

# Intelcia met les bouchées doubles

● **L'ambition Intelcia est d'atteindre 1MMDH de chiffre d'affaires en 2016. Le groupe mise notamment sur l'Afrique subsaharienne pour atteindre ses objectifs.**

L'année 2016 s'annonce sous les meilleurs auspices pour Intelcia. Une année qui foisonne de projets, d'investissements à consentir afin de maintenir le cap de la croissance qui grossit selon une courbe exponentielle depuis 2012. L'année dernière, le groupe réussit une équation difficile : continuer à croître dans un secteur qui ne croît plus ! En effet, en 2015, le groupe Intelcia réalise 10% de croissance, totalisant un CA de 65 millions d'euros, soit 740MDH. L'année 2016 ne déroge pas à la règle chez le spécialiste marocain de la relation client. En effet, le groupe inscrit sa stratégie de développement dans une vision d'expansion, notamment en Afrique subsaharienne. 18MDH ont été investis dans un site de Douala (Cameroun). Pas moins de 1.500 collaborateurs y seront mobilisés. L'implémentation en Afrique subsaharienne répond, selon Karim Bernoussi, PDG du groupe, à des impératifs de disponibilité des ressources et de maîtrise des coûts. «Avoir un ancrage en Afrique nous permet d'accompagner nos clients panafricains. La maîtrise des coûts et la



disponibilité des ressources représentent aussi des motivations qui expliquent ce déploiement au Cameroun». Le Sénégal et le Bénin se révèlent être des destinations privilégiées pour une installation dans un avenir prochain. Dans cette stratégie, le Maroc a toute sa place car il est le pivot du groupe, rassure Karim Bernoussi. Deux sites seront ouverts d'ici fin 2016 à Rabat avec 500 col-

laborateurs. Résolument offensif, Intelcia vise 100.000 millions d'euros (soit 1MMDH) de CA en 2016. La petite entreprise qui titubait sur un marché dont elle maîtrisait à peine les rouages s'est métamorphosée en un véritable mastodonte des outsourcing en l'espace de 15 ans. Les chiffres relatifs à cette fulgurante ascension en sont la grande preuve. En 2010, l'entreprise réalise 5 millions de CA. À l'époque Intelcia compte quelques 250 employés et travaille avec trois clients principaux. Cinq ans plus tard, l'opérateur double son chiffre d'affaires qui avoisine les 10 millions de CA avec 500 collaborateurs. L'année 2012 marque un tournant stratégique chez le groupe Intelcia. En vue d'accélérer sa croissance et de disposer d'une puissance de frappe autant sur le plan financier que sur le plan du gain des parts de marché, le groupe fait l'acquisition d'Eurocall, une entreprise dont l'activité est complémentaire à celles d'Intelcia. «En 2010, nous avons finalisé l'acquisition d'Eurocall. Une opération qui a contribué à la consolidation de notre positionnement sur le marché marocain. Cette ac-

quisition nous a permis de séduire de grands donneurs d'ordre au vu de la taille que nous avons atteint, à savoir 1.000 collaborateurs avec 19 millions d'euros de CA, nous nous sommes hissés en tant que premier pure player marocain en outsourcing», se félicite le patron du groupe Intelcia. L'arrivée de Free en 2011 sur le marché a bousculé le secteur des télécoms, qui se trouve être le premier client des outsourcing, ralentissant ainsi la percée du groupe marocain sans pourtant l'interrompre. «À fin 2011, nous avons procédé à une deuxième acquisition, mais cette fois-ci en France. The Marketingroup présentait une aubaine pour nous. Nous voulions nous affirmer comme acteur incontournable de la relation client dans le monde francophone, une installation en France s'imposait alors comme une solution incontournable», précise Bernoussi. Ayant décuplé sa force de frappe, le CA du groupe fait un bond fulgurant en se situant autour de 54 millions d'euros. Le groupe Intelcia compte 5 sites en France aujourd'hui et n'affiche pas la volonté de croître en France mais souhaite simplement y consolider ses acquis. ●

PAR **ASMÀA EL KEZIT**  
a.elkezit@leseco.ma