

# Entreprises Magazine

f Entreprises-Magazine.com

Mars 2020 • N° 101 | 2,9DT



**PALMARÈS**  
**DU MARCHÉ**  
Automobile



AMINE  
CHOUAIEB  
POG - CELLCOM

SALAH  
MEJRI  
Ambassadeur  
d'Everlast

## CELLCOM HIGHER & HIGHER

+130% en Capitalisation Boursière en moins d'1 AN



**SANITAIRE**  
SOPAL À  
L'ASSAUT DE  
L'AFRIQUE



**FRANCE-TUNISIE**  
2020: DE BELLES  
PERSPECTIVES  
ÉCONOMIQUES



**L'ATB**  
AU SERVICE DE  
L'INNOVATION ET  
DU CHALLENGE



# PAIEMENT EXPRESS

sur [www.topnet.tn/pay](http://www.topnet.tn/pay)

*Payez vos factures  
en ligne*

et **GAGNEZ** un  
**SMARTPHONE**  
chaque semaine



**TOPNET**



**Nabil ALLANI**  
Directeur  
de la Publication  
dg@entreprises-magazine.com

# C'est la Faute à la Mondialisation !!!

Il a fallu peu de temps pour que le Corona, monstre viral, né probablement dans un labo pour qu'il remette en question tous les fondements de la mondialisation.

**S**'il est vrai que le virus prend ses racines et son essor à Wuhan, capitale de la province centrale de Hubei, ses ambitions sont de franchir les frontières. Ce sont hélas les principes clés d'un monde globalisé qui ont rendu cela possible. Le transport aérien et maritime ont permis au commerce international de devenir florissant, mais également envahissant. Les États sont désormais enchevêtrés, les uns dans les autres, ce qui facilite la pandémie. On exporte des biens de consommation, des machines, des technologies mais on exporte, à présent, la mort. Face à la pandémie, les pays qui pourront s'en sortir rapidement sont ceux dont l'économie n'est pas liée seulement au commerce extérieur mais aussi au marché intérieur ; c'est notamment le cas de la Chine, des Etats-Unis et de l'Inde.

**Mais, fait paradoxal**, le second groupe de pays qui s'en sortiront sont ceux qui sont dotés d'une économie pauvre et traditionnelle ; l'Afghanistan, le Yémen, le Lesotho ou encore Madagascar ! En revanche, les pays qui pourraient s'en sortir difficilement face à la pandémie sont ceux dont l'économie est trop

liée au commerce extérieur et ne possèdent pas de marché intérieur considérable ; c'est le cas de la Tunisie, du Qatar, de la Jordanie ou encore du Portugal.

Le second enseignement de cette tragédie est que le Corona ne distingue pas entre Nations riches et Nations pauvres et frappe sans discernement. Il est, somme toute, étonnant qu'il frappe plus durement les Nations riches, les pays Scandinaves, l'Europe de l'Ouest, l'Amérique du Nord et bien entendu les Pays du Golfe. A méditer ! Alors, si les grandes nations asiatiques réussissent mieux leur stratégie de «containement», ce n'est pas uniquement le résultat d'une économie riche et d'un système de santé à la pointe du développement, mais aussi grâce à une philosophie centrée sur la cohésion sociale et l'ordre ; c'est manifestement le cas de la Chine, du Japon et de la Corée du Sud. A méditer !

**Un dernier mot** à propos du Corona, une fois cette épouvantable tragédie terminée... Certes, le monde ne sera plus comme avant, mais l'humanité aura beaucoup progressé dans l'éducation à distance, le télétravail, la solidarité sociale et la culture de la survie. ◉



**Entreprises** Magazine

**Directeur de la Publication**  
Nabil ALLANI  
dg@entreprises-magazine.com

**Directeur Artistique**  
Badie HEDHLI  
design@entreprises-magazine.com

**Directeur de la Rédaction**  
Jamel GOUBANTINI

**Rédacteur en Chef**  
Hatem TOULGUI  
hatem@entreprises-magazine.com

**Finance & Administration**  
Raja BEN ALI  
▪ abonnement@entreprises-magazine.com  
▪ administration@entreprises-magazine.com

**Conseiller à la Rédaction**  
Jassem CHAOUCH  
marketing@entreprises-magazine.com

**Rédaction**  
Saïd Kallel  
Faouzi Abdelkefi

**Chroniqueurs**  
Kais Mabrouk  
Selma Benkraiem  
Wided Hasnaoui

**Marketing Manager**  
Sabri FRINI  
sabri.fini@entreprises-magazine.com

**Rubrique LAW & BUSINESS**  
Maître Aslan BERJEB  
Avocat à la Cour de Cassation  
spécialisé en droit des affaires.

**Veille & Stratégies économiques**  
Mena Capital Partners  
www.menacap.net

**Révision**  
Mounir MOUSLI

**Photographie**  
Salah Lahbib

**Impression**  
Art & Couleurs  
7, Rue de la Mécanique -  
Z.I. Cherguia 1  
Tél : 71 773 536 - 71 770 388  
Fax : 71 773 485  
Email : info@artetcouleurs.com

**Distribution**  
Sotupress

**Édition**

**Canal Presse**  
La presse papier & numérique

14, Rue Abdelhamid Ibn Badis Alain Savary, 1002 - Tunis  
Tél : 71 788 200 /  
Fax : 71 785 510  
www.entreprises-magazine.com  
Rejoignez-nous sur Facebook et Twitter :  
ENTREPRISES

# SOMMAIRE

N°101 - MARS 2020

## ÉDITORIAL



«C'est la Faute à la Mondialisation!!! »

Par Nabil ALLANI

## LES ACTUS

- 08 En 2020, de belles Perspectives économiques France-Tunisie !
- 08 TOPNET signe un Partenariat technologique avec l'ONAT

## A LA UNE

- 22 CELLCOM «Higher & Higher»

## SPÉCIAL AUTOMOBILE

- 26 Palmarès du marché automobile en Tunisie (Janvier 2020)
- 42 Hyundai LEADER des Ventes des VP en Février
- 44 AGIL et SAM signent un accord de partenariat
- 50 NORDIC Machinery Entretien avec son PDG, Khaled Haddad
- 54 HONDA Tunisie Entretien avec son Directeur Général, Sadri AIECH
- 58 HONDA HRV SX Le SUV le plus sûre de sa catégorie
- 62 ITALCAR Entretien avec son Directeur Général, Kais KRIMA
- 64 SUZUKI lance en Tunisie la Nouvelle VITARA et gagne des points dans le secteur des SUV



## EN COUV

- CELLCOM Higher & Higher
- + SPÉCIAL AUTOMOBILE 2020
- SOPAL à l'assaut de l'Afrique
- L'ATB au service de l'Innovation et du Challenge

HERO by EVERTEK.

A LA UNE

**CELLCOM: «HIGHER & HIGHER»**

22

«Introduite en bourse en 2014, aujourd'hui et depuis la nomination de son nouveau PDG en 2019 Amine Chouaieb, la capitalisation boursière du groupe a augmenté de 130% en moins d'un an prouvant ainsi son dynamisme et sa réactivité sur le marché local.»



16

**SOPAL «LE FLEURON INDUSTRIEL EN MÉDITERRANÉE»**

Moez REGAYEG, DGA



12

Meubles Intérieurs accompagne trois nouvelles startups Tunisiennes du Flat6Labs.



10

Laico Tunis Lance son nouveau Site Web à l'ergonomie plus intuitive.

**08**

**EN 2020,  
DE BELLES  
PERSPECTIVES  
ÉCONOMIQUES  
FRANCE-TUNISIE !**

Olivier P. d'Arvor

**TOTAL lance  
LA 1ÈRE BORNE PUBLIQUE  
de Recharge électrique**

**06**

Total Tunisie a inauguré la première borne publique de recharge électrique dans son réseau de stations-services le mercredi 11 Mars 2020.



**AGIL ET SAM SIGNENT  
UN ACCORD DE PARTENARIAT**

N. Smida (AGIL) et Kh. Ben Jemâa (SAM)

**08**

**44** pour l'utilisation des lubrifiants et les carburants AGIL sur les véhicules MITSUBISHI et la promotion de ces derniers dans ses stations-service.

**66**

**ODC: LA  
NOUVELLE  
«ÉCOLE DU  
CODE»**



**«LA TUNISIE NE DOIT  
PAS RESTER  
À LA TRAÎNE  
DANS LES VOITURES ÉLECTRIQUES»**

Ibrahim Debache

**38**

« Nous avons pu préserver notre position de Leader grâce à nos multimarques qui couvrent différents segments du secteur. »

**14**

**GFI AFRICA  
TOUR 2020  
À TUNIS LE 26 MARS**

Imed Ammar

**68****42**

**HYUNDAI  
LEADER  
DES VENTES**

M. Mahjoub, DG

# TOTAL TUNISIE

## lance la première borne publique de recharge électrique

**T**otal Tunisie a inauguré la première borne publique de recharge électrique dans son réseau de stations-services le mercredi 11 Mars 2020. Le point presse a été organisé en présence de Abdesslam Rhennimi, Directeur Général de Total Tunisie, de Rafik Ben Ayed, M. Rafik Ben Ayed co-fondateur du groupe Albadr et PDG de Helios, et de Ibrahim Dabbeche, Président de la chambre syndicale des concessionnaires automobiles. **Cette borne** est accessible aux clients en station et est dédiée aux détenteurs de voitures élec-



triques toutes marques confondues. L'objectif consiste à

couvrir le Grand Tunis avec 4 à 5 bornes dans un premier

temps, puis installer 4 autres bornes sur l'axe Tunis – Sahel dans les deux sens.

**Total Tunisie** invite ses clients à utiliser la borne gratuitement pendant une première période de test sur la station TOTAL Les Jardins du Lac.

La société Hélios Cars -filiale du groupe AL BADR- et partenaire de Total Tunisie depuis plus de 20 ans, est l'importateur officiel de la marque automobile BYD, leader mondial des véhicules électriques. La société Hélios Cars s'apprête à la commercialisation en Tunisie de certains modèles de véhicules électriques. ◉

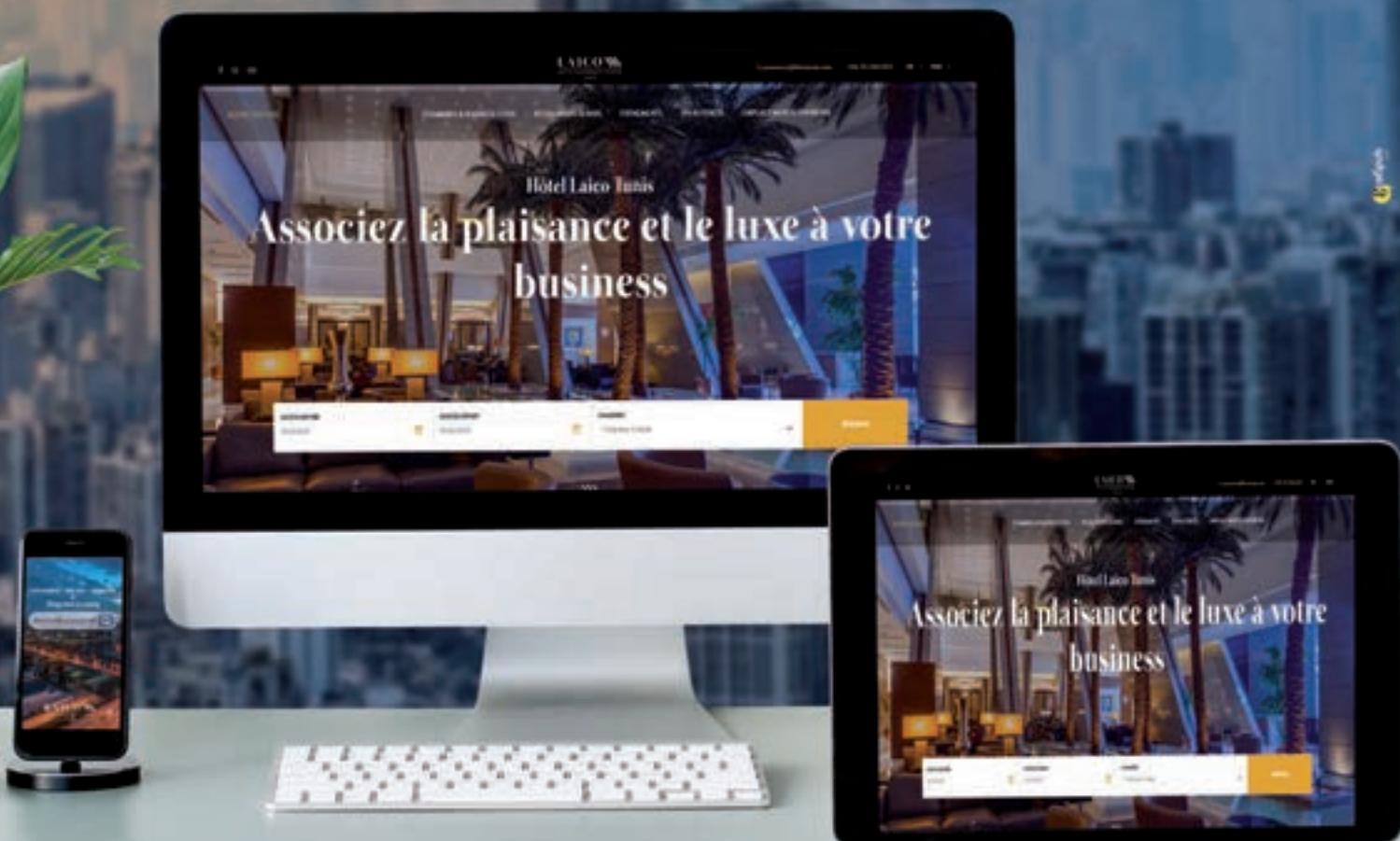
Plus qu'un assureur, nous sommes tous des tunisiens solidaires

# LAICO

SPA & CONFERENCE CENTER  
TUNIS

*Easier, Faster, Economical Reservation  
IT IS HERE .. CHECK IT NOW..*

[WWW.LAICOTUNIS.COM](http://WWW.LAICOTUNIS.COM)



LAICO  
SPA & CONFERENCE CENTER  
TUNIS

Place des droits de l'Homme Av. Mohamed v - 1001 Tunis  
Phone / Fax : (+216) 70 24 44 20 - [sales@laicotunis.com](mailto:sales@laicotunis.com)  
 LaicoTunis  
[www.laicotunis.com](http://www.laicotunis.com)

# EN 2020

## De belles Perspectives Économiques France-Tunisie !

**L**e Sommet Afrique France réunira en juin 2020 à Bordeaux près de 500 entreprises françaises, tunisiennes et plus largement africaines, sur un thème majeur, inclusif et d'actualité, celui de la ville durable. Une occasion pour la Tunisie de mettre en avant, à l'échelle du continent, les atouts et les avantages comparatifs importants dont elle dispose dans ce domaine, le dynamisme de ses entreprises et la qualité de ses entrepreneurs. Une occasion aussi pour nos deux pays de mettre en valeur nos relations économiques. Porteuses de perspectives très positives en ce début d'année 2020, elles sont largement soutenues par nos opérateurs (AFD, Business France, Expertise France) et par l'équipe France en Tunisie plus largement (Service Economique Régional, Chambre Tuniso-Française de Commerce et d'Industrie, Conseillers du Commerce Extérieur de la France).



■ Olivier Poivre d'Arvor, Ambassadeur de France en Tunisie

**La France** reste de loin le premier investisseur étranger en Tunisie, selon le bilan annuel de la Foreign Investments Promotion Agency (FIPA), avec des Investissements Directs à l'étranger (IDE) hors énergie de 540,6 M TND en 2019, soit 34% de la totalité des IDE, largement devant l'Allemagne (deuxième investisseur avec 180,7 M TND), l'Italie (173,7 M TND) ou le Qatar (152,9 M TND).

La France est également le

premier pays étranger créateur d'emplois en Tunisie. Elle comptabilise plus de 5 000 nouveaux emplois en 2019, qui s'ajoutent aux 140 000 emplois déjà proposés par les 1400 entreprises françaises sur le territoire tunisien.

**Ces entreprises françaises** ont fait le choix de la Tunisie et trois d'entre elles figurent parmi les cinq meilleurs employeurs en Tunisie en 2019, selon le programme « Meilleurs employeurs en Tunisie 2020 » organisé par l'Institut

Américain « Best Companies Group ». Il s'agit de Teleperformance Tunisie (1<sup>er</sup>), leader mondial de la gestion de la relation client, Safran Tunisie (3<sup>ème</sup>), spécialisée dans la fabrication de sièges et de systèmes électriques d'avions, et EMKA Electronique Tunisie (4<sup>ème</sup>), filiale d'un bureau d'études français spécialisé dans le développement d'applications embarquées dans le domaine électronique.

Enfin, la Tunisie reste, en 2019, l'une des destinations de prédilection des touristes français. Ils sont 900 000 à avoir visité la Tunisie en 2019 sur les 9 millions de touristes qu'a accueilli le pays, soit 10% des touristes étrangers en Tunisie. La France est ainsi à la 3<sup>ème</sup> place du classement des touristes par nationalités, après l'Algérie et la Libye et est donc le premier pays de provenance des touristes européens, loin devant l'Allemagne (environ 276 000) et le Royaume-Uni (environ 204 000). ◉

## TOPNET Signe un Partenariat technologique avec l'ONAT - «Ordre National des Avocats de Tunisie»

**T**OPNET, le 1<sup>er</sup> fournisseur de Services Internet en Tunisie et l'Ordre National des Avocats de Tunisie (ONAT), viennent d'annoncer la signature d'un accord de partenariat technologique dans le cadre d'une cérémonie organisée le Jeudi 04 Mars 2020 au Palais de justice de Tunis en présence de la Directrice Générale de Topnet, **Mme Rym Akremi Ben Dhief**, et du **Maitre Ibrahim Bouderbela**, bâtonnier de l'ONAT.

**Lors de son intervention, Mme Rym Akremi**, a déclaré que Topnet vise à renforcer ses liens avec les membres de l'ONAT via une relation privilégiée en



permettant d'améliorer l'activité quotidienne des avocats adhérents. Par ailleurs, elle a souligné que: « Notre objectif est de se positionner aujourd'hui en tant que

partenaire technologique des professions libérales et en particulier les avocats, en mettant à leur disposition les meilleures offres et solutions avec la qualité requise », a-t-elle ajouté.

Elle a confirmé par la suite que « TOPNET poursuivra sa stratégie de développement du haut débit afin de répondre aux exigences de sa clientèle et de suivre une démarche digitale sur toute la chaîne de valeur ».

A travers ce nouveau partenariat, Topnet se rapproche de plus en plus des besoins des professions libérales via ses solutions clés en main. ◉



SHERATON

Tunis Hotel

# Harry's Pub is Back !



**HARRY'S PUB**

**Sundown Happy Hour**  
-20% sur la carte des boissons  
Du mardi au dimanche 18h00-20h00

OUVERT DU MARDI AU DIMANCHE DE 18H00 À 02H00

# LAICO TUNIS

## Lancement de son nouveau Site Web

L'hôtel Laico Tunis a le plaisir de vous annoncer le lancement de son tout nouveau site web [www.laicotunis.com](http://www.laicotunis.com). L'Hôtel propose aujourd'hui un site internet à l'ergonomie plus intuitive et au design résolument moderne. A l'heure où les voyageurs se connectent de plus en plus souvent depuis leur smartphone ou leur tablette, LAICO TUNIS offre à ses clients un site internet, développé en responsive design, qui s'adapte aux différentes résolutions d'écrans en toute transparence pour les utilisateurs.

L'interface simple d'utilisation,



esthétique, et correspond aux exigences actuelles en

termes de référencement et d'ergonomie.

**Son développement** est le fruit d'une adaptation constante aux envies et aux besoins des clients proposant ainsi des séjours hôteliers avec des activités de luxe : spa, restauration gastronomique, Mariage, événements...

**Vous y trouverez** des informations sur les chambres, les tarifs, les services logistiques et de réservation, les salles de conférences, et toute nouveauté promotionnelle de l'hôtel. En espérant que vous apprécierez ce nouveau moyen de communiquer avec l'hôtel, Laico Tunis vous souhaite une bonne découverte. [www.laicotunis.com](http://www.laicotunis.com) ☺

Plus qu'un assureur, nous sommes tous des tunisiens solidaires

# THE 2

LA TOUTE PREMIÈRE SÉRIE 2  
GRAN COUPÉ.



Bientôt en concession.

Ben Jemâa Motors - Tunis - Tél: + 216 70 837 355  
Baccouche Automobiles - Sousse - Tél: + 216 73 256 350



**intérieurs**®

PLUS DE  
**35**  
ANS  
D'EXPERTISE

Mobilier De Bureaux

**OPTIMISEZ**  
le bien-être  
**de vos**  
COLLABORATEURS



**HermanMiller**

**LES PROS DU BUREAU**   
www.intérieurs.com.tn  
Tél: 71 863 611

**SHOWROOMS :**  
TUNIS - SOUSSE KANTAOUI - SOUSSE SAHLOUL - SFAX  
BÉJA - GABÈS - ALGER - TRIPOLI - ABIDJAN

# INTÉRIEURS

## accompagne 3 nouvelles startups Tunisiennes

dans le lancement de leurs projets



**M**eubles Intérieurs poursuit son soutien aux startups tunisiennes de **Flat6Labs** en offrant **9 000 000 dinars** de Mobilier de Bureau aux trois meilleures startups sélectionnées.

Les startups gagnantes ont remporté des chèques cadeaux de **5000 DT**, **3000 DT** et **1000 DT**.

**Le premier prix** a été décerné à **SQOIN**, spécialisée dans la blockchain et la crypto-monnaie. Elle propose aux entreprises et sites e-commerce une solution complète pour effectuer des transactions basées sur la technologie de blockchain.

**Le deuxième prix** a été remporté par **ONBOARD**, une startup tunisienne qui ambitionne de révolutionner l'industrie via la Réalité Mixte. Elle fournit une plate-forme aux fabricants de matériels et machines pour digitaliser leurs manuels de produits, les rendant immersifs et intelligents via les technologies de la réalité Mixte.

**Le troisième prix** est attribué à **WANTOTRIP**, est une plateforme qui vise à créer une nouvelle façon de voyager en offrant des expériences

de voyage uniques et abordables. Rappelons que Meubles Intérieurs a déjà fait appel, auparavant, aux services de startups du portefeuille de **Flat6Labs** et qui reconduit son soutien pour les startups de ce cycle aussi.

**Aziz Ben Slimane**, Directeur général de Meubles Intérieurs: «*Nous sommes fiers de continuer à soutenir les jeunes entrepreneurs tunisiens qui détiennent des idées innovantes de projets dans des secteurs prometteurs en leurs offrant un accompagnement professionnel et financier lors de la mise en place de leur startups.*»

**Yehia Houry**, Managing Director de **Flat6Labs Tunis** met l'accent sur «*l'importance de ce partenariat pour nous et surtout pour les startups. Cette collaboration permet aux startups d'ajuster leurs offres et de mieux comprendre l'attente des grands groupes industriels. Nous avons l'intention de continuer notre travail avec notre partenaire et de développer d'autres axes de coopération qui, on espère, servira d'exemples d'alliance entre les industriels et les startups.*»

# Shaped by performance.

The new Cayenne Coupé.



Porsche Centre Tunis  
Société Ennakl Automobiles  
Téléphone 36 036 100



PORSCHE

# GFI AFRICA TOUR

## Edition Sage à Tunis le 26 Mars 2020

Gfi Tunisie participe au Gfi Africa Tour 2020 –Edition Sage, lancé par le groupe.



IMED AMMAR, Manager de Gfi Tunisie

**C**et événement est le premier d'une série de rendez-vous à l'échelle africaine, dédiés aux solutions de Gfi. Le Gfi Africa Tour est l'occasion d'apprécier le savoir-faire du Groupe Gfi, l'un des leaders européens des Services Numériques à valeur ajoutée avec plus de 2 milliards d'euros de CA prévu pour 2020 et 25 000 collaborateurs, résolument tourné vers l'Afrique depuis plus de 15 ans. Dans son édition Sage 2020, Gfi Afrique invite ses principaux clients et contacts au cours d'une première tournée au Magreb, en Afrique de l'Ouest et en Afrique Centrale: Abidjan le 3 mars, Douala le 17 mars, Tunis le 26 mars, Casablanca le 9 avril. D'autres dates suivront dans d'autres villes d'Afrique où nos clients nous attendent : Alger, Dakar, Bamako, Nouakchott, Kigali, Libreville, Pointe-Noire...

**LE RENDEZ-VOUS** est donc donné à Tunis le **26 Mars prochain**; les experts de Gfi se mobiliseront pour discuter des dernières tendances des offres ERP de Sage misent au service des entreprises Africaines. Vous pouvez **vous inscrire** dès aujourd'hui en tapant ici: <https://cutt.ly/yrKqnPc> ou en scannant le Qrcode ci-dessous via une appli mobile. Lors de cette journée, une plénière sera organisée le matin pour comprendre les atouts des offres Sage X3, X3 People, XRT et SEI pour votre entreprise.

**L'après-midi**, des ateliers interactifs prendront place et permettront d'identifier ensemble l'adéquation de votre SI à vos enjeux et à votre développement. Gfi Tunisie vous invite à venir découvrir l'offre complète de Sage:

✓ **Sage X3, X3 People, XRT, Sage Enterprise Intelligence** : offres Cloud, connectivité IOT, le décisionnel en toute simplicité, la



  
+2  
BILLIARDS €  
de CA prévu  
pour 2020

  
25k  
Collaborateurs  
tournés vers  
l'Afrique



V12, les kits d'évolution depuis les autres offres Sage.

✓ **Les solutions pour Sage X3 verticalisées par Gfi** : Le Project and Job Costing (PJC) et la Gestion de la Maintenance (GMAO) sont deux solutions « full X3 » du vaste catalogue de logiciels de Gfi particulièrement adaptées au contexte de nos clients Africains gérant chantiers, flottes de véhicules, matériel industriel, facturation de ressources, ...

✓ **Les partenaires métiers de Sage et de Gfi** qui enrichissent l'offre Sage X3 dans des secteurs essentiels en Afrique : **Aritmos** pour les secteurs Agricole et Agroalimentaire et **TBS** pour les métiers du transport/logistique et du commerce mobile.

**GFI AFRIQUE** est au cœur de la stratégie de croissance du Groupe Gfi, avec déjà plus de 1000 collaborateurs présents localement, collaborateurs qui accompagnent les acteurs économiques africains, privés comme publics, dans leur transformation numérique - du Conseil à la mise en œuvre des solutions ERP - et dans la fournit de services innovants: Industrie 4.0, Smart City, Omni Commerce, ... Vous êtes un acteur économique important sur le continent. **Digitalisez votre organisation** est non seulement vitale mais également une formidable opportunité pour améliorer les services rendus à vos clients, favoriser votre croissance et au total générer revenu et productivité ? Vous êtes tout simplement déjà utilisateur de Sage ? Il est alors temps de venir nous rencontrer, car la solution de gestion Sage X3 associée aux méthodes, outils et savoir-faire de Gfi Afrique constituent le socle de cette évolution. ◉



**BIAT**

**Engagés  
avec vous**

[www.biat.com.tn](http://www.biat.com.tn)

# Engagés pour le développement

**36 000 entreprises accompagnées**

Engagés au quotidien, nous prenons en charge nos entreprises clientes là où elles se trouvent grâce à une présence marquée sur les principaux centres économiques du pays et à travers nos 205 agences réparties sur tout le territoire.

Nous mettons à leur service des équipes expertes et spécialisées : des compétences en matière d'accompagnement de PME et de grandes entreprises, des experts en matière d'opérations avec l'étranger, des experts en conseil financier et un accompagnement dédié aux investisseurs.

Nous mettons à leur disposition une offre complète de produits et services : banque au quotidien, placements, assurance, financement de l'investissement et du cycle d'exploitation, opérations à l'international tout en développant des synergies avec l'offre du Groupe BIAT.





# SOPAL

**RESTE UN FLEURON INDUSTRIEL**  
en Méditerranée et une marque synonyme  
de qualité et de confiance »

Entretien avec Moez REGAYEG, Directeur Général Adjoint – SOPAL.



■ Moez REGAYEG, DGA de SOPAL

◎ Par Nabil ALLANI



Comment le groupe  
SOPAL se positionne-t-il en Afrique qui  
compte plusieurs pays  
considérés comme des  
économies émergentes ?

Je ne parlerai pas de positionnement mais je dirai plutôt que notre Groupe est aujourd’hui en phase de conquête de l’Afrique. Notre développement,

au-delà des frontières tunisiennes, a commencé en 2009 avec une première implantation en **Côte d’Ivoire**. Entre-temps, ce pays a connu une instabilité politique chronique et aucunement favorable à l’investissement et aux affaires. Ici et au vu de ce contexte politique, le groupe SOPAL a perdu trois ou quatre années en développement et en croissance avec cette implantation dans le cadre d’un consortium tunisien. Ce dernier regroupait des industriels du Bâtiment fédérés autour d’une stratégie commerciale

dont le but est de proposer une offre globale.

**★ Aller s'implanter en Afrique n'est pas toujours chose facile ?**

Tout à fait. Vous opérez en terrain inconnu et par conséquent, la stratégie gagnante est fondée sur le principe du long-terme. Cela demande de développer la notoriété de la marque avec toutes les valeurs que cela suppose, telles que la qualité, la pérennité et le service. Aujourd'hui, notre implantation en **Côte d'Ivoire** a donné ses fruits et génère des revenus de l'ordre d'1 million d'euros par an, mais les charges restent considérables. En revanche, le Groupe SOPAL a une belle dynamique sur le marché marocain où nous avons commencé nos activités d'export à partir de l'année 2008, non pas dans la gamme de la robinetterie sanitaire, mais plutôt dans le domaine des robinets pour bouteilles de gaz.

**En 2014**, nous avons implanté au **Maroc** une unité industrielle d'assemblage et fourni aux gaziers marocains les robinets pour bouteilles de gaz signés SOPAL. Cette présence directe obéit à l'impératif de la proximité et honore des commandes de clients différents avec des plannings différents. Le principe est simple, nous fabriquons les composants en Tunisie puis la phase d'assemblage se fait au Maroc en fonction de la demande. Mais avec l'optimisation de la logistique et la réduction des temps de transit entre les deux pays, nous avons repris l'exportation à partir des sites industriels

tunisiens et converti notre unité au **Maroc** en structure commerciale pour promouvoir l'ensemble de nos gammes de produits.

**★ SOPAL continue-t-elle entre-temps sa saga africaine ?**

Oui et cela à partir de la Tunisie. Dans la logique d'étendue territoire de la marque, nous sommes allés chercher de la croissance dans des pays comme le **Sénégal**, le **Burkina Faso** et le **Mali** en privilégiant les partenariats locaux et ce, en mettant en place, là où nous allons, des «franchises SOPAL». A terme, nous souhaitons générer en Afrique des revenus de l'ordre de 40 millions de dinars pour un chiffre d'affaires global de 135 millions de dinars.

**★ Pourquoi le groupe SOPAL n'est-il pas coté à la Bourse de Tunis ?**

C'est un choix prémedité que nous assumons entièrement : nous introduire en Bourse ne nous apporterait pas grand-chose. Cette démarche nécessite l'existence d'un besoin ce qui n'est pas le cas pour SOPAL.

**★ Vous n'exportez pas vers le marché européen ?**

Nous avons eu quelques expériences sur le marché Européen où la robinetterie est née, surtout en Italie pour être plus précis. Nos produits sont probablement plus compétitifs, mais il y a une barrière culturelle difficile à franchir. SOPAL reste cependant un fleuron industriel en Méditerranée et une marque synonyme de qualité et de confiance. ◎



**Le groupe SOPAL a frôlé trois ou quatre années en développement et en croissance avec cette implantation dans le cadre d'un consortium tunisien.**



**40 MD**  
de revenus  
souhaités  
être générés  
en Afrique

**1M€**  
PAR AN  
de revenus  
générés  
en Côte d'Ivoire





1ère édition des Journées de la Fondation BNA

## «La Politique Monétaire en période d'instabilité» sous la loupe

**P**olitique Monétaire en période d'instabilité», c'est le thème adopté par la Banque nationale agricole (BNA) pour lancer les journées de la Fondation BNA, mercredi 26 février. « Nous voulons informer, sensibiliser et éclairer pour ne pas être perçus comme des « pompes à fric », a déclaré **Habib Ben Hadj Kouider** - DG de la BNA et président de la Fondation à l'ouverture de la rencontre.

**Nous voulons informer, sensibiliser et éclairer pour ne pas être perçus comme des pompes à fric »**

**Marouene El Abassi**, gouverneur de la BCT a, pour sa part rappelé que la banque centrale se situe dans une

logique de gestion de la politique monétaire et budgétaire pour servir au mieux les intérêts du pays et ses équilibres financiers.

Pour **Fatma Marrakchi Charfi**, Professeure d'économie, à l'Université de Tunis El Manar et intervenante, il est impératif de relancer l'investissement public pour booster l'investissement privé, assurer la stabilité politique tout en améliorant. « Nous voulons faire en sorte que le marché financier qui sollicite trop la BCT et qui n'a pas de profondeur pour faire face aux chocs puisse devenir autonome, résister aux aléas du marché et se ressourcer en usant des instruments monétaires disponibles » a pour sa part, affirmé **Béchir Trabelsi**, DG des Finances Extérieures de la BCT.

**Hatem Zaara**, directeur du Pôle Banque Corporate, Banque d'Affaires et Participations s'est pour sa part dit agréablement surpris de la capacité

de résilience du marché financier national : « Il y a une année, notre cauchemar à nous professionnels était de voir le dinar plonger. Aujourd'hui, nous assistons à une rémission magique. »

**La politique monétaire** a permis de faire baisser l'inflation, de réduire le déficit courant, de consolider le stock de devises, de renforcer le taux de change du dinar et de faire baisser le refinancement a pour sa part confirmé **Rym Kolsi**, directrice Générale de la Politique Monétaire à la BCT. ◉



**«Il y a une année, notre cauchemar à nous professionnels était de voir le dinar plonger. Aujourd'hui, nous assistons à une rémission magique»**



NOUVELLE IDENTITÉ  
UN NOUVEL HORIZON  
POUR VOTRE **CONFORT**



[www.sopal.com](http://www.sopal.com)

**SOPAL**



**DIALOGUE  
SOCIAL**

Alliance pour  
la Croissance  
Economique  
et pour l'Emploi

**KONRAD  
ADENAUER  
STIFTUNG**

# Des Facettes

## MULTIPLES DU DIALOGUE SOCIAL

### ÉDITORIAL

**E**n partenariat avec la Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS), l'Association des Responsables de Formation et de Gestion Humaine dans les Entreprises (ARFORGHE) a lancé sa 4<sup>ème</sup> édition de l'Académie RH de Tunis et sa 1<sup>ère</sup> édition de l'Académie RH de Sfax. Ces deux projets représentent un produit phare de notre association et s'insèrent dans le cadre du projet «Alliance pour la Croissance Economique et pour l'Emploi/ACE, Dialogue Social» mandaté par le BMZ et mis en œuvre par la GIZ,

**CONSCIENTE** de l'importance des pratiques RH pour la fonction et de la place qu'elles peuvent occuper pour un dialogue social réussi, l'ARFORGHE a mis en place ce cycle global de formations s'étalant sur une période de 7 mois à raison de 2 Jours/ mois. Ce cycle traitant toutes les pratiques RH et les outils qui s'y réfèrent, que nous citerons ci-après, est défini comme le socle de base de tout Responsable Ressources Humaines voulant instaurer un climat social propice au progrès de son entreprise. L'usage de ces outils met en



exergue la confiance et la coopération avec les collaborateurs par le biais de la transparence, l'équité et la reconnaissance. Cet aspect participera à la création d'une source d'engagement et d'une dynamique de progression. De plus il contribuera à la réduction des incertitudes et au renforcement des différentes modalités du dialogue social allant de l'information et la concertation à la négociation collective qu'elles soient formelles ou informelles.

**Les thématiques** composant le cycle de l'académie RH de l'ARFORGHE sont les suivantes : La politique de recrutement, la gestion prévisionnelle des emplois et compétences, la for-

mation professionnelle, l'évaluation et la gestion des talents, la politique de rémunération ; la psychologie du bien être au travail et se terminent avec le droit social et les techniques de négociation.

Nous jugeons que cette formation est complète pour un RRH junior parce qu'elle permet de maîtriser les compétences clés de la fonction RH, de créer un réseau riche en professionnels, consultants et universitaires spécialistes du domaine RH, de s'approprier le savoir et le savoir-faire dans l'action à travers les échanges du groupe et les diverses simulations, jeux de rôle et étude de cas réels.

**Cette formation** est diplômante et est délivrée par un jury d'experts de l'ARFORGHE et la KAS. Une cérémonie de remise de certificats de participation est organisée à la fin des deux cycles de Tunis et Sfax pour valoriser l'expérience acquise par le participant à travers cette formation. Nous donnons suite à notre introduction avec plus de détails à travers les présentations de notre collègue responsable du premier module que vous trouverez ci-après : Il s'agit des défis, des enjeux et des missions de la fonction RH. ☺



Classroom du 2<sup>me</sup> module - L'Académie RH 2020, Tunis



PAR YAHIA BOUCHADDAKH

# RESSOURCES HUMAINES

## Une fonction en pleine transformation

**N**ous sommes en plein cœur de ce que nous appelons la « 4<sup>ème</sup> révolution industrielle ». Caractérisée par l'avènement de technologies telles que l'Internet des objets (IoT), les usines intelligentes, l'automatisation, la robotisation, l'infonuagique (cloud computing) et les métadonnées (big data), cette révolution bouleverse le monde du travail et les usines d'ici et d'ailleurs. Le travail se transforme, les emplois se réinventent, les nouvelles compétences se multiplient.

**Cependant**, le Capital Humain reste la principale ressource pour relever le défi de la digitalisation à tous les niveaux. Effectivement, l'enjeu majeur auquel fait face l'entreprise aujourd'hui est de former les employés et de recruter de nouvelles ressources. Il s'agit de trouver l'approche la plus adéquate pour que l'entreprise réussisse à reconfigurer la chaîne de valeur et qu'elle préserve ou construise ses avantages concurrentiels. Comme à l'accoutumée, le module inaugural était aussi bien pour l'académie

RH de Tunis que celle de Sfax "le Responsable des Ressources Humaines : Rôle et mission".

Si l'entreprise était autrefois en position de monopole et quasi stable, aujourd'hui elle fait face à des changements majeurs ou rien n'est plus sûr que le changement marqué par l'ambiguïté et l'incertitude. Lors de ce 1<sup>er</sup> module, les participants à cette édition, ont été unanimes pour dire que les 5 défis à relever sont : manager les talents, manager la démographie et la transition générationnelle, manager les changements culturels et les transformations organisationnelles, manager l'équilibre vie personnelle / vie professionnelle et aider l'entreprise à devenir une organisation apprenante.

**En outre la fonction RH** devient une fonction plus stratégique, une fonction redéployée et remodelée, une fonction orientée service et business, une fonction mobilisant des compétences et pilotant des actions transversales, une fonction confrontée à une internationalisation croissante.

Dans ce contexte de révolution numérique et digitale la priorité est de former les collaborateurs et les acculturer au digital du fait de la place centrale des RHs dans l'usage des nouveaux outils tels que les plateformes collaboratives, et les chats parallèlement à l'usage des réseaux sociaux qu'il faut apprendre à maîtriser. De même il faut pousser les RHs à associer les BIG Data au processus de prise de décision et la dématérialisation des processus RHs

**Au cours de ce module**, les participants fortement motivés ont eu des échanges très productifs et très fructueux.

Globalement cette Académie RH est en train de connaître un engouement très fort qui ne peut être que porteur de beaucoup d'espérance pour les nouvelles générations RH en Tunisie et augure d'une transition intergénérationnelle réussie.

● **Par Yahia BOUCHADDAKH,**  
**Consultant RH Sr, Coach ICF**  
**Recruteur et formateur Soft Skills & RH**



Photo de Groupe "Académie RH de Tunis 2020"

# CELLCOM

## HIGHER & HIGHER

Entretien avec Amine CHOUAIEB, PDG de CELLCOM.

**F**

ondateur de CHIFCO, la boîte franco-tunisienne spécialisée dans l'Internet des Objets et les services technologiques à haute valeur ajoutée, Amine Chouaieb est un entrepreneur ardu et fer-vent supporter de l'innovation.

Aujourd'hui à la tête du groupe Cellcom, l'entrepreneur de 34 ans a déjà un CV qui déboîte. Des objets connectés à la téléphonie mobile, Amine n'a pas froid aux yeux quand il s'agit d'entreprendre. Après avoir réussi à se positionner en tant que leader régional de l'Internet des Objets, Amine s'est mis ●●●

ER  
T  
G



AMINE  
CHOUAIEB  
Président  
Directeur général  
de Cellcom

**EVERTEK.**  
Achetez Smart



**SALAH  
MEJRI**  
Ambassadeur  
d'Evertek

●●● en tête de redresser le groupe Cellcom et ses filiales. Il met en place un nouveau Business Model, un nouveau plan social et une nouvelle stratégie d'optimisation des ressources. Déjà, l'entreprise présente des chiffres positifs et ce depuis sa venue il y a six mois. Cette nouvelle signature de marque sonne alors comme une renaissance pour Cellcom. Pour Amine Chouaieb, changer une entité s'avère être fructifiant non seulement pour la prospérité des ses performances futures, mais aussi pour accroître la performance d'une économie en général. «Sois le changement auquel tu aspires» est l'une de ses devises favorites. Écoutons le...

**★ Commençons d'abord par un bref retour sur l'historique de Cellcom, ses dates clés, ses produits et services ainsi que sa capitalisation boursière?**

Fondé il y a 23 ans, Cellcom est l'une des sociétés qui a marqué le plus le secteur technologique tunisien

durant les quinze dernières années étant le premier distributeur exclusif de Motorola et de LG mobile en Tunisie et la première entreprise à avoir lancé un téléphone mobile double puce de marque tunisienne en Tunisie en 2006 sous la marque «EVERTEK». Jusqu'à maintenant Cellcom vise à rester un acteur incontournable de ce secteur. Grâce à notre spécialisation dans les produits High-Tech, la marque «EVERTEK» détient aujourd'hui la 3ème part de marché en Tunisie derrière Samsung et Huawei.

Nous avons réalisé de nombreux partenariats avec certains géants de la téléphonie mobile. Puis en Mai 2019, nous avons introduit la marque INFINIX. En décembre 2019, c'est la marque de téléphonie mobile «NEFFOS» de TP-Link qui a fait son introduction. Sans oublier la signature d'une collaboration entre Cellcom et *Salah Mejri*, la star tunisienne de basketball, pour le lancement du smartphone « HERO



by Evertek » qui aura une technologie équivalente aux mastodontes du marché et qui sera proposé à nos clients dans un avenir très proche.

Actuellement, nous avons de nouvelles signatures, tel que le partenariat avec l'Association Tunisienne de lutte contre le Cancer afin de valoriser le rôle citoyen du groupe.

**Introduce** en bourse en 2014, aujourd'hui **la capitalisation boursière du groupe a augmenté de 130% en moins d'un an prouvant ainsi son dynamisme et sa réactivité sur le marché local.**

Pour ce qui est de l'international et vu l'importance que prend cette entité, nous avons mis en place un service qui lui est totalement dédié en nominant un directeur export.

Nous avons repris les opérations des exports le Niger et nous sommes en négociations assez avancées avec plusieurs pays africains ayant des vols direct (Mauritanie, Burkina, Côte d'Ivoire et Guinée Conakry)

**★ Vous avez pris les rênes de Cellcom en Avril 2019 devenant à 33 ans le plus jeune PDG d'une entreprise cotée en bourse. Revenons un peu sur votre parcours et l'esprit que vous avez insufflé depuis votre prise de fonction ?**

J'ai toujours été passionné

par les technologies et ce depuis tout petit. J'ai été diplômé de l'Ecole des Ingénieurs de la Ville de Paris (EIVP), de l'université de Sydney et de l'ESCP Europe.

À mon retour en Tunisie, j'ai décidé de créer CHIFCO, ma première startup en 2011 implantée solidement en Tunisie et en France, spécialisée dans l'internet des objets, dans les services à forte valeur ajoutée, le Machine Learning et le Big Data. Nous avons effectué de nombreux partenariats avec de nombreuses grandes enseignes locales et internationales telles que Microsoft, Monoprix, Tunisie Telecom ... et avons reçu plusieurs prix nationaux et internationaux.



**En Avril 2019, j'ai été nommé PDG de Cellcom pour remplacer *M. Mohamed Ben Rhouma* qui était aux rênes de la société depuis 2002. Avec Cellcom, j'ai adopté une vision stratégique et une approche assez dynamique. Une revue du Business Model était aussi nécessaire. L'objectif étant de renforcer les activités où l'entreprise dispose d'un avantage concurrentiel significatif et où elle pourrait maintenir des marges confortables. La revue**



**neffos** | tp-link

stratégique nous a permis également d'identifier de nouveaux relais de croissance, via un renforcement des compétences en interne et des partenariats ciblés, capables de renforcer et de compléter notre offre de produits et de services.

**★ Quelles sont les synergies possibles entre le Groupe Cellcom et Chifco ?**

Ma nomination en tant que PDG coïncide avec un rapprochement stratégique entre CHIFCO et le Groupe Cellcom créant ainsi un système de vase communicant. D'une part, Chifco se donnera les moyens de renforcer ses équipes et de poursuivre sa conquête de nouveaux marchés grâce au développement d'applications mobile et web, d'outils CRM, de solutions à forte valeur ajoutée pour le groupe et ses clients. D'autre part, le Groupe Cellcom, se permettra d'étendre son périmètre de compétences et d'apporter une offre plus large.

**★ La marque Evertek s'adjuge un peu plus de 15% de part de marché mais le marché des smartphones a beaucoup bougé avec l'entrée en lisse de nouvelles marques asiatiques. Comment se profile la guerre entre les local brands face aux leaders du marché ?**

Nous sommes confrontés à un marché fortement concurrentiel. De ce fait, nous

travaillons sur plusieurs aspects pour contrer les nouveaux entrants tels que la mise en place d'un service SAV de qualité et de proximité. Nous veillons également à l'intégration des fournisseurs de contenus locaux et régionaux et nous maintenons un système de fidélisation et d'accompagnement du réseau direct avec un déploiement ordonné sur le digital. Enfin, nous montons des partenariats renforcés avec les opérateurs et les acteurs de la distribution.

**★ M. Amine Chouaieb, nous vous laissons le mot de la fin de cette interview avec les perspectives d'avenir du Groupe Cellcom et l'avenir du marché de la téléphonie mobile en Tunisie.**

Cellcom demeure un acteur unique en son genre sur le continent regroupant la distribution, la téléphonie et les SAV avec une stratégie orientée vers les pays africains, un marché en croissance.

Par ailleurs, nous comptons lancer plusieurs services permettant de capitaliser sur la notoriété de nos marques mais aussi de tester plusieurs innovations ayant fait leurs preuves ailleurs. L'avenir de Cellcom est clairement orienté vers une meilleure distribution et une diversification de l'offre de services.

**© Interview conduite par Hatem TOULGUI**



# PALMARÈS

## du Marché Automobile en Tunisie

### ► VÉHICULES LÉGERS – JANVIER 2020

	Brand	janv-20	MS 2020	janv-19	MS 2019	Rank 2019	Δ 19/20
1	<b>CHERY</b>	411	10%	54	2%	17	661%
2	<b>ISUZU</b>	402	10%	406	14%	1	-1%
3	<b>CITROËN</b>	335	8%	172	6%	5	95%
4	<b>KIA</b>	303	8%	250	8%	3	21%
5	<b>RENAULT</b>	274	7%	145	5%	7	89%
6	<b>HYUNDAI</b>	270	7%	258	9%	2	5%
7	<b>PEUGEOT</b>	213	5%	198	7%	4	8%
8	<b>SUZUKI</b>	198	5%	84	3%	13	136%
9	<b>VOLKSWAGEN</b>	183	5%	133	4%	8	38%
10	<b>MAHINDRA</b>	177	4%	129	4%	9	37%
11	<b>TOYOTA</b>	170	4%	83	3%	14	105%
12	<b>FIAT</b>	160	4%	155	5%	6	3%
13	<b>SEAT</b>	150	4%	119	4%	10	26%
14	<b>DACIA</b>	103	3%	88	3%	11	17%
15	<b>NISSAN</b>	72	2%	50	2%	18	44%
16	<b>SKODA</b>	56	1%	16	1%	29	250%
17	<b>DFSK</b>	49	1%	65	2%	16	-25%
18	<b>FORD</b>	42	1%	76	3%	15	-45%
19	<b>AUDI</b>	36	1%	34	1%	24	6%
20	<b>GREATWALL</b>	31	1%	16	1%	28	94%
21	<b>BMW</b>	29	1%	19	1%	27	53%
22	<b>SSANGYONG</b>	29	1%	37	1%	20	-22%
23	<b>GEELY</b>	28	1%	0	0%	-	-
24	<b>TATA</b>	28	1%	35	1%	23	-20%
25	<b>HONDA</b>	27	1%	42	1%	19	-36%
26	<b>DONGFENG</b>	27	1%	13	0%	31	108%
27	<b>IVECO</b>	27	1%	12	0%	33	125%
28	<b>MERCEDES-BENZ</b>	25	1%	35	1%	22	-29%
30	<b>CHEVROLET</b>	24	1%	36	1%	21	-33%
31	<b>FOTON</b>	23	1%	30	1%	25	-23%
32	<b>M.G.</b>	16	0%	22	1%	26	-27%
33	<b>MITSUBISHI</b>	7	0%	1	0%	44	600%
34	<b>MAZDA</b>	5	0%	85	3%	12	-94%
35	<b>LADA</b>	1	0%	14	0%	30	-93%
36	<b>PSA/DS</b>	1	0%	7	0%	36	-86%
37	<b>BAIC YX</b>	0	0%	1	0%	43	-100%
38	<b>Others</b>	51	1%	51	2%	-	0%
<b>Total</b>		<b>3983</b>	<b>100%</b>	<b>2971</b>	<b>100%</b>		<b>34%</b>

### ► MARCHÉ OFFICIEL + PARALLÈLE – JANVIER 2020

	2020	MS20	2019	MS19
<b>Immatriculations</b>	3983	76%	2971	74%
<b>Ré-immatriculations</b>	1276	24%	1030	26%
<b>Total marché</b>	<b>5259</b>	<b>100%</b>	<b>4001</b>	<b>100%</b>

# HERO

by EVERTEK.



Un smartphone **puissant**  
pour une expérience complète

Avec son processeur octacore et ses 3 GB de Ram, le **HERO** est un smartphone puissant qui vous permettra de jouir d'une expérience audiovisuelle et de gaming avec une grande facilité.

Avec la double caméra dorsale, immortalisez des moments inoubliables.

En plus de son lecteur d'empreinte digitale le **HERO** est muni d'un module de reconnaissance faciale pour une sécurité sans faille de votre smartphone.



# PALMARÈS

## du Marché Automobile en Tunisie

### ■ VÉHICULES PARTICULIERS – JANVIER 2020

Brand	janv-20	MS 2020	janv-19	MS 2019	Rank 2019	Δ 19/20
<b>1</b> CHERY	411	14%	54	3%	14	661%
<b>2</b> KIA	303	10%	239	12%	2	27%
<b>3</b> RENAULT	274	9%	145	8%	3	89%
<b>4</b> CITROËN	269	9%	97	5%	7	177%
<b>5</b> HYUNDAI	258	9%	245	13%	1	5%
<b>6</b> SUZUKI	198	7%	84	4%	9	136%
<b>7</b> TOYOTA	168	6%	66	3%	12	155%
<b>8</b> MAHINDRA	168	6%	108	6%	6	56%
<b>9</b> SEAT	150	5%	119	6%	4	26%
<b>10</b> PEUGEOT	149	5%	85	4%	8	75%
<b>11</b> VOLKSWAGEN	137	5%	119	6%	5	15%
<b>12</b> NISSAN	72	2%	42	2%	16	71%
<b>13</b> SKODA	56	2%	16	1%	24	250%
<b>14</b> DACIA	50	2%	30	2%	20	67%
<b>15</b> FIAT	44	1%	72	4%	10	-39%
<b>16</b> AUDI	36	1%	34	2%	19	6%
<b>17</b> FORD	34	1%	67	3%	11	-49%
<b>18</b> BMW	29	1%	19	1%	23	53%
<b>19</b> GEELY	28	1%	0	0%	-	-
<b>20</b> HONDA	27	1%	42	2%	15	-36%
<b>21</b> MERCEDES-BENZ	25	1%	35	2%	18	-29%
<b>22</b> CHEVROLET	24	1%	36	2%	17	-23%
<b>23</b> SSANGYONG	18	1%	23	1%	21	-22%
<b>24</b> M.G.	16	1%	22	1%	22	-27%
<b>25</b> DONGFENG	16	1%	0	0%	-	-
<b>26</b> GREATWALL	15	0%	0	0%	-	-
<b>27</b> MITSUBISHI	7	0%	1	0%	34	600%
<b>28</b> LANDROVER	6	0%	8	0%	27	-25%
<b>34</b> MAZDA	5	0%	65	3%	13	-92%
<b>35</b> LADA	1	0%	14	1%	25	-93%
<b>38</b> Others	33	1%	31	2%	-	6%
<b>Total</b>	<b>3027</b>	<b>100%</b>	<b>1918</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>58%</b>





# THERE'S ONLY ONE

**ITALCAR**  
Réparations et assistance des véhicules

**Jeep Tunisie**

**Tunis** : Showroom les Berges du Lac : Boulevard Principal, les Berges du Lac, 2045 Tunis - Tel : 71 655 521- 21 363 250 / Fax : 71 655 407. **Stevenson Weyhe** : Zone Industrielle Megrine route de Sousse GP1 5.5 km - Tel: 21 363 250 / Fax : 71 297 177. **JAX** : Cité El Khadra, Avenue Louis Braille, 1003 Tunis - Tel : 71 733 322 / Fax : 71 733 309. **Albar Lazreg** : Aviscar Service Rue Ibn El Jazar Bld Lazreg, 2076 La Manza Tunis - Tel : 31 401 282 / Fax : 32 401 282. **Zekrou** : Eurocar Services, Escaliers - Tel : 31 505 019. **Mehdia** : Société Tunicar, route de Bizerte Sartaj El Mihla, 2094 Ariana - Tel : 70 527 806 / Fax : 70 527 816. **Bejaia** : L'expert Automobile : Hafer M'héb km3, route Menzel Bourguiba, Bejaia 7000 - Tel : 72 510 366 / Fax : 72 510 366. **Jijel** : ADM 2, Rue El Yasmine, Cité des agents de la sécurité, Sidi Fredj 9029, Béjaïa Sud Tel : 78 453 820 / Fax : 78 453 198. **Alkébéd** : Cap Bon Motor's : Avenue du Maghreb Arabe, 8000 Nabeul - Tel : 72 272 702 - 72 272 708 / Fax : 72 272 890. **Sousse** : Bassem Auto : Rue Ahmed Charki, Maâken Sousse **Messadra** : Zone Industrielle Ghézala, 5000 Monastir - Tel : 73 425 932 / Fax : 73 425 933. **Mehdia** : Société Alfatima Cars, route de Bourmendes Ezzahra, Mehdia - Tel : 73 671 630 - 98 771 683 / Fax : 73 425 930. **Sfax** : Sfax Motors : 01, rue Jamel Eddine Al Afghani, zone Industrielle Poudrière, 3000 Sfax - Tel : 74 287 381 - 74 287 382. **Fax** : 74 287 375. **Ja** **Wélez** **Roues** : 04, Avenue d'Algérie, Bld El Madina - Tel : 74 204 890 / Fax : 74 204 890. **Aljedid** : Gharbi d'Équipement Général, Avenue de l'environnement 2100 Kairouan - Tel : 77 300 575 - 77 300 574 / Fax : 77 304 453. **Refha** : Auto Sud, Cité El Menzah Gafsa Aéroport 2151 - Tel : 76 217 632 / Fax : 76 217 016. **Albaba** : Thabti Auto Services : Avenue Abou El Kacem El Chabbi 8011 Gabès - Tel : 75 293 205 / Fax : 75 293 225. **Jajba** : Jajba Tourism Services : Km 2, Route Houmet Souk, 41116 Djerba Midour - Tel : 75 764 551 / Fax : 75 764 552. **Aljouya Auto Services** : Route Ajim Houmet Souk, Djerba 4110 - Tel : 75 655 050 - 75 621 105 / Fax : 75 655 051 - E-mail: [italcar@italcar-sa.com](mailto:italcar@italcar-sa.com).

# PALMARÈS

## du Marché Automobile en Tunisie

### ► VOITURES POPULAIRES – JANVIER 2020

	Brand	janv-20	Prix
1	Citroen C3	146	28420
2	Suzuki Celerio	113	20768
3	Hyundai Grand i10 BVA	73	31429
4	Renault Clio	65	26935
5	Kia Picanto	58	27960
6	Toyota Yaris	40	28880
7	Peugeot 208	22	28380
8	Chery QQ	9	19990
9	Mitsubishi Mirage	6	30200
10	Seat Ibiza	4	29397
11	Fiat Panda	4	27000
12	Mitsubishi Attrage	0	35000
	Total	540	-

### ► CUMUL VP HORS POPULAIRE – JANVIER 2020

1	CHERY	402
2	KIA	245
3	RENAULT	209
4	HYUNDAI	185
5	MAHINDRA	168
6	SEAT	146
7	VOLKSWAGEN	137
8	TOYOTA	128
10	PEUGEOT	127
11	CITROEN	123
12	SUZUKI	85
13	NISSAN	72
14	SKODA	56
15	DACIA	50
16	FIAT	40
17	AUDI	36

18	FORD	34
19	BMW	29
20	GEELY	28
21	HONDA	27
22	MERCEDES-BENZ	25
23	CHEVROLET	24
24	SSANGYONG	18
25	M.G.	16
26	DONGFENG	16
27	GREATWALL	15
28	LANDROVER	6
29	MAZDA	5
30	MITSUBISHI	1
31	LADA	1
32	Others	33
	Total	2487

## Grand i10



# NORDIC MACHINERY : VOTRE CONCESSIONNAIRE DES ENGINS TP ET CAMIONS VOLVO EN TUNISIE



# PALMARÈS

## du Marché Automobile en Tunisie

### ► VÉHICULES UTILITAIRES – JANVIER 2020

	Brand	janv-20	MS 2020	janv-19	MS 2019	Rank 2019	Δ 19/20
<b>1</b>	<b>ISUZU</b>	402	42%	406	39%	1	-1%
<b>2</b>	<b>FIAT</b>	116	12%	83	8%	3	40%
<b>3</b>	<b>CITROEN</b>	66	7%	75	7%	4	-12%
<b>4</b>	<b>PEUGEOT</b>	64	7%	113	11%	2	-43%
<b>5</b>	<b>DACIA</b>	53	6%	58	6%	6	-9%
<b>6</b>	<b>DFSK</b>	49	5%	65	6%	5	-25%
<b>7</b>	<b>VOLKSWAGEN</b>	46	5%	14	1%	14	229%
<b>8</b>	<b>TATA</b>	28	3%	35	3%	7	-20%
<b>9</b>	<b>IVECO</b>	27	3%	12	1%	18	125%
<b>10</b>	<b>FOTON</b>	23	2%	30	3%	8	-23%
<b>11</b>	<b>GREATWALL</b>	16	2%	16	2%	12	0%
<b>12</b>	<b>HYUNDAI</b>	12	1%	13	1%	17	-8%
<b>13</b>	<b>DONGFENG</b>	11	1%	13	1%	15	-15%
<b>14</b>	<b>SSANGYONG</b>	11	1%	14	1%	13	-21%
<b>15</b>	<b>MAHINDRA</b>	9	1%	21	2%	9	-57%
<b>16</b>	<b>HEBEI ZHONGXING</b>	9	1%	13	1%	16	-31%
<b>17</b>	<b>FORD</b>	8	1%	9	1%	20	-11%
<b>18</b>	<b>TOYOTA</b>	2	0%	17	2%	11	-88%
<b>19</b>	<b>BEIQI FOTON MOTOR</b>	2	0%	2	0%	23	0%
<b>20</b>	<b>FAW</b>	1	0%	3	0%	22	-67%
<b>21</b>	<b>FODAY</b>	1	0%	0	0%	-	-
<b>22</b>	<b>MAZDA</b>	0	0%	20	2%	10	-100%
<b>23</b>	<b>NISSAN</b>	0	0%	8	1%	21	-100%
<b>24</b>	<b>KIA</b>	0	0%	11	1%	19	-100%
<b>25</b>	<b>Others</b>	0	0%	2	0%	-	-100%
<b>Total</b>		<b>956</b>	<b>100%</b>	<b>1053</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-9%</b>

  
**ISUZU**



All-New  
**HR-V**

**THE SUV**



**OPTION**

JMC - CONCESSIONNAIRE OFFICIEL HONDA

Showroom Tunis : Route de Gammarth - Marsa Erriadh

Tél : (+216) 36 407 900 / Fax : (+216) 36 407 907

Mobile : (+216) 29 190 100 / (+216) 29 798 426

Showroom Sousse : CAR TECH - Honda Sousse GP1 ZONE INDUSTRIELLE

Tél : (+216) 36 060 005 / Mobile: (+216) 28 377 777

E-mail : [contact@honda.tn](mailto:contact@honda.tn) / Web : [www.honda.tn](http://www.honda.tn)

# PALMARÈS

## du Marché Automobile en Tunisie

### CONCESSIONNAIRES – JANVIER 2020

	Concessionnaire	Brand	YTD 01-20	MS 2020
1	Ennakl	VOLKSWAGEN	183	10,77%
		SEAT	150	
		AUDI	36	
		SKODA	56	
		PORSCHE	4	
		Total	429	
2	Afrique Auto	ISUZU	402	10,70%
		OPEL	0	
		CHEVROLET	24	
		Total	426	
3	STA	CHERY	411	10,32%
4	Artes	RENAULT	274	9,47%
		DACIA	103	
		Total	377	
5	Aures Auto	Citroen	335	8,44%
		DS	1	
		Total	336	
6	City Cars	KIA	303	7,61%
7	AHM	HYUNDAI	258	6,48%
8	Sotudis	HYUNDAI	12	5,47%
		SSANGYONG	29	
		MAHINDRA	177	
		Total	218	
9	Stafim	PEUGEOT	213	5,35%
10	Carpro	SUZUKI	198	4,97%
11	BSB	TOYOTA	170	4,27%
12	Italcar	JEEP	7	4,22%
		ALFA ROMEO	1	
		FIAT	160	
		Total	168	
13	Adev	NISSAN	72	1,81%
14	Le moteur	TATA	28	1,33%
		MERCEDES-BENZ	25	
		Total	53	
15	Alpha international	JAGUAR-LR	7	1,23%
		FORD	42	
		Total	49	
16	NIMR	DFSK	49	1,23%
17	Atlas Auto	GREATWALL	31	0,78%
18	BJM	BMW	29	0,73%
19	JMC	HONDA	27	0,68%
20	Sotradies	IVECO	27	0,68%
21	OIS Motors	MG	16	0,40%
22	SAM	MITSUBISHI	7	0,18%
23	Economic Auto	MAZDA	5	0,13%
24	Wallys services	LADA	1	0,03%
25	Others		110	2,76%

ALL NEW **KORANDO**

UNE VALEUR SURE  
OÙ QUE VOUS SOYEZ



**SSANGYONG**



[WWW.SSANGYONGTUNISIE.COM](http://WWW.SSANGYONGTUNISIE.COM)

**SsangyongTunisie officielle**

**AUTOMOBILES ZOUARI**  
CONCESSIONNAIRE / SAV VÉHICULES DE TOURISME

**TUNIS** - Rte de sousse, GP1 Km7 2033 - Mégrine  
Tél.: (+216) 70 130 070 - 70 130 060  
Fax : (+216) 71 425 253

**SFAX** - Rte de Gabes, bvd de l'environnement, km 2,5 - Sfax  
Tél.: (+216) 70 130 020  
Fax : (+216) 74 281 020

**SOUSSE** - Rte de ceinture, 4022 Z.I.Akouda - Sousse  
Tél.: (+216) 70 130 040 - 70 130 050  
Fax : (+216) 73 343 233

**GABES** - Rte de Tunis , Km 0,5 BP 31 - 6001 Hached Gabés  
Tél.: (+216) 70 130 090  
Fax : (+216) 75 274 151

# PALMARÈS

## du Marché Automobile en Tunisie

### MARCHÉ PARALLÈLE – JANVIER 2020

	Brand	janv-20	MS 2019	janv-19	Δ 19/20
<b>1</b>	<b>VOLKSWAGEN</b>	206	16%	167	23%
<b>2</b>	<b>CITROEN</b>	190	15%	155	23%
<b>3</b>	<b>PEUGEOT</b>	173	14%	131	32%
<b>4</b>	<b>MERCEDES-BENZ</b>	119	9%	80	49%
<b>5</b>	<b>RENAULT</b>	92	7%	64	44%
<b>6</b>	<b>KIA</b>	55	4%	54	2%
<b>7</b>	<b>ISUZU</b>	47	4%	56	-16%
<b>8</b>	<b>TOYOTA</b>	56	4%	47	19%
<b>9</b>	<b>BMW</b>	47	4%	36	31%
<b>10</b>	<b>NISSAN</b>	47	4%	32	47%
<b>11</b>	<b>AUDI</b>	29	2%	30	-3%
<b>12</b>	<b>HYUNDAI</b>	25	2%	17	47%
<b>13</b>	<b>FORD</b>	22	2%	20	10%
<b>14</b>	<b>DACIA</b>	22	2%	24	-8%
<b>15</b>	<b>LAND ROVER</b>	18	1%	17	6%
<b>16</b>	<b>FIAT</b>	22	2%	18	22%
<b>17</b>	<b>OPEL</b>	9	1%	13	-31%
<b>18</b>	<b>JEEP</b>	9	1%	9	0%
<b>19</b>	<b>MITSUBISHI</b>	17	1%	7	143%
<b>20</b>	<b>PORSCHE</b>	8	1%	6	33%
<b>21</b>	<b>IVECO</b>	7	1%	6	17%
<b>22</b>	<b>SKODA</b>	3	0%	4	-25%
<b>23</b>	<b>CHEVROLET</b>	2	0%	6	-67%
<b>24</b>	<b>HONDA</b>	4	0%	5	-20%
<b>25</b>	<b>SEAT</b>	7	1%	5	40%
<b>26</b>	<b>OTHERS</b>	31	2%	21	48%
<b>Total</b>		<b>1276</b>	<b>100%</b>	<b>1030</b>	<b>24%</b>





**Profitez du temps  
vous êtes dans une Audi**



Visitez le Terminal Audi - La Goulette ou notre réseau d'agences agréées  
Route régionale 23 - Tunis La Goulette. Tél : 36 036 121 - 36 036 127  
[tn.audi.com](http://tn.audi.com)

**Audi Vorsprung durch Technik**



**«LA TUNISIE NE  
DOIT PAS RESTER  
À LA TRAÎNE**  
dans les voitures  
électriques »





« Malgré la Concurrence, nous avons pu  
**PRÉSERVER**  
**Notre Position**  
**de Leader**  
**GRÂCE À NOS MULTIMARQUES »**

Ibrahim DEBACHE, PDG d'ENNAKL Automobiles.

● Par Hatem TOULGUI

Le marché automobile des véhicules neufs a enregistré 49216 immatriculations à fin décembre 2019 soit une baisse de 4,2% par rapport à l'année 2018. Malgré cette conjoncture et pour la deuxième année consécutive, Ennakl Automobiles a conforté sa position de leader des importateurs de véhicules neufs avec 6868 immatriculations en 2019, et une hausse de 9% par rapport à l'année 2018. Grâce à cette performance, la part de marché d'Ennakl Automobiles s'élève à 14% sur le marché des véhicules neufs en 2019 en évolution de 2%. **Retour sur ces performances et sur les nouveautés du concessionnaire avec son PDG, M. Ibrahim Debache. Interview**

★ **Malgré une baisse des immatriculations de 4,2% par rapport à l'année 2018. Ennakl Automobiles conforte sa position de leader des importateurs de véhicules**

**neufs. Commençons par un bref bilan de vos performances en 2019 ?**

Depuis 2018 nous avons mis une stratégie qui prend en compte les changements majeurs au niveau national et international dans le secteur de l'automobile. L'objectif étant de veiller à l'application de l'ensemble des standards définis par les marques que nous représentons en Tunisie. Comme vous le savez, le marché aujourd'hui est devenu hautement concurrentiel avec 36 concessionnaires et avec 56 marques distribuées sur tout le territoire.

Malgré cela nous avons pu préserver notre position de leader grâce à nos multimarques qui couvrent différents segments du secteur. Cette position de leader est maintenue également grâce à notre politique de satisfaction client en termes de vente ou de service après-

vente à travers notre dense réseau d'agences présent sur l'ensemble du territoire. Cette notoriété et cette confiance dont nos marques jouissent auprès des tunisiens s'est traduite notamment par 14% de part de marché en évolution de 2% par rapport à 2018. ●●●



Hatem TOULGUI  
hatem@entreprises-magazine.com



**intérieurs**®

**Mobilier De Bureaux**

**Siège de performance**  
**Siège ergonomique**

**Sayl®**

**HermanMiller**

**LES PROS DU BUREAU**

**SHOWROOMS :**  
TUNIS - SOUSSE KANTAOUI - SOUSSE SAHLOUL - SFAX  
BÉJA - GABÈS - ALGER - TRIPOLI - ABIDJAN



PLUS DE  
**35**  
ANS  
D'EXPÉRIENCE

●●●★ **Volant d'Or 2019 du Meilleur Spot TV Tunisien, Volant d'Or des Meilleures Ventes Premium, Volant d'Or 2019 de la meilleure vente Segment C... La moisson était plutôt bonne pour Ennakl lors du volant d'or 2019 ?**

Effectivement nous nous félicitons de ces distinctions qui viennent confirmer notre leadership et illustrent au mieux la satisfaction de nos clients. C'est aussi l'aboutissement de notre nouvelle orientation stratégique qui a donné à l'entreprise ce nouveau souffle grâce notamment à une offre pléthorique, une proximité client sans cesse améliorée et une politique commerciale orientée relation-client.

**4 Volant d'Or 2019 ont été remis à Ennakl Automobiles: Karim Hammami, SKODA, AUDI et Golf7 »**

★ **Pour un pays qui souffre d'un déficit énergétique comme la Tunisie, l'électrique serait une aubaine mais les infrastructures et les réglementations Ad Hoc tardent à être mis en place. Quel est le point de vue des concessionnaires ?**

J'aimerais d'abord mettre en exergue l'inébranlable volonté de tous les concessionnaires et particulièrement Ennakl de mettre à la disposition du client des véhicules qui sont en phase avec les normes de plus en plus draconienne en matière de d'émissions. Reste à s'assurer que les nouvelles motorisations puissent profiter d'une qualité de carburant en adéquation avec les technologies dont les véhicules sont pourvus chose qui n'est pas toujours possible en Tunisie. Nous avons constitué avec le ministère de tutelle un task-force dont la mission principale est d'assurer à nos véhicules la qualité de carburant la plus capa-

ble de réduire leur empreinte carbone. Le monde de l'automobile tend aujourd'hui de plus en plus vers les motorisations hybrides et électriques et il est important pour nous concessionnaires que la Tunisie ne soit pas à traîne dans ce domaine. Le passage vers ces nouvelles motorisations demeure toutefois aujourd'hui timide à cause notamment du vide réglementaire, du manque d'incitations et d'absence d'infrastructures Ad hoc afin de pouvoir diffuser un plus grand nombre de ce type de véhicules. La Tunisie ayant ratifié l'accord de Paris sur le climat, il est aujourd'hui plus que nécessaire que tous les acteurs du secteur, publics et privés, agissent de concert pour que le pays respecte ses engagements dans le cadre de cet accord.

★ **Quelles seront vos nouveautés pour 2020 toutes marques confondues ?**

Nous avons constaté ces dernières années à l'instar de ce qui se passe au niveau international qu'il y a une forte tendance du marché vers les véhicules SUV proportionnellement au segment plus conventionnel des berlines. Pour accompagner cette tendance du marché nous allons en 2020 étoffer notre offre SUV dans les différentes marques que nous commercialisons notamment la marque SEAT avec les modèles Arona, Ateca et le nouveau Tarraco.

Pour la marque SKODA, nous avons en plus du Kodiak, nous prévoyons la mise prochaine sur le marché du Karoq ainsi que du Kamiq. En ce qui concerne la marque Audi nous avons déjà étoffé notre offre par le nouveau Q3 et du Q8 qui viennent compléter la gamme SUV. Pour ce qui est de la marque Volkswagen en plus du Tiguan et du Touareg nous prévoyons la mise sur le marché tunisien d'autres véhicules notamment des SUV d'entrée de gamme. ☺



ŠKODA

# FAITES LE BON CHOIX, OPTEZ POUR LA ŠKODA FABIA

À PARTIR DE 23 DT/JOUR



Offre valable jusqu'au 30 avril 2020

125 | ŠKODA AUTO  
YEARS

ŠKODA chez Ennaki Automobiles la Goulette  
et dans son réseau d'agences officielles

Tél : 36 036 036

ŠKODA Tunisie / [www.skoda.tn](http://www.skoda.tn)



# HYUNDAI

# LEADER

## DES VENTES DES VÉHICULES

### PARTICULIERS

Tête du podium des ventes cumulées 2020



**ALPHA  
HYUNDAI  
MOTOR  
CONFIRME  
SA POSI-  
TION ET  
VISE LA  
CONSOLI-  
DATION DE  
CES RÉSUL-  
TATS LE  
LONG DE  
L'ANNÉE  
2020»**

**↳ Mehdi Mahjoub,**  
DG - Alpha  
Hyundai Motor



es données recueillies à partir des statistiques de l'ATT (Agence Tunisienne des Transports Terrestres) révèlent que la marque Hyundai est leader du marché des véhicules particuliers en février 2020.

**Alpha Hyundai Motor**, distributeur officiel de la firme automobile sud-coréenne Hyundai en Tunisie pour les véhicules particuliers, enregistre un volume de ventes de 465 unités immatriculées en février 2020, en progression de 84,52% par rapport au mois de février 2019 pour une part de marché de 13,25% pour les véhicules particuliers.

**Selon les chiffres** cumulés 2020 (janvier & février), la marque sud-coréenne reprend sa place à la tête des ventes des véhicules particuliers avec 735 unités immatriculées avec une croissance de 47,89 % par rapport à la même période de l'année 2019 pour une part de marché de 11,24% pour les véhicules particuliers. « *Nous sommes fiers de la confiance de nos clients. Alpha Hyundai Motor con-*



**465**  
VÉHICULES  
vendus  
en Février



**13.2**  
DE PART  
de marché  
pour les VP

*firme sa position et vise la consolidation de ces résultats le long de l'année 2020. Une année très importante pour le parcours de la marque en Tunisie avec un programme de développement prometteur spécialement au niveau du réseau»,* a déclaré monsieur **Mehdi Mahjoub**, directeur général d'Alpha Hyundai Motor. Grâce à la fiabilité de ses services et la diversification de la gamme, Alpha Hyundai Motor a maintenu sa position de leader dans un environnement concurrentiel.

**Le concessionnaire**, qui vient d'inaugurer son nouveau siège à la Charguia 1, poursuivra la réalisation de ses objectifs inscrits dans son business plan en s'appuyant sur ses points forts suivants :

- ❶ **Une large gamme**, variée et innovante de voitures Hyundai allant de la mini-citadine au SUV,
- ❷ **Un service de qualité** avec une équipe jeune, dynamique, soudée et engagée,
- ❸ **Un réseau** en perpétuel développement avec 9 agences actuellement pour un objectif de plus de 16 agences à la fin 2020. ☺



Mehdi  
Mahjoub,  
DG -Alpha  
Hyundai Motor

Tentez votre chance  
en essayant votre  
HYUNDAI préférée  
2018 FIFA World Cup Russia™



# AGIL et SAM signent un accord de partenariat

pour l'utilisation des lubrifiants et les carburants AGIL sur les véhicules MITSUBISHI

**L**a Société Nationale de Distribution des pétroles **AGIL, leader sur le marché de distribution des hydrocarbures**, a signé le jeudi 27 février 2020 un accord de partenariat avec **SAM, représentant officiel de la marque MITSUBISHI en Tunisie depuis plus de 35 ans**. Cet accord scelle la confiance de la société SAM dans les lubrifiants **Agil-Eni** à travers la recommandation de leur utilisation lors de la mise en circulation des nouveaux véhicules MITSUBISHI ou de leur entretien périodique.

**La SNDP** conclut ainsi son premier partenariat avec le concessionnaire automobile SAM, en alliant la précision et la technologie d'un constructeur automobile japonais à la performance et la technologie des Lubrifiants et Carburants AGIL.

**FORTE** de son partenariat avec Eni l'un des géants de la technologie des lubrifiants, AGIL offre ainsi à sa clientèle une large gamme de lubrifiants pour automobiles, à savoir la gamme « **TANIX** » et en I-sint couvrant l'ensemble des applications (Essence, Diesel et Gaz). Une gamme qui répond parfaitement aux exigences des moteurs les plus modernes.

**La concrétisation** de ce partenariat s'inscrit dans le cadre des axes stratégiques de développement des deux sociétés qui ont décidé de s'unir sur le même chemin en choisissant de continuer leur route ensemble. Ce partenariat porte sur l'utilisation et la préconisation par MITSUBISHI /SAM des lubrifiants et carburants premium AGIL. En contrepartie, la SNDP mettra à la disposition de SAM des espaces d'exposition ou de



**En contre-partie, la SNDP mettra à la disposition de SAM des espaces d'exposition ou de promotion dans ses stations-service.**



promotion dans ses stations-service. Sans compter les nombreuses actions communes de marketing et de communication programmées dans le cadre de ce partenariat.

SAM commercialise sous la marque MITSUBISHI une gamme variée de voitures japonaises (pick-up, 4x4, SUV et voitures populaires)

**Cet événement** a été l'occasion idoine pour la SAM MITSUBISHI d'annoncer des scoops. Et pas n'importe lesquels. Ainsi, dans un mois environ, la société va introduire la première berline tri-corp populaire en Tunisie, pour le grand plaisir des automobilistes et des férus de design élégant. Pour célébrer et magnifier de la plus belle des manières ce partenariat, SAM MITSUBISHI a présenté en exclusivité 2 nouveaux modèles: l'**Eclipse Cross** et la **Pa-jero Sport.** ◎

# Passez la première !

## Votre Hyundai est déjà financée...

### par la BNA et son Partenaire Leasing



Votre SUV à partir de  
**990**  
DT /mois\*

\*cette offre est soumise à des conditions

**Alpha Hyundai Motor**  
Route de la Gendarmerie 3000 Tunis, T +216 31 220 8000 - F +216 31 208 988

**Hyundai Motor Tunisie**  
25 Rue de l'Industrie, 21 La Charnie 1 - 2028 Tunis, T +216 31 208 000 - F +216 31 208 400

**Auto Pro**  
Au Mohamed II Mad Khefach Gaf Chabbi 8011 Nabeul, T +216 72 362 0000 - F +216 72 364 000

**Zeno Auto**  
Rue Ismail Ben Youssef Institut Sup 4000 Sousse, T +216 72 636 2000 - F +216 72 636 200

**Sud Auto Services**

Rue de Djerba Km 3,5 Sfax, T +216 36 408 428 - F +216 36 408 429

**Horizon Cars**

Rue de la Gendarmerie 3000 Tunis, T +216 31 208 200 - F +216 31 208 200

**Modern Auto**

Zona Industriale, Route de Menzha, Monastir, T +216 72 521 021 - F +216 72 521 020

[www.hyundai.tn](http://www.hyundai.tn)





# «LE BIOCARBURANT devrait métamorphoser le secteur des énergies »

Interview avec Nabil SMIDA, PDG de la SNDP (AGIL).

◎ Par Hatem TOULGUI



Hatem TOULGUI  
hatementreprises-magazine.com

**L**e secteur des transports est le premier secteur consommateur d'énergie en Tunisie. Il accapare 50% de la consommation des produits pétroliers et 35% de la consommation finale d'énergie. La société nationale de distribution du pétrole en tant que acteur clef du secteur qui opère sous la marque AGIL agit

avec agilité à travers des partenariats tous azimuts à la rationalisation de l'empreinte environnementale à travers l'exploration de solutions alternatives. **Le point sur ces partenariats avec son PDG M. Nabil Smida.**

★ **La SNDP en tant qu'entreprise publique cherche à nouer des partenariats avec son écosystème commercial pour préserver sa** ●●●

## فائز في فئة الوقود



À votre Service

The logo for AgilX Premium. It features the word "Agil" in a large, white, sans-serif font. The letter "i" has a red dot above it. The letter "l" has a red vertical bar extending from its top. To the right of "Agil" is a yellow "X" shape. A green fuel droplet icon is positioned at the bottom right corner of the "X". Below "Agil" and to the right of the "X" is the word "Premium" in a red, bold, sans-serif font. The background of the logo is a dark blue with a subtle diamond pattern.

## LA MEILLEURE PROTECTION POUR VOTRE MOTEUR

● ● ● position de leader sur son propre marché. Parlons un peu de votre dernier accord avec le géant Mitsubishi ?

Nous sommes une entreprise qui a soixante ans et nous avons depuis notre création noué plusieurs types de partenariats dont le plus vieux est avec le géant ENI qui avait fondé l'entreprise avant sa tunisification sous la marque AGIL. ENI est un partenaire vital pour AGIL qui nous assure un transfert de technologie substantiel notamment en matière de lubrifiants. Nous sommes également en pourparlers pour un grand projet dans le domaine du biocarburant qui devrait métamorphoser le visage du secteur des énergies en Tunisie. Nous avons également des partenariats avec plusieurs entreprises pétrolières locales notamment l'algérien NAFTAL avec lequel nous avons des relations historiques. La SNDP étant devenu aujourd'hui un groupe constitué de plusieurs sociétés qui couvrent toute la chaîne de métier nous n'avons cessé de nouer de nouveaux partenariats dont le plus récent est avec Mitsubishi. L'accord couvre un volet commercial à travers la préconisation des huiles AGIL et un volet communication pour la mise en avant de nos deux marques.

★ Dans le cadre de votre politique de responsabilité sociale vous venez de nouer un partenariat avec la chaîne Attassia pour promouvoir les sports toutes disciplines confondues. Quelle est la portée de ce partenariat ?

Helmet Sportif By Agil est un concept sponsorisé par notre groupe avec la chaîne ATTASSIA et s'intègre dans le cadre de notre politique de responsabilité sociétale. C'est un concept qui s'adresse à des jeunes talents sportifs dont l'âge ne dépasse pas les 14 ans. Nous avons commencé avec 5 disciplines sportives et les talents sélectionnés vont être adoptés par AGIL afin d'intégrer à terme une équipe nationale et pour quoi pas briller au-delà de nos frontières.

**★ Vous avez également clos l'an-née dernière avec un partena-riat avec l'Agence Tunisienne de Maîtrise de l'Énergie. Parlez-nous un peu du fonds de ce partenariat ?**

En fait l'Agence Tunisienne de Maîtrise de l'Énergie est un partenaire historique. Nous avons déjà à titre d'exemple une convention qui concerne le diagnostic des voitures pour une meilleure maîtrise de la consommation et de la sécurité de

ces dernières. Le DG de l'agence est également membre de notre conseil d'administration et c'est tout dire l'importance qu'accorde AGIL à la rationalisation de la consommation de l'énergie. Nous avons également un projet en chantier qui concerne la production de l'énergie photovoltaïque dans lequel l'agence de maîtrise de l'énergie est notre partenaire technique.

★ La voiture électrique est en marche. Comment les sociétés de distribution des énergies conventionnelles comme Agil peuvent-elles anticiper sur ce marché au potentiel inestimable ?

En tant groupe nous sommes conscients de l'importance de la question de la mobilité électrique et du plus-value qu'elle peut apporter au citoyen et à l'environnement. En étroite coopération avec les ministères de tutelle nous travaillons déjà à baliser le terrain pour l'arrivée des voitures électriques surtout au niveau réglementaire mais aussi au niveau technique. Un groupe de réflexion a été constitué et nous comptons apporter activement notre brique à la stratégie nationale en la matière.

© Interview





SUV  
*Business class*



## CITROËN C5 AIRCROSS



Motorisation 165 CV Boite Automatique

Suspension à double butées hydrauliques progressives\*

Système Actif de détection d'angles morts\*

Combiné numérique 12,3'' personnalisable\*\*

Toit ouvrant vitré panoramique\*



Pour tout renseignement

**70 02 02 38**

[citroen.tn](http://citroen.tn)

**INSPIRED  
BY YOU**

**CITROËN préfère TOTAL.** \*Valable pour la version Shine. \*\*Valable pour la version Feel. \*\*\*3 ans de garantie : 2 ans de garantie constructeur et 1 an de garantie offert par Aures Auto dans la limite de 100.000 km. \*\*\*\*Conditions générales sur [www.citroen.tn](http://www.citroen.tn). Dans la limite du stock disponible - Photos non contractuelles.



# LEADER

## du transport «Longues Distances»

pour la puissance, la robustesse et la sécurité

Entretien avec Khaled Haddad, PDG de Nordic Machinery, importateur officiel de Volvo Trucks et Volvo Construction Equipment en Tunisie.

© Par Sabri FRINI



out d'abord félicitations ! Le camion Volvo a été élu meilleur camion en 2019 au concours «Les Volants d'Or».

Que représente pour vous ce prix ?

Nous avons évidemment été honorés de voir les lecteurs de tunisieauto.tn voter massivement pour désigner le camion Volvo comme le meilleur camion de l'année 2019. Nous y voyons la preuve que la clientèle tunisienne sait reconnaître l'excellence.

En effet, au-delà d'être leaders du secteur longues distances et d'être reconnus pour leur puissance et leur robustesse, les camions Volvo, le **Volvo FH** et le **Volvo FMX**, sont équipés de systèmes et de technologies qui renforcent la sécurité ap-



puyant ainsi la volonté de Volvo à maintenir son rôle de numéro 1 en termes de sécurité routière. Outre la sécurité, chaque véhicule **Volvo est doté de nombreuses solutions innovantes et une multitude de fonctionnalités** permettant au client de booster sa productivité et d'améliorer sa rentabilité.

C'est aussi un clin d'œil de la clientèle au leadership technologique qui a marqué le passé de Volvo et continue d'ailleurs avec les **camions électriques autonomes "sans chauffeur"!** De tels produits ne seront pas commercialisés à grande échelle dans le proche avenir, mais ils montrent clairement que **Volvo est en train de façonner l'avenir.**

Nous y voyons enfin une preuve de la satisfaction de notre clientèle quant au service après-vente que nous mettons à leur disposition. La priorité donnée au service après-vente fait partie de l'ADN de notre société, tant nous sommes convaincus que la rentabilisation des investissements de notre clientèle passe par la maximisation du temps d'utilisation du camion. Un camion coûte extrêmement cher quand il est en panne car, dans certains cas, c'est tout un chantier qui se trouvera à l'arrêt. C'est pour cela que nous continuerons à investir dans le service après-vente. Nous avons même obtenu des prix en termes de qualité de service après-vente et ce, suite à des enquêtes de satisfaction commandées par Volvo et réalisées par des organismes internationaux indépendants. Nous en sommes très fiers.

**★ Les secteurs dans lesquels vous exercez sont très concurrentiels. Comment évolue Nordic Machinery avec cette donne ?**

La Tunisie est un pays ouvert et



pratiquement toutes les marques du monde entier y sont représentées. Certains clients sont évidemment tentés par des matériels à bas prix, mais ils découvrent rapidement "qu'il faut être riche pour acheter moins cher", tant il est vrai que le prix d'achat ne représente qu'une partie du coût. L'investissement que nous faisons en matière d'après-vente et de support à la clientèle est un gage de rentabilisation de leurs investissements sur Volvo.

**★ Parlez-nous de la priorité donnée par Volvo à la préservation de l'environnement.**

La protection de l'environnement fait partie de l'ADN de Volvo et ce, aussi bien au niveau de ses moteurs qui se caractérisent par des économies de carburants et des niveaux d'émission des plus bas, mais aussi au niveau des règles régissant l'activité des concessionnaires Volvo qui permettent de protéger l'environnement contre

des atteintes sérieuses, notamment liées aux huiles usées.

Je voudrais cependant souligner un paradoxe tunisien : la création de notre ministère de l'Environnement remonte à 1991 et, pourtant, il est aujourd'hui possible d'importer en Tunisie des machines, des camions et des voitures équipés des moteurs les plus polluants au monde ! Des pays qui ont commencé après nous -comme le Maroc- exigent aujourd'hui que les moteurs soient de la cinquième génération antipollution (Euro 5 et Tier 5). Il est inadmissible que nous acceptions d'être un marché pour les industriels pollueurs. Cela aurait été compréhensible si cela permettait de protéger des industries tunisiennes, mais cela n'est pas le cas. La Tunisie doit adopter la norme 5 et cela dans les plus brefs délais.

**★ Quel bilan tirez-vous de l'année 2019 ?**

Nous constatons une baisse ●●●



**Volvo FH**

Leaders du secteur longues distances, les Volvo FH et FH16 offrent des niveaux inédits de confort, de sécurité et d'économie.



**Volvo FMX**

Le véhicule de chantier moderne. Puissant, robuste et doté de fonctionnalités révolutionnaires.



**Volvo FM**

Le véhicule le plus polyvalent. Un design remarquable, une formidable manœuvrabilité et une économie d'exploitation exceptionnelle.



**Volvo FE**

Souplesse, motricité et productivité de premier ordre dans un véhicule de distribution régionale compact.



**Volvo FL**

Léger, agile et optimisé pour la distribution en milieu urbain.

••• continue des investissements alloués aux travaux publics. Cela se comprend évidemment quand on voit la situation des finances publiques avec un Budget de l'Etat dont l'essentiel des ressources est orienté vers les salaires, les subventions et le remboursement des dettes.

**La crise** des finances publiques se traduit aussi par des retards de paiement de plus en plus importants. Beaucoup d'entreprises de travaux publics s'en trouvent asphyxiées car toutes n'ont pas la possibilité d'attendre les paiements qui ne viennent pas. Si cela continue, le nombre d'entreprises qui sont obligées de cesser leurs activités augmentera rapidement. Le principe est simple, l'Etat n'a pas le droit de lancer des travaux s'il n'a pas le financement nécessaire à leur réalisation. L'Etat ne devrait pas avoir le droit de donner des chèques sans provision et une réforme du paiement des marchés de l'Etat est fondamentale : dans certains pays, le paiement d'un marché est confié à une banque. Quand telle entreprise remet à ladite banque un décompte dument signé, le paiement se fait instantanément. La banque se tournera ensuite vers le Trésor Public, soit pour être payée à son tour, soit pour souscrire des Bons du Trésor. Si un acteur doit s'endetter, c'est bien l'Etat et non l'entreprise !

**★ A votre avis, quels sont les projets que l'Etat doit réaliser en toute urgence et comment les financer ?**

Le volume des travaux d'infrastructure programmés par l'Etat est sans commune mesure avec les besoins : 60 ans après l'indépendance, notre

réseau autoroutier ne dépasse pas les 500 kilomètres! Nous avons besoin –et vite– de construire des autoroutes reliant Tunis à Tozeur et Kébili via Gafsa, Bizerte à Tabarka et l'Algérie, Sfax à Sidi Bouzid, Kasserine et l'Algérie, Gafsa à Gabès! Il s'agit là de pré-requis à tout développement des régions de l'intérieur. Le manque de moyens financiers pour de tels investissements n'est pas une raison pour laisser les régions de l'intérieur dans cet état déprimant. Tous les moyens sont bons pour changer cette situation et le recours aux concessions peut nous doter d'un réseau autoroutier complet en moins de dix ans. Donnons la priorité à nos partenaires classiques, sinon le monde est vaste et beaucoup de ressources sont disponibles au Koweït, au Qatar, en Scandinavie et en Chine, pour ne citer que ceux-là!

**Le même raisonnement** devrait être appliqué aux chemins de fer. Il est inacceptable que 60 ans après l'indépendance, nous soyons toujours prisonniers de la voie métrique alors que le Maroc lance le TGV! Signalons aussi que l'aménagement du territoire laisse à désirer alors qu'il peut être créateur de richesse ! Nous avons une capitale «bizarre» car elle est enclavée au point que la banlieue est plus chère! L'extension de Tunis vers le Lac lui a donné une bouffée d'oxygène ; il faut continuer: l'aéroport devrait être déplacé vers Utique –par le recours à la concession– et tous les terrains entre la route de la Marsa et la route de La Soukra, y compris la Charguia, offriraient une excellente opportunité de transformer Tunis

et d'en faire une belle capitale. Nous devrions même construire de nouvelles villes.

**La région** située entre Zarzis et Ben Guerdane est idéale. Elle devrait être configurée autour de cinq axes : le tourisme avec une corniche de vingt kilomètres, l'éducation et la santé (en direction de la Libye et de l'Afrique), l'énergie renouvelable en profitant des possibilités solaires du Sud et la logistique avec la disponibilité de l'aéroport de Djerba et du port de Zarzis qui a la capacité de devenir un véritable poumon pour l'Ouest libyen et le Sud algérien. Nous pourrions d'ailleurs l'appeler Al-Bibane pour souligner son ambition d'ouverture sur toute la région et elle pourrait, en une vingtaine d'années, devenir un véritable pôle de développement permettant enfin au Sud de faire autre chose que le commerce transfrontalier !



**2018**  
**DÉMARRAGE**  
de la construction  
de la nouvelle  
base à la Zone  
Innopark El-Agba



**2017**  
**AUGMENTATION**  
du capital social de  
1 à 7 millions de  
dinars



**2016**  
**SIGNATURE**  
du contrat de  
concession avec  
Volvo Trucks pour  
la représentation  
en Tunisie des  
camions Volvo



**★ Votre mot de la fin ?**

D'abord, vous remercier de l'opportunité que vous m'offrez de parler de mon entreprise et de notre joie d'avoir gagné le **Volant d'Or**, mais aussi de sujets qui me passionnent. Nous traversons une crise économique profonde qui nécessite des réformes profondes dans des délais très courts, mais nous n'avons aucun choix et nous devons y faire face.

**La pression** du court terme ne devrait pas nous empêcher de voir grand et de lancer de grands projets structurants: notre économie est à peine suffisante pour une population de 5 ou 6 millions et nous survivons en “répartissant la misère”, il est temps que cela change. ◎



# HERO

by EVERTEK.



Un smartphone **puissant**  
pour une expérience complète

Avec son processeur octacore et ses 3 GB de Ram, le **HERO** est un smartphone puissant qui vous permettra de jouir d'une expérience audiovisuelle et de gaming avec une grande facilité.

Avec la double caméra dorsale, immortalisez des moments inoubliables.

En plus de son lecteur d'empreinte digitale le **HERO** est muni d'un module de reconnaissance faciale pour une sécurité sans faille de votre smartphone.





# HONDA



 **SADRI AIECH**, DG - Honda Tunisie

« MISER SUR

# L'INNOVATION et la Technologie POUR SATISFAIRE NOS CLIENTS »

Entretien avec Sadri AIECH, Directeur Général de Honda Tunisie.

• Par Sabri FRINI

**P**

arlez-nous de Honda, c'est une marque nouvellement introduite en Tunisie, nos lecteurs souhaitent en

savoir plus ?

L'histoire de Honda est intimement liée à l'histoire de son père fondateur **SOICHIRO HONDA**, un infatigable créateur qui a lancé son entreprise au lendemain de la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale, le Japon se devait de devenir mobile à moindre coût, Sohichiro Honda a eu l'idée de monter des moteurs de générateurs inutilisés sur des vélos, la première Honda est née en 1946. **Honda** est l'un des seuls constructeurs présents sur plus de deux fronts, auto et moto avec des succès glanés dans les catégories reines MOTO GP et F1. Depuis plus de 70 ans d'existence, Honda est capable de développer des tondeuses à gazon autonomes, de puissants moteurs de bateau et vient même de faire décoller son propre avion. C'est une entreprise fidèle à l'es-



prit japonais, toujours indépendante, comptant uniquement sur ses principales ressources, à savoir: **l'innovation et la technologie**. À cet effet, Honda est la seule marque qui a gardé son identité et ses valeurs, aucune alliance avec aucune marque.

**En 1963**, Honda passe des deux roues aux quatre roues, le mini camion robuste T360 convainc. La sportive S500 est portée aux nues. Tout juste un an après, Honda franchit l'étape audacieuse de la course automobile, un engagement quasi naturel pour *Sohichiro Honda* ●●●

ALL  
NEW  
HONDA  
HRV SX,  
LE SUV  
LE PLUS  
SURE  
DE SA  
CATÉ-  
GORIE.

Première apparition de Honda en course de Formule 1

**60's**



**70's**  
Honda lance la Civic, qui évolue pour devenir la référence mondiale

Record de 15 victoires sur 16 dans les courses de Formule 1

**80's**



**90's**  
Honda donne naissance au Concept SUV, avec le lancement du CRV

Honda prend son envol : Honda Jet



**Aujourd'hui**

●●● avide de compétition. En 1965, elle remporte son premier grand prix F1 au Mexique et connaît son apogée dans les années 90, six titres constructeur au total. En 1988, aucune équipe n'avait encore dominé une saison de F1 de cette façon et aucune n'a fait mieux depuis, les deux monoplaces motorisées par Honda remportent 15 courses sur 16.

Avec plus de 63 usines de par le monde, Honda a écoulé plus 114 millions de véhicules, certains de ses modèles sont devenus mythiques à l'instar de la HONDA CIVIC lancée en 1972. En 10 générations, 24 millions d'unités vendues. En 2019, Honda est le quatrième constructeur mondial. Au-delà de ses performances commerciales, c'est la fiabilité qui fait le renom de la marque. Chaque pièce est testée des milliers de fois, rien n'est laissé au hasard, plusieurs baromètres dans plusieurs pays placent Honda parmi les marques les plus fiables au monde. De plus, tout au long de son existence, Honda a fait preuve d'innovation constante -se renouveler par l'innovation- disait **Sohichiro Honda**. Honda a ainsi créer le premier système de géolocalisation l'électro-gyrolocalisateur proposé en 1981 au Japon sur la Honda Accord, soit 10 ans avant l'introduction du GPS, la première voiture à 4 roues directrices est née en 1987. En 1989, Honda innove avec le vertueux VTEC ; une technologie qui permet d'accroître les performances du moteur tout en obtenant des gains de consommation.

## ★Les marques asiatiques percent de plus en plus sur le marché tunisien, c'est quoi le secret?

Il est un fait que la part des véhicules européens s'est drastiquement rétrécie entre 2010 et 2019, passant de près de 80% à 47%.

Cette augmentation de la part des véhicules asiatiques en Tunisie est due à la concomitance de deux facteurs. Le premier est la levée de bouclier sur l'importation des véhicules non européens depuis 2011, le second est l'essor des marques asiatiques qui, depuis plus d'une décennie, devi-

ennent de plus en plus agressives, s'exportent mieux et offrent aux consommateurs une panoplie de modèles répondant à leurs besoins. Néanmoins, dans les véhicules asiatiques, il est nécessaire de faire la différence entre l'origine des marques. Le marché tunisien connaît la montée en puissance des marques chinoises et indiennes, marques prisées pour leur accessibilité en termes de prix, les marques coréennes offrant de bon rapport qualité prix et les marques japonaises offrant un meilleur coût de détention au vu de la fiabilité proposée.

**En 2019**, dans le segment des véhicules particuliers, la part des véhicules nippon est d'environ 23%, les véhicules coréen est d'environ 16% tandis que les ventes des véhicules chinois et indien est d'environ 13%.

## ★ Quelle place espérez-vous avoir sur le marché tunisien ?

Honda a été lancée au printemps 2016, les prémisses de la crise étaient déjà perceptibles à l'époque, elles le sont encore plus aujourd'hui.

Dans ce contexte et n'étant pas une marque Low Cost et n'ayant pas de modèles d'entrée de gamme, il est plus ardu de se tailler une place sur le marché, nous avons donc opté pour une approche institutionnelle qui met en avant la détention du véhicule, le slogan **ikseb Honda** est repris sur la quasi-totalité de nos supports.

**La détention** d'un véhicule de marque Honda procure plus de sérénité au propriétaire, plus d'agrément de conduite, plus de sécurité et surtout des économies importantes durant la période de détention grâce à la fiabilité des organes et la durabilité des pièces d'usure.

Nous ambitionnons, à l'instar de ce que nos confrères importateurs font dans d'autres pays, de positionner notre marque comme étant la plus fiable, la plus avantageuse en détention et surtout être le reflet de l'obsolescence technologique de HONDA MOTOR en Tunisie.

## ★ Quelle serait votre vision de la relation client dans une marché concurrentielle matérialisé par

## la dominance de la composante digitale ?

Dans le monde automobile, la relation client a pendant longtemps été un sujet de moindre importance. Deux éléments principaux expliquaient ce constat. Le marché automobile était porteur et dynamique pendant de longues années. Modifier la façon dont les marques interagissaient avec les consommateurs ne semblait donc pas important.

De plus, la différenciation entre les constructeurs se faisait davantage grâce aux qualités intrinsèques de chaque modèle : performances, design, image de marque, etc. Mais lorsque le marché automobile a reculé, suite à la crise des sub-primes en 2007 et la crise bancaire et financière de la fin de l'été 2008, il est devenu plus concurrentiel ; les constructeurs se sont retrouvés face à un problème de taille : comment parler aux clients et les séduire et surtout, rester en contact permanent avec eux.

C'est à partir de cette époque que la relation client est devenue un enjeu central pour les marques et les concessions automobiles.



**En Tunisie**, ce constat a été observé un peu plus tardivement, aux alentours de 2015 où on a ressenti un fléchissement tangible de la demande. Ce fléchissement coïncide également avec à un changement des habitudes du consommateur et de son exposition médiatique, le consommateur tunisien n'est plus aussi sensible aux canaux traditionnelles (téléphone, courrier, rendez-vous en concession...) mais plutôt aux canaux digitaux, les réseaux sociaux, les sites internet, le mobile, ainsi que les e-mails sont devenus d'une importance majeure pour s'adapter aux nouveaux comportements des consommateurs. Pour ce, JMC a investi dans une nouvelle interface CRM regroupant aussi bien le métier marketing, vente mais aussi l'après-vente. Grâce à cet outil, nous sommes parvenus à canaliser le flux important d'information reçues, créer une nouvelle interactivité avec nos clients, ceci nous permettra à terme, d'être une marque communautariste comme l'est HONDA MOTOR dans ses marchés de prédilection. ©



## DONGFENG S50 LUXURY CVT

### DRIVE YOUR DREAM.



Venez découvrir la berline S50 CVT en finition automatique, dotée d'un moteur Mitsubishi 1.6L, d'un toit ouvrant et de pleins d'équipements modernes et ce seulement à 58.900 DT.



Toit ouvrant



BVA CVT



Moteur Mitsubishi 1.6 L



Show-room principal sis à 5 rue de l'Artisanat, Charguia 2.  
Tél.: 31 31 38 38 - Fax : 31 31 38 39 - E-mail : [contact@nimr.com.tn](mailto:contact@nimr.com.tn)

**5ANS**  
GARANTIE  
ou 100.000km



All New

**HONDA HRV SX**  
**Le SUV le plus sûr**  
DE SA CATÉGORIE



**J**apanese Motors Compagny, distributeur de la marque HONDA MOTOR en Tunisie annonce l'arrivée du pack de sécurité le Honda Sensing sur sa gamme.

Le début du HONDA SENSING se fera sur la HONDA HRX SX dont le début de commercialisation est prévu pour le 12/03/2020 faisant de ce modèle le véhicule le plus sûr de sa catégorie.

Pour le consommateur Tunisien La sécurité étant un critère primordial dans le choix d'un véhicule, HONDA lui proposera une série de fonctionnalités technologiques de pointe, conçue pour offrir une assistance à la conduite rendant plus sereine et pour veiller à la sécurité du conducteur et de ses passagers. Le nouveau HR-V est le SUV compact le plus sophistiqué jamais conçu par Honda. Son style extérieur à la dynamique sportive

s'accompagne de nombreuses améliorations intérieures bénéficiant d'un design et de matériaux renouvelés, et d'un vaste éventail de technologies avancées. Le HR-V continue d'offrir l'espace et la modularité d'un monospace et bénéficie désormais d'une dynamique de conduite améliorée. À l'intérieur, le HR-V offre un espace aux dimensions généreuses et, grâce au système innovant Magic Seat de Honda, un haut niveau de modularité. ●●●



**HONDA  
SENSING**  
Pour la 1<sup>re</sup> fois  
en Tunisie le  
pack Honda  
sensing équipe  
le HRV SX

●●● Des matières douces et luxueuses ainsi qu'un design sophistiqué définissent l'intérieur du HR-V, où se conjuguent fonctionnalité, raffinement, sensation d'intimité et esprit sportif

## HONDA SENSING: POUR LA PREMIÈRE FOIS EN TUNISIE LE PACK HONDA SENSING ÉQUIPE LE HRV SX

Le HR-V SX est équipé de série du Système avancé d'assistance à la conduite de Honda, qui utilise des capteurs radar, associés à des caméras vers l'avant et vers l'arrière. Cette suite complète de technologies de sécurité comprend :

### ✓ Alerte anticollision frontale FCW (Frontal Collision Warning)

L'alerte anticollision frontale détecte les risques de collision en reconnaissant le véhicule directement à l'avant, à l'aide de la caméra multi-usages. Le système fonctionne au-dessus d'une vitesse de

15km/h. À la détection d'un risque de collision, il émet des avertissements visuels et sonores. La distance d'avertissement peut être réglée selon les préférences du conducteur et celui-ci peut désactiver le système

### ✓ Le système d'avertissement de sortie de voie (LWD) :

L'avertissement de franchissement de ligne utilise la caméra multi-usages pour suivre les marquages de voie sur la route. Si la voiture s'écarte de sa ligne actuelle sans que le clignotant ait été mis, l'avertissement de franchissement de ligne alerte le conducteur avec des avertissements sonores et visuels. Le système peut être désactivé par le conducteur à tout moment.

### ✓ Reconnaissance des panneaux de signalisation TSR

Il s'agit d'un système d'assistance qui attire l'attention du conducteur sur les

panneaux de signalisation importants et l'aide ainsi à respecter les limitations de vitesse et les interdictions de dépassement.

## 1,5 LITRE I-VTEC (ESSENCE)

Offrant un équilibre parfait entre puissance et efficacité, le moteur essence 1,5 litre i-VTEC développe 130 ch (96 kW) avec un couple maximal de 155 Nm à 4'600 tr/min.

La motorisation 1,5 litre i-VTEC s'appuie sur les technologies Honda VTEC (Variable valve Timing and lift Electronic Control) et VTC (Variable Timing Control), associées à l'injection directe des orifices d'admission à fort tourbillon transversal et à une forme de piston optimisée pour de meilleurs résultats en termes de puissance et de consommation. Le modèle est disponible chez JMC HONDA Route du relais la marsa et ZI Akouda au prix de **110 500 dt ttc.** ◎

## ► PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS

EXTÉRIEUR	
Feux de jour	LED
Phares	LED
Phares antibrouillard avant	LED
Antibrouillard arrière	0
Rétroviseurs latéraux avec inclinaison en marche arrière	0
Minuterie d'éclairage automatique	0
Poignées de porte Chromées	0
Rétroviseurs avec clignotants intégrés	0
Antenne de toit à ailettes	0
Radar avant et arrière	0
Toit ouvrant panoramique	0
Rétroviseurs à commande électrique	0
Rétroviseurs rabattables électrique	0
Feux arrière LED	0
Feu de stop LED	0
Aileron de pare-chocs avant	0
Aileron de hayon ton carrosserie	0
Détecteur de pluie	0
Essuie-glace arrière	0
Vitres arrières sur-teintés	0
sortie d'échappement	0
barres de toit	0
CONFORT ET COMMODITÉ	
Frein de stationnement électrique avec maintien automatique du frein	0
Système de climatisation automatique avec commande tactile	Bizone
Accès intelligent avec Engine start stop	0
Palettes séquentielles au volant	0
Régulateur et limiteur de vitesse	0
Rétroviseur Electrochrome	0
Lève vitres avant et arrière électriques automatique et anti pincement	0

Super condamnation des vitres	0
Volant réglable en hauteur et en profondeur	0
Volant et pommeau de vitesse en Cuir	0
SIÈGES	
Sellerie	1/2 tissu / 1/2 cuir
Sièges chauffants (Conducteur et passager avant)	0
Accoudoir central arrière	0
Sièges Magic rabattables 60:40	0
AUDIO ET CONNECTIVITÉ	
Système audio	Tactile 7" avec Navigation
haut-parleurs	6
Bluetooth® HFT®	0
USB	2
Interface HDMI	0
Suppression active du bruit (ANC)	0
SÉCURITÉ	
Airbags Frontaux	2
Airbags latéraux	2
Airbags rideaux	4
Caméra de recul	0
Vehicle Stability Assist™ (VSA®) avec système d'anti patinage	0
Système de freinage antibloquage (ABS)	0
Répartiteur de force de freinage (EBD)	0
Signal de freinage d'urgence (ESS)	0
Système de surveillance de la pression des pneus (SSPP)	0
Aide au démarrage en pente	0
Structure de carrosserie Advanced Compatibility Engineering™ (ACE™)	0
Système de freinage City Brake Active System	0
Avertisseur de risque de collision avant	Honda sensing
Reconnaissance des panneaux de signalisation	Honda sensing
Alerte de franchissement involontaire de ligne	Honda sensing
Système Start Stop	0

مع

# La Carte Youth Prépayée

Sans compte bancaire



## يُتَصَرَّفُ عَلَى راحْتَهُ



[www.bna.tn](http://www.bna.tn)

Offrez à votre enfant la Carte Jeune YOUTH, une carte bancaire prépayée, rechargeable et octroyée sans compte bancaire.

La Carte Jeune YOUTH permet à votre enfant, dans la limite du montant disponible, de retirer de l'argent auprès des GAB ou de payer ses achats auprès des commerçants ou sur internet en toute simplicité et en toute sécurité.



BNA - Banque Nationale Agricole



BNA - Banque Nationale Agricole



BNA - Banque Nationale Agricole



bna.bank

Avenue Mohamed V -1001- Tunis - Phone : +216 71 831 000 / +216 71 831 200



« Cette année, nous allons  
**TRAVAILLER**  
**sur des Petites Cylindrées**  
**LA CONSOMMATION VA BAISSER**  
et les prix seront plus accessibles »

Entretien avec Kais Krima, Directeur Général - ITALCAR.

© Par Sabri FRINI



our se rapprocher de ses clients, ITALCAR a lancé un nouveau Concept Store situé au centre commercial Azur City. Comment cette idée vous est-elle venue ?

Tout d'abord, j'aimerais vous dire que, chez le groupe Mabrouk, nous

essayons toujours de travailler avec les sociétés du Groupe et cette idée est venue lors d'une réunion 1 mois et demi avant l'ouverture du nouveau Centre Commercial Azur City. C'était une proposition de la part de **Mohsen Zerelli**, PDG de Copit et responsable d'Azur City, d'exposer quelques véhicules le jour de l'inauguration.

**L'idée** de départ d'exposition est de faire un peu d'animation en organisant un jeu concours pour faire gagner une **Fiat 500** a été vite été transformée en un autre projet innovateur. L'équipe Italcar qui était présente le jour J a évoqué l'idée

d'ouvrir un vrai concept store au milieu des boutiques. Un concept initié par des marques internationales comme *Tesla* aux USA... L'idée est unique en son genre en Tunisie pour mettre en avant les nouveautés des modèles de voitures d'Italcar.

**Notre objectif** est de rencontrer les clients dans «**leurs lieux de vie**» et de se rapprocher au maximum d'eux. D'ailleurs, ce concept store a été conçu pour se rapprocher au maximum de nos clients. Ce projet nous a permis de mettre en valeur nos véhicules et permettre aux visiteurs de découvrir

différents univers, ceux d'**Alfa Romeo, Jeep et Fiat**. Nous avons réservé également un carré central où nous exposons en exclusivité les dernières nouveautés comme par exemple, la toute **nouvelle Fiat Panda City Cross**.

Pour les mordus d'automobile, nous avons mis à leur disposition un ensemble de produits du Groupe FCA et des accessoires des 3 marques **Fiat, Alfa Romeo et Jeep**.

Dès l'ouverture de cet espace, en termes de chiffres, nous avons réussi à vendre à peu près 25 véhicules. Juste après ce succès, nous avons remarqué que le nombre de commandes a augmenté, c'est à dire que les visiteurs que nous avons reçus dans le concept store et n'habitant pas à Tunis, sont partis passer leurs commandes à travers nos différents showrooms du réseau ITALCAR dans les régions de Nabeul, Sousse, Monastir, Djerba et Béja.

**★ Quelles sont les nouveautés prévues chez Italcar pour l'année 2020 ?**

Je pense que 2020 semble être l'année des nouveautés chez ITALCAR. Nous avons débuté l'année par la commercialisation de la nouvelle **FIAT Panda City Cross modèle**

**1.2 L**. Ensuite, nous allons relancer les deux modèles de la marque **FIAT**, la **TIPO Hatchback** et la version berline en proposant un nouveau prix, à 20% moins cher, après renégociation avec le constructeur. Après, vient la **Jeep Renegade** restylé, modèle 1L, la **FIAT 500X** avec une nouvelle motorisation et la mythique **Jeep Wrangler ver-**

**sion 2 L** qu'on va importer en version 2 et 4 portes. Ainsi, dans ces 3 modèles de voitures la puissance restera la même.

Cette année, nous allons plutôt travailler sur des petites cylindrées, la consommation va considérablement baisser et les prix seront plus accessibles.

Concernant les véhicules utilitaires, en 2019 nous avons eu 39% de part de marché ce qui fait de nous les leaders dans ce secteur. D'ailleurs, nous avons le modèle le plus approprié à toutes les activités pour la Fiat Fiorino. Ainsi et à 39 mille dinars, vous pouvez avoir un utilitaire multi-utilisation.

Après le **FIORINO**, vous avez le **DOBLO** et le **DOBLO Maxi**, des utilitaires extraordinaires et très confortables et surtout, ils rendent la conduite beaucoup plus agréable avec leurs accoudoirs et leurs sièges à réglage électrique.

Pour IVECO, nous allons lancer la nouvelle gamme légère prévue pour le mois d'août. C'est le nouveau Fourgon **IVECO Daily** avec un petit re-stylage et quelques options qui vont changer et repositionner les deux modèles de camions : le **X-way** et le **Hi-Way** avec des prix nouveaux.

**★ Comment voyez-vous la transition énergétique en Tunisie et le passage à la mobilité électrique ?**

A mon avis, cela dépendra de la volonté de l'Etat tunisien. Pour passer à la mobilité électrique, il faut des moyens et de l'infrastructure. D'abord, mettre à la disposition des voitures électriques des bornes



de recharges. La deuxième étape concerne le soutien financier de l'Etat lors de l'achat de voitures ou de camions électriques. Enfin, il faut prévoir une formation dédiée à l'utilisation et à la conduite des voitures électriques. Si notre pays décide de faire un premier pas vers l'écologie, s'engage pour la mobilité électrique et encourage ce secteur, dans ce cas-là, nous nous engagerons pour assurer la formation avec la technicité derrière. D'ailleurs, les marques **FIAT, ALFA, JEEP** et **IVECO** disposent d'un modèle électrique.

En parlant de cela, **nous allons importer en 2021, un modèle Renegade électrique** que nous allons homologuer en Tunisie pour montrer que nous sommes, bel et bien, prêts pour cette transition.

**★ D'après-vous, le marché automobile tunisien va-t-il rebondir cette année ? Et les prix des voitures neuves vont-ils finalement baisser ?**

Le marché dépend de la parité euro-dinar. Si la parité baisse, les prix des voitures vont automatiquement baisser. Même si nos concurrents ne s'engagent pas à le faire, nous serons prêts à baisser les prix. Cela dépendra aussi des taxes, si elles baissent, nous baisserons encore les prix. D'ailleurs, **chez ITALCAR, nous avons des prix spéciaux pour la Tunisie**. ☺



# SUZUKI lance en Tunisie la Nouvelle VITARA

et gagne des points dans le secteur des SUV



**T**oute la presse tunisienne s'était donnée rendez-vous au **Pavillon des Baies de Gammarth**, en cette soirée du 6 mars, sur l'invitation de **Car Pro**, concessionnaire officiel de la marque **SUZUKI** en Tunisie, pour fêter le lancement de la nouvelle **SUZUKI Vitara**. Retour sur l'incroyable histoire de **SUZUKI**...

#### SUZUKI : UNE HISTOIRE QUI RESSEMBLE À UNE LÉGENDE...

Véritablement connue du grand public dès 1960, l'origine de la marque **SUZUKI** remonte pourtant au début du XXème siècle, en 1909, lorsque Michio **SUZUKI** fonde au Japon la **SUZUKI Looms Works**, spécialisée dans la fabrication de machines à coudre et à tisser. En 1936, il décide de concevoir quelques prototypes de véhicules ainsi que des moteurs destinés aux motocyclettes. En 1952, la petite entreprise accède à la notoriété avec ses Power Free, des motocyclettes à deux temps qui font fureur à l'époque. Deux ans plus tard, **SUZUKI Motor Co. Ltd** lance son premier véhi-

cule, la **Suzulight**... Graduellement, l'entreprise va proposer des moteurs de bateaux, des véhicules utilitaires et des motos et devenir l'un des grands noms de l'automobile dans le monde.

Aujourd'hui, **SUZUKI** emploie plus de 68 000 personnes, a réalisé pour l'année fiscale 2018/2019 un chiffre d'affaires global de 31,48 milliards d'euros et a fabriqué, pour la même période, plus de 3,4 millions de véhicules.

#### LA NOUVELLE SUZUKI VITARA, TAILLÉE POUR TOUTES LES AVENTURES

La nouvelle **SUZUKI VITARA** gagne encore des points dans le segment des **SUV**. En effet, dans sa nouvelle version dorénavant disponible en Tunisie, la **SUZUKI VITARA** (puissance fiscale de 7 cv) offre de la valeur ajoutée dans son design, encore plus moderne et raffiné, dans sa motorisation encore plus puissante, dans ses équipements de sécurité et de connectivité, toujours plus performants et dans son habitacle première classe, encore plus soigné.

**Sa nouvelle calandre** redessinée et agrémentée par des inserts chromés ainsi que

ses feux LED, dessinant une très belle forme de barres verticales, finissent de donner beaucoup d'élégance au véhicule. Un autre plaisir et non le moindre: avoir la possibilité de conduire à ciel ouvert grâce à son toit ouvrant panoramique totalement rétractable.

**Le moteur n'est pas en reste**: un puissant moteur BoostJet, 4 cylindres de 1,4L, turbocompressé développant 140 CV DIN, lui permet d'atteindre 100 Km/h en seulement 9.5s. La transmission est assurée par une boîte automatique de six rapports.

L'habitacle du nouveau **SUZUKI Vitara** constitue un monde de raffinement, spacieux et ergonomique, habillé de matériaux de qualité supérieure, où chaque commande est à portée de main. L'écran tactile de 7 pouces permet de commander intuitivement les différentes fonctions multimédia (audio, téléphonie mains-libres, système de navigation, intégration du smartphone).

**Disponible** à partir du 9 mars 2020, la nouvelle **SUZUKI VITARA** affichera un prix de **DT 99 800 ttc.** ☺

Nouveau

# VITARA

## À VOUS DE CHOISIR VOTRE CHEMIN

TIME TO **PLAY**



Showroom-SAV Tunis: 09, Rue Hammouda Pacha 1001 Tunis Tél.: +216 29 537 171  
Showroom-SAV Nabeul: Avenue Grand Maghreb - 8000 Nabeul Tél.: +216 28 274 625  
Showroom-SAV Sousse: Route de Tunis, 4022 Akouda Tél.: +216 98 795 881



Way of Life!



## LA NOUVELLE «ÉCOLE DU CODE»

pour répondre aux exigences des métiers en 2020



orange'

**O**range Developer Center (l'école du code) a entamé l'année 2020 avec les sessions de formation de la nouvelle cohorte de jeunes diplômé(e)s, développeurs et designers souhaitant débuter leurs parcours avec de vrais professionnels. Les diplômés IT et professionnels désirant changer d'orientation ne sont pas en reste, puisqu'ils bénéficient également, en ce début d'année, d'une session de reconversion professionnelle dans le numérique, un secteur à haut potentiel d'employabilité.

### 95 % DES STAGIAIRES DE ORANGE DEVELOPPER CENTER RECRUTÉS !

L'école du code a en effet, sélectionné plusieurs étudiants qui effectuent depuis février 2020, leur stage de fin d'année d'études afin de bénéficier de l'expérience de plusieurs experts dans les domaines du développement web et mobile, design graphique, systèmes embarqués (FabLab) et gaming.

**Ces stagiaires** vont évoluer dans un cadre professionnel sur des projets réels et challengeants. Ils vont non seulement acquérir des

techniques de conception et de développement, mais également réaliser des solutions intelligentes conformes aux attentes des clients et en phase avec les tendances « User Experience » du moment à l'instar de l'intelligence artificielle et de la Data Science.

**L'objectif** principal est qu'ils fassent partie des milliers de stagiaires qui ont été formés et encadrés depuis 2010 à Orange Developer Center. Ils vont ainsi avoir plus de chance de décrocher l'emploi qui correspond à leurs compétences! En effet, 95 % des stagiaires de l'école du code ont décroché un job dans de grands groupes en Tunisie et à l'international.

### LA RECONVERSION PROFESSIONNELLE : POUR APPRENDRE LES BASES DU DÉVELOPPEMENT

Après une phase de sélection, les candidats ont pu bénéficier gratuitement d'une nouvelle session de reconversion professionnelle d'une durée de 5 mois afin d'acquérir les connaissances nécessaires pour répondre aux demandes du marché de l'emploi. Ce stage de montée en compétences, organisé par Orange Developer Center en partenariat



**L'objectif principal est qu'ils fassent partie des milliers de stagiaires qui ont été formés et encadrés depuis 2010 à Orange Developer Center**

  
95%  
Des Stagiaires  
ont décroché  
un job

avec EFE-Tunisie (Education For Employment), va permettre aux candidats d'aiguiser leur talent et d'apprendre les techniques de la programmation informatique qui se déroule en deux étapes.

**Dans la première phase** de leur apprentissage, les stagiaires évoluent dans un tronc commun d'une durée de 2 mois, durant lequel ils peuvent apprendre les bases des langages web (HTML/CSS/ JavaScript/PHP) et de programmation (orientés objets et Java).

**La seconde étape** de cette formation est plutôt axée sur une spécialisation. D'une durée de 3 mois, celle-ci offre au participant le choix entre deux spécialisations: soit en développement web, soit en développement mobile, afin d'aboutir à un projet basé sur ses connaissances acquises durant le stage.

En plus de la formation technique et technologique, l'ensemble des participants (aussi bien les stagiaires PFE que les candidats à la reconversion) vont entamer des formations en soft-skills. Le but étant de leur apprendre les techniques de communication et de prise de parole en public, de les aider à réussir leurs entretiens d'embauche, de renforcer leur esprit d'équipe, leur cohésion de groupe et de les préparer aux défis de leurs projets futurs.

### L'ÉCOLE DU CODE, UN TERRAIN PROPICE AUX STAGES DE FIN D'ANNÉE

L'école du code est également un terrain propice aux stages de fin d'année, puisque qu'un groupe d'étudiants ingénieurs de l'INSAT viendront prochainement débuter leur PFA qui aura pour thème l'Intelligence artificielle (IA). Ils seront encadrés par leur professeur universitaire, tout en bénéficiant de l'appui des compétences de l'ODC. ◉



# Leader des solutions de soins à l'étranger



Soins



Assistance  
domicile à domicile



Hébergement



Transport



[www.smedi.com.tn](http://www.smedi.com.tn)



(+216) 27 58 36 36



[smedi.international@smedi.com.tn](mailto:smedi.international@smedi.com.tn)

MARS 2020 ENTREPRISES MAGAZINE



## 12ÈME ÉDITION «ATB INNOVATION & CHALLENGE»

**D**u nouveau pour cette 12<sup>ème</sup> édition de l'ATB Challenge. Toujours fidèle à son ADN, le concours récompensant l'originalité des projets sur trois secteurs d'activité prend de nouvelles couleurs. «*ATB Innovation & Challenge est aujourd'hui plus qu'un événement. Nous œuvrons pour que les acteurs économiques innoveront, sortent des moules préétablis, inventent de nouveaux modèles, créent de nouveaux besoins*», a déclaré **Ahmed Rjiba**, DG de l'ATB. La compétition du cru 2020 a été remportée par **Mohamed Yacine Zayene**, fondateur de **Intro** pour la catégorie *Sciences et Technologies* et le trio **Sami Gharbi, Seif Bennia et Anis Bsila**, fondateurs de **Glow Symphony**. Des prix de consolation ont été accordés à **Amel Fartouna, Amani Channoufi**, promotrice d'**Artesto** et **Mohamed Louhichi**, fondateur de **Chabeb**.

Le prix **Business et l'Initiative Entrepreneuriale** n'a pas été décerné faute de projets qui soient à la mesure des exigences de l'ATB Innovation Challenge. «*Nous avons reçu 558 candidatures. Pour chacune des trois*

*catégories : la Culture, les Arts Numériques et les Humanités, les Sciences et les Technologies ainsi que le business et l'Initiative Entrepreneuriale, la sélection s'est principalement basée sur l'originalité et la créativité*», a noté **Hechmi Alaya**, président du jury.

**Les nouveautés** de cette édition se traduisent notamment par l'incubation des nominés chez l'incubateur Afskar. Ces derniers ont pu bénéficier de 60 heures d'accompagnement sur 6 semaines. Ce qui leur a surtout permis de structurer leurs projets. La sélection a également intégré une deuxième phase durant laquelle 9 candidats présélectionnés ont été invités à pitcher. Aussi, les prix octroyés par les lauréats ont doublé pour atteindre 20 000 DT.

**QUI SONT LES GAGNANTS ?** **Mohamed Yacine**, le lauréat de la catégorie *Sciences et Technologies* a toujours rêvé de faire le tour du monde. Il a trouvé la solution, une application en réalité virtuelle qui permet d'explorer le monde et de partager des moments d'évasion avec sa communauté. Son business model se base sur les recettes publicitaires. Le projet

est en cours de développement de la maquette de l'application. Mais, une chose est sûre, il rêve grand et vaste « pourquoi ne pas dépasser Facebook » a-t-il lancé.

**Sami, Seif et Anis**, les lauréats de la catégorie Culture sont un trio de musiciens amateurs qui se sont hissés au rang de promoteurs culturels. Ils ont une faculté d'adaptation aux spectacles pour se structurer même en quintette. D'ailleurs, ils se projettent d'ores et déjà dans un grand orchestre. **Amel Fartouna**, peintre de son état, a pour sa part obtenu le prix de consolation dans la catégorie Art.

**Ameni Channoufi**, fort convaincue que c'est la petite enfance qui forge l'avenir, a conçu un site web et une application dédiée aux enfants de 3 à 11 ans. Il s'agit de contenus pédagogiques élaborés par des spécialistes destinés à détecter et à remédier aux problèmes des enfants qui ont des troubles comportementaux. Un projet qui lui a valu le prix de consolation dans la catégorie *Sciences et Technologies*.

**Mohamed Louhichi**, fondateur du projet « Chabeb » a également obtenu le prix consolation dans les *Technologies et les Sciences*. ©



**Nous œuvrons pour que les acteurs économiques innoveront, sortent des moules préétablis, inventent de nouveaux modèles, créent de nouveaux besoins.**



Ahmed Rjiba  
DG de l'ATB

# UN MOIS EXTRAFORDINAIRE

Du 9 Mars au 9 Avril 2020

À PARTIR DE  
**22**  
DT TTC/JOUR

ALARME  
RADAR DE REÇUL  
CARTE TAWFIR  
1 AN D'ENTRETIEN GRATUIT  
FRAIS D'ÉTUDE GRATUITS  
ÉCROU ANTIVOL



Offre valable sous réserve de financement par BANQUE ZITOUNA.

## ALPHA FORD CONCESSIONNAIRE AGRÉÉ

Siège : Autoroute A1 - Sortie Hammam-Lif, Mornag - Ben Arous - Tel. : +216 71 300 600 - Fax : +216 71 308 401  
Showroom du Lac ; Limite du Boulevard B - Lotissement El Khalil - 1053 Les Berges du Lac - Tel. : +216 71 100 600 (01)  
Agences agréées : MAISON DE L'AUTO (La Chajoua) - MARSA AUTOMOBILE (La Marsa) - LE GRAND GARAGE (Mnihla) - BLUE MOTORS (Hammamet) - MESTIR AUTO (Sousse) - SERVICE GENERAL AUTO (Kairouan) - VEGA SUD (Sfax) - THALASSA AUTOMOBILE (Djerba)  
SOCIÉTÉ 65 (HAMMAM SOUSSE)

Ford.com.tn Alpha Ford Tunisie



Go Further

# «TUNIS OPEN BY KIA»

## KIA DEVIENT SPONSOR-TITRE DU TOURNOI

qui se tiendra du 13 au 19 avril prochain



De G. à DR | Brahim Ben Abid, Président du TCT et Riadh ANNABI, DG de City Cars KIA

**L**e Tennis Club de Tunis et City Cars KIA ont signé, le jeudi 5 mars 2020, au siège de City Cars Kia, un accord au terme duquel KIA devient le sponsor-titre du Tunis Open. Le tournoi sera désormais dénommé «Tunis Open by KIA».

«KIA est une marque dynamique dont le nom est associé à un grand nombre de sports depuis plusieurs années, et nous sommes aujourd’hui très heureux de renforcer notre engagement avec le Tunis Open by KIA. Il s’agit d’une compétition incontournable, et notre engagement dépasse le simple sponsoring pour être une action marquant l’ancrage de la marque dans le soutien au sport en Tunisie en général, et le Tennis en particulier», a déclaré **Riad Annabi**, DG de City Cars KIA.

**Brahim Ben Abid**, Président du Tennis Club de Tunis (TCT) s’est également montré très satisfait du renforcement du partenariat entre le TCT et Kia: «Nous sommes fiers de ce partenariat qui témoigne du soutien de KIA au Tennis et au Tournoi du Tunis Open, qui

représente non seulement une opportunité pour le développement du Tennis en Tunisie mais aussi un tremplin pour les talents tunisiens.»

Depuis 2010, KIA Motors soutient fortement le Tunis Open. En devenant sponsor-titre à partir de cette édition, la marque renforce encore plus son positionnement sportif, et réaffirme son engagement à long terme en faveur de sa promotion. «Devenir le partenaire principal du Tunis Open, vient confirmer qu’entre KIA et le Tunis Open, c’est une histoire qui dure. Je tiens à cette occasion à remercier KIA de leur engagement envers le Tennis mais surtout et aussi d’avoir cru et de continuer à croire en ce tournoi», a souligné avec enthousiasme le directeur du tournoi Hichem Riani. «KIA est beaucoup plus qu’un partenaire ou un sponsor-titre. C’est un grand ami du Tennis.»

Représentant l’un des événements sportifs incontournables de l’année en Tunisie, le «Tunis Open by KIA» se tiendra du 13 au 19 avril prochain. Il sera précédé par le tournoi féminin «Nana

**Trophy**», dont KIA est également sponsor privilégié.

### LE SPORT AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE KIA

City Cars, concessionnaire de la marque KIA en Tunisie, a toujours mis le sport au cœur de sa stratégie, renforçant continuellement son engagement dans diverses disciplines ; KIA a été le sponsor de l’équipe nationale de football, de l’escrimeuse **Sarra Besbes** et du Tunis Open depuis 2010.

Le sponsoring sportif est en effet un socle fondamental de la stratégie marketing de la marque sud-coréenne partout dans le monde faisant de **KIA MOTORS** le partenaire par excellence du sport. D’ailleurs la marque est classée parmi les plus grands sponsors du sport à travers son soutien à des événements phares tels que la Coupe du monde de Football, la Coupe d’Europe de Football, l’Open d’Australie et la NBA. Rappelons aussi que **Rafael Nadal**, vainqueur de 19 tournois du Grand Chelem, est ambassadeur international de la marque KIA. ◎



**Devenir le partenaire principal du Tunis Open, vient confirmer qu’entre KIA et le Tunis Open, c’est une histoire qui dure.**



Hichem Riani  
Directeur du tournoi

# LE LEASING

AUTO-EQUIPEMENT-IMMOBILIER



Certifié ISO  
9001:2008



MSI  
20000<sup>®</sup>

La meilleure réponse  
à vos besoins



Siège Social : Immeuble El Baraka, Rue du Lac d'Annecy, Les Berges du Lac, 1053 Tunis - Tél : 71 862 122 - Fax : 71 861 545.  
Contact Commercial : ahmed.benchaabane@attijarileasing.com.tn - Tél : 70 012 730 - Mob : 26 070 080.

# LES CO-CONSTRUCTIONS DE **LICENCE-MASTER**

## Quand l'Entreprise se rapproche du monde académique



**« Il est nécessaire et indispensable d'avoir des compétences dans tous les domaines et quelque- soit le niveau professionnel »**



**Selma BENKRAIEM**  
Consultante RH



on premier contact avec l'entreprise s'est fait grâce à une manifestation estudiantine via l'association AIESEC dont j'étais membre (et j'en suis fière).

Les entreprises essaient de contribuer pour dynamiser la vie estudiantine via des actions menées comme carrefour de l'emploi, les journées carrières, les journées de présentation, les couloirs des métiers...

Aussi, avec le département des stages, et au niveau de certains cursus, le stage étant obligatoire, ce qui engendre que des étudiants «dénichent» des stages avec en output un rapport de stage qui devrait avoir un impact réel sur sa formation...

En majorité des cas, nous assistons à une panoplie d'actions sporadiques, des actions «on shot» sans une réelle réflexion profonde pour dresser une orientation entre l'entreprise et l'université...

Avec les nouveaux concepts comme

«la marque employeur», «le marketing des RH», «la co-construction de programmes» certaines entreprises s'investissent en amont du cursus académique et développe une véritable stratégie orientée «université» ...

Le retour du responsable développement RH, **M. Najmeddine Ammar**, Groupe Hammami et son expérience par rapport au rapprochement de l'entreprise au monde universitaire est digne d'intérêt.

### **ENTRETIEN AVEC M. NAJMEDDINE AMMAR,**

Responsable Développement des Ressources Humaines, Groupe Hammami

**★ Est-ce que vous intervenez au niveau de l'université? Quelles sont vos actions?**

**N:** Une bonne question fondamentale pour un professionnel et surtout lorsque l'affaire s'agit d'un professionnel en GRH ! La réponse c'est oui, je suis très actif avec l'université : en 2017 et ●●●

**tessi**



# Digitalisation des processus documentaires

Apportez plus de valeur à vos clients  
et à vos processus métiers

## Documents et paiements

Un centre de traitement  
à Tunis certifié ISO 9001

## Confiance numérique

Dématerrialisation et archivage à  
valeur probatoire certifiés NF461

## Sécurité des données

Des services d'hébergement  
certifiés ISO 27001 et HDS

## Parcours omnicanal

Des plateformes digitales dédiées  
aux processus banque & assurance

Pour plus d'informations sur Tessi en Tunisie  
commercial.tunis@tessi.fr  
Tél. : + 216 31 309 409

[www.tessi.eu](http://www.tessi.eu)

**intérieurs®**

**Aeron®**

**HermanMiller**

**LES PROS DU BUREAU**

**SHOWROOMS :**  
TUNIS - SOUSSE KANTAOUI - SOUSSE SAHLOUL - SFAX  
BÉJA - GABÈS - ALGER - TRIPOLI - ABIDJAN

**PLUS DE 35 ANS D'EXPERTISE**

**12 ANS GARANTIE**

[www.intérieurs.com.tn](http://www.intérieurs.com.tn)  
Tél: 71 863 611

avec une expérience de 7 ans dans le domaine RH et après un cycle de formation des formateurs, j'ai développé avec une enseignante universitaire de l'école supérieure de commerce de Sfax un concept qui s'adresse aux étudiants de 3<sup>ème</sup> année en GRH ; le concept n'est pas nouveau, il s'agit des workshops autour d'un thème que nous avons sélectionné ensemble, c'était le recrutement avec le titre: **recruter... c'est investir... mais... comment ?**

Nous l'avons organisé grâce à une série de séances d'un volume de 21 heures qui ont été réparties sur des semaines successives dans les locaux de l'école.

C'était ma 1<sup>ère</sup> expérience que je considère comme enrichissante et très bénéfique pour toutes les parties. En fait, une vraie expérience qui a renforcé les compétences des étudiants à travers le partage des astuces, des bonnes pratiques et des scénarios réels du quotidien professionnel d'un gestionnaire RH. Nous avons clôturé ce cycle de workshops par une mise en scène d'un entretien d'embauche où nous avons fourni aux étudiants une boîte à outils simple et pratique pour piloter d'une manière éthique, objective et pertinente un entretien d'embauche dans toutes ses étapes avant, pendant et après.

A la fin, des attestations ont été distribuées aux étudiants participants pour marquer cette expérience dans leur carrière.

Aujourd'hui, je suis encore actif avec l'université comme enseignant vacataire pour les masters en GRH depuis l'année universitaire 2018-2019.

Début 2020, et en se référant à notre stratégie RH, nous avons décidé de développer encore plus notre vision RH avec l'université, mais cette fois nous avons ciblé l'enseignement privé; et nous sommes actuellement en phase de planification d'une visite sur nos sites pour le compte des étudiants de la filiale Licence en business administration 1<sup>ère</sup> et 3<sup>ème</sup> année. Un programme varié où nos responsables seront à la disposition des étudiants pour exposer le quotidien professionnel de différents métiers à savoir: le responsable achat à l'international, le Community-Manager, le responsable management de

la qualité, le responsable RH, le manager commercial...

#### ★ Est-ce que vous avez du mal à trouver "la perle rare"?

**N:** Oui, aujourd'hui, avec la migration des talents tunisiens aux pays étrangers, avec la conjoncture économique et sociale de notre pays, on peut dire qu'on a du mal à trouver la perle rare et surtout les profils qualifiés et expérimentés. On passe pratiquement de 30 à 40 jours comme DMR (durée moyenne de recrutement) pour découvrir le bon profil.

En tant que société commerciale, ce qui compte beaucoup pour nous, ce sont les compétences comportementales ou ce qu'on appelle aussi les Soft skills, mais on ne peut pas aussi ignorer les compétences techniques qui sont importantes pour le bon accomplissement des exigences du poste ; c'est dans ce cadre que s'inscrit notre ouverture sur le milieu universitaire d'une part pour nous aider à trouver les compétences qui peuvent servir nos attentes et d'autre part, pour confirmer notre engagement RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) envers les futurs professionnels de la Tunisie.

#### ★ Avez-vous une stratégie université?

**N:** Elle reste timide et elle n'est pas encore à la hauteur des attentes des directions RH mais il y a certaines écoles qui bougent et développent des relations avec l'environnement économique à travers la validation des conventions de partenariat, des recommandations d'insertion des stagiaires ou bien à travers des initiatives de partage.

Pour nous, nous pouvons dire que nous avons marqué des résultats satisfaisants notamment les insertions directes des étudiants ; c'est-à-dire, de la casquette d'un stagiaire PFE à la casquette d'un collaborateur actif dans la société.

#### Du point de vue gestion, cette solution :

- ✓ Nous a aidés à placer 7 profils dans les 2 dernières années,
- ✓ Nous a allégés le temps considéré aux recherches des candidats et
- ✓ Nous a optimisés les charges financières sociales.

Certaines écoles en collaboration ●●●

NOUVELLE IMAGE DÉBALLÉE  
MÊME SERVICE INÉGALÉ



**BH ASSURANCE** 



BHD  
ASSURANCE SAHEL

[www.bh-assurance.com](http://www.bh-assurance.com)

●●● avec leurs clubs internes, ne s'arrêtent pas à organiser des événements et manifestations comme le stage dating, les job fair,... ce qui représente pour nous une réelle opportunité pour dénicher les meilleurs profils, renforcer nos liens avec l'université et favoriser notre image de marque employeur.

Nous espérons que ces pratiques se généralisent dans tous les milieux universitaires et que le rôle de l'Etat soit plus actif que maintenant.

**★ Que faites-vous pour pallier aux manquements des diplômés de l'enseignement supérieur ?**

**N:** En premier lieu, nous encourageons nos cadres responsables à accepter les stagiaires et de les motiver à encadrer convenablement ces derniers et ce suivant un plan clair et horodaté avec une évaluation à la fin de la période.

En 2<sup>ème</sup> lieu, nous confirmons notre présence à l'université à travers des interventions périodiques dans le cadre des séances de formation pratique, et en 3<sup>ème</sup> lieu, en cas d'embauche d'un nouveau diplômé, il sera soumis à un cycle d'intégration réparti sur plusieurs phases de la culture de la société, ses standards et procédures, à la santé et sécurité au travail, vers l'entraînement à la tâche et comme cela on peut ajuster les manquements des diplômés.

**★ Pouvez-vous définir l'entreprise comme une entreprise formatrice ? Quelles seraient les clefs de succès ?**

**N:** Une entreprise formatrice peut être définie comme étant un emplacement où les individus suivent des actions de formation bien définies avec des objectifs bien précis qui ont de l'impact sur le système organisationnel et du business de l'entreprise.

Une entreprise formatrice dans notre secteur d'activité doit consacrer entre 2% à 3% du plan de charge annuel de ses collaborateurs à la formation dans les différentes thématiques (métier, comportemental, technique, ...)

**Les clefs de succès :**

Parmi les clefs de succès d'une entreprise formatrice je cite principalement :

**1. Le suivi, l'audit et l'évaluation** continue de l'effet des actions de formation tenues à travers des indicateurs précis et mesurables dans le temps,

**2. L'engagement** de la direction générale et la ligne managériale de l'entreprise envers la formation comme étant une activité fondamentale dans la réussite des carrières professionnelles de ses collaborateurs,

**3. Le choix** des bons intervenants aux actions de formation (experts et formateurs certifiés).

**S: On inverse les rôles, avez-vous une question à me poser ?**

**N:** Dans les 5 ans à venir, comment voyez-vous le marché de l'emploi sans la modernisation de la qualité de l'éducation universitaire ?

**S:** Merci pour la question, j'ai eu la chance d'assister depuis quelques années à un travail de prise de conscience et l'implication de l'entreprise dans le cursus universitaire, une phase pilote s'est faite avec le secteur des TIC auprès des ISETS et l'idée est de généraliser cette approche Université & Entreprise/ Entreprise & Université.

le collaborateur est en mode apprentissage et donc il n'a pas de compte à rendre... mais on doit lui permettre d'avoir tous les supports et moyens afin de réussir sa mission au sein de l'entreprise.

**CONCLUSION**

Nous avons tous intérêt à voir notre pays se développer dans tous les domaines et cela est bénéfique pour tout le monde : individu, groupe, entreprise et pays.

Pour ce faire, il est nécessaire et indispensable d'avoir des compétences dans tous les domaines et quelque- soit le niveau professionnel.

De ce fait, il y a lieu de développer les compétences professionnelles, améliorer les savoirs techniques ou miser sur le développement personnel. Aussi, est-il besoin de tenir compte d'un certain nombre de facteurs : il faut travailler sur les compétences relationnelles, sur la gestion du stress, sur la gestion du temps et sur son efficacité professionnelle !!

Aussi, le développement des compétences consiste à assimiler des savoir-faire et savoir-être utiles dans le cadre professionnel. Il s'agit d'acquérir, de mettre à jour ou de perfectionner les connaissances nécessaires à la bonne tenue de son poste actuel ou futur.

Le développement des compétences peut se faire via différents biais, via la formation professionnelle, mais aussi les conférences, le coaching, les forums professionnels, les salons, les événements formels ou informels ainsi que dans toutes les situations propices aux échanges de bonnes pratiques.

Le développement des compétences représente d'importants enjeux pour l'ensemble des professionnels, mais aussi pour les personnes sans emploi qui souhaitent élargir leur champ d'opportunités. Il est également stratégique pour les entreprises et les organisations qui cherchent à capitaliser sur leur savoir interne et à optimiser leur performance globale. En investissant dans le développement des compétences, en partie à travers son plan de formation, l'entreprise augmente son efficacité et la motivation de ses collaborateurs. Ainsi, en misant sur l'individu, le collectif est impacté positivement.

**Aussi, soyons solidialement responsables pour former les compétences tunisiennes !** ☺

## L'entreprise a une responsabilité de former ses nouvelles recrues avec un plan d'intégration allant de 3 à 6 mois et elle doit impérativement comprendre que durant cette période »

Avec l'exportation du tunisien sur le marché de l'emploi international, avec la digitalisation transversal, nous devons vraiment nous mettre en mode proactive et mon rêve est de voir vraiment notre observatoire national de l'emploi fonctionner de manière à nous donner les tendances tous les 5 ans ; ainsi l'université pourrait servir vraiment les besoins du marché et non être en mode "sapeur-pompier" "urgentiste" pour palier au gap entre les deux mondes....

Aussi, je pense que l'entreprise a aussi une responsabilité de former ses nouvelles recrues avec un plan d'intégration allant de 3 à 6 mois et elle doit impérativement comprendre que durant cette période,

20

# La Carte Prépayée

Sans compte bancaire

# First

## يُنْتَرِفُ عَلَى عَيْنِيكَ



**BNA  
BANK**

[www.bna.tn](http://www.bna.tn)

Apprenez à votre enfant à être automne et offrez-lui sa première carte bancaire prépayée, la Carte Mineur FIRST lui permettant de gérer son argent de poche d'une manière autonome sous votre contrôle.

La Carte Mineur FIRST est une carte rechargeable permettant à votre enfant d'effectuer en toute sécurité les opérations de retrait auprès des GAB et de régler ses achats auprès des commerçants affiliés et sur internet.

# ABONNEZ-VOUS !

1 AN = 11 NUMÉROS



## LES + DE L'ABONNEMENT



**Économie** je profite de 25% de réduction par rapport aux prix de vente au numéro.



**Autonomie** je change mon lieu de livraison pour ne pas rater mon rendez-vous mensuel avec Entreprises Magazine.



**Tranquillité** je reçois mon magazine à domicile et je suis sûr de ne rater aucun numéro.



**Garantie** je subis aucune hausse de tarif pendant la durée de mon abonnement.

L'abonnement, c'est aussi sur le site du magazine, rubrique: **Abonnement Magazine**.



JE SCANNE

## BON D'ABONNEMENT À ENTREPRISES MAGAZINE

### 1. Je choisis mon offre d'abonnement :

#### OFFRE ENTREPRISES (1 AN - 11 NUMÉROS) :

**37 DT** au lieu de **50 DT** et je profite ainsi d'une réduction de 25%.

#### OFFRE ÉTUDIANTE (1 AN - 11 NUMÉROS) :

**30 DT** (pour bénéficier de ce tarif, je n'oublie pas de joindre un justificatif étudiant avec mon règlement)

### 2. J'indique mes coordonnées (obligatoire\*\*) :

Mme  M.

Nom & Prénom / Société .....

Activité .....

Adresse .....

Ville / Gouvernorat .....

Code Postal Matricule fiscale

Merci de m'informer de la date de début et de fin de mon abonnement.

Tél E-mail

Je souhaite être informé des offres commerciales des partenaires de Canal Presse.

### 3. Je choisis mon mode de règlement :

Nombre d'abonnement  À partir du mois .....

Chèque libellé à l'ordre de Canal Presse

Espèce

Virement

Je souhaite recevoir une facture

Date et Signature / Cachet obligatoires

# سبق الخير... تلقي الخير بزائد.



#### EPARGNE EL KHIR vous assure :

- Une rémunération exceptionnelle au taux de 5% l'an;
- Une disponibilité totale et une sécurité des fonds;
- Une bonification des taux d'intérêt lors de l'octroi de crédits\*.

\*Après étude et validation du dossier en agence.

[www.atb.tn](http://www.atb.tn)

  Arab Tunisian Bank



Des professionnels  
pour vous.

# Vers une DSI Agile grâce à un SD-WAN sécurisé



À l'heure de l'entreprise étendue, collaborative et agile, les DSI sont appelés à repenser leur gestion du réseau pour favoriser une activité fluide, performante et nomade.

Gnet Business à l'écoute des besoins de ses clients et des dernières technologies innovantes, enrichit son catalogue d'offres existant et développe une nouvelle approche réseau « SD WAN » pour une connectivité plus agile.

Forte de son expertise, GlobalNet vous propose la meilleure expérience SD-WAN complétant ses produits GM-sec, et GPN MPLS. Cette technologie permet une reconnaissance native des applications pour une meilleure expérience applicative, un déploiement automatisé, et une gestion simplifiée. Elle est également en mesure de répondre aux usages, en perpétuelle hausse, du cloud et de la mobilité.

**Nous construisons aujourd'hui le réseau de demain, facile à gérer et souple pour s'adapter à vos besoins.**

