. Le Digital est fondamentalement basé sur le fait que les données voyagent. S'opposer à transférer ou faire voyager des données est une aberration. Il y a deux phénomènes, le premier : les technologies de rupture qui arrivent au quotidien, et le deuxième : les technologies de rupture créent des nouveaux Business Models qui leur permettent d'innover mais la loi parfois n'est pas synchronisée. Il explique la différence entre se conformer à la loi/réglementation et se conformer à l'esprit de la loi. Il constate que le temps de la loi est plus long que le temps de la technologie. Le mot de clôture : « Le résultat d'une bonne gouvernance, c'est d'être conforme ».



RECOMMANDATIONS

- Le Top Management doit prendre le leadership sur les sujets de conformité et sécurité.
 - Mettre en place une bonne gouvernance.
 - Sensibiliser toutes les parties prenantes sur les sujets de la conformité de sécurité.
- Adopter l'approche de Security & Privacy by Design.
 - Former les responsables juridiques par rapport aux risques techniques.
 - Se faire accompagner par des experts.
 - Se conformer aux standards de la sécurité de l'information / cyber sécurité / Data Privacy.
 - Inscrire la démarche de conformité dans un processus d'amélioration continue à travers la mise en place des moyens de contrôle et de vérification.

● PANEL TECHNOLOGIE 2

FUTURE OF WORK

Modérateur : Mohamed Saad, DGA de la Bourse de Casablanca, Past Président AUSIM
Intervenants : Arie van Bennekum, Agile Thought leader and Strategist - Frederic Forster, Directeur du Pôle Industries IT Cabinet Lexing Alain Bensoussan - Naoufal EL HEZITI, Président du Centre des Jeunes Dirigeants

À l'aune de la révolution numérique, le monde du travail connaît lui aussi des changements majeurs. Entre évolution et complexité, la matrice des travailleurs demeure sur une trajectoire de réforme profonde.

La session Tech "Future of Work" questionne les intervenants sur l'évolution du « Travail » d'un point de vue économique, social, culturel mais aussi réglementaire. Le travail a toujours évolué du fait des progrès techniques ; la période Covid a accéléré le changement, a contribué à nous faire accepter certaines contraintes qui, jusqu'à un passé proche, étaient difficiles à accepter. Dans cette table ronde pilotée par Mohamed SAAD, Past-Président de l'AUSIM, les éminents intervenants décrypteront tout cela et apporteront leur valeur ajoutée à ce débat.

Dans les détails, la réflexion a été ouverte par Naoufal EL HEZITI, Président du Centre des Jeunes Dirigeants, qui a mis la lumière sur le changement de paradigme en marche dans le domaine du travail. «Aujourd'hui avec le Digital nous sommes en train d'assister à un changement de paradigme dans le monde du travail», déclare-t-il. Et de poursuivre : «Aujourd'hui la question légitime qu'on doit se poser est de savoir qu'est-ce qu'on fera du temps que le Numérique met à notre disposition». L'expert dans son analyse a tenu à démontrer la mission positive du Numérique. «Cette révolution vient apporter un espoir ! On passe d'une société de travail complexe à une société de travail où la technologie facilite la tâche».

De son côté, Frederic FORSTER, Directeur du Pôle Industrie IT du Cabinet Lexing Alain Bensoussan a quant à lui mis le curseur sur les enjeux réglementaires que fait peser le Numérique sur le monde du travail. «Dans des compagnies où les robots sont dans l'opérationnel, l'on se demande s'il faut aujourd'hui donner une personnalité juridique au robot. Il y a donc une complexité par rapport à la mise en place de cet écosystème juridique qui est censé prendre en compte ces nouvelles données».

Cependant, selon ce dernier, ce monde de robots et d'IA pourraient constituer une menace pour les humains. «Il faut une réglementation qui pourrait accompagner le développement de ces technologies», préconise l'expert.

Selon Arie VAN BENNEKUM, tous les métiers dans le futur seront impactés par les nouvelles technologies. 99% des métiers actuels n'existaient pas il y a une centaine d'années en arrière et il en sera de même pour ceux d'aujourd'hui dans 100 ans. La durée de vie d'une fonction sera moindre. La question n'est pas de savoir si cela va arriver, mais sommes-nous prêts pour cela ?



Un métier peut devenir obsolète au cours d'une même carrière. Que doivent faire les RH ? Il n'est pas question de licencier, mais de garder les compétences et l'expérience en les faisant évoluer avec l'entreprise.

99% des personnes n'aiment pas le changement et préfèrent rester dans leur zone de confort. Mais la zone de confort, ça n'existe plus. Si on ne bouge pas, on recule. Aujourd'hui, il sera nécessaire de sortir de nombreuses fois de sa zone de confort. Le mode Agile est le mindset vers lequel nous devons aller. Les technologies prendront obligatoirement de plus en plus d'importance (jamais de moins en moins). Le mode Agile est là pour rapprocher les métiers et fluidifier les processus. Les startups sont déjà dans ce système, aux anciennes organisations maintenant de tout faire pour l'adopter.



RECOMMANDATIONS

- Il faut un cadre du travail en adéquation avec les réalités technologiques
- Investir sur les compétences du futur en adéquation avec les nouveaux modes de travail
 - Sortir un livre blanc sur le sujet "Future of Work"

YouTube

Retrouver l'intégralité de la vidéo :
**Panel Technologie - Future of Work /
Technology Panel - Future of Work**

● PANEL TECHNOLOGIE 3

le METAVERSE, opportunités économiques et cadres réglementaires

Modérateur : Saad RGUIG, Director Of Engineering BCG Digital Ventures

Intervenants : Charles Denis, Partner SiaXperience Sia Partners - Hanane Boujemi, Public Policy, Regulatory Affairs MENAT Meta Ali Bouhouch, Chief Technology Officer, Digital Strategy Executive and Shareholder SZENTIA - Massinissa AIT GHERBI, Partner at Wyplay and Founder of their new Blockchain product Wyplay

Comment se lancer dans le Metaverse pour une entreprise Marocaine ou Africaine. Quels sont les Aspects économiques, opportunités de développement, cadres réglementaires à prendre en considération et quels sont quelques business models liés au Metaverse ?

Avec des experts en technologie et en réglementation de Meta, BCG, SiaPartners, Wyplay et Szentia, nous avons exploré comment le Metaverse façonnera les entreprises dans l'avenir, quels sont les cadres réglementaires existants et à venir et comment les entreprises marocaines et africaines en général peuvent appréhender cette nouvelle ère technologique.

Verbatim 1 : Il faut cocréer les cadres réglementaires entre les entreprises privées et les institutions publiques.
Verbatim 2 : Nous devons rapidement promouvoir la réalité virtuelle et la réalité augmentée dans le domaine du Retail.

Verbatim 3 : Le Metaverse transformera les méthodologies de travail et de collaboration.

Après une excellente introduction par Hanane BOUJEMI (Public Policy, Regulatory Affairs Menat chez META), elle nous a livré une vue d'ensemble des cadres réglementaires et de la manière dont les gouvernements et les institutions publiques abordent le sujet du Metaverse. Elle précise que la régulation vient après la technologie pour éviter de bloquer l'innovation et les usages possibles. Elle présume que le Metaverse est la prochaine évolution / étape de l'Internet : donner une expérience immersive tout en ayant une couche de confiance, sans oublier la sécurité. Elle ajoute qu'il faut comprendre la technologie pour commencer à proposer un business model viable pour les entreprises. La culture de faire est importante pour avancer.

Nous avons ensuite abordé les business model et les facteurs clés de succès du usiness dans le Metaverse et ce, pour le cas d'entreprises marocaines/africaines/multinationales. Massinissa AIT GHERBI (29 brevets dans les nouvelles technologies, Blockchain, etc. Principal Architect chez WYPLAY) a expliqué comment la Blockchain peut être un facteur facilitateur du business dans le Metaverse. Charles DENIS (Managing Partner chez SiaXperience & Metaverse Leader @Sia Partners) a élaboré sur le sujet des transformations des méthodologies de travail et de collaboration grâce au Metaverse et à l'Intelligence Artificielle. Il détaille que le mode collaboratif était très difficile avec le mode actuel traditionnel, qu'il était difficile aussi de mener des ateliers de design thinking, idée, design sessions mais que, grâce à la technologie immersive du Metaverse, c'est réalisable. Le sentiment de la présence de l'équipe est visible avec la réalité augmentée en simulant tout ce qui peut être fait dans un monde réel. Il a présenté deux projets futurs : le développement



d'une peau artificielle pour interagir de façon plus réelle avec les collègues et les participants. Quant au deuxième projet, il s'agit d'avatars augmentés avec l'IA qui peuvent travailler à votre place même pendant votre absence, et être capables de répondre de la même façon, surtout dans des situations où le time zone peut être contraignant sur certaines réunions.

Enfin, Ali BOUHOUCHE (ex-CTO de Sephora et Chief Technology Officer, Digital Strategy Executive and Shareholder at SZENTIA) nous a exposé son use-case du parfum dans le Metaverse et comment les entreprises sont en train de travailler sur des expériences encore plus immersives. Les futures générations ne partiront plus dans les Malls mais vous les trouverez sur le Metaverse. Il faut aller les chercher et les attirer. Et le faire à travers des sensations. Des recherches sont en train d'être menées dans ce domaine. Une histoire inspirante a été racontée.



RECOMMANDATIONS

- Co-crée et co-construire autour de cette nouvelle technologie avec des talent des entreprises privées, des écoles/universités et secteur public
- Travailler sur un cadre réglementaire qui soit adapté aux innovations dans le domaine.
- Analyser la chaine de valeur et les technologies adjacentes pour mieux tirer profit de cette nouvelle ère technologique
- S'appuyer sur les compétences marocaines qui souhaitent contribuer (au Maroc et à l'étranger)



Retrouver l'intégralité de la vidéo :

https://www.youtube.com/watch?v=SgMi_r9BslQ

● PANEL TECHNOLOGIE 4

Cloud Computing tendances technologiques, contraintes et opportunités ?

Modérateur : Amine HARRARI, Managing Director Sia Partners Maroc

Intervenants : Ouassim LAAROUSSI, Directeur Développement Inwi - Salim ELKHOU, Founder & Chairman Onna - Omar LAHBABI, Partner Digital Deloitte

Le monde s'est « Teamifié » ou « Zoomifié » (si vous voulez) ! Vous l'avez compris, ces 2 outils (Zoom ou Teams) sont devenus un élément essentiel de notre quotidien depuis hélas l'arrivée de la Covid-19.

Ces éditeurs auraient été dans l'incapacité d'encaisser l'évolution, sans précédent, d'audience sur leur plateforme sans l'infrastructure flexible fournie par les grands providers du Cloud.

Pourtant, nous n'assistons pas forcément à un engouement des DSI pour le Cloud : il y en a qui disent que le « Cloud n'est que Nuage », d'autres pensent que « le self-service en infrastructure et en application est la règle » et certains sont entre les deux, à chercher le bon cloud pour la bonne utilisation.

M. Ouassim LAAROUSSI, Directeur Développement INWI, a mis en avant la résilience et l'agilité qu'offrent les plateformes Cloud aux entreprises : Le cloud est un atout indéniable qui accompagne la stratégie des entreprises ! Le TCO (Total Cost of Ownership) lors de l'usage du Cloud est amélioré pour les entreprises. Il a un rôle d'accélérateur du Business pour démarrer rapidement, et la scalabilité. Par contre, nous ne sommes pas dans le bon rythme de l'adoption et l'évolution du cloud côté Clients. Un autre élément qui freine l'adoption serait la classification des données, ce qui peut être sorti, ce qui doit rester en interne, voire même les types de plateformes à utiliser. Il recommande aux entreprises de commencer par un use case pour avoir un premier gain côté business. Il faut savoir quelle est la meilleure façon de procéder selon les contraintes et spécificités internes. Il doit y avoir une gouvernance à mettre en place pour y aller sereinement. De son côté, il pense qu'il n'y a aucun frein à sortir la Data de l'entreprise mais il faut préparer le voyage vers le Cloud pour arriver à une architecture cible adaptée au besoin et au tempo de chaque entreprise. Il conclut en disant qu'ils ont les outils nécessaires pour accélérer.

M. Omar LAHBABI, Partner Digital DELOITTE, pour sa part, incite davantage les entreprises à aller vers le Cloud et dépasser les freins hélas souvent avancés au Maroc : souveraineté des Data, perte de contrôle, manque de compétences, etc.

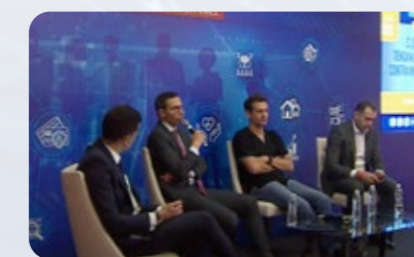
Des freins qui selon M. Lahbabi, appuyé par les autres panélistes, sont surmontables : « nous avons au Maroc les bonnes compétences et de bons retours d'expérience qui sécuriseront les move to cloud des entreprises ». Le Cloud est un vrai enabler et catalyseur qui accélère le Time to Market. Les entreprises qui utilisent le Cloud croissent deux fois plus vite. Il y a une prise de conscience qui a été atténuée suite à un ralentissement Business et un Momentum qui n'est pas installé. Le Cloud n'est pas une finalité en soi. Les success stories sont minimes au Maroc. Cela contraint à changer les méthodes de fonctionnement et apporter des changements organisationnels.

Pourquoi y aller ? Il faut se poser des questions sur l'orientation stratégique de l'entreprise : Est-ce que je suis dans une logique d'expérience clients, de croissance, de réduction de coût ou de



dette technique ? Ça se construit dans le temps, step by step. L'acculturation de l'entreprise est clé, en commençant du haut de la hiérarchie. Avec quelles compétences et operating models ? En conclusion, il pousse les entreprises à ne faut plus hésiter car c'est l'avenir. Le temps de l'action est venu !

Enfin, M. Salim ELKHOU, Fondateur et président de l'entreprise ONNA, a témoigné de sa propre expérience avec le Cloud : Son Entreprise ONNA est une plateforme 100% Cloud, ne pouvait pas « scaler » si le Cloud n'était pas utilisé. Sa plateforme est utilisée par des clients qui sont sur le Cloud et cela facilite les interconnexions. L'évolution est très facile. Intégrer les traitements, l'Analytics et l'IA sont rapides. Le Cloud reste coûteux mais est beaucoup plus intéressant que le « on premise » du point de vue business pour son évolution. Les entreprises doivent intégrer l'IA pour profiter de ses avantages. Pour ce faire, le passage au Cloud est obligatoire. Il témoigne aussi que certaines grandes entreprises multinationales ont procédé au « Move out of Cloud » pour justifier des aspects concurrentiels avec les hyperscalers ou pour des raisons de données très sensibles mais ils se font très vite rattraper par l'erreur commise et reviennent au Cloud. M. Elkhoul déclare que les entreprises doivent intégrer le Cloud dans leur business model, avoir une vision collective et aller de l'avant. En conclusion, notre modérateur, Amine Harrari, a mis en avant que le Cloud est clairement dans l'Air Du Temps et qu'il est temps de relier le Digital à sa moitié qui est le Cloud !



RECOMMANDATIONS

- Acculturer le Top Management pour accélérer le « Move to Cloud »
- Avoir une gouvernance et une stratégie Business claire à décliner, une vision collective pour adopter le Cloud.
 - Classifier les données
- Lancer sans hésitation et essayer de trouver rapidement des cas d'usage du Cloud



Retrouver l'intégralité de la vidéo : Panel Technologie : Cloud Computing, tendances technologiques, contraintes et opportunités ?

● PANEL TECHNOLOGIE 5

Blockchain : opportunités & contraintes

Modérateur : Hassan CHARAF, Vice Président CIDEK

Intervenants : Nour-dine HAJJAMI, Chief Information Officer Bank Al Maghrib - Samir BENNANI, Blockchain Consultant Anne Sophie MEYER, Senior Manager, en charge de l'offre Blockchain BearingPoint

Tous les acteurs du marché financier suivent de près, aujourd'hui, l'évolution de la Blockchain. Cette fièvre émergente et disruptive a réussi à créer un nouveau paradigme financier qui dépasse toutes les attentes et échappe à toute prédiction.

La folie des cours stratosphériques anime la toile ainsi que les plateaux TV, posant la question du pourquoi de ces croissance et décroissance folles.

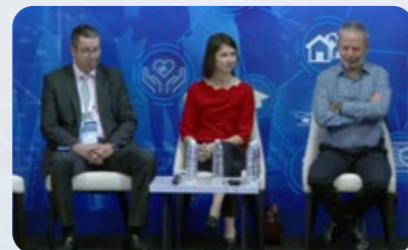
Le nouvel écosystème financier se présente sous le nom de DeFi, acronyme anglais signifiant « Decentralised Finance », et vise tout simplement à proposer un écosystème de services financiers sans intermédiaires ou tiers de confiance. Le marché de l'art a été bouleversé à son tour par la technologie de la Blockchain et les NFTs (non fongible token), ces certificats numériques infalsifiables qui attestent l'authenticité des objets virtuels.

Les intervenants de cette session ont apporté des éclaircissements sur cette nouvelle économie et ces nouveaux business, en clarifiant les tenants et aboutissants, les avantages derrière ces technologies, ainsi que des cas d'usage qui illustrent l'importance et l'apport de la Blockchain. Après une introduction du modérateur Hassan CHARAF qui a rappelé l'émergence de la technologie de la Blockchain dans le marché marocain, il s'est posé un certain nombre de questions sur sa définition, son utilité, ses cas d'usage et comment elle peut perturber nos business modèles.

M. Samir BENNANI, Expert en Blockchain et Cybersécurité a rappelé que la Blockchain n'est pas seulement une technologie mais une philosophie qui est venue répondre à deux problématiques majeures, à savoir l'identité et le transfert de valeur, et qui peut être utilisée dans tous les secteurs d'activité (agriculture, santé, logistique...) et pas uniquement dans le secteur de la finance. En réponse à une question sur la cybersécurité, avec la Blockchain, celle-ci est appelée à changer, à s'adapter. M. Bennani pense que la Blockchain est un tout et n'a pas besoin d'un quelconque ajout. Dans le futur, elle est amenée à devenir transparente en tant que technologie, vu que l'usage prendra le dessus. Il a aussi précisé que la monnaie électronique est interdite au Maroc mais que les Token peuvent être utilisés. Il clôture en incitant le Maroc à profiter de la situation de cette nouvelle technologie pour réduire le gap avec les pays en avance, précisant que c'est une occasion qui ne se répètera que dans 50 ans. Mme Anne Sophie MEYER, Senior Manager chez BEARING POINT, a exposé des cas d'usage de la Blockchain, que ce soit dans le domaine des monnaies digitales ou des NFTs. Par rapport aux monnaies digitales, l'experte a commencé par rappeler que, selon la Banque des Règlements Internationaux, 60% des banques centrales sont en train de réfléchir sur le sujet et 14% sont en phase d'expérimentation (la Chine en tête avec 260 millions d'utilisateurs) et ce, sur deux cas d'usage majeurs à savoir le retail (échange entre individus ou avec des commerces) et le transfert d'argent entre institutions financières. Pour les NFTs, Anne Sophie les a définis comme étant des assets digitaux uniques sur des blockchains publiques auxquels on associe des images, vidéos... et pour lesquels la blockchain assure et garantit l'authenticité. Les NFTs prennent également de la valeur à travers les communautés de stars qui les utilisent et surtout sur le marché émergent des produits de luxe. Pour finir, Mme Mayer constate que les pays sont en pleine exploration et expérimentation pour voir et avoir la valeur forte de la technologie.

Concernant l'expérience de Bank Al Maghrib, M. Nouredine HAJJAMI, Directeur Organisation et Systèmes d'Information, a commencé par rappeler qu'au-delà de l'aspect disruptif de la technologie de la blockchain, BAM a essayé de chercher les opportunités qu'elle offre, les cas d'usage auxquels elle peut répondre, l'existence de ressources humaines nationales qualifiées et bien évidemment les risques y afférent. Parmi les avantages cités : la désintermédiation, l'authentification des objets, la numérisation de la confiance, la création de nouveaux modèles business et organisationnels.

Le premier cas d'usage réalisé par BAM concernait les registres distribués pour la gestion des accréditations que la banque centrale traite avec les centres privés de tri pour des prêts posés pour le compte des banques commerciales. Un exemple à généraliser ! Le deuxième cas d'usage concerne la mise en place d'une plateforme Blockchain nationale sur les systèmes de paiement (RTGS) avec des compétences marocaines. Un projet en cours. En parallèle, la banque mis en place un comité pour un éventuel lancement de monnaie numérique centrale. En clôture, il a appelé à passer d'un écosystème à un écosystème, travailler en communauté, passer de la posture de lire et de dire à une posture d'écrire et de produire. ●



RECOMMANDATIONS

- Pour réussir les projets blockchain, il est primordial de travailler en communauté ;
- Passer le cap de la théorie sur la technologie blockchain vers des projets réels et accepté la possibilité de l'échec ;
- Favoriser les travaux d'expérimentation pour accélérer la généralisation de la technologie blockchain ;
- Profiter de l'opportunité de la blockchain au Maroc pour ne pas être rapidement dépassé comme cela a été le cas avec l'avènement de l'Internet il y a 50 ans.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :

Panel Technologie : Blockchain - opportunités & contraintes



● PANEL TECHNOLOGIE 6

Pilotage économique de la DSI : passer d'un centre de support vers un centre de services créateur de valeur

Modérateur : Karim FAIDI, Directeur Associé MEA Cost House

Intervenants : Narjiss OUEDRHIRI, COO Déléguée Société Générale Maroc - Mohamed HALLOUM Directeur du Pôle SI, Data & Digital Label Vie - Joachim TREYER CEO Valoptia

Dans cette conjoncture tous azimuts, les différents pôles de systèmes d'information ont été dans une véritable bulle de gestion efficace des ressources. Aujourd'hui dans ce contexte de relance où les ressources semblent fragiles, le débat portant sur le pilotage économique des DSI demeure d'actualité au sein des compagnies.

Dans un climat de dépression économique tous azimuts, les DSI doivent avoir la pleine maîtrise des coûts informatiques afin d'assurer la pérennité et la compétitivité de l'entreprise. Et il faut reconnaître que c'est d'ailleurs le premier enjeu stratégique de la majorité des DSI, comme le démontre l'étude menée par PWC en 2019 sur 21 DSI dans des secteurs variés, dont les résultats sont accessibles dans le Livre Blanc « Comment mieux piloter la performance économique de sa DSI ? » : la maîtrise et le pilotage des coûts est le premier objectif stratégique de 71% des DSI interrogées. Au-delà de ce chiffre, dans ce contexte où l'investissement est le fil d'Ariane de toute dynamique de digitalisation et d'innovation réussie, le pilotage économique des systèmes d'information est un levier plus qu'important. C'est ce cadre contextuel qui a été la trame du panel portant sur le pilotage économique de la DSI. Réunissant d'éminents experts, cette table ronde a été la lucarne idéale pour dresser un bilan de la matrice DSI.

Dans son préluce introductif, Joachim TREYER, CEO de VOLUPTIA, a d'entrée mis la lumière sur le poids économique du Digital sur les compagnies. « Dans cette dynamique de digitalisation accélérée, l'IT coûte de plus en plus cher. Aujourd'hui, il faut avoir une transparence sur le coût afin de voir la valeur ajoutée des investissements », explique-t-il.

Abordant la question du fossé qui existe entre le pôle financier et le pôle DSI, il a appelé à une véritable collaboration entre les deux sphères. « Il y a une nécessité à ce que le monde économique et le monde SI se rapprochent pour une communication fluide », préconise-t-il. Le modèle CIGREF 2022 du pilotage économique a été revu en ajoutant 3 sujets majeurs : Le Cloud, la valeur (modèle Agile, mode produit, mode capacitaire) et le pilotage de l'empreinte carbone (Green IT). Il évoque certains nouveaux indicateurs de pilotage pertinents comme la notion de NPS pour un nouveau produit, le taux de transformation du parcours utilisateur, les plages d'ouverture de services, le critère d'accès numérique sur une population qui n'était pas forcément éligible aux produits numériques. Il a sensibilisé sur le fait que l'IT coûte cher car les ressources nécessaires pour mener un projet, un produit pour le métier sont devenues plus onéreuses. Il clôture en incitant à travailler de concert avec tous les acteurs de l'entreprise pour activer les leviers d'optimisation.

Dans le même sens, Mohammed HALLOUM, Directeur du pôle SI au sein du groupe LABEL VIE a fait un plaidoyer pour une synergie entre les acteurs financiers et SI.

« Les DSI se cachent souvent derrière la technicité en se détournant de la réalité économique de l'entreprise. Il faut aujourd'hui avoir un narratif accessible au pôle financier ». « Il faut avoir un langage métier simple pour rapprocher les deux mondes », continue-t-il. L'organisation de la DSI avec la Digital

Factory apporte de la valeur à l'entreprise. Il a souligné qu'il doit y avoir une adaptation de l'organisation qui amène de la stabilité et de la valeur au métier, tout en alertant que, selon les statistiques de certains cabinets de consulting, 85% des transformations digitales échouent. Il termine sur le fait que derrière toute entreprise il y a des actionnaires qui investissent pour avoir un business rentable et que l'organisation doit mettre les moyens nécessaires pour le pérenniser dans le temps. De son côté, Narjiss OUDGHIRI, COO Déléguée SOCIÉTÉ GÉNÉRALE MAROC a quant à elle mis en avant les actions de la banque sur cette question. La vision mise en place se base sur 3 piliers : les assets, le IT Service management et l'IT as a Service. Le Data Driven avec le framework TBM est mis en place pour aller en profondeur dans les analyses des coûts IT.

« Au niveau de SGM, nous avons décidé de repositionner les équipes DSI en tant qu'accélérateurs de la stratégie digitale de la banque "IT as a Value". Et pour mieux gérer les coûts, on a mis en place un tableau de bord d'indicateurs de retour sur investissement, d'indicateurs business, OKR etc... ». L'objectif est la création de la valeur pour le métier et pour la banque. Sur le sujet du modèle opérationnel de la DSI, elle précise qu'ils sont plutôt sur une accélération digitale dans la mesure où ils font face à une nouvelle génération de clients "millennials" très exigeante dans les interactions et les services offerts. Elle finit sur la notion de gestion de l'OPEX. Une analyse a été menée pour bien optimiser les coûts. ●



RECOMMANDATIONS

- Rapprocher le monde DSI et le monde financier
- Mettre en place un mode de gouvernance, une organisation pour accélérer la transformation digitale
- Mettre en place un framework pour piloter et analyser les coûts IT orientés métier
 - Éviter le mimétisme technologique
- Avoir le courage de renoncer à des projets non rentables « Le droit à l'échec »



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://youtu.be/suQRKLCATj0>

● PANEL TECHNOLOGIE 7

L'IA, un levier de compétitivité économique

Modérateur : Fahd MESKI, Directeur Technique Webhelp, VP AUSIM

Intervenants : Amal SERGHOUCHNI, Fondatrice du centre international AI Movement à l'UM6P - Walid DAOU, AI & Data Science Lead OCP - Xavier DE MARCILLAC, Chief Digital Officer Leyton

Dans cette société de data tous azimuts, l'IA se positionne aujourd'hui comme un «must» de compétitivité. Cependant au Maroc ce chantier demeure encore embryonnaire.

Dans une société de plus en plus digitalisée et avec l'émergence d'une panoplie de Data, l'analyse approfondie de celle-ci est un argument de compétitivité pour nos entreprises et nos États.

De plus, face à une clientèle de plus en plus exigeante, l'IA se positionne comme un outil incontournable pour concevoir un parcours client sur mesure. Ainsi, grâce à l'IA, certains corps de métier sont engagés dans une véritable révolution. En effet, constituant l'un des sujets majeurs dans le domaine du Numérique, la question de l'IA a été mise en lumière lors de la 6e édition des Assises de l'AUSIM. Autour d'une table ronde riche en experts, ce sujet a été adressé sans filtre.

Dans son préluce introductif, Amal SERGHOUCHNI, Fondatrice du centre international AI MOVEMENT a tenu à rappeler le retard du Maroc sur cette question. «Aujourd'hui, il faut reconnaître que nous avons quelques retards sur ce sujet-là. Tous les grands pays à ce jour ont fait de l'IA une priorité car ça sera le levier de demain», explique-t-elle. Et d'ajouter : «C'est une lacune qui va nous coûter très cher à l'avenir».

Par ailleurs, elle a tenu à rappeler le rôle sensibilisateur de la fondation dans la promotion de l'IA auprès des entreprises ainsi que dans le domaine de l'information. Elle évoque la vision de la Fondation avec ses 7 piliers, l'inauguration imminente du dôme de l'IA au Technopolis, un Executive Master et même un Executive Master Junior pour sensibiliser les 8-14 ans dans les collèges et lycées. Et pour finir, un laboratoire R&D mis en place avec plusieurs institutions.

De son côté, Walid DAOU, IA Data Science Lead au sein du groupe OCP, a quant à lui mis en évidence les externalités positives de l'IA sur les compagnies. Il a présenté des use cases de certaines entreprises où l'usage de l'IA était stratégique pour la croissance et le métier, avec des algorithmes qui boostent le business. «L'IA est aujourd'hui un véritable levier de compétitivité économique pour les startups. De plus, pour des compagnies comme OCP, elle permet d'optimiser certains processus notamment en termes de coût d'énergies».

Dans le même sens, Xavier DE MARCILLAC, Chief Digital Officer chez LEYTON, a démontré les avantages de l'IA au sein de leurs activités. En cela, il déclare : «on est arrivé



à réduire des traitements de mission qui duraient deux jours à quelques minutes». Un use case, situé au niveau de la prospection, afin de scorer les prospects via de la R&D pour un meilleur ciblage. Le nombre de contrats a augmenté sensiblement mais surtout la productivité et la valeur de chaque dossier, ainsi que l'impact direct sur les bénéficiaires. L'équipe de Data Scientists croît et apporte une vraie contribution de valeur au business. ●



RECOMMANDATIONS

- Mettre en place une stratégie nationale de l'IA
- Augmenter le volume des compétences en IA
- Chercher de la valeur en utilisant de la Data et de l'algorithme



Retrouver l'intégralité de la vidéo :
<https://youtu.be/s1cAA077y94>

● PANEL TECHNOLOGIE 8

Digital achats comme levier de développement

Modérateur : Meriem BENNIS, Fondatrice de l'African Procurement Leaders, Expert digital achats Effiscience Conseil

Intervenants : Amine SERGHOUCHNI, Chef division de Développement Informatique Trésorier du Royaume - Walid DHOUBI Senior Procurement Expert World Bank - Hilar ZNIBER, Digital Factory Lead OCP - Hafid ADERDOUR, Procurement manager Taqa Morocco, Membre fondateur AMCA

Au cours des dernières années, le Maroc a renforcé son système de marchés publics grâce une réforme du cadre légal et réglementaire afin d'assurer l'efficacité et l'efficience des dépenses publiques, renforcer les principes de gouvernance, et créer un environnement propice aux opportunités pour les PME/PMI en l'occurrence nationales dans le processus de passation des marchés publics.

Parmi les réalisations notables, citons le caractère obligatoire de dépôt et retrait des offres par les prestataires, en plus de la soumission des factures de façon électronique. Ainsi, un nouveau « way of working » touchent les acheteurs publics et les soumissionnaires aux marchés publics.

De telles réformes telles que celles entamées par le Maroc sont essentielles à la mise en place d'un système de marchés publics solide catalyseur stratégique de la croissance économique et de l'impact social. Il s'agit également d'étapes essentielles pour garantir la résilience des marchés publics aux menaces mondiales, de la crise de santé publique en cours au conflit en Ukraine, en passant par le changement climatique et l'insécurité alimentaire. Les défis et leçons tirés pendant la pandémie de COVID-19 représentent l'occasion de se pencher sur ce que le Maroc envisage de faire, pour continuer à renforcer le système de passation des marchés publics. Comment le digital peut contribuer à consolider la gestion des achats publics de manière plus efficace, efficiente et durable ?

Comment former les acheteurs publics à ce nouvel esprit de gestion des dépenses publiques insufflé par le nouveau projet décret de passation des marchés publics de cette année ?

Le Maroc se hisse au rang de pionniers dans la région MENA en termes d'implémentation de réformes, de modernisation et de digitalisation de la commande publique.

Depuis le covid, le secteur public représente le premier donneur d'ordre dans le pays, impactant ainsi la vie voire parfois la survie des entreprises marocaines du secteur privé. En 2022, l'Etat a fait un effort supplémentaire en consacrant à la commande publique 245 milliards de dirhams (20 millions de usd), ce qui représente, au titre de l'année 2022, un peu plus de 20% du PIB. Les marchés publics représentent d'ailleurs 80 % du chiffre d'affaires du secteur de l'ingénierie et 70 % du chiffre d'affaires du secteur du bâtiment et des travaux publics. Le Maroc a entamé une réforme de la commande publique plurielle innovante via la TGR sous la tutelle du Ministère de l'Economie et des Finances. Selon M Mohamed El Amine Seghrouchni, Chef de Division Développement des Systèmes d'Information à la TGR, cette réforme est



à la fois juridique, technologique et participative. Elle est inclusive grâce à l'intégration de multiples acteurs tels que les acheteurs des établissements et entreprises publiques, les collectivités locales, la société civile via des fédérations. La digitalisation de la commande publique a commencé en 2007 avec le lancement d'un portail centralisant les marchés publics.

La dynamique de digitalisation de la commande publique est renforcée avec l'entrée en vigueur le 1er novembre 2022 des dispositions relatives à l'obligation de dépôt et de retrait des plis et des offres des concurrents par voie électronique et à la dématérialisation des garanties pécuniaires selon le calendrier suivant de manière progressive à partir de novembre 2022 jusqu'à août 2023 pour l'ensemble des marchés quel que soit leur montant estimé.

Le digital achats comme levier stratégique d'optimisation de la dépense publique et de la croissance économique

De plus, la modernisation de la commande publique est un levier majeur de développement du pays, puisque les investissements au Maroc proviennent majoritairement du secteur public. D'après M Walid Dhoubi, spécialiste principal de la passation des marchés au bureau de la Banque mondiale, 13 mille milliards de dhs de dépenses publiques dans le monde. Les études montrent que 25 % de gaspillage en raison du manque d'efficience de gestion des passations des marchés.

D'après la Banque Mondiale, qui travaille avec 180 pays dans le monde, la digitalisation de la commande publique constitue le meilleur moyen pour optimiser, moderniser la commande publique et la rendre plus agile. La Banque Mondiale travaille depuis plusieurs années avec la TGR, comme pilote de modernisation de la commande publique pour dématérialiser progressivement toute la chaîne de la commande publique selon plusieurs séries d'appui budgétaires dans le cadre du « Digital Economy and Financial inclusion ». D'après les études de la TGR, 200 usd d'économie par appel d'offre fournisseurs sont générés grâce à la digitalisation du processus achats. Cela donne lieu à 17 millions usd d'économie grâce à la digitalisation de la commande publique. Ainsi, le levier d'optimisation de la dépense reste majeur. Les détails de cette transformation digitale de la Commande Publique en termes d'utilisation d'intelligence artificielle

PANEL TECHNOLOGIE 8
 Digital achats comme levier de développement

notamment est décrit dans l'article produit par la TGR sur ce magazine. Selon M Zhiber, en charge de la mise à disposition de solutions digitales innovantes aux différents métiers du groupe OCP, le digital achat permet de réduire les délais de paiement fournisseurs. Au-delà d'une plus grande transparence fournie par la plateforme d'échange exclusive aux fournisseurs, des instruments complémentaires ont été mis en place comme le programme de la Supply Chain finance à travers le reverse factoring à l'OCP. La digital achat permet également le développement de l'écosystème local des fournisseurs. Le fournisseur est accompagné via un canal dédié aux PME locales dans le processus achats puis un accompagnement pour devenir une expansion internationale. Par ailleurs, le digital achats favorise l'achat du digital et la transformation digitale dans les organisations qu'elles soient publiques ou privées.

Le digital achat est un levier de développement social et de création d'emplois.

L'accès aux marchés publics est l'acte de naissance de la croissance des PME. Selon une étude, 2,5% de croissance dès le premier trimestre d'obtention d'un contrat public. 95 % de création d'emplois provient de contrats publics accordés aux PME.

Le digital achat s'inscrit dans la Green Economy donc de Développement Durable

La dématérialisation de la commande publique permet l'épargne de plusieurs centaines de milliers de tonnes d'émission de CO2 et la réduction de consommation de papier et a ainsi un impact positif dans la transition verte. Le 3^e levier et non des moindres apporté par la digitalisation de la commande publique concerne la transparence. La création d'un « Observatoire de la Commande Publique » permet la publication de la data procurement de qualité concernant la commande publique.

Ainsi, le digital achat représente un levier de Sustainable Développement et s'inscrit parfaitement dans les ODD.

L'Humain est le facteur clé de succès pour le développement des achats

La TGR a lancé une étude externe pour professionnaliser l'achat dans le secteur public qui donne lieu aussi à la création d'un statut amélioré de l'acheteur public. L'objectif est de lancer une formation diplômante concernant les acheteurs dans les différentes régions du Royaume.

« Le digital pour le digital ne fonctionne pas. Le digital est utile quand il est au service d'une cause. Le capital humain reste essentiel dans la modernisation de l'achat public. » selon M Seghrouchni, Chef de Division Développement des Systèmes d'Information - Trésorerie Générale du Royaume du Maroc

Les programmes de conduite de changement, campagnes de formation et communications restent des facteurs clés de succès de la digitalisation des achats, selon le représentant de l'OCP. En effet, d'après M Zhiber le digital achat est d'abord une expérience, une amélioration de parcours fournisseurs. C'est à ce titre, qu'un canal dédié aux TPE/ Start Up a été développé par l'OCP en parallèle à la conception du portail fournisseurs. Par

ailleurs, des Learning Management Systems ont été conçus pour accompagner les fournisseurs aux pratiques achats modernes menées par l'OCP.

De même, le représentant de l'AMCA, M Aderdour assure que pour éviter de rater le déploiement de projets de digitalisation achats selon le retour d'expérience des professionnels achats, la préparation en amont reste primordiale. Le digital achats doit rester en faveur des clients / utilisateurs internes des organisations. Ainsi, la préparation de Cahiers de Charges fonctionnels est un outil qui favorise la réussite d'un projet de digital achat. Selon lui, le coût des solutions achats peut être considéré comme un frein. Néanmoins, de nouvelles offres sont disponibles sur le marché permettant une plus grande accessibilité aux solutions achats que ce soit pour les grandes ou petites entreprises.

La digitalisation des achats est un levier majeur d'optimisation, de croissance socio-économique de notre nation et d'adhésion aux Objectifs de Développement Durable. La digitalisation de la commande publique contribue directement au développement du pays, puisque l'investissement public, premier investissement du pays passe par les marchés publics. Le digital achats est ainsi un moteur principal de développement du pays.

Selon M Walid Dhouibi de la Banque Mondiale, utilise un acronyme de Harvard, « le digital achats est un levier de développement d'une Digital Nation, c'est D exposant 4 :

- Digital qui permet la célérité et l'instantanéité
- Data pour favoriser l'accessibilité et la transparence sur la date
- Développement notamment du tissu local
- Durabilité : social, environnement, sociétal ».


RECOMMANDATIONS

- Soutenir en tant qu'acteur privé et public la réforme de digitalisation de la commande publique pour une modernisation de la passation des marchés publics sur un horizon de 2 à 3 ans
- Développer la data procurement via le lancement notamment de l'Observatoire de la Commande Publique.
- Garder l'élan dans la professionnalisation de la fonction achats via le lancement de formations achats spécialisées, pointues et diplômantes
- Continuer d'investir pour accompagner les acteurs achats à mener une digitalisation achat à la fois au service des achats durables
- Le digital achat est un outil capital pour mieux acheter le digital, au service d'une transformation digitale globale et en faveur des utilisateurs et des citoyens marocains

PANEL TECHNOLOGIE 9
Cybersecurity : sommes-nous à l'abri des menaces de plus en plus intelligentes ? Confidential Computing

Modérateur : Taieb DEBBAGH, Senior Advisor ABnaconseils, Expert in Digital Transformation and Cybersecurity
Intervenants : Ali EL AZZOUZI, Founder & CEO DATAPROTECT - Didier Spella, Président MIRAT DI NERIDE

Bien que le Digital soit perçu dans la psyché collective comme un levier de développement socio-économique, ce dernier cependant malgré ses externalités positives fait face à des problématiques sérieuses qui aujourd'hui créent la stupeur au sein de l'écosystème numérique.

La digitalisation des différentes économies expose de plus en plus les États à de nombreuses cyberattaques. Le Maroc n'étant guère à l'abri, plusieurs actes malveillants ont ciblé le patrimoine intellectuel d'entreprises marocaines. Depuis, l'État a durci le ton et s'est muni d'un véritable dispositif pour parer à toute éventuelle menace.

Rappelons que dans un rapport publié fin 2020, Kaspersky, un des leaders mondiaux de la cybersécurité, révélait l'ampleur des menaces informatiques qui ciblent le Maroc. Selon ce dernier, le cas de fraude le plus fréquent (63%) correspond à des tentatives d'accès à des comptes personnels via l'utilisation de logiciels malveillants ou de logiciels de contrôle à distance légitimes. Les cybercriminels peuvent ainsi se faire passer pour un membre de l'équipe d'assistance d'un service bancaire et demander à la victime visée d'installer des applications.

Ils obtiennent ainsi l'accès aux appareils des victimes, ce qui leur permet de révéler le code d'accès de l'utilisateur, le mot de passe, de retirer de l'argent ou même de soumettre des demandes de prêt. Cette menace qui pèse de tout son poids sur les acteurs du Numérique, a été au centre des débats lors de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM. Constitué par des experts de renom, ce panel a été la tribune parfaite pour analyser ce domaine en profondeur et, par ricochet, faire des propositions en matière de sécurité.

M. DEBBAGH a planté le décor avec quelques chiffres qui révèlent l'ampleur du phénomène. Les arnaques sur Internet rapportent 500 milliards \$ par mois alors que le marché de la cybersécurité est de 250 milliards \$ sur une année. 85% des attaques cyber sont de nature humaine. 80% des attaques sont de type phishing. Dans son prélude, Ali EL AZZOUZI, Founder & CEO de DATAPROTECT a mis la lumière sur l'ampleur de cette problématique au sein de la sphère digitale.

« Aujourd'hui nous sommes en face d'une progression spectaculaire des cyber-attaques. Et, en termes de volumétrie d'attaques, on a remarqué durant le Covid un triplement des cyber-attaques », a-t-il déclaré. Il explique qu'en poussant les analyses sur les attaques



effectuées, il remarque que ces attaques ont démarré 6 mois avant qu'elle ne fasse son effet et devienne visible et généralement c'est trop tard. C'est dans ce genre de cas que l'IA, le ML et les algorithmes peuvent être d'une grande utilité.

Dans le même sens, Didier SPELLA, Président de MIRAT DI NERIDE a lui aussi démontré l'impact de cette menace. C'est en cela qu'il déclare : « Si la cybersécurité était un État se serait le 4^e pays en termes de PIB ». Il précise qu'on est aussi face à des attaques de bas niveau en matière d'éthique, les attaques des hôpitaux par exemple. Il martèle que les entreprises ont de plus en plus de difficulté à mettre en place des contrôles.

Par ailleurs, abordant la question des solutions face à ce fléau, le CEO de DATAPROTECT préconise l'utilisation de l'IA pour contrer les cyberattaques. « L'IA peut être utilisée comme une arme pour faire face à cette contrainte ». Il aborde aussi un autre sujet qui est la stratégie de défense qui a beaucoup évolué ces dernières années. Il alerte qu'on part du principe que l'attaque vient de l'extérieur alors que de plus en plus d'attaques viennent de l'intérieur. Il admet aussi qu'un hacker, quand il cible une organisation, il y arrive !

Par contre, on peut lui rendre la tâche extrêmement difficile en jouant sur le facteur temps, par le biais de couches de sécurité qui rallongent le temps des attaques. Il ajoute que parmi les tendances, on est sur "0 Trust" ; par défaut, on ne fait pas confiance. De son côté, Didier Spella appelle à plus de contrôle dans le numérique. « Il faut aujourd'hui implémenter la question du contrôle dans cette dynamique de transformation digitale ». Il continue avec l'exemple de la récente attaque des CHU où la rançon, après négociation, est passé de 8m€ à 1m€. L'État français a refusé de payer. Conséquence, les dossiers médicaux ont été diffusés. Pour refondre les systèmes attaqués, l'estimation était de 7m€. Conclusion, nous sommes face à des organisations cyber criminelles très organisées qui maîtrisent le modèle économique des business qu'ils attaquent et vous obligent quelque part à payer.

M. Spella rappelle les fondamentaux de la sécurité en

PANEL TECHNOLOGIE 9
Cybersecurity : sommes-nous à l'abri des menaces de plus en plus intelligentes ? Confidential Computing

... se posant la question : Qu'est-ce qu'il faut protéger chez moi ? En précisant qu'on ne doit pas tout protéger, ce qui coûterait très cher, et négliger ce qui est vital. Le modérateur ajoute que AIG a une assurance sur les cyberattaques et qu'en cas d'attaque, ils négocient à

votre place. Une assistance pour limiter les dégâts. Il ajoute que parmi les tendances le «Confidential Computing» est à étudier de près pour l'adopter. •



RECOMMANDATIONS

- Changer le paradigme sur la cybersécurité chez les Top Manager et chez les collaborateurs : "Security by design" et "Security by default" Instaurer le "0 Trust" : La notion de 0 confiance doit être intégrée dans les stratégies cyber des entreprises
- Décrire ce qui est vital à protéger dans l'entreprise et implémenter le contrôle dans cette dynamique de transformation digitale
- S'investir davantage dans l'IA pour lutter contre les cyberattaques
- Décomposer les SI, pensez "composant" pour que quand une attaque est faite, le dégât soit limité.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :
[Panel Technologie : Cybersecurity : Sommes-nous à l'Abri des Menaces de plus en plus intelligentes?](#)



PANEL TECHNOLOGIE 10

Quelle(s) organisation(s) mettre en place pour réussir la transformation digitale ?

Modérateur : Amine HARRARI, Managing Director Sia Partners Maroc
Intervenants : Adil OUSTI, Head of Digital Factory OCP - Youssef ZERRARI, Responsable SU Marketing, Stratégie, Qualité et Innovation & CDO Société Générale Maroc - Hicham BADREDDINE, Head of Health Business Unit Sanlam Pan Africa

Depuis ces dernières années (5 ans au Maroc par exemple), nous avons vu naître plusieurs modes d'organisation autour de la transformation digitale : Digital Factory, Data Factory, Innovation Lab, Solution Factory, Analytics Factory, Direction de transformation ou des BU Digitales chez les métiers...

Les maîtres-mots de ces nouvelles organisations sont : Centré-Client, le produit, l'agilité et le sens ! En créant ces organisations, certaines entreprises cherchaient à donner plus de sens au projet de transformation de l'entreprise et d'autres à donner de la fraîcheur à une DSI alourdie avec du Legacy.

Y-a-t-il une organisation meilleure qu'une autre ? Difficile à dire à priori. Même Gartner et Forrester s'opposent sur le sujet : Gartner pousse le principe d'une organisation Bimodale IT (avec 2 modes d'organisation en parallèle :

un mode classique d'optimisation du legacy et un 2ème mode Agile et rapide) alors que Forrester pousse un mode en Full Agile. Ce qui est sûr en revanche, c'est que nos entreprises n'ont plus le choix que de lancer leur transformation digitale au risque de se faire « Disrupter » !

A travers un retour d'expérience puissant de chacun de nos convives, les différentes organisations ont été présentées, avec un accent sur :

- Le sens derrière la transformation digitale

- La transformation digitale et l'innovation.
- Les aspects organisationnels de la transformation digitale : les profils et les organisations types.
- La transformation digitale et le legacy porté par la DSI

M. Adil Ousti commence par décrire l'historique des mots et appellations. Il précise que le monde est passé de silos à des interconnexions dans tous les sens. Pour lui, la transformation digitale est la capacité de l'entreprise à s'adapter avec des cycles d'apprentissage de plus en plus courts. Les entreprises doivent s'adapter selon leur business en s'appuyant sur des modèles et concepts existants. Pour illustrer son expérience : les clients sont les collaborateurs et les fournisseurs, mais l'organisation est très centrée sur la transformation interne. La naissance de la digital factory avec un programme où les métiers sont omniprésents dans l'organisation et le delivery. L'objectif est aussi d'acquiescer la capacité de rendre agile le Legacy à travers une plateforme Data Integration. Il estime qu'on est au début de la transformation et ce qui compte au final, c'est comment elle va s'adapter, et à quelle vitesse ?

M. Youssef ZERRARI a mis l'accent sur le mot Transformation avant de parler du Digital vu qu'il y a plusieurs enjeux : culture, people, métiers, réglementaires et business qui se transforme. Il préfère plutôt parler de Technologie que de Digital. La technologie dans la création de valeur ! Comment créer de la valeur pour l'organisation et comment créer de la valeur pour les clients. En retour sur expérience, il y a eu la création de la Digital Factory avec un nouveau modèle opérationnel et des équipes métier, ainsi que de nouveaux métiers qui intègrent la nouvelle organisation. Le passage du mode Projet au mode Produit a été plutôt réussi. L'idée est d'instaurer un modèle organisationnel pérenne pour créer de la valeur, la mesurer et l'apprécier. Pour finir, il précise que le client a besoin d'une expérience unifiée, d'une technologie de plus en plus mature, avec un mindset d'agilité.

Pour M. Hicham BADREDDINE, la finalité de la transformation digitale est d'abord pour le business. Elle va venir impacter des process et tout un modèle d'organisation. Il fait la différence entre Innovation et Transformation Digitale. Cette dernière est d'abord incrémentale alors que l'innovation est une rupture et a besoin de temps pour s'intégrer dans le fonctionnement de l'entreprise. Il a donné deux exemples sur le "Churn" et le "lead Generation" dans le secteur de l'assurance. M. Badreddine fait le parallèle entre une guerre et une transformation digitale : "Quand on commence une guerre, on envoie d'abord des commandos (unités d'élite) ensuite les troupes avec l'artillerie lourde".

Il a ensuite illustré son expérience sur le marché de l'assurance automobile. Le projet a été porté par la Direction Générale et des décisions ont été prises, notamment la création de la Digital Factory, pour mener un changement, une rupture sur la chaîne de valeur de l'entreprise. Pour clôturer, il précise qu'il faut faire attention à ceux qui viennent en dehors du métier et proposent des modèles en rupture qui imposent une accélération plus importante qu'avant.

M. Harrari, à travers une citation de Michel Serres (philosophe et académicien français) a clôturé la session. Ce dernier disait, au sujet du Développement du Digital, que « Un nouvel humain est né : Tout est à réinventer et le pessimisme ne sert à rien ! ». Ainsi, quelle que soit l'organisation du Digital dans l'entreprise, tant qu'il y a le mot « Digital » dans la tête des décideurs, on sera bon pour réussir notre transformation ! •



RECOMMANDATIONS

- Lancer une transformation digitale à travers une organisation hybride qui permettra de continuer le fonctionnement du Business "as usual" et lancer une transformation voire une rupture pour accélérer la création de la valeur.
- Les changements organisationnels doivent être accompagnés par un changement de Mindset (centré sur l'expérience client) et du développement du capital humain
- Mettre en place une expérience client unifiée et adapter la gouvernance et la technologie et les métiers pour y arriver.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :
[Panel Technologie : Quelle\(s\) organisation\(s\) à élaborer pour réussir la transformation digitale?](#)

● PANEL SECTORIEL 1

Le Digital face au défi de l'inclusion financière

Modérateur : Lhoussaine DRISSI KAMILI, Vice Président, Secrétaire Général AUSIM

Intervenants : Hakima EL ALAMI, Systèmes et moyens de paiement Bank AL-Maghrib - Mustapha BENABBOU, Directeur Domaine Banque Digitale & Stratégie Respire Crédit Agricole du Maroc - Mehdi GHISSASSI, Associé Consulting Deloitte - Andréa BISES Directeur partenariats Hsabat-e

Le panel sectoriel bancaire «Le Digital face au défi de l'inclusion financière» a apporté un éclairage sur l'impact de la digitalisation sur l'inclusion financière au Maroc.

En effet, même si le secteur bancaire est fortement digitalisé, son défi majeur aujourd'hui est la faible inclusion financière qui touche 50% de la population au Maroc.

Pour M. GHISSASSI, l'inclusion financière est liée à l'usage et la « Digital Adoption ». Malgré les efforts réalisés, les banques, les opérateurs télécoms et les fintechs doivent innover et réaliser des plateformes de type «One Stop Shop» qui répondent aux besoins des clients. A l'exemple de la Startup nigériane RIBY qui a intégré 4 millions de clients via des services de microfinance communautaires, et de la startup Sud-Africaine JUMO qui a impacté le marché des commerçants après avoir lancé le financement des véhicules Uber grâce à un scoring adapté.

Selon Mme EL ALAMI, malgré les améliorations constatées au Maroc, des disparités persistent entre le rural et l'urbain, les femmes et les hommes, les jeunes et les adultes. La finalité de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF) est de réaliser une croissance inclusive. Portée par un écosystème large, la SNIF a poussé au développement de modèles alternatifs, tels que le paiement mobile, les établissements de paiement, l'assurance inclusive et la microfinance. Par ailleurs, le régulateur a veillé à

lever les freins réglementaires, à encourager l'éducation financière et digitale et à faciliter le dialogue et l'échange avec les fintechs. M. BENABBOU a partagé la conviction du Crédit Agricole du Maroc affirmant que la digitalisation est un atout pour réussir l'inclusion financière dans le monde rural. Ainsi, IMTIAZAT-E est une plateforme bancaire intégrée avec l'écosystème agricole pour offrir une expérience agriculteur aboutie, intégrant la gestion des crédits, des paiements et des recommandations agricoles. En plus d'une offre digitale riche (mobile paiement, ouverture de comptes à distance, etc.), la banque œuvre pour l'inclusion financière via une proximité sur les zones reculées grâce aux agences mobiles.

Représentant la Startup HSABATI, M. BISES a présenté ses différents services aux PME, comprenant des services riches (facturation, finances, gestion de stocks...) et innovantes (plateforme de Trade entre clients). Cette plateforme de finance embarquée peut également aider à l'accès au financement via un outil de scoring sur mesure, pouvant être partagé avec les banques. •

RECOMMANDATIONS

- Prioriser la connaissance des besoins réels de la population cible de l'inclusion financière.
- Privilégier une inclusion financière qui donne envie.
- Dynamiser l'écosystème des fintechs en particulier en facilitant le funding.
- Former, valoriser et garder les talents digitaux.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :
Panel Sectoriel : bancaire – Le digital face au défi de l'inclusion financière



● PANEL SECTORIEL 2

Le Digital, pour une souveraineté énergétique du Royaume ?

Modérateur : Amine HARRARI, Managing Director Sia Partners Maroc

Intervenants : Frédéric REBELEO, Power System & Digital Energy VP Schneider Electric zone Afrique Francophone et îles - Abdelajouad BENHADDOU, Ex-Président AUSIM, Chargé de mission auprès du DG Lydec - Alexis MALCHAIR, Directeur, IOT sales EMEA

La flambée des prix de l'énergie est une préoccupation quotidienne des Marocains et elle va, hélas, se pérenniser avec le conflit entre l'Ukraine et la Russie.

Ces bouleversements géopolitiques, ajoutés aux enjeux écologiques, forcent les entreprises du secteur de l'énergie à chercher des solutions pour optimiser leur participation dans la chaîne de valeur de l'énergie : de l'exploitation à la commercialisation. La réponse à cette problématique est l'excellence opérationnelle. Et le Digital offre, dans ce domaine, des opportunités d'optimisation importantes.

En plus de l'optimisation de l'utilisation de l'énergie, la question de la souveraineté est aussi d'actualité partout dans le monde, et au Maroc également (qui s'est fixé un objectif de porter la contribution des énergies renouvelables au mix énergétique à 52% d'ici 2030 par exemple). Là encore, le Digital est cité comme un accélérateur pour cette transition : IoT, Intelligence Artificielle, Blockchain ou Smart Grids sont autant d'innovations numériques qui sont plébiscitées pour accompagner les solutions proposées. A travers un panorama du secteur présenté par M. Abdelajouad BENHADDOU, celui-ci a mis en avant des cas d'utilisation réels du Digital dans toute la chaîne de valeur de l'électricité par exemple, de la production à la commercialisation. En 2019, l'énergie consommée provient du pétrole à 58%, le charbon à 29%, le gaz à 4% et 9% en énergie renouvelable. Depuis 2010, on commence à parler des organes qui captent des données sur le réseau électrique et cela change tous les processus préétablis vu qu'on est en contact avec l'extérieur ; et cela change aussi l'organisation de l'entreprise au niveau de la gestion au quotidien. Les capteurs donnent des éléments précis de la fuite, la perte, le dommage au tronçon près, au mètre près. En réponse à la maturité digitale du Maroc en matière d'énergie, il estime qu'on est entre 1,5 et 3 selon le niveau de maturité qu'il a décrit. La souveraineté énergétique vient avec l'acculturation et la sensibilisation des consommateurs : acheter des machines de classe A, A++ etc., consommer pendant les tranches qui coûtent le moins cher, mettre en place des outils et solutions logiciels pour optimiser la consommation électrique chez les industriels. Pour conclure, il précise la particularité du Maroc où les énergéticiens sont multiservices : Electricité, Eau, Assainissement voire même Eclairage Public. Il appelle les producteurs de solutions digitales à proposer des plateformes multiservices pour pouvoir continuer à investir et les rentabiliser. M. Frédéric REBELEO et M. Alexis MALCHAIR sont revenus quant à eux sur les avantages que les entreprises du secteur peuvent tirer du Digital : l'optimisation de la production de l'énergie et sa consommation ont été les principaux drivers. Grâce au Digital, on maîtrise mieux ces processus et on limite les pertes dans le réseau (le point faible majeur de cette chaîne de valeur). M. Frédéric Rebeleo est revenu sur l'histoire de la révolution de l'énergie et notamment l'électricité pour arriver à connecter les hommes voire connecter des machines entre elles (IOT). Il donne l'exemple de la mesure de la température des câbles

qui par le passé était un vrai problème. Il ajoute l'arrivée des capteurs et la protection des équipements pour rendre un réseau électrique plus efficace grâce au Digital, avec des modèles basés sur de l'IA. Il estime qu'une coupure électrique peut coûter de l'ordre de 150 KDhs de l'heure dans une cimenterie, jusqu'à 1 MDhs pour une mine, ou jusqu'à la perte de vies lorsqu'on n'alimente pas un hôpital. Pour finir, il demande à accélérer l'investissement pour améliorer la situation actuelle et rattraper le retard au niveau du secteur avec l'apport du Digital comme catalyseur. M. Alexis MALCHAIR précise que le Digital est un moyen qui vient répondre efficacement au besoin du secteur. Sa vision est de mettre en place des plateformes mutualisées pour interconnecter et échanger avec tous les écosystèmes et les infrastructures existantes. Pour lui, le réseau du futur serait un réseau décentralisé. Il préconise de consommer pleinement l'énergie produite voir même produire de l'hydrogène. Le réseau du futur passera des grandes centrales électriques à un réseau décentralisé et éclaté. Il propose de s'appuyer sur des plateformes multidirectionnelles pour allier investissement et ROI (Retour sur Investissement) et pérenniser les réseaux dans le temps. Il conclut par le fait que la souveraineté énergétique ne peut se faire sans l'intégration du Digital. Et ajoute, "il ne peut pas y avoir de souveraineté électrique ni digitale sans la cybersécurité". Enfin, les panélistes se sont essayés à la question de la souveraineté énergétique : tous s'accordent que le Digital peut être un réel atout, encore faut-il qu'il soit intégré bien en amont des stratégies énergétiques des pays. M. Amine HARRARI a clôturé cette session avec une citation de Thomas Edison qui disait que « La valeur d'une idée dépend de son utilisation » ; il a invité donc nos décideurs de faire bon usage de l'idée du Digital pour l'énergie car si la souveraineté énergétique a un coût, celle-ci n'a pas de prix ! •



RECOMMANDATIONS

- Sensibiliser les citoyens pour réduire et mieux consommer l'énergie
- Outiller les énergéticiens et les industriels des solutions digitales
- Avoir un opérateur IOT pour le secteur de l'énergie
- Accélérer la production de l'énergie sur le territoire marocain pour une souveraineté énergétique

● PANEL SECTORIEL 3

Digital Journey in Tourism

Modérateur : Wissal EL GHARBAOUI, Secrétaire Générale Confédération Nationale du Tourisme

Intervenants : Yasmina BELAHSEN, Experte en Digital CEO MAYADIGITAL - Maxime DEVOLDERE, CEO Guestologist Taoufik ABOUDIA, CEO Emerging Business Factory

Le tourisme digital, où le voyage change de visage ! Comme la plupart des secteurs de nos jours, l'industrie du tourisme effectue un grand virage vers le Numérique, et ce panel est d'une priorité absolue au niveau de la 6^e édition des Assises 2022.

Wissal GHARBAOUI, modératrice de ce panel, Secrétaire Générale de la CNT et Directrice Générale du groupe Planeta Maroc, prend donc la parole et rappelle que le tourisme est une industrie à part entière, pesant 7% du PIB et donnant de l'emploi à environ 1.2 millions de marocains.

C'est un véritable écosystème, composé, entre autres, de 15.000 entreprises connues de nos jours. La transformation digitale demeure un sujet important pour le domaine touristique, tous volets compris. Cependant, cette transformation digitale a commencé très tard, impactée en plus par le cauchemar du Covid. Néanmoins, grâce à la pandémie, cette montée digitale s'est vue accélérée en un temps record.

Ce panel a accueilli des experts, qui ont partagé leurs expertises, leurs visions des choses, et leurs remarques et recommandations pour ce secteur. Taoufik ABOUDIA est le CEO de Emerging Business Factory, mais aussi créateur d'une société d'offshore dédiée aux médias en ligne à l'international, contributeur au secteur du tourisme.

La discussion commence avec son intervention, durant laquelle il rappelle que la ville ocre du Royaume bat toujours son plein. Il ajoute aussi : "On était déjà pas mal en 2019, par rapport au digital, il y avait une grande majorité des acteurs de tourisme qui étaient inscrits au moins dans cette première partie, "celle de l'inspiration" (...). Par contre, il s'est produit quelque chose d'exceptionnel pendant le Covid, le Maroc a lancé des campagnes ingénieuses de digitalisation avec du storytelling." En plus de cela, la région de Marrakech-Safi a gagné le titre de campagne la plus créative, grâce à l'impact du Digital dans sa forme simplifiée : la vidéo. N'oublions pas de rappeler que la Marrakech dispose de plusieurs patrimoines historiques, qui ont été un peu à la traîne ces derniers temps, mais ont connu une remontée sensationnelle grâce au Digital.

Cette riche discussion se tourne ensuite vers Yasmina BELAHSEN, Entrepreneure, Fondatrice de l'agence Maya Digital, Experte en Stratégie et Marketing Digital, mais aussi créatrice de "Tech for Good". Elle nous dresse donc le parcours, les prérequis, outils et compétences nécessaires pour chaque opérateur pour briller dans le domaine digital, et précisément autour du Digital. "Ce qui est intéressant, c'est que nous sommes dans un cercle vertueux : C'est l'une des industries (nous parlons du

tourisme) qui se prête à l'utilisation du Digital, et qui est devenue aujourd'hui un atout incontournable". En effet, nous pouvons remarquer que plusieurs réseaux sociaux de nos jours se prêtent totalement à l'industrie du tourisme (Pinterest, Instagram...). Jadis, les voyages dépendaient du bouche à oreille, alors que maintenant, ce sont les réseaux sociaux, moteurs de recherche et comparateurs qui consolident un voyage.

C'est donc cette force des réseaux sociaux qui font du Digital un acteur majeur pour le domaine touristique. Outre les stories et les réels partagés par les acteurs du tourisme, nous retrouvons aussi les tags et commentaires de touristes, qui impactent fortement.

Vient ensuite le tour de Maxime DEVOLDERE, CEO de Guestologist, qui nous parle de l'expérience client, et va répondre précisément à cette question : Est-ce que tout est d'ordre digital dans l'industrie du tourisme ? Historiquement, il y a 15 ans, l'expérience digitale qu'offrait l'hôtel, était le "wifi", ce qui était déjà un luxe. Ensuite, les QR code sont apparus, qui, pour rappel, permettent d'accéder à des informations, menus et détails sur l'objet en question, uniquement en scannant avec son smartphone. Par la suite, l'accélération fut marquée par la pandémie du Covid-19, qui a été un catalyseur sur des points plus précis, dans l'optique de répondre aux demandes des touristes

Maxime nous cite comme exemple la création de plateformes dans le but de récupérer les avoirs après l'annulation des billets d'avion par les compagnies, suite à la pandémie. Il a aussi cité le phénomène de la micro-personnalisation à travers les réseaux sociaux pour que les offres se rapprochent le plus du besoin du touriste.

L'utilisation du smartphone est un atout majeur dans le tourisme digital. Grâce à cet outil, une personne peut visiter le monde sans bouger de sa place avec, comme double bénéfice, d'être eco-friendly, en baissant son empreinte carbone.

Néanmoins, intervient Yasmina, à force de se digitaliser, on a tendance à oublier l'aspect humain, et la personne peut, à force de "surfer" sur les réseaux sociaux, perdre la valeur authentique de ce qu'elle recherche à travers ses voyages. Taoufik prend la parole et rappelle que pour parvenir à un aspect d'authenticité avec les réseaux sociaux, l'algorithme de Tiktok fut créé. Des remerciements et éloges ont été adressés à l'ONMT



pour avoir lancé le projet "Data Tourisme", la première plateforme de data qui dispose d'un fichier composé d'un bon nombre d'entités touristiques. Un mini-débat

s'est tenu par la suite pour savoir s'il y a un intérêt pour les opérateurs de créer une plateforme semblable à celle de Booking.



RECOMMANDATIONS

- Intégrer le Digital pour simplifier l'exploitation (plateformes de gestion intégrée, solutions digitales in-hotel : clé de chambre sur smartphone, gestion de la climatisation, fluidifier le check-in/check-out...).
- Intégrer le Digital pour améliorer l'expérience client.
- Mettre en place une "Data-driven strategy" : Collecter et exploiter la Data pour mieux personnaliser les expériences.
- Utiliser le Digital pour réduire l'empreinte carbone.
- Promouvoir l'interopérabilité et l'open data pour pouvoir aller en profondeur dans la personnalisation de l'expérience touristique.
- Réfléchir à une plateforme nationale type "Booking" pour les touristes locaux à minima, avec des moyens de paiement.
- Signer une convention entre le CNT et l'AUSIM pour activer et rapprocher les deux mondes, Digital et Tourisme.

Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=qUMw-u2kgf0>

● PANEL SECTORIEL 4

Le secteur de l'assurance face aux défis d'aujourd'hui ?

Modérateur : Rachid BAARBI, DSI Assurances Lyazidi, VP AUSIM

Intervenants : Abdelhakim HAMANE, Directeur Associé BCG - Mohamed EL MOKHTAR LOUTFI, Secrétaire Général de la Caisse Marocaine des Retraites (CMR) - Sami METHWALI, Head of product & Solutions Director Berexia

L'assurance est un secteur en profonde mutation. Nouveaux risques, nouveaux acteurs, nouveaux usages... L'industrie doit s'adapter car nous ne sommes généralement exposés à la prudence que lorsque les choses se compliquent. Cependant, le secteur de l'assurance est très vaste et les compétences sont variées.

Mr Rachid BAARBI, vice-président de l'AUSIM, débute ce panel par une présentation du secteur de l'Assurance, et présente par la suite les invités d'honneur, pour un débat de haute importance, et qui sont : Mohamed El Mokhtar LOUTFI, secrétaire général de la Caisse Marocaine des Retraites (CMR) et Sami METHWALI, Head of Product & Solutions à Berexia, société accompagnant les utilisateurs en transformation digitale. M. Methwali : Avant de commencer par citer les enjeux de

la technologie digitale et la présentation des données dans le domaine de l'assurance, il faut contextualiser le sujet : "Actuellement, comme vous savez, il y a un problème dans l'inflation, le changement dans les taux d'intérêt, l'augmentation des risques, qu'ils soient liés à la pandémie, aux catastrophes naturelles, ou encore celles liées aux cyberattaques. Tous ces éléments-là sont des facteurs qui vont pousser les assureurs et réassureurs à réinventer leurs business model." Il a été



PANEL SECTORIEL 4
Le secteur de l'assurance face aux défis d'aujourd'hui ?

remarqué que des changements ont été opérés au niveau des assurances, et qui sont partagés en 3 types. Le premier est l'assurance embarquée, le deuxième est en rapport avec l'offre commerciale, où nous parlons de l'assurance à l'usage, et le troisième c'est la partie responsabilité de l'assureur, qui joue un rôle institutionnel et préventif dans l'optique de détecter les signes et les catastrophes dans un but de prévention.

M. Loutfi donne son avis, en citant que : "La transformation digitale doit être alignée sur la stratégie et servir, un petit peu, les objectifs stratégiques dans notre cas...". En effet, la vision stratégique de la CMR pour les prochaines années est l'excellence opérationnelle et, dans ce cadre-là, plusieurs projets ont été choisis pour atteindre ces objectifs, autrement dit, l'automatisation avancée en interne ou en externe. Un deuxième objectif est l'amélioration de l'expérience client et un troisième concerne la veille stratégique et technologique permettant de dresser une vigilance par rapport à l'évolution des technologies. Un open lab a été créé dans ce sens. M. Loutfi affirme que le capital humain est indispensable pour toute avancée, et notamment dans la stratégie de la transformation digitale, car ce capital humain permet un appui sur des ambassadeurs, qui à leur tour vont porter, expliquer et recruter des collaborateurs qui vont pouvoir travailler et développer les nouvelles compétences. Dans le but d'encourager cette intelligence collective, il faut mettre en place un moyen pour encourager les gens à travailler sur des sujets, dans une optique d'expérimentation, mais sans forcément un résultat réussi.

Quant à M. Methwali, il cite quelques exemples d'assurance à l'usage, telle l'assurance automobile qui peut être souscrite uniquement pendant les week-end ou les vacances. Un autre

exemple, en Allemagne, où une assurance trace ses assurés sur leur façon de conduire, via un téléphone portable, en appliquant un système de bonus/malus. Ou encore une assurance voyage souscrite uniquement pendant les voyages, trackant l'état de santé pour adapter le paiement en fonction des éléments reçus. Existente également, des t-shirts connectés qui mesurent le rythme cardiaque pour bonuser selon l'effort effectué. Des expériences sont en cours sur la manière de réduire la sinistralité à travers le suivi de la frustration chez les assurés. En gros, des cas d'usage pour réduire la sinistralité en s'appuyant sur des actions préventives.

M. Loutfi rappelle l'un des objectifs de la CMR, qui est de mieux connaître leurs clients, de capter des données et des informations pertinentes pour mieux les servir. Des actions sont menées pour cibler les actions et satisfaire les clients. Des idées sont en cours pour capter des données afin d'éviter de demander aux clients de les redonner à chaque fois, voire de les partager avec des tiers de confiance. D'autres sujets, tels que développer des services à valeur ajoutée aux clients, sont en cours.

M. Methwali rappelle que 80% de la data au monde a été générée pendant les 2 dernières années. Il précise que la qualité de la donnée est plus importante que la data science mise en place derrière. Le coût de l'acquisition de la donnée a baissé sensiblement ce qui permet de traiter de la data en volume.



RECOMMANDATIONS

- Utiliser les technologies pour proposer des services et produits d'assurances disruptifs.
 - Investir sur la collecte, le traitement et la qualité de la data.
- Partager la data par le biais de tiers de confiance en vue d'interconnecter les plateformes entre elles et d'éviter ainsi aux clients de redonner leurs informations en redondance.
- Créer des alliances avec des startups pour accélérer la transformation du business.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :

Panel Sectoriel : Le secteur de l'assurance face aux défis d'aujourd'hui ?

PANEL SECTORIEL 5

L'e-Santé n'est pas à l'abri de la transformation numérique

Modérateur : Mohamed Amin LEMFADLI, Fondateur de TRUST AND SECURITY CONSULTING

Intervenants : Professeure Amal BOURQUIA, Spécialiste de la néphrologie, Professeure d'Université - Adeel BENYOUSSEF, Chief Technology Officer inHovate Solutions - Docteur Hafida ADLOUNE, Médecin spécialiste en santé publique, Cheffe de service de suivi et d'évaluation à la Direction des Hôpitaux et des Soins Ambulatoires

Si le déploiement des infrastructures et la formation du personnel de santé figurent parmi les priorités au Maroc, la révolution digitale offre de nouvelles perspectives.

Au-delà des ONG et des startups, les Etats ont aussi conscience de l'utilité des nouvelles technologies dans le secteur de la Santé. L'informatisation, enjeu fondamental pour la mise en place de la stratégie sanitaire, est aujourd'hui une priorité de gouvernance. Durant la crise du Covid, plusieurs innovations dans le domaine de la santé - notamment les applications d'alerte Covid, les drones de sensibilisation sanitaires - ont aidé les pouvoirs publics dans leur mission.

Et dans ce contexte de relance post-crise, le Numérique est un enjeu de performance dans ce Maroc où le social demeure au cœur des arcanes de décision gouvernementale. Considérant son effet levier dans le domaine de la Santé, la e-Santé devait être abordée lors de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM. Dans un panel réunissant des experts de la question, le sujet de la e-Santé a été abordé sans aucun filtre.

Ouvrant le débat, Amal BOURQUIA, Professeur et Spécialiste en Néphrologie, a mis en évidence dans son propos les enjeux de l'IA dans le domaine sanitaire. "L'utilisation de la donnée va révolutionner le domaine de la Santé. Elle va permettre de prédire des diagnostics, de prédire des épidémies, notamment dans la radiologie". Elle précise que le Digital aidera à combler le manque de spécialistes de la santé dans le monde.

Elle insiste sur l'intérêt de l'IA, notamment dans le domaine des médicaments pour pouvoir créer de nouveaux médicaments dans un cycle plus court, et même choisir un échantillon des patients pour aller plus vite dans la mise à disposition au public. Adeel BENYOUSSEF, Chief Technology Officer chez InHovate Solutions, a quant à lui tiré la sonnette d'alarme sur les effets néfastes des plateformes sanitaires. Pour ce dernier, on a aujourd'hui une population qui est de plus en plus connectée et qui se donne le droit de donner des avis dans le domaine de la santé. Il alerte : «Ce qui s'apparente à des déviances graves qu'il faut dénoncer». Il s'appuie sur le fait que la e-Santé doit poser ses plateformes sur deux principes : "Security by default" et "Privacy by design", et procéder à l'interopérabilité des plateformes.

Par ailleurs, au niveau du secteur de la santé publique, Dr. Hafida ADLOUNE, Spécialiste en Santé Publique, a démontré à quel point le Numérique est au cœur de leur stratégie. «La digitalisation des prestations au sein du secteur de la santé publique est l'un de nos grands chantiers», explique-t-elle. Et d'ajouter qu'un chantier d'un SI intégré est en cours de mise en place pour mieux gouverner le système de santé au Maroc. Elle attire l'attention que 60% des marocains sont analphabètes et le consentement doit être traité en prenant en considération cette réalité. Elle reste optimiste sur les chantiers stratégiques lancés avec le leadership de SM le Roi Mohammed VI.



RECOMMANDATIONS

- Évaluer et mesurer l'état des lieux de la e-Santé au Maroc.
- Digitaliser le parcours du patient et lui simplifier la vie sur les aspects administratifs et la disponibilité de ses données, et rester focus sur la finalité : "soigner".
- Créer un écosystème de plateformes publiques et privées pour assurer une accélération digitale saine et résiliente.
- Instaurer deux principes fondamentaux dans les plateformes de e-Santé : "Security by default", "Privacy by design"
- Améliorer les lois : renforcer le dispositif réglementaire sur le traitement des patients, la gestion des données personnelles de santé, la gestion automatisée des prises en charge et des remboursements, etc ; ...
- Acculturer les utilisateurs aux plateformes de la e-Santé pour faire la différence entre les avis d'experts / spécialistes et les avis d'autres utilisateurs.
- Acculturer les professionnels de la Santé sur le chantier et les notions de la e-Santé et ce que cela implique.
- Urger la priorisation de la e-Santé au Maroc.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :

Panel Sectoriel : L'e-Santé n'est pas à l'abri de la transformation numérique



● PANEL SECTORIEL 6

Digital Journey in retail

Modérateur : Karima Belahcene, DSI Richbond, VP AUSIM

Intervenants : Louis Naugès, Fondateur et Directeur Général DHASEL Innovation, Co-fondateur et Chief Strategy Officer Ayoub Harij, Fondateur SLE3TI - Stéphane Ollier, Directeur Solutions EMEA Threekit

Les gens trouvent souvent de nouvelles raisons d'utiliser un produit chaque jour. Les détaillants en magasin peuvent-ils encore vendre leurs produits de manière rentable alors que les tendances changent si rapidement ?

Ces changements au niveau des consommateurs entraînent souvent un besoin d'adaptation rapide, d'où la création du Retail. En effet, celui-ci est un terme anglais qui désigne toutes les activités du Commerce de détail. Un tour d'horizon s'impose au niveau de ce secteur d'activité.

"Dans un monde "postpandémie", où la dépendance à l'utilisation des outils digitaux est vitale, quel est l'impact du Digital sur le secteur du Retail, en ligne ou dans le magasin ?

Karima BELAHCEN, modératrice, Vice-Président AUSIM et DSI du groupe Richbond, interpelle ses invités.

M. Stéphane OLLIER, Directeur Solutions EMEA - Threekit. Selon lui, les trois dernières années ont été un vrai chamboulement dans la vie de tous les jours, en raison du Covid. En effet, il précise que grâce au Covid, une accélération fut prononcée pour plusieurs tendances, atteignant un point d'honneur sans précédent, en donnant comme illustration le chiffre d'affaires de vente en ligne qui a explosé en plein Covid (2020). Il ajoute aussi que d'autres axes ont été développés, suivant cette transformation digitale dans le secteur du retail, comme le "click and collect" ou "le drive". Il a aussi déclaré que, en conséquence de ce changement, des magasins ont dû être réaménagés pour optimiser un plus grand espace de préparation de commandes. Bien que l'ère du Covid soit plus au moins révolue, une bonne partie des personnes ont gardé leurs habitudes de commandes en ligne. La réalité augmentée dans le cas de l'ameublement est très intéressante, qui permet de le placer chez soi et ainsi prendre la décision d'achat.

L'intervention qui suit est celle de Louis NAUGÈS, Chief Strategy Officer à WIZY.IO, qui s'intéresse aux attentes des personnes qui travaillent sur le terrain. Des solutions opérationnelles sont mises en œuvre dans une optique d'aide et d'entraide. Il met en avant un diagnostic qu'il a fait : dans le monde, il y a 20% de personnes dans les bureaux et 80% sur le terrain. Pour les budgets informatiques c'est 80/20 dans l'autre sens. Il propose, entre autres, d'oublier tous les outils bureautiques pour les personnes sur le terrain, citant et confirmant que, dans tous les pays, Maroc y compris, toute personne sait comment utiliser et manier un smartphone d'où l'intérêt d'utiliser des outils mobiles. Ce qui est important, c'est de masquer la complexité pour les utilisateurs. Ecouter les clients et les collaborateurs est important pour répondre favorablement à leurs besoins.

Une expérience marocaine d'une startup, celle d'Ayoub HARIJ, Fondateur de SLE3TI : "Au Maroc, comme vous le savez(..), c'est plus de 80% du volume des FMCG (Fast Moving Consumer Goods) qui passent à travers la petite épicerie contrairement à ce qui se passe ailleurs, c'est donc la colonne vertébrale, et pour donner un chiffre, c'est plus de 14 milliards de dollars annuels". Si avec un secteur aussi critique pour l'emploi et

sur le volet social, on ne trouve pas une solution qui améliore le quotidien de ces gens, c'est qu'on passe à côté de quelque chose d'important pour le pays.

SLE3TI est une plateforme e-Commerce donnant une facilité sans précédent pour les détaillants et confirmant son importance dans un milieu assez vaste. Elle propose entre autres des ateliers à des épiciers illettrés, dans l'optique de favoriser l'e-Commerce et dans le but que ces derniers utilisent les réseaux sociaux pour promouvoir leurs produits, tels que des stories BtoB. Un recensement a été fait au niveau des épiciers et le résultat est que plus de 76% de la population-cible utilise un smartphone. Pour lui, le rôle du Digital est de créer de la valeur et de nouvelles rentrées d'argent. Il y a un grand marché mais très fragmenté, d'où le rôle crucial du Digital pour agréger cette "communauté". L'objectif est de devenir un fournisseur de services au consommateur, c'est son rôle classique et social. Il explique qu'à travers sa startup, les marques FMCG ont découvert qu'il y a un autre comportement et un besoin différent de leur compréhension.

Une partie des épiciers est illettrée. Ils ont créé des stories, une voix et des vidéos pour interagir avec eux. L'adoption des stories BtoB a été fulgurante vu qu'elle répond à un besoin réel de ce marché. Un échange de questions/réponses a suivi ce débat, durant lequel des interrogations ont été notamment émises quant aux moyens de paiement qui seront donc digitalisés, à savoir si les paiements en ligne et les virements bancaires seront possibles dans ce cas de figure, ou encore si des plateformes, comme citées plus haut, ont pu déjà être adoptées par une grande majorité des épiciers. •



RECOMMANDATIONS

- Utiliser des solutions mobiles adaptées aux besoins des collaborateurs sur le terrain pour gagner en efficacité.
- Offrir de nouveaux services digitaux pour servir les clients en prenant en considération leur appétence quant au canal qu'ils souhaitent.
- Adapter les espaces physiques selon le ratio des ventes physiques/en ligne.
- Utiliser la Data pour repenser autrement ce secteur fragmenté. Penser communauté pour proposer des solutions à grande valeur ajoutée



● PANEL SECTORIEL 7

Digital Journey in automotive, entre moteur de performance et crainte ?

Modérateur : Zouhair LKHDISSI, Tech Entrepreneur CEO, Dial Technologies

Intervenants : Mohamed BACHIRI, Directeur Renault Group Maroc & Coordinateur du Pôle Industriel Maroc - Mehdi KETTANI Chief Executive Officer DXC Morocco CDG Joint-Venture, Président MNC Meriem ALLOUCH, Senior Director EMEA Controller at TESLA

Véhicule connecté, moteur électrique, point de vente avec option 3D... le monde de l'automobile fait sa mue numérique. Et face aux défis de la mobilité autant sur le plan économique qu'écologique, le digital se positionne comme un virage incontournable.

L'évolution de la technologie dans son ensemble a changé le visage de bon nombre de secteurs. Vu comme un agrégateur de croissance, les investissements massifs dans la R&D afin de développer de nouvelles technologies a été le cheval de bataille de plusieurs constructeurs automobiles.

L'émergence des voitures connectées, fruit de cette révolution technologique, bouleverse aujourd'hui le monde de l'automobile. Entre perspective d'évolution et changement radical de l'industrie, c'est toute la chaîne de valeur automobile qui demeure aujourd'hui dans un véritable virage. Etant l'un des secteurs boost de l'économie marocaine, cette nouvelle édition des Assises de l'AUSIM ne pouvait occulter le débat de cette transition technologique qui secoue le monde de l'automobile.

Zouhair LAKHDISSI, Tech Entrepreneur et CEO de Dial Technology modère ce Panel. Et avant de donner la parole à ses invités, il commence par annoncer une étude mondiale sur les natures des exportations : le Maroc est le seul pays en Afrique qui exporte autre chose que des ressources naturelles (en faisant référence aux voitures fabriquées et exportées).

Réunissant d'éminents panélistes, ce débat a été la lucarne parfaite pour faire le point sur les défis de ce secteur de grand acabit économique. Dans son introduction, Mehdi KETTANI, Chief Executive Officer de DXC Morocco CDG, a fait le rappel du leadership marocain dans ce secteur. «Aujourd'hui ce qu'on exporte, notamment les véhicules automobiles, c'est le savoir-faire des marocains, et on peut dire avec fierté que notre économie ne repose pas simplement sur nos ressources», précise-t-il.

Et de poursuivre : «Le Maroc peut être fier de ce savoir-faire dans ce métier mondial». Concernant la question du Digital dans le secteur, Mehdi Kettani a exprimé le fait que le Numérique se retrouve à tous les niveaux de la chaîne de valeur au sein de cette industrie. Les services de mobilité sont de plus en plus importants à l'échelle mondiale. Le Maroc aujourd'hui est capable de fournir des services à très forte valeur et est aux avant-postes. Première fierté, le Maroc exporte son travail et est une plateforme régionale très forte dans



ce point de vue. Deuxième fierté, il y a des dizaines de milliers d'emplois qui ne font qu'exporter du service digital au standard mondial. Il confirme qu'on a changé de paradigme et que celui-ci renouève complètement la façon de produire. Par conséquent, il demande de former des talents en volume pour avoir suffisamment de compétences locales.

De son côté, Rachid BAOMAR, DSI de AutoHall, à quant à lui mis en évidence la transformation du véhicule en lui-même dans cette transition. « Dans le secteur automobile, vous avez le produit qui chaque jour se transforme : Une première tendance est de construire des véhicules connectés, une seconde tendance démontre l'aspect autonomie et une troisième tendance illustre les enjeux de changement du business model en termes de ventes directes», explique-t-il. Et d'ajouter : «il y a également une autre tendance, en l'occurrence l'aspect juridique notamment la responsabilité des voitures autonomes en cas d'accident».

Abondant dans le même sens, Meriem ALLOUCHI, Senior Director EMEA Controller chez Tesla, affirme qu'historiquement le secteur automobile s'est installé pour des raisons de coût en "destination low cost". Actuellement, la tendance est d'aller sur des technologies de rupture dans les véhicules. Il y a de plus en plus d'objets connectés pour collecter, analyser et suivre le mode de fonctionnement. Elle a fait une petite nuance au sujet des problématiques de système lié au véhicule connecté.

« Aujourd'hui nous avons des services qui sont là pour prévenir les problèmes de système », a-t-elle rassuré. "Au sein de Tesla, la question de la maintenance est au cœur de notre vision". Encore une fois, la tendance est d'avoir un système intégré en embarquant de l'Intelligence Artificielle "IA" et du "Predictive Analysis". Concernant le niveau du digital dans une Tesla, Meriem précise qu'ils sont les seuls à mettre en pratique le "over the air" qui est un système opérationnel "comparable à un smartphone" qui agit sur le véhicule afin de le mettre à jour, régler les problèmes, ajouter des options et des services, etc. sans intervention humaine, sans avoir à amener le véhicule dans un atelier ou chez un concessionnaire. On part plutôt sur des souscriptions,

PANEL SECTORIEL 7
Digital Journey in automotive

... des services et des abonnements vu que la génération des "Millennials" n'est pas intéressée par des achats de véhicules individuels.

Elle rebondit sur le sujet des compétences et talents en rappelant qu'au début de l'histoire du secteur automobile

au Maroc, les managers étaient essentiellement des expatriés. Aujourd'hui, avec la maturité et l'accélération de cette industrie, les compétences sont locales et les managers aussi. Ils ont prouvé au Monde qu'ils ont pu atteindre une expertise pointue dans un domaine très technique. •



RECOMMANDATIONS

- Faire évoluer le secteur en produisant des voitures électriques ou à hydrogène pour éviter le déclin et perdre des parts de marché.
- Les acteurs du Digital doivent innover et proposer des services à forte valeur autour de la mobilité.
- Embarquer d'autres acteurs de l'écosystème tels que les assureurs pour accompagner les tendances en services, produits et réglementation.
- L'Etat doit lancer des incitations pour basculer vers les voitures électriques.
- Définir une réglementation juridique au sujet des véhicules autonomes.



Retrouver l'intégralité de la vidéo : <https://youtu.be/Jd0hv2uEFfg>

PANEL SECTORIEL 8

E-gov, vers quelle transformation digitale ?



Modérateur : Mohammed ESSAIDI, Chef de Pôle SI & TD CMR VP AUSIM

Intervenants : Aziz SAOULI, Chef Département Coordination Des Infrastructures ADD
Mahir NAYFEH, Partner Mckinsey Experience UAE - Erika PIIRMETS, Digital Transformation Adviser Experience Estonie
Yacine SEKKAT, Directeur Associé Mckinsey Experience Egypte

La transformation digitale du secteur public n'est plus un luxe, ni une preuve d'excellence, mais une nécessité dans un monde où les états se font une concurrence impitoyable pour attirer innovation, technologie, investissements et talents, clés de la nouvelle révolution industrielle.

En plus des obligations régaliennes où les cadres réglementaire, économique, éducatif et industriel sont nécessaires à l'éclosion d'un écosystème digital performant, le secteur public doit désormais donner l'exemple en digitalisant ses services, en améliorant en continu le parcours utilisateur des citoyens, des entreprises et des investisseurs.

réussies en termes de transformation digitale (Estonie, Egypte, Emirats Arabes Unis).

Dans son introduction, le modérateur Mohammed ESSAIDI a rappelé le contexte Digital actuel du Maroc, notamment les différentes stratégies digitales durant les dix dernières années, les grandes réalisations, ainsi que quelques difficultés rencontrées dans le secteur actuellement.

Le panel a été l'occasion pour mettre la lumière sur l'état actuel du Digital au Maroc et de découvrir les challenges et les facteurs clés de réussite des expériences internationales

Les défis qui ont drivé la transformation digitale :

M. Yassine SEKKAT, Partner McKinsey Maroc qui a illustré l'expérience égyptienne en la qualifiant d'« explosive » dans le sens positif du terme affirme que c'est un modèle duquel on peut beaucoup s'inspirer. La problématique majeure qui a drivé la transformation du secteur public en Egypte est que l'Etat perdait beaucoup d'argent entre sa capacité à collecter ses ressources financières et sa capacité à les distribuer à ses fournisseurs, à ses employés et aux programmes d'aide, de subvention et de protection sociale. L'Egypte a eu le courage de sous-traiter au privé. Les entreprises ont rendu service au service public et sont devenues rentables. Le Maroc doit s'inspirer de cette expérience pour avoir un mix intéressant et accélérer le chantier de la digitalisation e-Gov. Il réitère qu'il faut faire confiance au secteur privé. En conclusion, il propose de prioriser les transformations de parcours qui comptent pour le citoyen et l'entreprise (10 parcours pour commencer), de clarifier qui fait quoi et trancher à haut niveau, et de faire confiance au secteur privé.

quotidien. Maher finit avec le fait que la transformation est plus compliquée à digitaliser. Même si c'est un gouvernement, il ne faut pas hésiter à disrupter, penser à un voyage vers cette transformation, et être patient pour y arriver !

Concernant l'expérience de l'Estonie, Mme Erika PIIRMETS, Digital Transformation Advisor, a insisté sur le rôle que le Digital a joué après l'indépendance de l'Estonie en 1991 pour accélérer la fourniture des services aux citoyens en s'appuyant sur l'émergence d'Internet et des solutions digitales. Le grand défi était de mettre le citoyen au centre de cette transformation au moindre coût possible "Citizen Centric". La particularité estonienne est de commencer par designer une architecture orientée citoyen. L'objectif est de construire un réseau de service public au service du citoyen. Au cœur du Design, l'idée est de se focaliser sur l'expérience utilisateur "User Experience". Avec cette façon de faire, l'Estonie a pu se hisser au premier rang au niveau de la création de startups par capita et au niveau du Tax Index. Mme Piirmets précise qu'il faut continuer à faire évoluer l'écosystème digital au fur et à mesure que les besoins évoluent. Digital Identity, Data Management, Interopérabilité, réseau de services digitaux, sécurité IT et cyber. Ce sont tous des composants qui continuent d'évoluer dans le temps. L'IA s'intègre dans les systèmes pour faciliter les interactions. Et cela tourne autour du "Citizen Centric". Elle confirme que le modèle estonien se base sur un partenariat PPP-Partenariat Public-Privé. Erika clôture avec 3 mots : Leadership, Partenariat Public-Privé et focus sur la valeur.

M. Maher NAYFEH, Partner McKinsey Dubaï, a confirmé que les Emirats ont investi énormément d'argent dans les infrastructures IT et les Télécoms sans pour autant améliorer la satisfaction des citoyens. Ainsi, selon M. Nayfeh, deux challenges majeurs ont accéléré la transformation digitale à Dubaï, à savoir l'amélioration de l'expérience digitale du citoyen et également des investisseurs. Le défi des Emirats et du Moyen-Orient est comment faire plus et aller au-delà de ce qui a été fait. Seulement 20% des services sont réellement intéressants pour les citoyens. Au quotidien, le service le plus important et le plus utilisé par les citoyens est le paiement des amendes, le paiement des parkings, etc. C'est là où le design doit être revu selon les vrais besoins des citoyens. L'autre expérience est de digitaliser tous les services liés à la location d'un appartement ou d'un bureau (eau, électricité, contrat, signature électronique, etc.) et cela commence à marquer la vie des citoyens. Il recommande de ne pas perdre du temps et d'argent à construire de grosses infrastructures mais plutôt de se concentrer sur des quickwins et des services qui seront les plus utilisés avec le plus grand impact aux citoyens au

Pour l'expérience marocaine, M. Aziz SAOULI, Chef du Département Coordination des Infrastructures à l'ADD, a mis l'accent sur les trois piliers identifiés par l'Agence pour le développement et la promotion du Digital au Maroc, à savoir l'écosystème du Digital et de l'Innovation, l'inclusion numérique, le développement du capital humain et le smart gouvernement dont le produit phare mis en place récemment est la plateforme d'interopérabilité intergouvernementale qui permettra des échanges en temps réel entre producteurs et consommateurs de données. Pour finir, il conclut avec "thing big, start small et thing fast". •



RECOMMANDATIONS

- Avoir un leadership clair et bien défini avec une clarification des rôles et responsabilités des parties prenantes en charge du Digital au Maroc ;
 - Mettre en place une stratégie claire avec des KPIs quantitatifs et qualitatifs ;
 - Mettre le citoyen au centre des préoccupations de cette stratégie "Citizen Centric" ;
- Avoir le courage de digitaliser les parcours les plus importants pour les citoyens et les entreprises ;
 - Avoir le courage de disrupter et de changer notre manière de travailler ;
 - Faire confiance au secteur privé et favoriser le PPP
 - Avoir la patience pour mener à bien la transformation.



Retrouver l'intégralité de la vidéo : [Panel Sectoriel : E-gov - vers quelle transformation digitale?](#)

● PANEL SECTORIEL 9

L'Agriculture augmentée pour garantir notre survie



Modérateur : Lhoussaine DRISSI KAMILI, Vice Président Secrétaire Général AUSIM

Intervenants : Majid LAHLOU, Directeur des Systèmes d'Information, Ministère de l'Agriculture de la Pêche Maritime du Développement Rural et des Eaux et Forêts - Abdelali HAMMADI, Directeur de la transformation digitale des Domaines Agricoles - Hamza Rkha, Co-founder SOWIT - Mohamed Ayman SALAMAT, Application EAI/ESB Consultant Teal

Le panel «L'Agriculture augmentée pour garantir notre survie» a été l'occasion d'apporter un éclairage sur le niveau de maturité digitale de ce secteur et sur les enjeux majeurs de cette transformation digitale.

La digitalisation de l'agriculture est un sujet dont les enjeux sont critiques à plusieurs titres : alimentation, santé, écologie... Ainsi, en 2050, 10 milliards de personnes devront être alimentés par une agriculture écologique et durable, qui produit une alimentation plus saine et plus qualitative sous une pression de plus en plus forte des perturbations climatiques.

Le secteur agricole, qui, selon M. LAHLOU, est en retard en matière de digitalisation par rapport aux autres secteurs (finances, média, télécoms...), connaît un intérêt grandissant des acteurs technologiques majeurs et des startups. Au Maroc, le Ministère de l'Agriculture coordonne les chantiers de digitalisation portés par les organes gouvernementaux concernés et met en place des partenariats avec les acteurs majeurs du secteur, à l'exemple du Crédit Agricole du Maroc, l'OCP et l'INRA. Ainsi, plusieurs solutions facilitant la vie des agriculteurs sont déjà opérationnelles : SABA (système de gestion des demandes de subvention), FERTIMAP (pour une utilisation raisonnée des intrants), le système d'avertissement à l'irrigation, etc. Par ailleurs, le Digital est un axe majeur de la stratégie "Génération Green", qui garde l'humain au centre de ses initiatives.

M. HAMMADI a présenté la stratégie de modernisation déployée par les Domaines Agricoles via 4 orientations : la rentabilité, une agriculture durable (produire plus avec moins), la pérennité du savoir des agriculteurs et la réactivité (prise en charge rapide des maladies par exemple). Ces initiatives sont concrétisées par 5 axes : ERP de gestion de l'activité agricole, mobilité pour capter l'information au moment où elle est traitée, automatisation,

l'IoT et les objets connectés, et l'analyse des données avec des modèles prédictifs.

Une rupture technologique a été présentée : l'imagerie satellite est riche en informations agricoles. Elle permet d'obtenir le contenu des cultures en eau, azote et biomasse par exemple. Pour M. RKHA, SOWIT a construit ses outils d'aide à la décision sur cette mine d'information et apporte ainsi des recommandations spécifiques à chaque parcelle. En plus des besoins directs des agriculteurs, ces données sont utilisées pour le calcul du scoring du risque crédit agricole ou l'estimation de la production agricole. L'adoption, enjeu de la digitalisation, peut être facilitée par un coût de service adapté et un service spécifique à chaque client.

Sur le volet durabilité, M. SALAMAT a partagé l'expérience de l'utilisation des technologies pour réduire l'émission de gaz à effet de serre pour l'élevage des vaches laitières. En effet, avec la future mise en place de la réglementation « Product Carbon Footprint » en Europe, la mesure de l'empreinte carbone des produits sera nécessaire pour y maintenir l'export, et une plateforme nationale dédiée est préconisée. Pour finir, les panélistes ont rappelé les potentialités du Maroc en termes de compétences et expertises tant dans le secteur de l'agriculture que dans les technologies digitales.

RECOMMANDATIONS

- Les pouvoirs publics sont invités à encourager l'usage et la consommation du digital ;
 - Le Digital doit devenir une compétence académique ;
- La transformation digitale agricole est un partenariat experts agricoles / experts digitaux : une formation AGRO-TIC peut être créatrice de valeur ;
- Y croire : Former et faire vivre l'expérience du digital aux agriculteurs facilitera l'adoption



Retrouver l'intégralité de la vidéo :
**Panel Sectoriel : L'Agriculture
augmentée pour garantir notre survie**

● PANEL SECTORIEL 10

EdTech : le nouveau visage de l'apprentissage



Modérateur : Salah BAINA, HomoDigitalis, Catalyseur de Transformation

Intervenants : Cyril CUENOT, Head of HR & Transformation Sia Partners - Benoit AUBERT, Directeur des Affaires Académiques Africa Business School - Nicolas SADIRAC, Co-fondateur 01Talent international

Sur le chemin menant à la personnalisation de l'apprentissage, la technologie autonomise les apprenants en leur permettant de s'impliquer. Elle offre de formation adaptée à leur vie numérique et prépare leur avenir.

La pandémie de Covid-19 a marqué l'avènement d'une ère nouvelle pour l'apprentissage. En effet, le recours aux technologies éducatives a permis d'assurer la continuité des programmes de formation à tous les niveaux, ce qui a entraîné l'expansion du marché de l'EdTech dans le monde entier.

Afin d'accompagner une transition numérique qui embarque tous les secteurs économiques mais aussi le fonctionnement des sociétés contemporaines, les activités d'apprentissage (préscolaire, scolaire, universitaire, mais également au-delà) sont soumises à une vraie remise en question pour permettre une transition réussie. La formation tout au long de la vie est devenue un domaine technologique par excellence.

Cette mutation n'est pas exclusive au domaine de l'apprentissage, la transformation digitale des organisations induit de nombreux changements (par exemple dans la relation client, dans l'organisation interne, dans les processus), ce qui peut être perçu par les équipes autant comme des opportunités que comme des menaces. Dans ce contexte, insuffler une dynamique d'apprentissage tout au long de la vie et aider chacun à appréhender la complexité s'avèrent nécessaires. Les leaders ont pour mission de donner la vision holistique de la transformation digitale et travailleront avec les managers de proximité à une appropriation du changement par tous.

De plus, cette révolution pose un autre problème, celui des compétences. Aujourd'hui il manque 4 à 5 millions de développeurs dans le monde, et au rythme où vont, nous passerons à un manque de 25 millions de développeurs d'ici 2030 !

Savoir attirer les talents n'est pas la seule question, il faut choisir un autre chemin qui consiste à "produire" de plus en plus de talents. La ressource existe et les talents ne demandent qu'à être révélés, surtout parmi les jeunes au Maroc et généralement en Afrique où un peu moins de la moitié de la population a moins de 25 ans. La véritable révolution passera par une révolution des modes de formation. A l'image de la Corée du Sud qui a réussi ce challenge en moins d'une quinzaine d'années, d'autres pays l'ont fait. Si nous ne réglons pas le problème de formation/recrutement de développeurs IT, nous allons au-devant de sérieux problèmes d'innovation

et de croissance.

Au-delà de la détection et du sourcing, il s'agit aussi d'avoir une stabilité des talents. Pour pouvoir garantir la stabilité des projets de transformation, qui durent en général de plusieurs mois à plusieurs années, il faut avoir les gens capables de s'adapter à ce nouveau monde dans la durée.

Pour autant, nous ne croyons pas à une accumulation de connaissances tout au long de la vie. Au contraire, il vaut mieux former des personnes indépendamment du «stockage» de la connaissance - la machine avec l'Intelligence Artificielle le fait beaucoup mieux et plus vite - c'est-à-dire des gens qui ont de l'intelligence collective dans tous les métiers et bien sûr dans le Digital.

Nos éminents panelistes ainsi que le brillant modérateur Salah BAINA, HomoDigitalis et Catalyseur de la Transformation, ont traité le sujet sur plusieurs facettes : Nicolas SADIRAC, co-fondateur de 01Talent International, a abordé l'expérience de la classe inversée en développant la plateforme logicielle. Le résultat est exceptionnel y compris au niveau du bien-être des étudiants mais aussi du corps professoral.

La question qui se pose est : Pourquoi elle n'est pas généralisée ? Le constat est que nous ne sommes pas connectés à la réalité actuelle et au besoin futur de l'apprentissage.

Cyril CUENOT, Head on HR & Transformation chez Sia Partners, remet en cause le fonctionnement des académies de formation dans les entreprises vu le changement des besoins et des moyens. L'upskilling et le reskilling doivent aider l'entreprise à croître, à évoluer, à être pérenne. La gestion des compétences et des talents devient une priorité ! Il précise que le changement de paradigme doit ajouter à la capacité d'apprendre (qui sera faite par des robots, des automates...) notre capacité à être créatif et notre capacité à être empathique. Les entreprises veulent que les managers soient aussi des coaches avec des programmes spécifiques dans ce sens.

Benoit AUBERT, Directeur des Affaires Académiques de l'Africa Business School, réagit sur son expérience où un mix entre apprentissage classique et mise en application permet d'approfondir l'ancrage des connaissances : Créer

PANEL SECTORIEL 10
EdTech : le nouveau visage de l'apprentissage

... des espaces qui permettent la continuité du learning tout au long de la vie. Il précise qu'il faut déstructurer et restructurer l'apprentissage et aller vers des approches

nouvelles, avec un risque sur le retour sur investissement de l'entreprise. •

RECOMMANDATIONS

- Il est important de considérer l'hybridation de l'apprentissage pour tous les niveaux afin de préparer les apprenants à de nouvelles compétences.
- Adapter les rythmes et modes d'apprentissage dans les cycles principaux du système éducatif pour accompagner la mutation de nos sociétés.
- Mettre à niveau les parcours de formation pour accompagner la révolution numérique des organisations.
 - Remettre en question les approches de management pour pouvoir s'adapter à des modes de travail complètement nouveaux : télétravail et hybridation du travail.



Retrouver l'intégralité de la vidéo :
Panel Sectoriel : <https://youtu.be/kQS7vQxP70Y>



Les Assises
de l'AUSIM
2022



Les 30 recommandations de la 6^e édition des Assises de l'AUSIM

- 1. Leadership** : Avoir du courage pour changer les organisations, accélérer la transformation digitale, accompagner le changement de mindset et le développement du capital humain. Acculturer le Top Management pour accélérer le "Move to Cloud".
- 2. Digital Nation** : Accélérer le programme e-Gov pour accélérer la dynamique au niveau national avec un partenariat public/privé. Améliorer la couverture numérique à travers une feuille de route d'infrastructure. Diminuer le coût de la connexion Internet.
- 3. Transformation Sectorielle** : Mettre en place des guidelines d'une stratégie digitale adaptée pour une transformation sectorielle réussie.
- 4. Startup Nation** : Mettre à disposition les moyens de financement pour développer de bonnes startups. Attirer des investissements internationaux. Lever les contraintes réglementaires, fiscales et les lourdeurs administratives. Donner l'accès aux marchés Publics aux startups.
- 5. Talents** : Atteindre minimum 50.000 diplômés en formation technologique annuellement en 2025 (en incrémental de 10.000 chaque année jusqu'à 2030) en développant une offre agile pour former les compétences. Investir sur les compétences du futur en adéquation avec les nouveaux modes de travail.
- 6. Régionalisation** : Décentraliser les investissements et les actions faites par les acteurs publics et privées, les associations. Créer la dynamique de régionalisation. Proposer des incitations pour la décentralisation. Accompagner la décentralisation par des infrastructures hôtelières, ferroviaires, routières, aéroportuaires, etc.
- 7. Partenariat à l'international** : Intégrer le partenariat entre le Maroc et d'autres pays pour créer des synergies et accélérer le développement national et le rayonnement du Maroc à l'international.
- 8. Data** : Mettre la data au centre de la réflexion et la partager.
- 9. Fiscalité** : Innover sur l'aspect fiscal pour aider les startups et les PME à se digitaliser.
- 10. Loi et réglementation** : Impliquer systématiquement la société civile dans le développement et la production des lois et réglementations pratiques et applicables.
- 11. Privacy & Cybersecurity** : changer le paradigme "Security and Privacy by Design" et "Zero trust". Investir dans l'IA pour contrer les cyberattaques. Décomposer les SI pour limiter les dégâts. Former les juristes aux risques technologiques. Se conformer aux standards. Se faire accompagner par des experts.
- 12. IA** : Mettre en place une stratégie nationale de l'Intelligence Artificielle. Augmenter les compétences. Chercher de la valeur en utilisant de la Data et de l'algorithme.
- 13. Metaverse** : Co-crée et co-construire autour de cette nouvelle technologie avec des talents, des entreprises privées, des écoles/universités et le secteur public. Travailler sur un cadre réglementaire qui soit adapté aux innovations dans le domaine.
- 14. Work from Anywhere** : Il faut un cadre du travail en adéquation avec les réalités technologiques et les besoins humains. Remettre en question les approches managériales pour pouvoir s'adapter à des modes de travail complètement nouveaux : télétravail et hybridation du travail. Sortir un livre blanc sur le sujet "Future of Work".
- 15. Impliquer les DRH** dans le chantier de transformation digitale le plus tôt possible.
- 16. Blockchain** : Profiter de l'opportunité de la Blockchain au Maroc et créer une communauté dans ce sens.
- 17. Finance IT** : Mettre en place un framework pour piloter, mesurer et analyser les coûts IT orientés métier. Avoir le courage de renoncer à des projets non rentables "droit à l'échec".
- 18. Commande publique** : Soutenir la réforme de digitalisation de la commande publique via le développement de la data procurement de manière à faire aboutir la modernisation de la fonction

achats dans les 2 à 3 ans à venir via notamment le lancement de l'observatoire de la commande publique.

19. Achat Durable : Accompagner les acteurs des achats à renforcer les achats durables notamment via les achats digitalisés.

20. Énergie : Doter le Maroc d'un opérateur IOT. Accélérer la production de l'énergie sur le territoire marocain pour une souveraineté énergétique.

21. e-Gov : Mettre en place une stratégie claire avec des KPIs quantitatifs et qualitatifs. Mettre le citoyen au centre des préoccupations de cette stratégie "Citizen Centric". Avoir le courage de disrupter et de changer notre manière de travailler. Faire confiance au secteur privé et favoriser le PPP.

22. Retail : Utiliser des solutions mobiles adaptées aux besoins des collaborateurs sur le terrain pour gagner en efficacité. Utiliser la Data pour repenser autrement ce secteur fragmenté. Penser communauté pour proposer des solutions à grande valeur ajoutée. Offrir de nouveaux services digitaux pour servir les clients en prenant en considération leur appétence quant au canal qu'ils souhaitent.

23. Banque : Proposer un modèle bancaire moins cher et rapide en investissant dans le socle technologique. Prioriser la connaissance des besoins réels de la population cible de l'inclusion financière qui donne envie. Dynamiser l'écosystème des fintechs en particulier en facilitant le funding.

24. Agriculture : Mettre en place un parcours de formation AGRO-TIC pour accélérer la création de valeur. Former et faire vivre l'expérience du Digital aux agriculteurs pour faciliter l'adoption.

25. Assurance : Utiliser les technologies pour proposer des services et produits d'assurances disruptifs. Partager la data par le biais de tiers de confiance. Créer des alliances avec des startups pour accélérer la transformation du business.

26. Éducation : Considérer l'hybridation de l'apprentissage pour tous les niveaux afin de préparer les apprenants à de nouvelles compétences. Adapter les rythmes et modes d'apprentissage pour accompagner la mutation de nos sociétés.

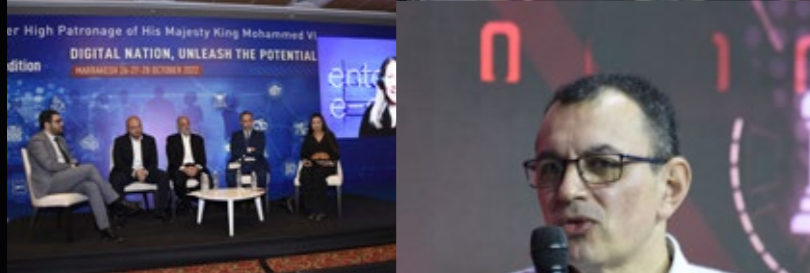
27. Créer une culture des sciences, du Digital et de l'entrepreneuriat dès le jeune âge. Acculturer la génération naissante à travers des ateliers pratiques. Promouvoir le concept dans toutes les structures d'enseignement.

28. Tourisme : Intégrer le Digital pour simplifier l'exploitation et améliorer l'expérience client. Mettre en place une "Data-driven strategy". Utiliser le Digital pour réduire l'empreinte carbone. Promouvoir l'interopérabilité et l'open data pour pouvoir aller en profondeur dans la personnalisation de l'expérience touristique. Réfléchir à une plateforme nationale type "Booking" pour les touristes locaux à minima. Signer une convention entre le CNT et l'AUSIM pour activer et rapprocher les deux mondes, Digital et Tourisme.

29. Santé : Évaluer et mesurer l'état des lieux de la e-Santé au Maroc. Digitaliser le parcours du patient et lui simplifier la vie. Créer un écosystème de plateformes publiques et privées. Améliorer les lois : renforcer le dispositif réglementaire sur le traitement des patients, la gestion des données personnelles de santé, la gestion automatisée des prises en charge et des remboursements. Urger la priorisation de la e-Santé au Maroc.

30. Automobile : Faire évoluer le secteur en produisant des voitures électriques et hydrogène pour éviter le déclin et de perdre des parts de marché. Les acteurs du digital doivent innover et proposer des services à forte valeur autour de la mobilité. Embarquer d'autres acteurs de l'écosystème tels que les assureurs pour accompagner les tendances en services, produits et réglementation. Définir une réglementation juridique au sujet des véhicules autonomes.





Under High Patronage of His Majesty King Mohammed VI



BILAN DES ASSISES DE L'AUSIM 2022

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI

DIGITAL NATION UNLEASH THE POTENTIAL

MARRAKECH 26-27-28 OCTOBRE 2022



27, boulevard l'Isère Résidence Luxoria, 2^e étage, Casablanca 20 100
Téléphone 05 20 51 00 76 contact@ausimaroc.com
www.ausim.ma