

INTERVIEW



Daniel Vassallucci
PDG de MappingControl

Les Inspirations ÉCO : En quoi consiste l'activité de MappingControl ?

Daniel Vassallucci : MappingControl est une entreprise française. La filiale marocaine est rattachée à 100% à MappingControl France. Notre entreprise existe depuis 10 ans et nous faisons partie des précurseurs dans le domaine de la télématique embarquée. Aujourd'hui, nous sommes présents en France, en Suisse, en Espagne et au Maroc. Nous équipons près de 100.000 véhicules à travers le monde. Nos services nous permettent de réduire sensiblement et durablement le coût de possession de véhicules. À cet effet, toutes nos solutions ont été développées dans cette optique de compression des coûts. Notre métier consiste à placer des boîtiers de télématique embarquée à bord de véhicules en vue de collecter différentes données relatives au véhicule et au conducteur. Ces boîtiers permettent d'avoir accès à un certain nombre d'informations pour, notamment, localiser le véhicule, ainsi qu'à une multitude d'indicateurs qui permettent de réduire le TCO. Lorsque nous parlons de boîtiers, la première réaction est de penser à une solution de géolocalisation et de gestion de flotte. Depuis plusieurs années, nous avons mis en place un certain nombre de services exploitant les données collectées par ces boîtiers, ce qui nous permet d'avoir des informations précises tant sur le véhicule que sur le comportement des conducteurs. Nous collectons, analysons et restituons ces informations de façon synthétique au gestionnaire de flotte pour l'aider et l'orienter dans ses prises de décisions.

En quoi consiste, concrètement, votre approche ?

Les produits s'adressent à des entreprises ou à des collectivités ayant eu une prise de conscience effective ou latente avec pour objectif principal la compression des coûts. Nous proposons des services liés à la gestion même du parc de véhicules. Dans ce cas précis, nous entrons dans le monde de la gestion et nous allons nous intéresser au mode d'achat des véhicules, à leur utilisation, au kilométrage parcouru par rapport au contrat de location qui aurait pu être mis en place. Nous proposons également des services liés au comportement du conducteur avec derrière un plan d'action pensé et imaginé pour à la fois réduire les coûts liés à sa façon de conduire mais également diminuer la sinistralité, et le tout par des plans de formation mais aussi de sensibilisation au travers des challenges. Nous nous attaquons aussi aux aspects logistiques liés aux véhicules, à la flotte elle-même et à sa composition. Toute notre démarche repose sur une approche chiffrée qui permet, service par service, de mesurer l'impact d'une réduction des coûts.

Qu'est-ce qui justifie aujourd'hui l'intérêt porté pour le marché marocain ?

Premièrement, pour toute réussite d'une implantation sur un marché, il faut d'abord qu'il y ait un country manager présent, c'est le cas pour nous aujourd'hui au Maroc. Ce qui est im-

«Pour les entreprises marocaines, la gestion de flotte est capitale»

portant pour nous, au-delà du Maroc, c'est de répondre à un vrai intérêt que nous avons à proposer notre ensemble de services sur le continent africain. Concrètement, il est juste évident pour tout acteur économique qui observe l'évolution des indicateurs macroéconomiques sur le continent, que le Maroc et en particulier Casablanca représentent aujourd'hui la plaque tournante où il est intelligent de venir et de développer le business à la fois pour la partie marocaine mais également pour l'ensemble du continent africain. Par ailleurs, nous avons noué un partenariat stratégique d'ampleur avec le premier assureur Auto du Maroc, Saham Assurance.

Quelles sont les spécificités que présente aujourd'hui le Maroc dans votre secteur d'activité ?

Dès nos premières analyses, il nous est apparu que, pour les entreprises marocaines, la notion de gestion de flotte était capitale. Nous avons donc pris conscience que c'était effectivement un élément important de décision, et c'est dans ce sens que nous n'avons pas hésité à aborder le marché domestique. Nous n'avons pas voulu venir nous positionner mais nous immerger dans les attentes des entreprises avec une véritable écoute et une offre adaptée aux besoins des entreprises marocaines. Aujourd'hui, il est vrai que dans l'environnement marocain, l'approche géolocalisation et le suivi de l'approche gestion du parc sont importants sur ce marché. L'approche éco-conduite aussi avec l'analyse que nous pourrions proposer afin de participer à la baisse de la sinistralité, notamment par l'optimisation des comportements de conduite. Il est donc vrai que ces trois

sujets sont les principaux axes sur lesquels nous établissons notre stratégie de développement sur le marché marocain.

Outre le marché marocain, quelle est votre stratégie de développement dans l'ensemble des pays ciblés ?

Il y a eu deux étapes dans notre approche internationale. Il y a une étape que je qualifierais de pool et une étape de push. La première a été pour nous la réponse à des opportunités qui se sont présentées, soit par une relation avec des country managers qui nous ont invités à nous intéresser à tel ou tel marché, soit d'avoir récolté des informations sur l'appétence de tel ou tel marché pour les offres que nous proposons. Nous sommes actuellement dans une phase de push qui consiste pour nous, au-delà du fait de se contenter de répondre à des sollicitations, d'adopter une démarche analytique et stratégique qui nous permet d'étudier dans un certain nombre de pays l'état du marché, de l'environnement concurrentiel et surtout l'appétence du pays à intégrer ce type de technologies. Nous avons désormais un plan d'action qui nous permettra de nous positionner sur un certain nombre de pays extrêmement variés, notamment des pays d'Afrique, mais aussi la Colombie ou encore Singapour avec, toujours, une véritable stratégie basée sur la maturité et la croissance du marché du véhicule et l'intérêt qui peut être relevé par rapport aux services du véhicule connecté. Enfin, notre stratégie est essentiellement basée sur un certain nombre d'outils que nous avons réalisés pour nous orienter vers des pays à fort potentiel, et certains pays sont plus éligibles pour nous désormais.



«Notre stratégie est basée sur un certain nombre d'outils pour nous orienter vers des pays à fort potentiel».



ROYAUME DU MAROC
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE MARITIME
OFFICE REGIONAL DE MISE EN VALEUR
AGRICOLE DU TAFILALET
ERRACHIDIA



AVIS D'APPEL D'OFFRES OUVERT

Le 25/04/ 2016, il sera procédé au siège de l'ORMVA du Tafilalet à Errachidia à l'ouverture des plis relatif à l'appel d'offres ouvert sur offres de prix ci-après :

N°	OBJET	CAUTION PROVISoire	ESTIMATION DU MATTRE. D'OUVRAGE.	AGREMENT	DATE OUVERTURE
010/2016	Assistance technique pour le suivi des Travaux de plantation du palmier dattier dans la palmeraie traditionnelle de Bouaananc et d'Errachidia au niveau de la zone d'action de l'ORMVA du Tafilalet	13 000,00 Treize mille dirhams	1 287 000,00 Un million deux cent quatre-vingt-sept mille dirhams	D9	25/04/2016 à 15 heures

Le dossier d'appel d'offres peut être retiré au bureau des marchés de l'ORMVA du Tafilalet à Errachidia et peut également être téléchargé à partir du portail des marchés publics : www.marchespublics.gov.ma

Le contenu, la présentation ainsi que le dépôt des dossiers des concurrents doivent être conformes aux dispositions des articles 27, 29 et 31 du décret n° 2-12-349 relatif aux marchés publics. Les concurrents peuvent :

- Soit déposer contre récépissé leurs plis dans le bureau d'ordre de l'ORMVA du Tafilalet à Errachidia ;
- Soit les envoyer par courrier recommandé avec accusé de réception au bureau précité ;
- Soit les remettre au Président de la commission d'appel d'offres au début de la séance et avant l'ouverture des plis.

Les pièces justificatives à fournir sont celles prévues à l'article 6 du règlement de consultation des appels d'offres sus visés.