

EMERGING  
BUSINESS  
Factory

10-12  
Avril

# Heal The Economy

## Hackathon

Let's work all together  
to recover the economy  
and build a new world

For all of us!

### Partenaires officiels



ROYAUME DU MAROC  
MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR  
WILAYA DE LA RÉGION MARRAKECH-SAFI  
PREFECTURE DE MARRAKECH



جهة مراكش أسفي  
Wilaya de Marrakech-Safi  
Région Marrakech Safi

### Partenaires



الإتحاد العام لقاعات المغرب  
الاتحاد العام لقطاعات المغرب  
Confédération Générale des Entreprises du Maroc



التجارب وفا بنك  
Attijawafa bank

BANQUE POPULAIRE



CLUSTER MENARA  
RESEAU DE LIAISON AGRICOLE-AGRI-CULTURELLE & COUTURIERE



Association Marocaine des Femmes Américaines Marocaines

CFG BANK

C.N.T  
الكونفدرالية الوطنية للتجارة والتسويق  
Confédération Nationale du Commerce

Visit  
MARRAKECH  
MARRAKECH SAFI AL MADINE

CE3M  
Cluster Entrepreneur  
Microfinance & Microbanque du Maroc

MENTOR

# Heal the Economy



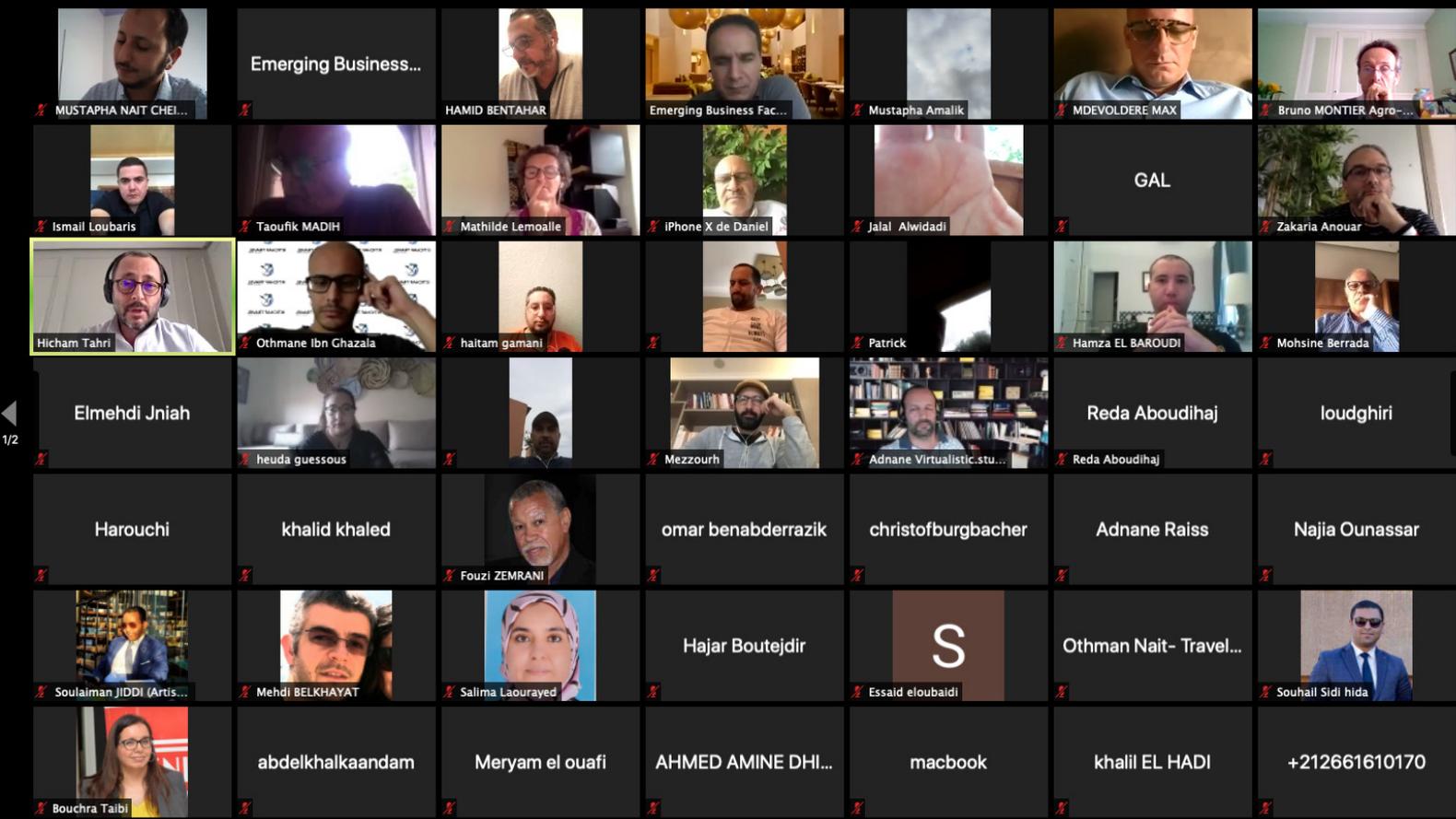
Hackathon

# SOMMAIRE

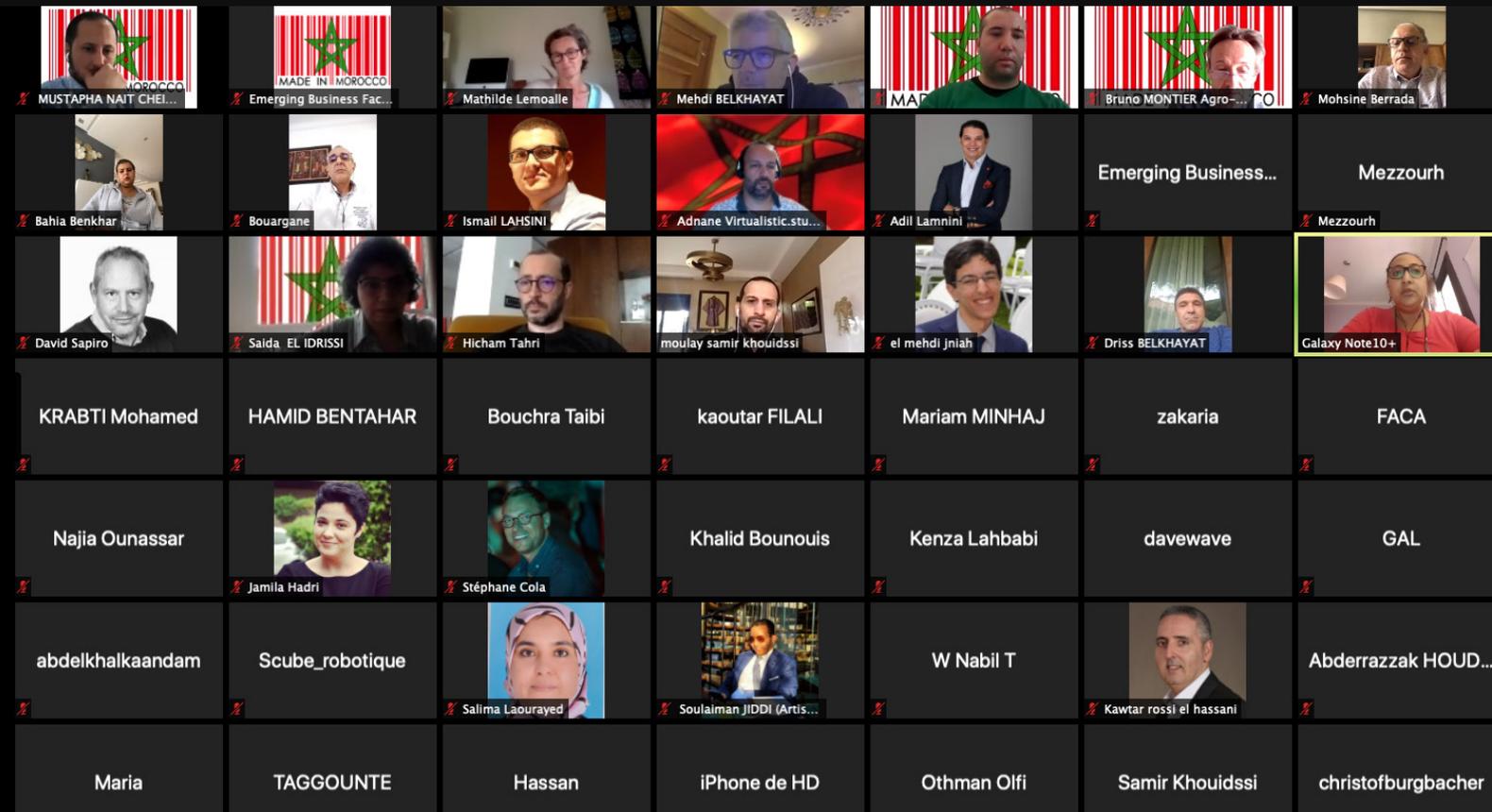
— Le contexte	05
— Une idée soutenue par M. le Wali	06
— L'approche	07
— les objectifs	08
— Programme du Hackathon	09
— Résumé des travaux des commissions et leurs recommandations.	11
— Synthèse et Feuille de route	32

« Heal The Economy », Hackathon  
organisé par Emerging Business Factory,  
sous l'égide et la bienveillance de la  
Wilaya de la région de Marrakech Safi et  
en partenariat avec le Conseil Régional  
Marrakech Safi.

**QUAND LES  
CIRCONSTANCES  
RÉVÈLENT LES  
LEADERS**



**TOGETHER IS A BEAUTIFUL PLACE TO BE**



# CONTEXTE

Depuis l'annonce du premier cas confirmé de covid-19 sur son sol, le Maroc, sous l'impulsion de Sa Majesté le Roi Mohammed VI que Dieu l'assiste, a mis en place un plan de riposte d'envergure pour lutter contre la propagation du virus et faire face à l'impact économique et social engendré par la crise sanitaire mondiale.

Engageant des actions sanitaires et sécuritaires inscrites dans la haute vigilance, ce plan a valu au Maroc les éloges de la communauté internationale dans la gestion de la crise et d'avoir mis la valeur de la vie des citoyens au centre de la stratégie du royaume.

S'inscrivant rapidement sous l'état d'urgence sanitaire, avec des frontières verrouillées et un confinement généralisé, les instances marocaines se sont massivement mobilisées pour soutenir les populations les plus touchées par le fléchissement de l'activité économique notamment à travers le Fonds spécial COVID-19, Initié par sa Majesté le Roi Mohammed VI que Dieu l'assiste.



# UNE IDÉE SOUTENUE PAR M. LE WALI

La Région de Marrakech Safi, à travers son Wali, **M. Karim Kassi-Lahlou**, et en partenariat avec le **Conseil Régional**, a donné l'impulsion à la relance économique de concert avec l'incubateur **Emerging Business Factory (EBF)** et le hackathon « Heal The Economy » organisé du 10 au 12 Avril 2020.

M. le Wali, inspiré par les hautes instructions de Sa Majesté, a eu l'intuition de challenger l'incubateur et son écosystème entrepreneurial dans l'organisation de ce hackathon afin d'amortir les effets du COVID-19 sur l'économie régionale et de saisir les opportunités de reviviscence et de réédification sur des fondations nouvelles.



# L'APPROCHE

Un hackathon, c'est l'une des figures clés pour l'intelligence collective, c'est la capacité à mobiliser des communautés sur des enjeux clés pour « co-crée » des solutions.

On définit l'intelligence collective massive comme « **la capacité à mobiliser des communautés de grande taille sur des enjeux clés pour co-crée des solutions nouvelles** ».

**Six tables rondes**, chacune scrutant dans une thématique précise les challenges, les acteurs et les partenaires clés.

Au delà du livrable, le succès d'une démarche d'intelligence collective réside dans la notion de "pyramide d'engagement" des participants. Le parti-pris méthodologique consiste à mesurer la "conversation". L'objectif n'est pas que chacun remonte une idée, mais de créer des conversations multiples entre tous, dont il faut extraire les idées.

Trois types de populations émergent ainsi : les "**actifs**", les "**réactifs**" et les "**apprenants**".

Une journée, six tables rondes, six thématiques, entre 150 et 200 participants.

# L'OBJECTIF

Concrètement, si l'intrant de cette édition de Hackathon a été le choix de ces six thèmes et l'ouverture de l'exercice au plus grand nombre, le sortant est une liste de challenges bien identifiés, avec des acteurs et des partenaires clés. Lesquels challenges seront publiés sur une plateforme ouverte à l'écosystème entrepreneurial régional et national, stimulant ainsi des initiatives entrepreneuriales en adéquation avec les problématiques soulevées.

<https://www.emergingbusinessfactory.com/challenges/>

Une industrie qui souffrirait par exemple d'une problématique de mobilité de ses ouvrier(e)s aurait identifié pour le *challenger* une opportunité bien définie avec un partenaire défini et distingué. L'objectif ultime est la création d'une plateforme recensant tous les challenges à saisir par des initiatives entrepreneuriales avec un rapprochement entre l'entrepreneur(e) et le donneur d'ordre voire avec aussi le partenaire clé identifié.

# PROGRAMME DU HACKATHON

**Vendredi 10 Avril 2020**



**18h00 - 18h10**

Mot de **M. Karim Kassi-Lahlou**,  
Wali de la région Marrakech-Safi

**18h10 - 18h20**

Mot d'ouverture  
**TAOUFIK ABOUDIA**



**18h20 - 19h20**

Interventions (Entrepreneurs &  
Partenaires)

**19h20 - 19h30**

Design Thinking Talk

**19h30 - 20h00**

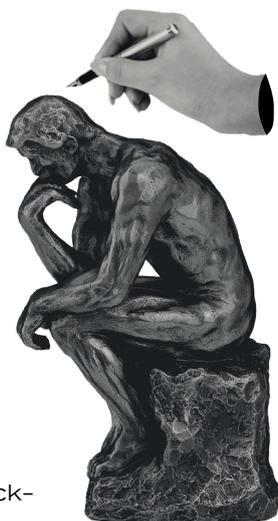
Mot des (6 hôtes) tables rondes

**20h00 - 20h25**

Interventions des (5 invités)

**20h25 - 20h30**

Mot d'annonce d'ouverture du Hack-  
athon



**Samedi 11 Avril 2020**

**9h30 - 10h30**

Atelier : 59min of Design Thinking

**10h30 - 11h55**

Table Ronde #01 : Comment soutenir  
les commerces de proximités  
impactés par la crise du COVID19 ?

**ISMAIL LAHSINI**



**12h00 - 13h25**

Table Ronde #02 : Comment le Digital peut aider à  
gérer la crise sanitaire et ensuite transformer durable-  
ment le Maroc. Transformer une crise en opportunité

**DAVID SAPIRO**



## Samedi 11 Avril 2020



**14h30 - 15h55**

Table Ronde #03 : Industries post-COVID19

**HAMZA EL BAROUDI**



**16h - 17h25**

Table Ronde #04 : Export, compétitivité et durabilité

**HEUDA GUESSOUS**



**17h30 - 18h55**

Table Ronde #05 : Tourisme National

**HAMID BENTAHAR**



**19h00 - 20h25**

Table Ronde #06 : Buy Local, Sell Local

**ADIL LAMNINI**

## Dimanche 12 Avril 2020

**11h00 - 11h55**

Débat inter-hôtes

**12h00 - 12h25**

Interventions des (6 invités)



**9h30 - 9h40**

Mot d'ouverture séance de restitution des challenges

**9h40 - 9h50**

Mot du coach Design Thinking

**9h50 - 10h55**

Protocoles de restitution par chaque hôte des tables rondes (6 hôtes)

**12h25 - 12h30**

Mot de M. Youssef Mouhy, président CGEM Marrakech Safi

**12h30 - 12h35**

Mot de clôture

# RÉSUMÉ DES TRAVAUX DES COMMISSIONS ET LEURS RECOMMANDATIONS

## Comment soutenir les commerces de proximités impactés par la crise du COVID-19

### CONSTAT

Les conséquences de la pandémie de Covid-19 sur le commerce de proximité sont énormes. Pour certains c'est un ralentissement de l'activité, pour d'autres c'est l'arrêt de leur activité si celle-ci n'est pas considérée comme essentielle. En plus de la diminution du chiffre d'affaires s'ajoutent les problématiques liées à l'écoulement des stocks et la grande inconnue, à savoir : comment vont évoluer les comportements d'achat des consommateurs post covid19.

**Dans ce contexte difficile, il existe trois opportunités pour mieux accompagner les commerces de proximité à assurer leur transformation :**

- 1. LA PRISE DE CONSCIENCE DES CONSOMMATEURS** Les consommateurs sont maintenant conscients du risque sanitaire et de l'importance des mesures de précautions et de sécurité alimentaires et sanitaires. Leurs comportements d'achats plus exigeants peuvent influencer de façon plus importante la mise à niveau des commerces de proximité.

- 1. LE DIGITAL** En cette période de confinement, le digital peut être une partie de la solution. Cela dit, les commerces de proximité, surtout les plus petits sont très peu ou mal équipés. La mise à leur disposition et/ou le développement de solutions digitales, adaptés à leur taille et besoin est d'une grande urgence.
- 2. LA LOI** Pendant longtemps, l'application de la loi en matière de santé et sécurité alimentaire a été sélective. Les contrôles se concentraient sur les structures formelles, laissant les commerces de proximité informel hors de l'application stricte de la Loi.

### CHALLENGE 01

---

## Comment permettre aux commerces de continuer à générer du chiffre d'affaires en les aidant à écouler leurs stocks en magasins ?

---

**Objectif :** Assurer la survie des commerces de proximité

**Défis :**

1. Comment faciliter **l'identification des commerces de proximité** par les consommateurs ?
2. Comment faciliter **l'ouverture de boutique en ligne** ?
3. Comment **gérer des files d'attentes digitales** : permettre aux utilisateurs de prendre un ticket virtuel au lieu de se placer dans une file d'attente physique, de sélectionner l'horaire et d'être prévenus lorsque c'est leur tour.
4. Comment **faciliter le paiement les solutions d'encaissement** en magasin (sans contact) et en ligne ?
5. Comment faciliter **la création de coopératives de quartiers pour les services de livraison** ?

## CHALLENGE 02

---

# Comment rassurer le consommateur dans son acte d'achat des risques de contaminations ?

---

**Objectif :** sauvegarder et encourager l'achat de proximité pendant et post Covid19.

Le comportement des consommateurs commencent déjà à changer. Les craintes de contamination dans les points de vente physique risque de s'installer durant un moment post covid.

### Défis :

1. Comment maintenir l'activité dans des conditions irréprochables de sécurité alimentaire ?
2. Comment pourrait-on inciter les vendeurs ambulants ou de proximité à vendre des produits pré-emballés ?
3. Comment inciter les comportements qui respectent les standards d'hygiène et instaurer des normes ?
4. Comment sensibiliser et former les commerçants à l'hygiène (sanitaire) ?
5. Comment encourager l'achat responsable Consom'acteurs ?
6. Comment identifier et mettre en valeur les champions locaux du commerce de proximité ?

## CHALLENGE 03

---

# Comment accélérer et pérenniser la transformation du commerce de proximité ?

---

**Objectif :** Pérenniser le commerce de proximité.

### Défis :

1. Comment accélérer la formalisation des activités informelles ?
2. Comment faire appliquer les lois concernant la santé et la sécurité alimentaire par tous ?
3. Comment inscrire la transformation digitale des commerces de proximité dans la durée ?

# Comment le Digital peut aider à gérer la crise sanitaire et ensuite transformer durablement le Maroc. Transformer une crise en opportunité.

## CHALLENGE 01

---

### Sur l'amélioration du Digital en général

---

- Proposer une **procédure 100% numérique de soumission aux marchés publics**, simplifiée, qui fonctionne, avec plusieurs opérateurs éventuellement.
- Identifier les **UI / UX qui posent problèmes au Maroc**, pour les améliorer
- La **signature électronique** pour tous : cloner le modèle estonien ?
- Mettre en place un **data center** marocain.
- En cas de nouvelle crise ou de nouveau confinement, un plan spécifique à activer, pour améliorer la réactivité des écosystèmes.

## CHALLENGE 02

---

### Sur le travail à distance (remote)

---

Couvre toutes les facettes de façon large, de la téléconsultation médicale au travail à distance dans les entreprises de services :

- Imaginer une **facilitation, un pack, une formation, aux professionnels de santé qui souhaitent faire des téléconsultations**, quand c'est possible bien sûr. Qualité de captation côté patient, outils de prise de contrôle, formation ?
- Proposer le **guide du travail à distance** (droit du travail, assurances, aspects comptables, meilleures pratiques, uses cases, etc).
- Trouver les **freins au travail à distance** par une enquête en ligne (simple et rapide), les isoler et trouver une ou des solutions à chaque facteur de résistance.

### CHALLENGE 03

---

## Sur les solutions IT à mettre en oeuvre, de manière générale

---

- Expliquer les **différents business model** et leurs conséquences : SaaS / Open Source, progiciels, développements spécifiques.
- Etablir un **Guide des Solutions**, incluant les différents business model. Il peut être collaboratif et participatif, mais avec de la modération, afin d'éviter les dérives commerciales. Il pourrait faciliter les accessions aux marchés publics ou de grands comptes, qui y feraient référence.
- **Passer dans le cloud** : les meilleures pratiques, CNDP, etc. Soucis des SLA opérateurs au Maroc, à soulever.
- Proposer une **plateforme de chat open source**, à tester par qui le souhaite : Mattermost.
- **“Déployer rapidement du e-commerce”** : c'est une demande très forte actuelle. Il faut simplifier l'accès, peut-être en construisant une offre locale adaptée aux contraintes actuelles du Maroc (réglementaire, paiement, contrôle des changes, taux d'utilisation des cartes de paiement, confiance)
- Rendre accessible le **marketing digital**. A voir comment ?
- Beaucoup de questions sur le **e-Learning**. Focus évident à avoir sur ce sujet, meilleures pratiques, outils, etc. Le partage d'expérience est capital car tout le monde déploie ces solutions.
- Plateforme de e-learning made in Morocco ? Gros potentiel pour une entreprise marocaine.
- Mettre en oeuvre une **communauté Open Source** structurée

## CHALLENGE 04

---

# Sur le désenclavement numérique

---

Pour les zones très peu couvertes en 4G, ou avec des taux d'équipements smartphone / ordi très faible :

- **Carte des hot-spots** (Pub pour opérateurs en financement ?). Relais pour les communautés ? Abordable et effets immédiats.
- **Stands de connexion** à disséminer sur le territoire. A prototyper, un peu comme le stand de désinfection en cours de déploiement.
- Focus spécifique par population : adresser les élus locaux, les entreprises têtes de pont, etc. Les problématiques sont parfois bien différentes d'une population à une autre : impératifs économiques dans un cas, exercice de l'autorité dans l'autre. A ce stade, le challenge serait une **étude comparative** pour isoler des points communs adressables.
- Du **wifi gratuit**. A voir comment et dans quelle mesure.

## Industries post-COVID19

### CONSTAT

Le secteur industriel régional est lourdement touché comme l'ensemble des autres secteurs économiques par les effets de la pandémie COVID-19. Certains opérateurs ont pu garder en production en état dégradé quelques lignes de productions durant la période de confinement. Le niveau élevé de l'absentéisme, l'absence des moyens de transports et les difficultés à mettre en place les procédures sanitaires anti-COVID ont limité considérablement les capacités et rendements des unités. D'autres ont malheureusement dû complètement fermer par manque de bons de commandes clients.

### Craintes post-COVID des opérateurs

- Gestion du transport des employés par les entreprises de transports publics tout en appliquant les nouvelles normes sanitaires de distanciation. L'offre étant déjà insuffisante en pré-COVID pour desservir les zones industrielles.
- Coût de la logistique nationale.
- Surstocks des matières premières périssables. Risque de pertes importantes en cas de non-reliance rapide et récupération des volumes.
- Augmentation prévue du SMIG qui pourrait pénaliser les opérateurs en cette période délicate.
- Perte de compétitivité à l'internationale.
- Financement des travaux adaptations des unités aux normes anti-COVID. « Achat des équipements de désinfection et surconsommation des produits sanitaires ».
- Perte de marchés et de clients au niveau national et international.

**CHALLENGE 01**

---

## **Challenge Technologie**

---

Encourager des startups et universités à travailler sur des objets connectés pour le relevé automatique de la température des employés via un bracelet porté en permanence ainsi que tout équipement qui peut valider et vérifier l'état de santé des employés. Cela optimisera le temps des contrôles d'accès aux unités.

**CHALLENGE 02**

---

## **Challenge Digital**

---

Lancer une plateforme régionale/nationale pour une collaboration inter-industriels pour la fourniture d'intrants et matières premières. L'objectif étant de minimiser au maximum l'importation de ses dernières et de faire baisser les coûts.

**CHALLENGE 03**

---

## **Challenge Mécanique**

---

Encouragement de la fabrication locale des machines de transformations industrielles. Faire dupliquer les machines simples importées au Maroc en mettant en place une participation de l'état qui favorise l'industriel qui fait le choix de faire fabriquer son équipement de production localement. Faire certifier des fabricants qui peuvent produire des équipements normés.

## Actions de soutiens étatiques pour booster la compétitivité des opérateurs

---

- Activer l'application de la loi votée qui subventionne le fret national usines-ports aux exportateurs. Loi existante, jamais mise en application.
- Mise en place d'un fond de sauvetage régional des industriels qui emploient un nombre important d'employés. Le fond pourra les soutenir pour garder l'activité en fonctionnement en cas de perte importante de CA et risque de fermeture totale.
- Négocier un prix de l'énergie plus bas en faveur des industriels.
- Repousser à une date ultérieure l'augmentation du SMIG.
- Débloquer des aides pour le financement des équipements de protections et de désinfection nécessaire en plus des équipements habituels.

# Export compétitivité et durabilité

## CONSTAT

Le Maroc en 2019 a enregistré un déficit commercial de 209,2 milliards de dirham en hausse par rapport à 2018. L'export des biens ou services représente une source importante de devises pour financer nos importations surtout énergétiques. Avec la pandémie du COVID-19 l'ensemble des économies sur le plan mondial ont été impactées. Toutefois l'objectif de notre table ronde est de réfléchir aux aspects de la durabilité et de la compétitivité du secteur post COVID ; de définir les challenges actuels et futurs afin d'anticiper et d'avoir une approche proactive pour consolider l'existant d'identifier les opportunités.

Le focus a été porté sur les secteurs porteurs de la région, à savoir l'agro-industrie, le textile et habillement et l'offshoring. D'autres secteurs comme l'artisanat ont participés.

### CHALLENGE 01

---

## Challenge Marchés et promotion

---

Avec la restriction sur la mobilité des personnes la production a été impactée et certaines sociétés ont réduit leur production.

La clôture des points de vente à l'étranger a aussi poussé les opérateurs à fermer les usines en attendant la reprise.

Les sociétés exclusivement exportatrices considèrent le marché local ; et d'autres sociétés locales contemplent l'export comme stratégie de survie. Certains sous-secteurs sont dépendants du tourisme et sans visibilité sur la réouverture des frontières le besoin de diversifier les marchés et les segments s'imposent.

Pour les services : le marché européen a été plus simple et structuré, maintenant il faut faire un effort pour diversifier les marchés.

## Propositions

- Solidarité dans la prospection de ses nouveaux marchés et la mobilisation des instances régionales et nationales : chambre de commerce, fédérations....
- Développer de l'agilité pour pouvoir répondre rapidement aux besoins des nouveaux marchés : exemple des sociétés qui ont adapté l'outil de travail pour produire les masques ou encore les ventilateurs
- Communiquer B2C pour une offre maroc exportable voir une offre régionale exportable
- Créer une plateforme e-commerce export si les lois le permettent

## CHALLENGE 02

---

# Challenge Logistique

---

Tout dépend de la taille des entreprises, toutefois les plus petites peinent à trouver des partenaires fiables et abordables ; les plus grands doivent faire une gymnastique pour livrer les clients avec la fermeture des ports et l'annulation du transport en cargo.

## Propositions

- Subvention des frais de logistique pour les sociétés qui sont loin du port.
- Créer une bourse pour la logistique avec les opérateurs export et transport ; afin de comparer les offres rapidement et réduire les couts ; aussi pour faciliter le tracking des chauffeurs pour avoir les autorisations nécessaires.
- Structurer un dépôt au niveau de l'aéroport de Marrakech pour faciliter l'export en cargo « groupage » et aussi gagner du temps.

### CHALLENGE 03

---

## Challenge Administratif

---

Avec la dématérialisation des douanes, d'autres documents nécessaires pour l'export sont toujours en papier et après déplacement ou règlement des sociétés.

### Propositions

- Digitalisation et dématérialisation de l'ensemble des documents export : un one stop shop pour fluidifier l'opération et les coûts
- Dédouanement des marchandises au niveau du départ de l'aéroport de Marrakech pour le cargo sans passage par casa.

## Recommandations de la modératrice

---

- D'autres tables rondes par maturité et taille des entreprises pour trouver des synergies et identifier les challenges communs.
- Présenter les avantages fiscaux de l'offshoring pour la région et conduire pour table ronde pour explorer les challenges afin de monter en gamme de CRM au KPO.
- Travailler sur le changement du mindset, de la culture favorisant la confiance et la solidarité afin de tisser un écosystème collaboratif.
- Etudier la faisabilité de la vente du surplus de la capacité industrielle et des lois qui vont avec pour favoriser la compétitivité et l'investissement.

# Tourisme National

## CHALLENGE 01

---

# Le Challenge Sanitaire

---

comment proposer une offre qui peut rassurer les visiteurs locaux sur le volet sanitaire?

### Proposition de solutions

- L'importance de rassurer sur la totalité de l'expérience que ce soit au niveau de l'aéroport, au niveau des hôtels ou il faut revoir les processus, au niveau des agences de voyage, ou au niveau de la ville elle-même, ainsi les villes qui auront envoyé des messages rassurants sur le côté sanitaire; qui auront développé des solutions qui rassurent seront celles qui récupéreront la plus grande part du marché national.
- Le moyen de rassurer la visibilité:
  - Mettre en place des cellules médicales visibles par exemple dans les établissements touristique en général.
  - Marqueter et communiquer sur tout ce qui est fait avec des applications, utilisé le digital pour communiquer sur ce côté sanitaire, à la fois pour le parcours des collaborateurs et celui des clients.

## CHALLENGE 02

---

# Le challenge du comportement du consommateur

---

**Quels sont les nouveaux comportements, les nouvelles envies qui vont apparaître après le confinement?**

### Proposition de solutions

- On est tous d'accord que le monde va changer après ce confinement, ainsi le client, ses envies et son comportement changera aussi. Les envies qui s'expriment seront liées aux grands espaces, les envies de nature. Les envies littorales de plages de montagnes de désert. Donc on pense probablement que le besoin du consommateur sera d'aller dans le monde rural notamment de prendre des expériences plus solidaires et d'écotourisme.
- Il faut promouvoir l'authenticité qu'il y a dans notre monde rural et qui mérite d'être mise en valeur afin qu'elle rencontre les envies des consommateurs.

## CHALLENGE 03

---

# Le Challenge du marketing de l'offre touristique pour les clients marocains

---

**Comment pourrait-on marquer cette offre par rapport à la cible des visiteurs nationaux?**

### Proposition de solutions

- Revisiter le positionnement, l'ADN, le storytelling et le contenu produit pour être plus adapté aux clientèles nationales, car et comme souligné par les participants il n'y a pas un client marocain mais des clients marocains.
- Des initiatives de questionnaires ont été lancés et on recommande de les développer dans les jours qui viennent pour mieux connaître les attentes de notre clientèle. On recommande aussi de partager les résultats pour pouvoir adapter notre produit avec la demande des clients.

## CHALLENGE 04

---

# Le challenge de la digitalisation

---

**Ce challenge comporte plusieurs aspects à savoir l'aspect santé, information et sensibilisation et celui de la formation, ainsi il y a des opportunités pour les acteurs du digital pour apporter des solutions des plates forme dans ce sens.**

### Proposition de solutions

Comblent le besoin de plateforme d'inspiration, de réservation, de téléchargement des menus des restaurants pour supprimer tout ce qui est papier dans les restaurants et hôtels et qui va être touché par les collaborateurs ou par les clients.

## CHALLENGE 05

---

# Le challenge lié à la solidarité

---

**Les Participants ont exprimé leurs envies de consommer marocain, de voyager marocain, être solidaire, aller à la rencontre et dépenser de l'argent au Maroc.**

### Proposition de solutions

- Le développement des produits régionaux qui représentent un véritable potentiel pour raconter et compter la diversité culturelle du pays même à un marocain qui ne la connaît pas toujours.
- Développement des itinéraires solidaires en tenant compte de la contrainte financière du consommateur, tout en gardant un oeil sur le rapport qualité prix et les contraintes prix liées au post COVID.

## CHALLENGE 06

---

# Le challenge de collaborer au delà du tourisme

---

**C'est un défi de collaboration et d'innovation pour se réinventer et réimaginer des nouvelles solutions et des nouveaux produits pour faire découvrir le territoire méconnu de notre pays.**

### Proposition de solutions

Mettre en place une plateforme collaborative d'inspiration pour raconter les opportunités et les expériences qu'on a dans notre pays.

## CHALLENGE 07

---

# Le challenge d'accès à la Data

---

### Proposition de solutions

La nécessité du partage des données sur le consommateur marocain pour mieux le connaître: la donnée existe mais elle n'est pas partagée, et on connaît peu sur le marocain, les destinations qu'il visite à l'étranger et les produits qu'il consomme.

## CHALLENGE 08

---

# Le challenge du soutien de l'emploi dans la région

---

**Soutenir le tourisme c'est soutenir l'emploi et soutenir la balance de paiement de notre pays. Le tourisme qui est le secteur le plus impacté par cette crise est aussi une locomotive pour l'économie régionale qui a un impacte sur l'ensemble des autres industries.**

### Proposition de solutions

Une invitation à réfléchir au delà du tourisme interne sur comment exporter le made in Marrakech et le made in Morocco.

## CHALLENGE 09

---

# Le challenge d'une plate-forme de tourisme national collaborative et solidaire

---

### Proposition de solutions

- Pour les voyageurs marocains, possibilité de mettre en oeuvre des tarifs préférentiels ce qui va disrupter la relation du marocain avec le produit local et national.
- Les opérateurs marocains, en particulier les petits, auront le moyen de reverser des commissions plus raisonnables ce qui va donc améliorer la qualité de leurs revenus et leur permettre de mener leur croissance.
- Pour l'état, l'opportunité d'avoir un catalogue exhaustif de l'offre nationale. Cela permettrait aussi de créer une réelle stratégie de data de la consommation sans laquelle l'offre marocaine reste dépendante des plateformes internationale qui non seulement ne partagent pas cette data mais en plus ne payent pas de taxes. Une pareille plateforme donnerait aussi lieu à un meilleur retour sur investissement pour les campagnes marketing.
- Pour l'Etat, ce sera inédit comme véhicule d'aide et d'accompagnement, il porterait la professionnalisation du secteur notamment la digitalisation et ce faisant la mise à niveau. Cela réduirait aussi drastiquement l'informel et réduirait les sorties des devises. En soutenant ce projet de plateformes, l'état soutient non seulement les emplois dans ces moments difficiles mais stimulerait la création de nouveaux types d'emplois de forte valeur ajoutée.

## Buy Local, Sell Local

### CONSTAT

Les services aux entreprises et le commerce représentent les secteurs les plus touchés par le Covid-19, selon les résultats de l'enquête réalisée par la Confédération marocaine de TPE-PME.

Les services aux entreprises et le commerce sont en tête avec respectivement 21,9% et 20,6%. Ils sont suivis par les secteurs de l'industrie (13,5%), du BTP (12,7%), de la communication et de l'événementiel (10,5 %), de l'agriculture (5,7%), du tourisme ( 5,2 %) et de l'artisanat ( 4,3 %) relève cette même études.

D'après les résultats de ladite enquête, 83% des entreprises sont en arrêt total d'activité, ce qui ce représente plus de deux tiers de la population sondée, alors que les structures en arrêt partiel d'activité ne dépassent pas les 17%.

S'agissant des structures les plus impactées par cette crise sanitaire, l'enquête indique que les TPE, y compris les autoentrepreneurs, sont les plus touchées par l'épidémie avec un taux de 90%, tandis que les PME et les coopératives représentent respectivement 8% et 2%.

## CHALLENGE 01

---

# Challenge digital : Reussir la transition digitale de nos marques & produits Made in morocco

---

Lancer une plateforme digitale (régionale ou même nationale) pour les TPE, les Artisans et les coopératives à la commercialisation de leur produits et services. Et leur donner différentes options de livraisons au Maroc ( Glovo, Jumia, ... ).

Cette plateforme sera lancée communément :

- Les associations professionnelles
- Les clusters régionaux
- Les universités UMP6 & Cadi Ayad
- CGEM
- .....

## CHALLENGE 02

---

# Challenge commercial : Plateforme de Commerce de Proximité ( pcp made in Morocco )

---

Aménager à différent endroit de la ville et de la région des espaces **organisés, sécurisés et sanitairelement aux normes** pour accompagner de façons structurées la commercialisation en B to C des produits et services de la région.

- Ceci doit être lancer sous forme de SDL ou SDR ( exemple marché solidaire FM5S)
- Procédure de référencement simple pilotée des commerçants pilotée par la wilaya et une commission mixte ( kounach attajir, charte des bonnes pratiques commerciales et sanitaire, ....)
- Frais d'accès symboliques pour les commerçants ( 50 dh / jour )

### CHALLENGE 03

---

## Challenge communication : Soyons fiers de notre made in Morocco

---

- Lancer un challenge à tous les professionnels de la communication de la régions pour accompagner cette action.
- Lancer une radio informative : Radio Covid ( exemple radio COP )
- Utiliser le réseau d'affichage urbain pour communiquer sur les dispositifs en place (sanitaire, sociaux, commerciaux )
- Lancer un # : consomi\_maghribi #madeinmorocco

### CHALLENGE 04

---

## Challenge strategique: Story selling made in Morocco

---

**Le consommateur Lambda doit savoir que nous avons des marques leaders mondiaux sur leurs secteur / créneau.**

Les exemples sont multiples. De la marque de thé Marocaine qui source le palais de Buckingham, aux opérateurs textiles Marocains qui produisent pour les griffes les plus prestigieuses, en passant par l'industrie de l'automobile et de l'aéronautique dirigées par des ingénieurs et techniciens Marocains...

**L'expertise et l'excellence Marocaines sont présentes,  
mais peu connues.**

Cela explique en partie le faux et absurde débat de ces derniers jours sur les masques produits localement.

Le subconscient d'une frange de la population n'intègre pas que le Maroc peut produire des articles dont les grands pays sont en punerie, et encore moins aux standards internationaux.

C'est une mentalité qu'il faut combattre à travers la vulgarisation.

Et quoi de plus efficace de nos temps que des capsules à contenu précis qui racontent de visu des réussites régionales et nationales.

# SYNTHÈSE ET FEUILLE DE ROUTE

Ce Hackathon a la spécificité de ne pas désigner des vainqueurs et de leur distribuer des prix, rappelons-le, il s'agit plutôt de travailler main dans la main entre les différents acteurs de la société afin d'identifier les challenges à relever, les pistes de solutions, les portées et les partenaires clés.

## **« Heal The Economy » a eu comme impact remonté par les différentes parties prenantes plusieurs effets**

D'abord, et parce que l'entrepreneur est un être dont l'action est aussi impactée par sa psychologie du moment et par celle de son écosystème, l'exercice des 3 jours a été traduit dans plusieurs témoignages par un moment de solidarité intellectuelle, d'empathie, de raisonnement collectif, permettant à chacun de se projeter dans le futur et de sortir de sa dépression entrepreneuriale provoquée par l'incapacité de l'un de résoudre des équations à variables plurielles et dynamiques.

L'exercice aurait aussi permis aux uns et aux autres de se retrouver à planifier des synergies dont la visibilité était elle aussi obstruée par les vagues quotidiennes de nouveaux problèmes à gérer. L'exposition excessive aux news avait jusque là eu raison de la capacité de l'entrepreneur(e) à gérer la résilience de son entreprise.

A plusieurs entrepreneur(e)s, s'exposer aux échanges spontanés des intervenants et des participants a été décrit comme une université express, une inspiration et un apprentissage. Le knowledge management n'est-il pas l'un des éléments clés pour réussir son entreprise.

Les débats des différentes tables rondes ont donné lieu à des idées à discuter, pour ensuite s'enrichir par leur synthèses et ce par le plus grand nombre.

Ayant révélé une réelle envie de collaborer, certaines associations professionnelles, d'entrepreneurs et d'accompagnateurs d'entrepreneuriat (MSEC, CJD, MCIC, NEF, Cluster Menara et bien d'autres), ont révélé l'intention de démarrer des focus Groups, des ateliers, des formations et de déclencher un renouveau dans les échanges et partenariats les uns avec les autres.

## Il est question maintenant de

Maintenir l'élan de collaboration et de travail entre les participants voire même l'ouvrir au grand public, pour oeuvrer dans cette nouvelle démarche qu'est l'économie de la communion. Des projets de partenariats vont être élaborés dans ce sens et vont en inspirer d'autres. Il va de soi qu'une série de rendez-vous va être déclinée sous forme de programme impliquant le plus grand nombre d'acteurs.

Les challenges sont identifiés, les uns de manière plus précise que d'autres.

La plateforme [www.emergingbusinessfactory.com/challenges](http://www.emergingbusinessfactory.com/challenges), viendra par itérations progressives, exposer ces challenges et les rendre publics et interactifs.

**Avec nos partenaires mais aussi nos confrères dans le métier de l'accompagnement, nous allons :**

- Réviser la rédaction des challenges pour les rendre plus audibles à la toile et par les médias. Pour chaque challenge, nous ferons en sorte à mieux définir le contexte, le scope of work et les partenaires clés. Ceci est la meilleure façon de pré-accompagner l'entrepreneur(e) qui saisira le challenge ;
- Opérer les mécanismes optimaux pour communiquer de manière à la fois large et ciblée ;
- Doter cette initiative de partenariats et notamment en rapprochement avec les bailleurs de fonds ;
- Faire fédérer sous la même initiative de Relance Economique le maximum de programmes d'accompagnements régionaux et structurer un accompagnement spécifique aux entrepreneur(e)s qui y auraient adhéré.
- Opérer un mécanisme de mesure d'impact pour révéler et suivre les indicateurs clés de cette démarche d'économie de communion.



DESIGN/LAYOUT : HAMZA CHEBCHOUB

Rendez-vous sur

<https://www.emergingbusinessfactory.com/challenges/>

**EMERGING  
BUSINESS**  
Factory