

● L'industriel s'attaque désormais aux marchés anglophones du continent, pour développer la commercialisation de son produit phare : l'isolateur composite. Il cible un chiffre d'affaires de 100 MDH sur les 2 ou 3 prochaines années sur le marché africain.



marocain est d'ailleurs l'un des deux uniques industriels africains à en détenir pour le moment la licence de fabrication et de commercialisation sur le continent. Son concurrent direct, sur ce segment des isolateurs composites, est sud-africain. Cela laisse entrevoir, pour Ines, une rude concurrence sur les marchés anglophones que l'enseigne marocaine cherche désormais à investir. Les acquis commerciaux sont au beau fixe, tout de même. Le groupe n'est pas un novice des marchés subsahariens. Il y exporte sa production depuis plus d'une décennie déjà. L'Afrique pèse un peu plus de 30% en moyenne sur le chiffre d'affaires à l'export du fabricant. «*Nous sommes présents dans plus d'une vingtaine de marchés du continent. L'essentiel de ce positionnement se situe en région francophone, en particulier dans l'Ouest africain*», nous explique Rachid Balali, le directeur commercial de l'enseigne. En perspective, Ines vient d'être sélectionnée pour bénéficier de la nouvelle offre de promotion à l'export lancée récemment par l'État, le «*contrat de croissance*». L'industriel s'est ainsi engagé sur un taux de variation annuelle de 15% au moins de ses chiffres en valeur à l'export. L'enseigne vise quelque 100 millions de dirhams à réaliser sur les deux ou trois prochaines années sur le marché africain. ●

L'expert spécialiste des matériels de ligne et équipements électrotechniques et sanitaires domestiques s'attaque à de nouveaux marchés - les pays anglophones en particulier - et collectionne les succès commerciaux avec son produit phare : l'isolateur composite. Cette nouvelle génération d'isolateurs n'existe sur le marché mondial que depuis 2000, et n'intégrera les chaînes de fabrication et le dispositif commercial d'Ines qu'à partir de 2003. Destinés à soutenir les conducteurs électriques à nu, en particulier sur les lignes à haute tension, les isolateurs sont traditionnellement fabriqués avec du verre. Sur la version composite, le verre est désormais rem-

placé par le silicone, une matière plus légère, beaucoup plus résistante aux impacts atmosphériques et intempéries, et donc, mieux adaptée au continent. À ce jour, l'enseigne a déjà réussi à introduire cette innovation dans 13 pays d'Afrique subsaharienne depuis 2003 et ne compte pas s'arrêter là. Les 10 et 11 octobre derniers, à Abidjan, en Côte d'Ivoire, elle la présentait devant un parterre d'opérateurs du secteur africain de l'énergie électrique, en marge de l'«*Africa Power Forum*». L'objectif est clair : Ines compte bâtir une bonne partie de ses performances projetées à l'export à partir de ce produit, véritable figure de proue de son offre sur le marché continental. Le fabricant

## BIO EXPRESS



**Rachid Balali,**  
Directeur commercial Ines

Issu d'un milieu modeste de la localité d'Ain Harrouda, dans la région de Casablanca, Rachid Balali a bâti quasiment toute sa carrière chez Ines, ce qui en fait l'un des principaux acteurs de son développement à l'international. Aujourd'hui marié et père de deux enfants, l'homme a très vite gravi les échelons dans sa vie professionnelle. Il intègre le groupe en 1999 en qualité de cadre commercial. Il n'avait, à l'époque, qu'une licence universitaire en Sciences économiques et un CV quasi vide sous le bras. Son arrivée coïncidait toutefois avec le lancement d'une véritable stratégie de développement à l'international de l'enseigne. Rachid passera ensuite toute une année à cumuler les milles sur les différents marchés du continent, en prospection de contrats commerciaux. Il effectue, ce faisant, ses véritables premiers contacts avec ses partenaires subsahariens. «*Il fallait instaurer des relations de confiance dès le début*». Ces débuts, justement, n'ont pas été faciles. Il y avait quelques blocages d'ordre psychologique, mais vite surmontés grâce à la patience. L'homme est aujourd'hui à la tête de la direction commerciale de l'enseigne, après avoir occupé pendant quatre ans la fonction de responsable Export. Ses responsabilités n'ont cependant pas émoussé sa soif de savoir. Celui qui avait été obligé de mettre en suspens ses études supérieures par manque de moyens financiers, a pu finalement poursuivre ses études notamment en Commerce international à l'Institut français et en anglais commercial pour développer ses compétences, en cours du soir. «*Je suis resté focalisé sur mes objectifs de carrière. C'était un challenge*». ●