

SPÉCIAL

LES CAHIERS
DU MATIN

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : MOHAMMED HAITAMI
05 JUIN 2026

EN PARTENARIAT AVEC

Rekrute
Make me better.



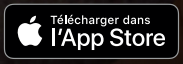
MARQUE EMPLOYEUR

**LE BONHEUR AU TRAVAIL,
NOUVEAU NERF DE
LA GUERRE**



La banque,
c'est Simple.

www.simple.ma



Scanne et ouvre ton compte

Simple.

LA NÉOBANQUE DU GROUPE ATTIJARIWAFABA BANK

SOMMAIRE



La marque employeur : un levier devenu stratégique dans la course aux talents
12-13

FOCUS

- **Feel Good** 14-19
- **Krunchy Company** 19-22
- **Love My Job** 22-23

PAROLES D'ENTREPRISES

30 regards sur le travail de demain
24-50

LE MOT DE REKRUTE

Bonheur au travail : simple tendance ou véritable révolution RH ?

4-5

DOSSIER

Génération Z : sens, équilibre et autonomie, les nouveaux codes du travail

6-8

Tendance du marché de l'emploi : vers un rapport de force en faveur des candidats ?

10-11



<https://lematin.ma/qr/8984>



Dépôt Légal : 1971/0015 / ISSN : 1114-9205 / Dossier de Presse : QF/010-05

- **Directeur Général et de la Publication** : Mohammed Haitami
- **Directeur Général Adjoint** : Kamal El Alami • **Directeur Exécutif** : Nabil El Khalidy
- **Directeur de Développement** : Hicham Mekouar • **Directeur des Rédactions** : Sohail Nhaili
- **Ont contribué à ce Spécial** : Nadia Benyouref, Najat Mouhssine, Nezha Maachi, Jalal Baazi
- **Responsable Artistique** : Mourad Chamseddine • **Infographiste** : Ayoub Gharbi
- Éditeur : Groupe Le Matin - Tél. : 0522 48 91 00 • Régie Commerciale : GMS Média - Tél. : 05 22 48 91 58
- Impression : Les Imprimeries du Matin - Bd Chefchaoui Aïn Sebaa - Casablanca. Tél. : 0522 35 51 28

Bonheur au travail : simple tendance ou véritable révolution RH ?

Philippe Montant, Founder & CEO

Longtemps considéré comme un simple avantage, le bonheur au travail est devenu un véritable enjeu stratégique pour les entreprises. La crise sanitaire a profondément transformé le rapport des collaborateurs à leur emploi : aujourd'hui, le travail ne se limite plus au salaire ou à la stabilité, mais participe directement à l'équilibre de vie et au bien-être mental.

Les attentes évoluent dans toutes les générations, notamment chez la Génération Z, qui recherche davantage de sens, de flexibilité, de reconnaissance et une culture d'entreprise authentique. La santé mentale, la qualité du management et l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle deviennent des critères essentiels d'attractivité et de fidélisation. Dans ce contexte, les entreprises repensent leurs pratiques RH à travers des initiatives axées sur le bien-être, l'écoute, l'inclusion, le développement des talents et l'expérience collaborateur. L'objectif n'est plus seulement de recruter, mais surtout de maintenir durablement l'engagement des équipes. La culture d'entreprise et la marque employeur prennent ainsi une place centrale. Les collaborateurs choisissent désormais un environnement de travail, des valeurs et une expérience humaine autant qu'un poste. À l'ère des réseaux sociaux et des plateformes d'avis, l'expérience collaborateur devient visible et influence directement la réputation des entreprises. Parallèlement, l'intelligence artificielle transforme le recrutement en rendant les processus plus rapides et plus personnalisés. Mais malgré cette évolution technologique, l'humain reste décisif : les soft skills, l'intelligence émotionnelle et la compatibilité culturelle deviennent des critères clés. Au final, le monde du travail entre dans une transformation durable. Les entreprises les plus attractives seront celles capables de concilier performance, transparence, équilibre et expérience humaine authentique.

Génération Z : pourquoi les entreprises doivent tout repenser

La Génération Z transforme profondément les codes du monde du travail. Née dans un environnement marqué par l'hyperconnexion, les crises et l'accélération technologique,



elle entretient un rapport différent à l'entreprise, à la carrière et à la réussite professionnelle.

Selon l'enquête menée par ReKrute, les jeunes talents marocains ne recherchent plus uniquement un bon salaire. Ils accordent désormais une importance majeure à l'équilibre de vie, à la qualité du management, à la flexibilité, à l'ambiance de travail et surtout au sens donné à leur mission. Cette génération rejette progressivement les cultures d'entreprise toxiques, les styles de management autoritaires et la pression permanente. Elle attend davantage d'écoute, de reconnaissance,

de transparence et des environnements de travail plus humains. Les jeunes candidats s'intéressent aussi fortement à la culture d'entreprise, aux valeurs, à l'impact et à l'authenticité des organisations avant même de postuler. Les communications RH trop "corporate" perdent en crédibilité au profit de contenus plus sincères et incarnés. Cette évolution pousse les entreprises à repenser leur management, leur communication interne, leur expérience collaborateur et leur marque employeur. Les organisations les plus attractives seront celles capables de concilier performance, équilibre, transparence et expérience humaine authentique.

Talents marocains : ce que les entreprises n'ont pas encore compris

Le marché de l'emploi marocain connaît une transformation profonde, portée par des talents plus exigeants, plus mobiles et plus attentifs à leur qualité de vie. Selon une étude menée par ReKrute, The Network et Boston Consulting Group, les collaborateurs ne recherchent plus seulement un emploi, mais une expérience professionnelle alignée avec leurs aspirations personnelles et professionnelles. La mobilité des talents atteint aujourd'hui un niveau élevé : 70 % des cadres marocains déclarent rechercher activement un nouvel emploi. Cette évolution ne s'explique pas uniquement par des motivations salariales. Les talents souhaitent davantage de perspectives d'évolution, de responsabilités, de reconnaissance et un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. L'étude montre également que le bien-être et la santé men-

tales deviennent des critères majeurs d'attractivité et de fidélisation. Les collaborateurs rejettent progressivement les environnements marqués par la surcharge de travail, le manque de flexibilité ou une culture du présentisme. Par ailleurs, les candidats accordent une importance croissante à la culture d'entreprise, à la marque employeur et à la qualité de l'expérience candidat. Avant même de postuler, ils analysent la réputation RH des entreprises, leurs réseaux sociaux, les avis collaborateurs et la transparence des offres d'emploi.

Le processus de recrutement lui-même devient décisif : les talents attendent davantage de fluidité, de réactivité, de feedback et d'authenticité. Aujourd'hui, les entreprises ne recrutent plus uniquement avec une offre, mais aussi à travers l'expérience qu'elles font vivre aux candidats.

Dans ce nouveau contexte, les organisations les plus attractives seront celles capables de construire une expérience collaborateur cohérente, humaine et durable.

L'IA change le recrutement, mais l'humain reste décisif

L'intelligence artificielle transforme progressivement les pratiques de recrutement. Analyse de CV, matching intelligent, automatisation et personnalisation des candidatures permettent aujourd'hui d'accélérer les processus et d'améliorer l'identification des profils. Grâce à ces nouvelles technologies, les recruteurs peuvent aller au-delà des critères classiques comme les diplômes ou les intitulés de poste, afin d'identifier des compétences transversales, des potentiels d'évolution et des compatibilités entre profils et entreprises. L'IA améliore également l'expérience candidat en rendant les processus plus fluides, plus rapides et plus personnalisés. Des outils comme Kiara, développé par ReKroute, permettent notamment d'optimiser le matching entre talents et entreprises et de proposer des opportunités plus pertinentes. Pour les recruteurs, l'automatisation représente aussi un gain de temps stratégique, leur permettant de se concentrer davantage sur des missions à forte valeur ajoutée. Mais malgré cette évolution technologique, l'humain reste central. Les soft skills, l'intelligence émotionnelle, la créativité, la capacité d'adaptation ou encore la compatibilité culturelle deviennent des critères essentiels dans les décisions de recrutement. L'intelligence artificielle apparaît ainsi comme un outil d'aide à la décision plutôt qu'un remplacement du recruteur. Les entreprises les plus performantes seront celles capables de combiner efficacité technologique et intelligence humaine.

Marque employeur : véritable levier stratégique

Longtemps considérée comme un simple sujet de communication RH, la marque employeur est devenue un véritable levier stratégique pour les entreprises. Dans un marché où les

talents sont plus exigeants, informés et mobiles, les organisations sont désormais évaluées autant sur leur culture et leur management que sur leurs performances.

Aujourd'hui, les candidats analysent la réputation des entreprises avant même de postuler : avis collaborateurs, réseaux sociaux, ambiance de travail, équilibre de vie, engagement RSE ou encore authenticité du discours RH influencent fortement leur décision. Les collaborateurs jouent également un rôle central dans cette transformation. Leur expérience quotidienne contribue directement à construire — ou fragiliser — la réputation employeur d'une organisation. Dans ce contexte, les entreprises doivent aller au-delà des discours et démontrer concrètement leurs engagements. C'est dans cette logique que les labels RH prennent de l'importance. À travers ses labels Feel Good, Krunchy, Love My Job et Okboarding, ReKroute met en avant les entreprises qui investissent réellement dans l'expérience collaborateur, le bien-être, l'attractivité employeur et la qualité de l'expérience candidat. La marque employeur ne sert plus uniquement à attirer des talents. Elle devient un levier de fidélisation, d'engagement et de performance durable. Les entreprises les plus attractives seront celles capables de créer une expérience humaine crédible, cohérente et authentique.

Le futur du travail se joue maintenant

Le monde du travail évolue plus rapidement que jamais. Les attentes des talents changent, les modes de management se transforment et les critères d'attractivité ne sont plus les mêmes. Les collaborateurs recherchent désormais davantage de sens, d'équilibre, de flexibilité et une expérience humaine authentique. Dans ce nouveau contexte, recruter ne suffit plus. Les entreprises doivent aussi convaincre, engager et fidéliser durablement leurs collaborateurs en construisant des environnements de travail cohérents, inclusifs et motivants. Les organisations les plus attractives ne seront pas forcément celles qui offrent les meilleurs salaires ou les bureaux les plus modernes, mais celles capables de développer une culture forte, un management humain et une marque employeur crédible. À l'heure où l'expérience collaborateur devient visible et largement partagée, l'authenticité représente un avantage concurrentiel majeur. Les talents veulent comprendre ce que l'entreprise incarne réellement, au-delà des discours. À travers ce dossier spécial, ReKroute et Groupe Le Matin mettent en lumière les grandes transformations qui redessinent le marché de l'emploi marocain ainsi que les entreprises qui placent l'humain au cœur de leur stratégie. La marque employeur n'est plus uniquement une question d'image : elle devient avant tout une question de confiance. ●

Génération Z : sens, équilibre et autonomie, les nouveaux codes du travail

Qu'attendent réellement les jeunes de la Génération Z du monde professionnel ? L'enquête Génération Z et le monde du travail, menée par ReKrute auprès de 2.569 jeunes actifs, révèle une profonde évolution des rapports au travail. Sens, bien-être, équilibre de vie, flexibilité et nouvelles attentes managériales redessinent les critères d'engagement de cette génération, qui ne rejette ni l'entreprise ni la performance, mais aspire à un environnement plus humain et davantage aligné avec ses valeurs.

«**L**es jeunes de la Génération Z aspirent à davantage de sens, d'épanouissement au travail, d'équilibre et d'autonomie. Ils ne rejettent pas le travail, mais souhaitent qu'il soit plus humain, plus flexible et davantage en adéquation avec leurs valeurs». C'est, en substance, ce qui ressort de l'enquête Génération Z et le monde du travail, menée par ReKrute auprès de 2.569 jeunes actifs appartenant à cette génération. L'étude, qui fait un benchmark avec la France, met en lumière une transformation profonde du rapport au travail. «Cette génération ne rejette ni l'entreprise ni la performance, mais questionne les modèles traditionnels de réussite, de management et d'engagement», souligne-t-elle. Loin des idées reçues, une vision commune se dessine : le bonheur au travail et le sens prennent le pas sur le statut, l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle devient un critère central, tandis que la technologie, notamment l'intelligence artificielle, est perçue comme un levier à condition qu'elle demeure au service de l'humain. Le

travail est désormais perçu comme un moyen d'épanouissement personnel et de progression individuelle. Dans les deux pays, une attente commune s'impose : exercer une activité porteuse de sens, conciliant performance et réalisation personnelle. Les jeunes ne se détournent pas du travail ; ils souhaitent avant tout qu'il s'inscrive dans une logique plus harmonieuse et davantage alignée avec leurs valeurs. Cette génération entretient également une nouvelle relation à l'entreprise. Le modèle de la carrière «à vie» n'occupe plus une place dominante. Les jeunes avancent davantage par étapes et selon certaines conditions. Ils restent dans une entreprise tant qu'ils y trouvent leur compte, tant que celle-ci répond à leurs attentes, leur permet d'évoluer dans leur poste et leur offre un environnement favorisant le bien-être ainsi qu'un équilibre de vie satisfaisant.

Le sens du travail est d'abord associé à l'épanouissement et au bien-être

Pour la Génération Z, le «sens» au travail ne renvoie pas à une définition unique, mais à une expérience vécue au quotidien. Au Maroc, il est d'abord associé à l'épanouissement et au bien-être (32%), puis à la sécurité matérielle (25%). «Ce qui traduit une recherche d'équilibre entre qualité de vie et stabilité», précise l'étude. Celle-ci ajoute qu'en France, la notion de sens est davantage liée aux possibilités d'évolution (27%) ainsi qu'à un environnement respectueux et collaboratif (25%). «La Gen Z y exprime une attente de progression personnelle et de relations de travail saines, avant même la reconnaissance ou l'autonomie», explique ReKrute. Le sens est également associé à un travail utile, intellectuellement stimulant ou exercé au sein d'une entreprise responsable. Dans les deux pays,

les jeunes recherchent ainsi un sens «concret» dans leur quotidien professionnel. Cette quête de sens se reflète également dans les attentes vis-à-vis des entreprises. Au Maroc, le bien-être des employés apparaît comme l'initiative prioritaire (33%), devant la réussite économique (21%) et l'innovation (19%). À ce niveau, l'étude montre que la Gén Z en France partage des attentes proches de celles observées au Maroc : le bien-être arrive également en tête (36%), suivi de la réussite économique (15%) et de la diversité et inclusion (12%). «Dans les deux pays, le sens de l'action d'une entreprise passe d'abord par l'humain avant la performance», souligne l'étude.

L'équilibre vie personnelle / vie professionnelle, un facteur déterminant dans les choix professionnels

L'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle devient un critère majeur dans les choix professionnels. La Génération Z refuse d'avoir à choisir entre liberté et collectif. La préférence pour le mode hybride traduit moins un simple «effet télétravail» qu'un nouveau standard organisationnel : davantage de flexibilité, sans rompre le lien avec l'équipe. L'hybride s'impose ainsi comme un compromis entre présence et autonomie. «Au Maroc, l'hybride s'impose comme un compromis entre présence et autonomie (55%). En France 82% souhaitent au moins une journée de télétravail, l'attente est plus forte et révèle que ce mode d'organisation est désormais perçu comme une norme, au même titre que les conditions salariales ou l'ambiance de travail», précise l'enquête. Le choix d'une entreprise repose avant tout sur des indicateurs liés à la qualité de vie au travail et à la cohérence culturelle. Selon l'en-

Labélisez votre marque employeur



Le label Krunchy Company récompense les employeurs les plus attractifs, ceux qui font la différence auprès des talents par leur image, leur notoriété et leur capacité à donner envie de les rejoindre.

Le label Love my Job distingue les entreprises où les collaborateurs se sentent bien, s'épanouissent et vivent une expérience de travail positive au quotidien.

Le label Feel Good distingue les employeurs qui recrutent des collaborateurs naturellement alignés avec leur culture d'entreprise et heureux de s'y épanouir.



make
me better

Rekrute



quête, au Maroc, les motifs de refus sont principalement liés à l'expérience quotidienne et à l'adéquation avec la culture de l'entreprise : une mauvaise ambiance (28%), des valeurs perçues comme incompatibles (24%) ainsi que l'absence de perspectives d'évolution (23%) constituent les principaux facteurs déterminants, devant l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle (19%). En France, les lignes rouges apparaissent beaucoup plus marquées (85% concernant l'impact sur la vie personnelle ; 81% pour une culture autoritaire, l'instabilité et des décisions contraires aux valeurs).

Sécurité : oui à la stabilité, mais aussi aux opportunités

La Gén Z recherche une stabilité lui permettant d'avancer dans ses projets de vie. Les trajectoires apparaissent plus prudentes, selon une logique d'engagement conditionnel. Un emploi stable est perçu comme essentiel pour accéder au logement, au crédit et à une forme de stabilité personnelle. «La Génération Z négocie son rapport à l'avenir plutôt qu'elle ne le subit», souligne l'enquête. Au Maroc, la logique du «sans engagement» (32%) et les projections à court terme (31%), combinées à un niveau d'incertitude encore élevé (16%), traduisent des trajectoires plus prudentes, où les parcours se construisent progressivement et sous certaines conditions. «Tant que l'on y trouve son compte, on reste ; la fidélité demeure ainsi relative», explique l'étude. En France, la logique conditionnelle apparaît plus marquée (40%), tout en coexistant avec une projection à plus long terme (30%) et un niveau d'indécision plus faible (9%). Cette recherche de sécurité n'exclut pas une certaine mobilité. Les jeunes, qui s'éloignent progressivement du modèle de la carrière «à vie», ne souhaitent plus effectuer l'ensemble de leur parcours au sein d'une seule entreprise, sans pour autant s'inscrire dans une logique de «zapping permanent». Lorsqu'ils trouvent des condi-



Philippe et Alexandra Montant, respectivement Founder & CEO et Directrice générale de ReKrate.

tions de travail satisfaisantes, ils restent. Ainsi, 43% des jeunes Marocains interrogés envisagent un parcours comprenant entre 3 et 5 employeurs, ce qui traduit une volonté d'identifier rapidement une entreprise correspondant à leurs attentes et d'y construire leur trajectoire professionnelle. «Cette réalité nuance l'image souvent associée à cette génération : lorsqu'ils bénéficient de conditions de travail satisfaisantes, ils sont disposés à s'inscrire dans la durée. En France, en revanche, 35% des jeunes envisagent un nombre plus important d'employeurs au cours de leur carrière, confirmant une mobilité professionnelle plus marquée.

Le management n'est plus un symbole de prestige

L'évolution professionnelle est d'abord associée au développement des compétences (28%), puis à l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle (22%), devant le salaire et la recherche de sens (18%). Le développement des compétences apparaît ainsi comme une priorité. En France, cette évolution est davantage associée à l'amélioration du niveau de vie (92%), aux missions et compétences (86%) ainsi qu'aux responsabilités (85%), même si 55% déclarent

qu'elle ne constitue pas leur priorité. Le management évolue également dans la perception de cette génération. Il n'est plus considéré comme une finalité automatique ni comme un symbole de prestige. Les jeunes reconnaissent qu'il représente une étape importante, mais sous certaines conditions : davantage d'autonomie, de confiance, de reconnaissance, un accompagnement solide et un meilleur équilibre de vie. «Pour la Génération Z, au Maroc comme en France, l'évolution du management n'est plus une hypothèse, mais une évidence (88% contre 84%). Cette quasi-unanimité traduit une attente de rupture avec les modèles traditionnels ou une prise de conscience de l'évolution des attentes liées au poste», souligne l'étude.

Être manager, oui, mais à certaines conditions

«La Génération Z ne rejette pas le rôle de manager, mais en redéfinit clairement les conditions», peut-on lire dans les conclusions de l'enquête. Au Maroc, les motivations à devenir manager reposent principalement sur des garanties d'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle (26%) ainsi que sur davantage d'autonomie (20%), avant même la rémunération (19%). ●

Devenez irresistible avec votre label **Feel Good**.

Le label Feel Good distingue les employeurs qui recrutent des collaborateurs naturellement alignés avec leur culture d'entreprise et heureux de s'y épanouir.



**make
me better**

Rekrute

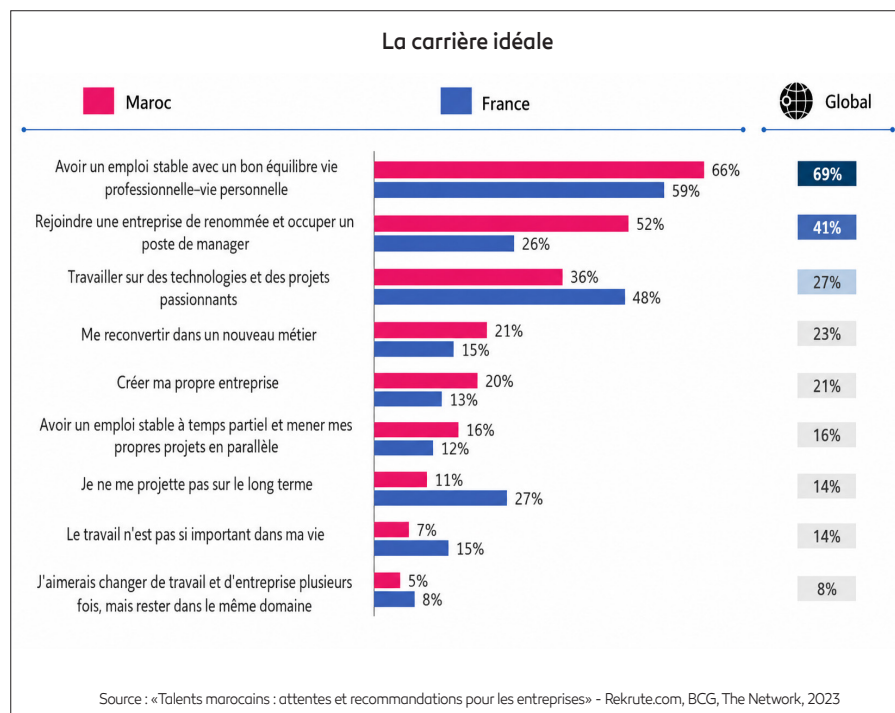
Tendance du marché de l'emploi : vers un rapport de force en faveur des candidats ?

Réalisée par Boston Consulting Group, ReKroute et The Network, l'étude «Talents marocains : attentes et recommandations pour les entreprises» dresse un état des lieux du marché de l'emploi au Maroc et à l'international. Elle met en lumière les nouvelles dynamiques qui redéfinissent le rapport des talents au travail, à la carrière et aux employeurs, dans un contexte de profonde évolution des attentes professionnelles.

Le marché de l'emploi est en pleine recomposition. Plus mobiles, plus sollicités et plus exigeants, les talents imposent désormais de nouvelles règles du jeu aux entreprises. C'est ce que révèle l'étude «Talents marocains : attentes et recommandations pour les entreprises», réalisée par Boston Consulting Group, ReKroute et The Network, qui met en lumière un profond décalage entre les attentes des candidats et les réponses des employeurs, au Maroc comme à l'international.

Les principaux enseignements de l'étude, qui s'appuie sur une base solide (Plus de 90.000 sondés dans le monde entier, un échantillon de 400 cadres marocains et une couverture de plus de 180 pays analysés), révèlent, en effet, une transformation marquée du marché des talents, au Maroc comme dans le monde. Ils mettent en évidence un rapport de force de plus en plus favorable aux candidats, une forte intensité de recherche d'emploi et des écarts notables entre les comportements locaux et les tendances internationales.

Les données montrent notamment que 68% des talents dans le monde estiment disposer d'un pouvoir de né-



gociation élevé, un niveau proche de celui observé au Maroc (65%). Elles soulignent également une forte exposition des cadres aux recruteurs, avec 80 % des talents marocains recevant régulièrement des offres d'emploi, contre 75% au niveau mondial.

La mobilité professionnelle apparaît particulièrement élevée au Maroc : 70% des cadres y recherchent activement un emploi, contre 40% à l'échelle mondiale. À l'inverse, la fidélité à l'employeur reste très faible, avec seulement 1% des cadres marocains fidèles à leur entreprise, contre 4% dans le monde.

Ces chiffres traduisent un marché sous tension, où les attentes liées à la rémunération, à la stabilité et à l'évolution de carrière occupent une place centrale, tandis que les modes de travail et les pratiques de recrutement continuent de différer entre le Maroc et le reste du monde.

Afin de mieux comprendre les tendances du marché de l'emploi et les comportements des talents marocains, voici une lecture détaillée des principaux enseignements de l'enquête.

Des salariés en quête permanente de nouvelles opportunités

Le marché des talents est particulièrement tendu et les demandeurs d'emploi en ont pleinement conscience. Malgré la menace de récession mondiale, les actifs demeurent très mobiles : 89% recherchent un emploi.

Les talents marocains estiment que leurs entreprises actuelles répondent insuffisamment à leurs attentes en matière de stimulation professionnelle, de missions intéressantes et de perspectives d'évolution.

Ils recherchent avant tout une meilleure évolution de carrière, une rémunération plus attractive ainsi qu'un

meilleur équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle.

Dans ce contexte, une majorité de talents considère aujourd'hui disposer d'un avantage dans les négociations avec les employeurs. Cette tendance est renforcée par le fait que 82% des salariés déclarent être approchés plusieurs fois par an par des recruteurs.

Un pouvoir de négociation en forte progression

Les cadres marocains sont conscients des tensions qui caractérisent le marché de l'emploi, ce qui renforce leur confiance dans les discussions avec les employeurs. Ainsi, 65% d'entre eux estiment disposer d'un pouvoir de négociation fort à très fort face à leur employeur actuel ou futur.

Cette perception s'explique notamment par la fréquence des sollicitations des recruteurs. Comme le soulignent les analystes, près de la moitié des candidats déclarent être approchés chaque semaine ou chaque mois. Le pouvoir de négociation désigne ici la capacité des candidats à imposer leurs attentes lors des discussions avec les employeurs, notamment en matière de salaire, d'évolution de carrière et de conditions de travail.

Une forte dynamique de mobilité

Au Maroc, 70% des salariés recherchent activement un emploi, un niveau particulièrement élevé comparé à la tendance mondiale (42%) et au marché français (59%).

Cette forte mobilité s'explique par des attentes précises : les talents recherchent des missions plus stimulantes et davantage de perspectives professionnelles.

La première motivation reste l'accès à un poste plus intéressant et plus senior, avec davantage de responsabilités. La seconde est la volonté de changer de métier et d'explorer de nouveaux horizons professionnels.

Par ailleurs, 19% des salariés marocains ne recherchent pas activement un emploi mais restent à l'écoute du marché, un niveau inférieur à la France (30%) et au monde (41%). Ces profils peuvent néanmoins être actifs si l'offre répond à leurs attentes en matière d'évolution de carrière, de rémunération et d'équilibre de vie.

La mobilité interne reste limitée, ce qui souligne un enjeu important pour les entreprises en matière de fidélisation des talents.

Pour plus de flexibilité

L'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle est désormais considéré comme un élément essentiel de la carrière idéale. Celle-ci ne se limite plus à la réussite professionnelle, mais intègre également l'épanouissement personnel.

Les talents recherchent également des projets porteurs de sens et stimulants, en cohérence avec leurs valeurs et leurs centres d'intérêt.

Plusieurs facteurs influencent fortement les décisions des candidats. Les principaux « deal breakers » sont le salaire, la sécurité de l'emploi, l'équilibre de vie, les opportunités d'apprentissage, l'évolution de carrière et la reconnaissance.

Les talents marocains attendent aussi davantage de confiance et de responsabilités de la part de leurs managers, ainsi qu'une image employeur positive. Au Maroc, une évolution nette des aspirations professionnelles se dessine, marquée par une volonté de privilégier l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Ainsi, 66% des actifs marocains rêvent d'une carrière stable offrant un bon équilibre de vie, un niveau proche de la tendance mondiale (69%).

La carrière idéale repose également sur une image employeur forte et sur un accompagnement réel dans l'évolution professionnelle.

Enfin, les talents accordent une im-

portance croissante au sens du travail, en privilégiant des projets technologiques et stimulants.

Le salaire reste le critère décisif

Au Maroc comme au niveau mondial, le salaire demeure le premier facteur d'attractivité d'une offre d'emploi. En France, il n'arrive qu'en quatrième position, derrière les valeurs de l'entreprise. La sécurité de l'emploi occupe la deuxième position au Maroc, suivie de l'équilibre de vie. L'apprentissage et l'évolution de carrière arrivent ensuite, tandis que la reconnaissance complète le classement.

Le travail de demain : entre présentiel et hybridation

Le mode de travail évolue, avec un recul du télétravail à l'échelle mondiale comme au Maroc.

Les préférences restent partagées : 49% des actifs marocains privilégient le présentiel, contre 46% pour le mode hybride, un équilibre proche mais encore différent des tendances internationales.

En France, la préférence pour le mode hybride est largement dominante.

Par ailleurs, les semaines de cinq jours à temps plein restent le modèle le plus apprécié à l'échelle mondiale.

Force est de constater que les talents marocains ne recherchent plus uniquement la stabilité de l'emploi : ils accordent désormais une importance croissante à l'évolution de carrière, au sens des missions, à la reconnaissance et à l'équilibre de vie. Face à des candidats plus mobiles, plus sollicités et plus exigeants, les entreprises sont appelées à repenser leurs pratiques de management, de recrutement et de fidélisation. L'écart persistant entre les attentes des talents et les réponses apportées par les employeurs apparaît ainsi comme l'un des principaux défis du marché de l'emploi dans les années à venir. ●

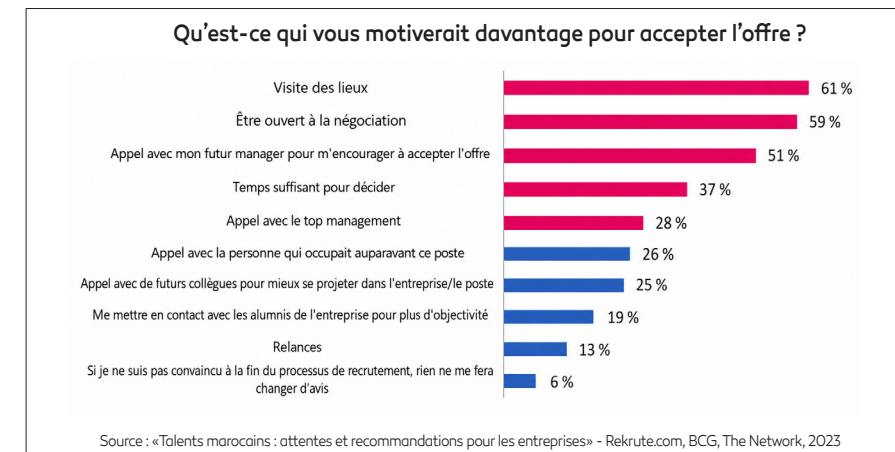
La marque employeur : un levier devenu stratégique dans la course aux talents

Dans un contexte où les talents disposent d'un pouvoir de choix accru et où l'expérience candidat devient déterminante, la marque employeur s'impose comme un enjeu central des stratégies RH. Elle ne se limite plus à l'image véhiculée par l'entreprise, mais se construit désormais à travers chaque interaction, faisant du recrutement un véritable levier de différenciation et de performance.

Dans un marché de l'emploi où les candidats disposent d'un pouvoir de négociation de plus en plus fort, les logiques de recrutement évoluent en profondeur. La marque employeur ne se limite plus à une fonction de communication RH ou à une présence soignée sur les réseaux sociaux. Elle s'impose désormais comme un levier stratégique majeur de compétitivité et d'attractivité. Elle se construit aujourd'hui de manière continue, à chaque point de contact entre l'entreprise et le candidat : la manière dont une offre d'emploi est rédigée, la transparence des informations partagées, la qualité des échanges avec les recruteurs, la fluidité du processus de sélection ou encore l'attention portée à l'expérience vécue par le candidat.

Une perception de l'entreprise devenue celle d'une marque

L'étude «Talents marocains : attentes et recommandations pour les entreprises – Résultats Maroc 2023», menée par ReKroute, BCG et The Network auprès de 400 cadres marocains et plus de 90.000 répondants dans le monde, confirme cette évolution profonde : les entreprises ne sont plus uniquement choisies pour leur



secteur ou leur notoriété, mais évaluées comme de véritables marques. Selon l'étude, «l'image de marque-employeur impacte extrêmement l'intérêt que porte le candidat au recruteur». La réputation digitale, la cohérence du discours RH, la visibilité de l'entreprise et surtout la qualité de l'interaction humaine deviennent des facteurs déterminants dans la décision de postuler. Certaines organisations ont déjà intégré cette transformation. La Société Royale d'Encouragement du Cheval (SOREC), par exemple, a engagé une démarche structurée autour de trois piliers : visibilité, proximité et valorisation, afin de renforcer son attractivité et sa projection auprès des talents.

L'offre d'emploi : premier vecteur de marque employeur

Dans ce nouveau contexte, l'offre d'emploi ne peut plus être considérée comme un simple descriptif technique de poste. Elle devient un véritable outil d'image et de positionnement. L'étude souligne d'ailleurs que «l'offre d'emploi n'est pas seulement une expression technique du besoin du recruteur, mais aussi une expression de son image de marque-employeur».

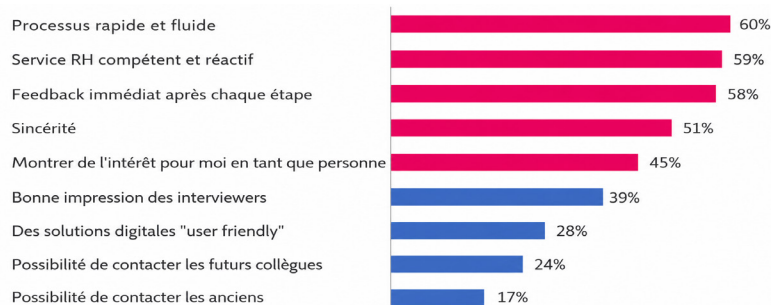
Les candidats attendent des annonces claires, structurées et transparentes, dans lesquelles les informations essentielles sont directement accessibles. Le salaire reste le premier élément recherché, mais il est désormais accompagné d'autres critères déterminants : la clarté des missions, la précision des compétences attendues, les perspectives d'évolution et le niveau de flexibilité proposé.

Une attente forte d'humain dans un recrutement devenu plus exigeant

Contrairement à l'idée d'un recrutement totalement digitalisé et automatisé, les talents marocains expriment une forte attente de relation humaine. L'étude met en avant une préférence nette pour une approche personnalisée : «une approche humaine, one to one, s'impose». Les candidats valorisent particulièrement la transparence, la bienveillance, la réactivité et le professionnalisme tout au long du processus.

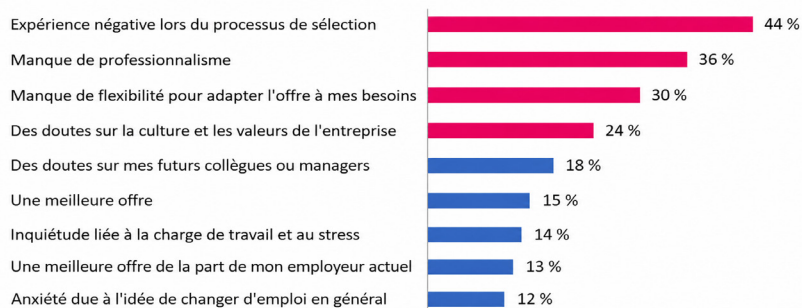
Ils souhaitent également être évalués au-delà des critères classiques, en tenant compte de leur personnalité, de leur potentiel et de leurs compétences réelles, et non uniquement de leur

Qu'est-ce qui distinguerait un recruteur d'un autre ?



Source : «Talents marocains : attentes et recommandations pour les entreprises» - Rekrute.com, BCG, The Network, 2023

Qu'est-ce qui vous pousserait à refuser une offre d'emploi ?



Source : «Talents marocains : attentes et recommandations pour les entreprises» - Rekrute.com, BCG, The Network, 2023

parcours académique ou du nombre d'années d'expérience.

Cette évolution redonne une place centrale à la dimension relationnelle du recrutement.

Chez ALTEN Maroc, cette transformation est déjà intégrée dans la culture de recrutement. L'entreprise met en avant une approche qui dépasse la seule performance technique, en combinant engagement RSE, vie collective et équilibre entre exigence professionnelle et qualité de vie.

L'expérience candidat devient un facteur décisif de décision

Le recrutement ne se joue plus uniquement sur l'offre proposée, mais sur l'expérience globale vécue par le candidat. Celle-ci peut désormais faire basculer une décision d'acceptation ou de refus.

Selon l'étude, 44% des candidats pourraient refuser une offre après une expérience négative durant le processus de recrutement. Les principales causes de rejet incluent le manque

de professionnalisme, les processus rigides, le manque de flexibilité dans les échanges ou encore une culture d'entreprise perçue comme peu claire.

À l'inverse, certains éléments renforcent fortement l'attractivité : 61% des candidats se disent plus enclins à accepter une offre après une visite des locaux, et 59% valorisent l'ouverture à la négociation. Le processus de recrutement devient ainsi un moment clé de construction, ou de destruction, de la marque employeur.

Rapidité, transparence et feedback : les nouveaux standards RH

Les attentes en matière d'expérience

candidat sont désormais très élevées. 60% des talents considèrent qu'un processus rapide et fluide différencie un employeur d'un autre, tandis que 58% attendent un feedback systématique après chaque étape. L'étude résume cette nouvelle exigence autour de trois piliers : transparence, souplesse et accueil. Le recrutement ne se limite donc plus à sélectionner des profils. Il devient une expérience globale, qui influence directement la perception de l'entreprise et son attractivité future. Dans ce contexte, les organisations qui conservent des processus opaques ou trop rigides prennent un risque réel. Les talents disposent aujourd'hui d'un large choix : 65% estiment avoir un fort pouvoir de négociation et 80% déclarent être régulièrement sollicités par des recruteurs. Pour Lina El Andaloussi, Responsable Ressources Humaines chez ADM Value, cette réalité impose une nouvelle posture employeur : il s'agit désormais de créer de la projection et de l'adhésion. L'entreprise doit donner envie de rester et de s'inscrire dans une trajectoire.

Une nouvelle économie des talents fondée sur la confiance

Dans ce nouvel environnement, les entreprises ne recrutent plus uniquement des compétences. Elles recrutent de la confiance, de l'adhésion et une capacité à se projeter.

La marque employeur devient ainsi bien plus qu'un outil RH : elle est un actif stratégique qui influence directement l'attractivité, la fidélisation et la performance globale des organisations. ●



PALMARÈS 2026 · ENTREPRISES LABELLISÉES

Les entreprises qui font aimer le travail

Pour cette cinquième édition, *Le Matin* dévoile les entreprises labellisées par ReKroute en 2026 en tant que meilleurs employeurs.

Les Labels *Feel Good*, *Krunchy Company*, *Love my Job* racontent chacun à sa manière les marques employeurs qui comptent : celles qui attirent, engagent et donnent envie aux talents de s'y projeter durablement.



114

Entreprises Feel Good 2026

70

Entreprises Krunchy Company 2026

6

Entreprises Love my Job 2026

L'ÉDITORIAL

Dans un marché du travail où les talents ne choisissent plus seulement un poste, mais une culture, une expérience et une vision, les labels ReKroute apportent un éclairage unique sur les entreprises qui font réellement la différence. Feel Good valorise les entreprises qui donnent à voir leur culture et favorisent l'alignement avec les candidats. Krunchy Company distingue les marques employeurs les plus attractives auprès des cadres marocains. Love my Job, nouveau label de l'écosystème ReKroute, met à l'honneur les entreprises plébiscitées par leurs propres collaborateurs. À travers ce palmarès 2026, ReKroute célèbre les organisations qui ne se contentent pas de recruter : elles créent les conditions pour attirer, engager et fidéliser durablement les talents.

Label Feel Good · Édition 2026

CULTURE · VALEURS · ALIGNEMENT

Feel Good.
























Le label *Feel Good* distingue les employeurs qui recrutent des collaborateurs naturellement alignés avec leur culture d'entreprise et heureux de s'y épanouir.




























114


























114 ENTREPRISES LABELLIÉES



























Feel Good 2026










LE PALMARÈS COMPLET *Les entreprises labellisées Krunchy Company 2026, présentées par ordre alphabétique.*

		
<p>Aba Technology <i>Informatique</i></p>	<p>ADM Value <i>Centre d'appels</i></p>	<p>AFD.Tech <i>Informatique</i></p>
		
<p>Air Arabia <i>Aéronautique / Spatial</i></p>	<p>AKDITAL <i>Pharmacie / Santé</i></p>	<p>Akkodis Maroc <i>Informatique</i></p>
		
<p>AKWA Group <i>Pétrole / Gaz</i></p>	<p>Al Akhawayn University <i>Enseignement / Formation</i></p>	<p>ALH Holding <i>Immobilier / Promoteur / Agence</i></p>
		
<p>ALKIMY <i>Offshoring / Nearshoring</i></p>	<p>ALTEN Maroc <i>Informatique</i></p>	<p>Arcol <i>Chimie / Parachimie / Peintures</i></p>
		
<p>Atlantic Re - SCR Maroc <i>Assurance / Courtage</i></p>	<p>Attijariwafa bank <i>Banque / Finance</i></p>	<p>Auto Nejma Maroc S.A. <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>
		
<p>AXA Assurance Maroc <i>Assurance / Courtage</i></p>	<p>AXA GBS Morocco <i>Informatique</i></p>	<p>AXA Services Maroc <i>Assurance / Courtage</i></p>
		
<p>AZURA GROUP <i>Agroalimentaire</i></p>	<p>Bank Assafa <i>Banque / Finance</i></p>	<p>Bank Of Africa <i>Banque / Finance</i></p>
		
<p>Beaumanoir Maroc Sourcing Et Export <i>Textile / Cuir</i></p>	<p>Blue Box <i>Autres Industries</i></p>	<p>Bouygues Construction IT <i>Informatique</i></p>

		
<p>BTechnologie <i>Informatique</i></p>	<p>CAC (Centrale Automobile Chérienne) <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>	<p>Capgemini <i>Informatique</i></p>
		
<p>Capgemini Engineering <i>Autres services</i></p>	<p>CAT Assurance et Réassurance <i>Assurance / Courtage</i></p>	<p>Centrale Danone <i>Agroalimentaire</i></p>
		
<p>CFCIM <i>Autres services</i></p>	<p>CGI Technologies et Solutions Maroc <i>Informatique</i></p>	<p>Ciments du maroc <i>BTP / Génie Civil</i></p>
		
<p>Cnexia <i>Centre d'appels</i></p>	<p>Cnexia tech <i>Informatique</i></p>	<p>Coface <i>Assurance / Courtage</i></p>
		
<p>Concentrix <i>Centre d'appels</i></p>	<p>COSUMAR <i>Agroalimentaire</i></p>	<p>Deloitte Extended Services <i>Conseil / Études</i></p>
		
<p>Disty technologies <i>Informatique</i></p>	<p>DXC - CDG <i>Informatique</i></p>	<p>Econocom Maroc <i>Informatique</i></p>
		
<p>ELOAN <i>Banque / Finance</i></p>	<p>Es Saadi Marrakech Resort <i>Hôtellerie / Restauration</i></p>	<p>FIGEAC Acro Maroc <i>Aéronautique / Spatial</i></p>
		
<p>Fondation Arrawaj <i>Banque / Finance</i></p>	<p>Foods and Goods <i>Agroalimentaire</i></p>	<p>Foundever (ex Sitel Group) <i>Centre d'appels</i></p>
		
<p>GR valade Logistique <i>Transport / Messagerie / Logistique</i></p>	<p>Groupe Addoha <i>Immobilier / Promoteur / Agence</i></p>	<p>Groupe Bel <i>Agroalimentaire</i></p>

	<p>Groupe Smeia</p>	
<p>Groupe Label'Ve - Carrefour <i>Distribution</i></p>	<p>Groupe Smeia <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>	<p>HCLTech <i>Informatique</i></p>
		
<p>HESPRESS <i>Internet / Multimédia</i></p>	<p>HEOMI <i>Centre d'appels</i></p>	<p>Hilti Maroc <i>BTP / Génie Civil</i></p>
		
<p>Hit Radio <i>Audiovisuel</i></p>	<p>HUIR - L'Hôpital Universitaire International de Rabat <i>Pharmacie / Santé</i></p>	<p>IKEA Maroc <i>Distribution</i></p>
		
<p>Imacab <i>Autres Industries</i></p>	<p>INTM Méditerranée <i>Informatique</i></p>	<p>ITX <i>Autres services</i></p>
		
<p>Jameel Motors <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>	<p>K events <i>Communication / Événementiel</i></p>	<p>KITEA Group <i>Ameublement / Décoration</i></p>
		
<p>LCI Education <i>Enseignement / Formation</i></p>	<p>Lesieur Cristal <i>Agroalimentaire</i></p>	<p>Leyton <i>Conseil / Études</i></p>
		
<p>Locamed <i>Matériel Médical</i></p>	<p>M-automotiv <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>	<p>Manpower Agencies <i>Recrutement / Intérim</i></p>
		
<p>Marketing Call Center <i>Centre d'appels</i></p>	<p>Maroc Climate and Security (MCS) - Carrier <i>Autres services</i></p>	<p>Maroc Telecom <i>Telecom</i></p>
<p>MARSH</p>		
<p>Marsh Maroc <i>Assurance / Courtage</i></p>	<p>McDonald's Maroc <i>Hôtellerie / Restauration</i></p>	<p>Meski Invest - Riva Industries <i>Métallurgie / Sidérurgie</i></p>

		
<p>O&D Services <i>Offshoring / Nearshoring</i></p>	<p>OPPO <i>Distribution</i></p>	<p>Orange Business <i>Informatique</i></p>
		
<p>Orange Maroc <i>Telecom</i></p>	<p>Outsourcia <i>Centre d'appels</i></p>	<p>Pratt & Whitney <i>Aéronautique / Spatial</i></p>
		
<p>PREVAS <i>Assurance / Courtage</i></p>	<p>PwC <i>Conseil / Études</i></p>	<p>Richbond <i>Autres Industries</i></p>
		
<p>Royale Marocaine d'Assurance <i>Assurance / Courtage</i></p>	<p>Safran Nacelles <i>Aéronautique / Spatial</i></p>	<p>Saham Bank <i>Banque / Finance</i></p>
		
<p>Saint Gobain <i>Autres Industries</i></p>	<p>Sevam <i>Autres Industries</i></p>	<p>SGS Maroc SA <i>Conseil / Études</i></p>
		
<p>Smollan Morocco <i>Autres services</i></p>	<p>Société Générale Africa Technologies & Services - SG ATS <i>Banque / Finance</i></p>	<p>Société Générale African Business Services - SG ABS <i>Informatique</i></p>
		
<p>Sofrecom Maroc <i>Informatique</i></p>	<p>Sogea Maroc <i>BTP / Génie Civil</i></p>	<p>Sol3o <i>Centre d'appels</i></p>
		
<p>Sonasid <i>Autres Industries</i></p>	<p>Sorec <i>Autres services</i></p>	<p>Sothema <i>Pharmacie / Santé</i></p>
		
<p>Stellantis <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>	<p>Tectra <i>Recrutement / Intérim</i></p>	<p>Telus Digital <i>Centre d'appels</i></p>

		
<p>TotalEnergies Maroc <i>Energie</i></p>	<p>Tractafric Motors Maroc <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>	<p>UM6P - Université Mohammed VI Polytechnique <i>Enseignement / Formation</i></p>
		
<p>Unifitel <i>Banque / Finance</i></p>	<p>Université Internationale de Rabat (UIR) <i>Enseignement / Formation</i></p>	<p>Viséo <i>Informatique</i></p>
		
<p>Vivo Energy Maroc <i>Energie</i></p>	<p>Weclose <i>Offshoring / Nearshoring</i></p>	<p>Yazaki Morocco <i>Automobile / Motos / Cycles</i></p>

Label Krunchy · Édition 2026

MARQUE EMPLOYEUR · ATTRACTIVITÉ










Krunchy Company.

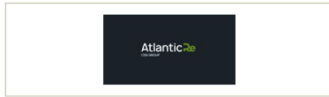
Krunchy Company récompense les employeurs les plus attractifs, ceux qui font la différence auprès des talents par leur image, leur notoriété et leur capacité à donner envie de les rejoindre.

70

ENTREPRISES DISTINGUÉES
Label Krunchy Company · Édition 2026

LE PALMARÈS COMPLET *Classement par ordre alphabétique · les logos officiels remplaceront automatiquement les placeholders.*

		
<p>ADM Value <i>Centre d'appels</i></p>	<p>AFD.Tech <i>Informatique</i></p>	<p>Air Arabia <i>Aéronautique / Spatial</i></p>
		
<p>AKDITAL <i>Pharmacie / Santé</i></p>	<p>Akkodis Maroc <i>Informatique</i></p>	<p>AKWA Group <i>Pétrole / Gaz</i></p>
		
<p>ALH Holding <i>Immobilier / Promoteur / Agence</i></p>	<p>ALTEN Maroc <i>Informatique</i></p>	<p>Arcol <i>Chimie / Parachimie / Peintures</i></p>



Atlantic Re - SCR Maroc
Assurance / Courtage



Attijariwafa bank
Banque / Finance



Auto Nejma Maroc S.A.
Automobile / Motos / Cycles



AXA Services Maroc
Assurance / Courtage



AZURA GROUP
Agroalimentaire



Bank Assafa
Banque / Finance



Bank Of Africa
Banque / Finance



BTechnologie
Informatique



CAC (Centrale Automobile Chérienne)
Automobile / Motos / Cycles



Capgemini Engineering
Autres services



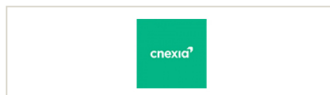
Centrale Danone
Agroalimentaire



CGI Technologies et Solutions Maroc
Informatique



Ciments du Maroc
BTP / Génie Civil



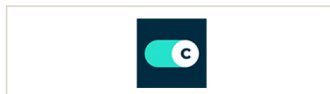
Cnexia
Centre d'appels



Cnexia tech
Informatique



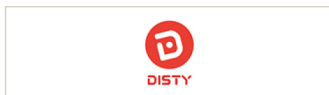
Coface
Assurance / Courtage



Concentrix
Centre d'appels



Deloitte Extended Services
Conseil / Études



Disty technologies
Informatique



DXC - CDG
Informatique



Es Saadi Marrakech Resort
Hôtellerie / Restauration



Fondation Arrawaj
Banque / Finance



Foods and Goods
Agroalimentaire



Foundever (ex Sitel Group)
Centre d'appels






























Groupe Bel
Agroalimentaire



Groupe Label'Vec - Carrefour
Distribution



Groupe Smeia
Automobile / Motos / Cycles

		
HCLTech <i>Informatique</i>	HEOMI <i>Centre d'appels</i>	Hit Radio <i>Audiovisuel</i>
		
HUIR - L'Hôpital Universitaire International de Rabat <i>Pharmacie / Santé</i>	IKEA Maroc <i>Distribution</i>	Lesieur Cristal <i>Agroalimentaire</i>
		
Leyton <i>Conseil / Études</i>	Locamed <i>Matériel Médical</i>	M-automotiv <i>Automobile / Motos / Cycles</i>
		
Manpower Agences <i>Recrutement / Intérim</i>	Marketing Call Center <i>Centre d'appels</i>	Maroc Climate and Security (MCS) - Carrier <i>Autres services</i>
		
McDonald's Maroc <i>Hôtellerie / Restauration</i>	Meski Invest - Riva Industries <i>Autres services</i>	Orange Business <i>Informatique</i>
		
Outsourcia <i>Centre d'appels</i>	Pratt & Whitney <i>Aéronautique / Spatial</i>	PwC <i>Conseil / Études</i>
		
Richbond <i>Autres Industries</i>	Royale Marocaine d'Assurance <i>Assurance / Courtage</i>	Safran Nacelles <i>Aéronautique / Spatial</i>
		
Saham Bank <i>Banque / Finance</i>	Société Générale African Business Services - SG ABS <i>Informatique</i>	Sofrecom Maroc <i>Informatique</i>
		
Sogea Maroc <i>BTP / Génie Civil</i>	Sol30 <i>Centre d'appels</i>	Sonasid <i>Autres Industries</i>



Sorec
Autres services



Sothema
Pharmacie / Santé



UM6P - Université Mohammed VI Polytechnique
Enseignement / Formation



Unifitel
Banque / Finance



Université Internationale de Rabat (UIR)
Enseignement / Formation



Vivo Energy Maroc
Énergie



Yazaki Morocco
Automobile / Motos / Cycles

Label Love My Job · Édition 2026 · Première édition

BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

Love My Job.

Love my Job distingue les entreprises où les collaborateurs se sentent bien, s'épanouissent et vivent une expérience de travail positive au quotidien.

6

ENTREPRISES INAUGURALES

Les toutes premières lauréates de la distinction.

LE PALMARÈS 2026

Les entreprises labellisées Love my Job 2026, présentées par ordre alphabétique.



LAURÉAT INAUGURAL

Disty technologies

Informatique

Disty Technologies est un acteur majeur de la distribution IT au Maroc, reliant les grandes marques mondiales aux entreprises locales avec une présence nationale solide. Avec près de 700 MDH de chiffre d'affaires, 70 collaborateurs et 15 ans d'expertise, l'entreprise s'impose comme un acteur agile et performant au cœur de l'écosystème tech marocain.



LAURÉAT INAUGURAL

McDonald's Maroc

Hôtellerie / Restauration

McDonald's Maroc, entreprise 100% marocaine présente depuis plus de 30 ans, compte aujourd'hui 81 restaurants dans 26 villes et plus de 5 000 collaborateurs. Portée par une forte dynamique de développement, l'enseigne déploie une stratégie RH structurée autour du recrutement, de l'intégration, de la formation, de l'évolution de carrière et d'un environnement de travail inclusif et bienveillant.



LAURÉAT INAUGURAL

Orange Maroc

Telecom

Orange Maroc est un acteur technologique majeur au Maroc, connectant 18,8 millions de clients et accélérant la transformation digitale du Royaume à travers la 5G, la data, l'IA, la cybersécurité et les services digitaux. Depuis 1999, l'entreprise conjugue innovation, performance et responsabilité, portée par 1 300 collaborateurs engagés et une stratégie centrée sur l'expérience client et collaborateur.



LAURÉAT INAUGURAL

UM6P - Université Mohammed VI Polytechnique

Enseignement / Formation

L'Université Mohammed VI Polytechnique est une institution marocaine orientée vers la recherche, l'innovation et le développement des savoirs, avec l'ambition de rayonner aux niveaux national, africain et international. Implantée au cœur de la Ville Verte Mohammed VI à Benguerir, elle s'appuie sur des infrastructures de pointe, un réseau académique international et un corps enseignant-chercheur de haut niveau pour former une nouvelle génération de leaders.



LAURÉAT INAUGURAL

Sofrecom Maroc

Informatique

Sofrecom, filiale du groupe Orange, est une société de conseil et d'ingénierie spécialisée dans les télécommunications, accompagnant ses clients dans leur transformation numérique et technologique. Avec plus de 3 000 consultants et experts de 34 nationalités, répartis sur 9 implantations dans le monde, l'entreprise mise sur l'innovation, l'excellence et une culture inclusive favorisant l'évolution des talents.



LAURÉAT INAUGURAL

Telus Digital

Centre d'appels

TELUS Digital est un acteur mondial de l'innovation en expérience client numérique, concevant et déployant des solutions digitales avancées pour de grandes marques internationales. Branche mondiale de TELUS Corporation, l'un des principaux fournisseurs de télécommunications au Canada, l'entreprise accompagne ses clients à travers des services de centres de contact, de BPO et des programmes multilingues, dans un environnement fondé sur l'agilité, la performance et l'inclusion.

Méthodologie : labellisation obtenue après audit interne et enquête de notoriété auprès du marché marocain. Les enseignes apparaissent dans l'ordre alphabétique. Les logos officiels sont à insérer dans chaque emplacement réservé.

30 REGARDS SUR LE TRAVAIL DE DEMAIN

Le monde du travail change. Les attentes des talents aussi. Face à ces nouvelles exigences, les entreprises sont appelées à repenser leur culture, leur management et leur promesse employeur. À travers cette série de 30 entretiens, ReKroute et Le Matin donnent la parole à des entreprises engagées dans cette transformation.

Expérience collaborateur, engagement des équipes, attractivité, bien-être au travail : chacune partage, à travers trois questions, sa vision des nouveaux équilibres du monde professionnel. Car aujourd'hui, la marque employeur ne se construit plus uniquement dans les discours. Elle se mesure dans la confiance que les entreprises inspirent et dans l'expérience qu'elles font vivre au quotidien.

Lina El Andaloussi, ADM Value - Responsable Ressources Humaines MAROC

«99% de nos managers sont issus de la promotion interne»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui d'ADM Value un acteur de référence de la relation client et de l'externalisation au Maroc ?



ADM Value est un acteur majeur de la relation client et de l'externalisation des processus métiers. Présente au Maroc depuis 2001, l'entreprise dispose de plusieurs sites stratégiques à Rabat, Meknès et Oujda et accompagne exclusivement des clients français. Depuis plus de deux décennies, ADM Value s'est construite sur une croissance durable et une forte stabilité organisationnelle. Cette solidité s'est notamment illustrée durant la période du COVID, avec l'ouverture d'un troisième site en 2019 dans un contexte particulièrement incertain. L'entreprise se distingue avant tout par une culture fondée sur l'humain, la confiance, l'engagement et le développement des collaborateurs marocains. ADM Value se démarque également par une politique de

promotion interne particulièrement forte : aujourd'hui, 99 % des managers sont issus de l'interne, illustrant la volonté de l'entreprise d'accompagner ses talents sur le long terme.

Comment ADM Value développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur chez ADM Value repose sur la proximité, l'écoute et la valorisation des talents. L'entreprise accorde une importance particulière à la qualité des relations humaines et à l'accompagnement quotidien des équipes. Sa culture managériale favorise la confiance, la responsabilisation et la proximité entre managers et collaborateurs. Des temps d'échange réguliers, un accompagnement de proximité, des opportunités d'évolution interne ainsi qu'une culture du feedback et de la reconnaissance soutiennent cette dynamique. ADM Value organise également des événements internes et des animations sur les plateaux afin de renforcer la cohésion et de créer des moments de par-

tage. L'entreprise mène par ailleurs un programme continu de modernisation de ses infrastructures afin d'améliorer le confort des collaborateurs sur l'ensemble de ses sites.

Quels leviers ADM Value met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le principal atout d'ADM Value réside dans son environnement humain et dans une culture d'entreprise fondée sur la confiance, le respect et la proximité. L'entreprise veille à maintenir un équilibre entre exigence opérationnelle et bienveillance managériale grâce à de réelles perspectives d'évolution, une forte valorisation de la promotion interne, un accompagnement personnalisé et un environnement collaboratif stimulant. Des événements et animations sont organisés tout au long de l'année afin de renforcer la cohésion des équipes et le sentiment d'appartenance. ADM Value accorde également une grande importance à l'expérience candidat et au développement de relations durables avec les talents. ●

Rokia Jabri, Akkodis Maroc - Directrice recrutement

«Passion, collaboration, inclusion et courage constituent le socle de notre culture d'entreprise»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Akkodis un acteur de

référence du conseil en ingénierie numérique ?

Akkodis est une société internationale

de conseil en ingénierie numérique qui accompagne les organisations dans leurs projets d'innovation et de

transformation grâce à des solutions technologiques permettant de repenser et d'optimiser les processus et les produits. Forte d'expertises reconnues en ingénierie, performance industrielle, digital et intelligence artificielle, l'entreprise combine solutions technologiques, approches cross-sectorielles et solides capacités d'exécution. À travers son approche «Akkodis Intelligence», elle accompagne les entreprises et les experts dans la résolution de défis complexes et la création de résultats durables. Avec près de 50.000 ingénieurs et experts dans le monde, Akkodis - marque du Groupe The Adecco Group - dispose d'une forte présence internationale. Au Maroc, l'entreprise se positionne comme un centre stratégique d'expertise et de delivery, intervenant sur des projets internationaux dans des secteurs variés tels que l'automobile, l'aéronautique, les télécommunications, l'énergie et les services numériques.

Comment Akkodis développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Akkodis au Maroc, l'expérience collaborateur occupe une place centrale et repose sur une culture inclusive, collaborative et tournée vers l'innova-

tion. Les valeurs du Groupe se traduisent concrètement dans le quotidien des équipes : la collaboration favorise l'entraide, le partage des connaissances et l'intelligence collective ; l'inclusion valorise la diversité des parcours, des profils et des idées ; le courage encourage l'initiative et l'innovation ; la passion nourrit l'engagement individuel et collectif. Afin d'ancrer ces valeurs dans l'expérience réelle des collaborateurs, plusieurs initiatives sont déployées : des programmes de formation et de certification permettant de maintenir un haut niveau d'expertise ; un accompagnement personnalisé des parcours de carrière ; des opportunités de mobilité interne et internationale ; un accès à des projets innovants à forte dimension technologique ; des actions régulières de reconnaissance et de cohésion d'équipe. Consciente des évolutions rapides du marché, l'entreprise investit également dans l'employabilité durable de ses talents à travers des dispositifs de reskilling et d'upskilling destinés à accompagner les transformations des métiers et des compétences.

Quels leviers Akkodis met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-



être au travail ?

Akkodis au Maroc se distingue par un environnement de travail dynamique, multiculturel et orienté vers le bien-être des collaborateurs. L'entreprise considère que performance et épanouissement sont étroitement liés et veille à offrir un cadre où chacun peut évoluer aussi bien sur le plan professionnel que personnel. Parmi les principaux atouts qui renforcent son attractivité figurent : un environnement inclusif où chacun peut s'exprimer librement ; une culture fondée sur l'écoute, le respect mutuel et la valorisation de la diversité ; des perspectives d'évolution concrètes grâce à l'appartenance à un groupe international ; l'accès à des projets innovants à forte valeur technologique. Cette démarche se traduit également par des actions concrètes en faveur du bien-être et de la qualité de vie au travail : des politiques favorisant l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ; des initiatives continues en matière de diversité, d'équité et d'inclusion ; des événements internes renforçant la convivialité et la cohésion ; des programmes de mentorat et de développement des talents ; un management de proximité attentif aux besoins et aux aspirations des collaborateurs. ●

Mourad Benhammact, AKDITAL - Secrétaire Général

«Nous considérons avant tout l'entreprise comme une famille»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui du Groupe AKDITAL un acteur de référence de la santé privée au Maroc ?

Premier groupe hospitalier privé au Maroc, le Groupe AKDITAL a pour ambition de développer un réseau d'établissements de santé offrant des soins de haut niveau et une



prise en charge globale aux standards internationaux.

Fondé en 2011 avec l'inauguration de la première clinique Jerrada Oasis, le Groupe a connu une forte expansion à travers le Royaume. Il compte aujourd'hui plus de 44 établissements répartis dans 24 villes, avec une capacité dépassant 4 100 lits et plus de 10 000 collaborateurs. AKDI-

TAL poursuit sa dynamique de croissance aussi bien au niveau national, avec plusieurs ouvertures prévues à l'horizon 2030, qu'à l'international, notamment en Afrique du Nord et au Moyen-Orient.

La réussite du modèle AKDITAL repose sur sa capacité à harmoniser rapidement ses établissements autour de standards internationaux de référence, tout en garantissant une qualité de soins portée par quatre valeurs fon-





damentales : l'excellence, l'empathie, l'engagement et l'innovation.

Comment le Groupe AKDITAL développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Le Groupe AKDITAL place l'humain au cœur de ses priorités. Dans le secteur de la santé, l'empathie constitue un enjeu essentiel, aussi bien envers les patients qu'envers les collaborateurs. Cette vision est portée au plus haut niveau de gouvernance, comme le rappelle régulièrement le Président-Directeur Général, Dr. Rochdi Talib, qui considère AKDITAL avant tout comme « une famille ». Dans cette optique, le Groupe œuvre en permanence au renforcement du bien-être de ses collaborateurs. Cette démarche s'est notamment traduite par une évolution de l'organisation interne avec la création de fonctions dédiées aux prestations sociales, à la santé et sécurité au travail ainsi qu'à la communication interne. Plusieurs dispositifs ont également été mis en place ou renforcés, parmi lesquels une politique de rémunération compétitive, des avantages sociaux, une organisation du travail plus flexible ainsi qu'un envi-

ronnement professionnel moderne, sécurisé et structuré. La communication interne joue également un rôle central en rapprochant les collaborateurs des initiatives menées au sein du Groupe. Elle assure une diffusion fluide et accessible des actualités internes à travers des canaux digitaux et des dispositifs de terrain, notamment l'affichage dans les différentes cliniques. Cette approche contribue à renforcer la circulation de l'information et le lien entre les équipes. En complément de ces actions, le Groupe organise régulièrement des initiatives de valorisation, à l'image de la récente cérémonie dédiée aux collaborateurs comptant plus de 15 ans d'ancienneté. Cet événement a mis en lumière le rôle déterminant de la fidélité et de l'engagement dans le développement et la pérennité du Groupe.

Quels leviers le Groupe AKDITAL met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

La modernité des infrastructures du Groupe AKDITAL ne se limite pas aux cliniques ; elle s'étend également aux fonctions administratives et aux outils de gestion, soutenus par des sys-

tèmes performants et digitalisés. Cette approche se traduit par un environnement de travail moderne, des équipements de pointe ainsi qu'un climat fondé sur l'écoute, la proximité managériale et les perspectives d'évolution. Le Groupe a également développé sa propre académie de formation, AKDITAL ACADEMY, destinée à accompagner la montée en compétences des collaborateurs et à répondre aux besoins opérationnels des établissements. Inaugurée le 2 janvier 2026 et entièrement financée par le Groupe, l'académie propose des parcours de formation pour les jeunes diplômés sans expérience ainsi qu'un volet de formation continue destiné aux collaborateurs en poste. Les parcours combinent des modules théoriques spécialisés, des mises en pratique en conditions réelles et des stages d'immersion, encadrés par des mentors internes et des formateurs expérimentés. Le Groupe a également lancé la e-learning Academy, une plateforme de formation en ligne couvrant l'ensemble du territoire marocain et appelée à accompagner, à terme, le développement international du Groupe à travers des modules dédiés aux différents métiers. ●

Hajar BOUOUD, ALTEN Maroc - Directrice des Ressources Humaines & Communication

«Nous sommes convaincus que la performance naît de l'autonomie et non du contrôle»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui d'ALTEN Maroc un acteur de référence de l'ingénierie et du conseil en technologies au Maroc ?



imposée comme un acteur de référence de l'écosystème technologique marocain. Avec plus de 2 200 collaborateurs répartis entre Fès, Rabat et Tétouan, l'entreprise intervient sur des projets à forte valeur ajoutée pour des clients grands comptes internationaux, dans des domaines aussi stratégiques que l'aéronautique, l'automobile, le digital, la cybersécurité et l'intelligence artificielle industrielle.

Ce qui distingue ALTEN Maroc sur le marché, c'est la nature et l'envergure de ses missions : l'entreprise représente aujourd'hui un hub offshore et nearshore de référence, servant 13 pays à travers le monde et ancré dans une dynamique d'innovation qui rayonne jusqu'en Afrique subsaharienne. Cette position s'est construite sur la mobilisation d'expertises pointues et sur une capacité éprouvée à accompagner les transformations technologiques les plus complexes.

Comment ALTEN Maroc développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez ALTEN Maroc, l'expérience collaborateur est pensée autour de la contribution, de l'autonomie et du développement des compétences. Dès les premières semaines, chaque collaborateur bénéficie d'un positionnement clair, d'un accès direct aux équipes et aux interlocuteurs clients, ainsi que d'une culture du feedback favorisant un impact rapide. L'intégration n'est pas une simple phase d'observation, mais le début d'une contribution réelle. Le management repose sur une conviction forte : la performance vient de l'autonomie et non du contrôle. Chaque collaborateur dispose d'une réelle latitude dans la conduite de ses missions, d'une exposition directe aux enjeux clients et de la capacité à peser sur des décisions techniques importantes. Le développement des compétences s'appuie

notamment sur l'ALTEN Academy, qui représente plus de 36 880 heures de formation déployées en 2025 dans des domaines à forte valeur ajoutée comme l'intelligence artificielle, l'ingénierie systèmes, le digital ou encore le management de projets complexes. Sa particularité réside dans le fait que 50 % des formations sont animées en interne par des experts exerçant leur métier au quotidien. Le programme SP/EXP en est le symbole, avec 76 spécialistes reconnus comme référents internes, pour lesquels le rôle de formateur constitue une véritable distinction.

Quels leviers ALTEN Maroc met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Chez ALTEN Maroc, l'attractivité repose avant tout sur la nature même des projets proposés : des projets complexes, engageant de vraies responsabilités techniques et stratégiques,

dans une organisation internationale qui prend les décisions techniques au sérieux. L'entreprise évolue dans un environnement où l'innovation — intelligence artificielle, ingénierie avancée, digital — n'est pas une promesse de recrutement mais une réalité quotidienne. Les espaces de travail sont conçus pour répondre aux besoins de concentration autant que de collaboration. Le télétravail s'intègre dans un modèle hybride pensé pour des collaborateurs autonomes et responsables. Au-delà de la performance technique, ALTEN Maroc cultive une culture d'entreprise engagée, à travers des actions RSE ancrées dans les territoires, une vie collective qui dépasse le périmètre des projets et un équilibre entre exigence professionnelle et qualité de vie. Chez ALTEN Maroc, l'ambition n'est pas simplement d'offrir des postes, mais de co-construire de véritables chemins d'évolution avec les collaborateurs. ●

Derkaoui Loubna, Attijariwafa bank - Responsable Recrutement, Partenariats et Marque Employeur

«L'expérience collaborateur au sein d'Attijariwafa bank s'inscrit dans une logique de développement continu»

Quels sont les atouts qui distinguent aujourd'hui Attijariwafa bank comme groupe bancaire panafricain de référence ?

Le groupe Attijariwafa bank est un acteur de référence sur le Continent africain. Au-delà de son activité bancaire, le Groupe développe ses expertises à travers des filiales spécialisées couvrant l'ensemble des métiers financiers : assurance, crédit immobilier, crédit à la consommation, leasing, gestion d'actifs, intermédiation boursière, private banking, conseil, location longue durée ou encore factoring. Basé au Maroc, Attijariwafa bank est présent dans 27 pays. Il emploie plus de 22 000 collaborateurs au service de plus de 12 millions



de clients grâce à un réseau de plus de 8 000 agences. Son modèle de banque universelle repose sur la complémentarité de ses expertises, la diversité de ses métiers et une capacité constante à anticiper et accompagner les transformations du secteur bancaire ainsi que des écosystèmes dans lesquels il évolue. Cette dynamique se traduit par une modernisation continue des modes de fonctionnement, des environnements de travail et des pratiques managériales, afin de répondre aux nouveaux enjeux d'agilité, de collaboration et d'attractivité. À travers cette approche, le Groupe affirme une culture d'entreprise fondée sur l'exigence, la responsabilité, le développement du capital humain et

la recherche durable de la performance collective.

Comment Attijariwafa bank développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'évolution professionnelle de ses équipes ?

L'expérience collaborateur au sein d'Attijariwafa bank s'inscrit dans une logique de développement continu, d'apprentissage et de responsabilisation. Le Groupe veille à proposer des parcours permettant aux collaborateurs de renforcer leurs compétences, d'élargir leur exposition aux métiers et d'évoluer dans des environnements favorisant la progression professionnelle. Cette approche se traduit par des dispositifs structurants en matière de formation, d'accompagne-



ment managérial, de développement des talents et de mobilité interne. Les collaborateurs sont amenés à intervenir dans des contextes transverses et évolutifs qui encouragent la prise d'initiative, l'agilité et la capacité à travailler de manière collaborative. Le Groupe attache également une importance particulière à la qualité de l'environnement professionnel grâce à des démarches centrées sur la proximité managériale, l'écoute, la reconnaissance et l'engagement des équipes. Cette dynamique vise à permettre aux collaborateurs de contribuer activement aux transformations de l'entreprise tout en développant des trajectoires professionnelles durables et évolutives. Au-delà des dispositifs mis en place, Attijariwafa bank considère que l'engagement se construit par la capacité à offrir des perspectives d'évolution, du sens dans les missions confiées ainsi

qu'un cadre favorisant l'expression du potentiel et la montée en responsabilité.

Quels leviers Attijariwafa bank met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le bien-être au travail constitue aujourd'hui un levier essentiel de performance durable, d'engagement collectif et de qualité de l'expérience collaborateur. Dans cette perspective, Attijariwafa bank poursuit une démarche d'amélioration continue visant à faire évoluer ses environnements de travail, ses modes de collaboration et son organisation.

Le Groupe déploie ainsi différentes initiatives portant sur les espaces de travail, les dynamiques collectives, la flexibilité organisationnelle, l'accompagnement managérial et le développement des compétences. Cette approche vise à

créer des environnements favorisant à la fois l'efficacité opérationnelle, la transversalité et la qualité des interactions professionnelles. Une attention particulière est également accordée à la qualité de vie au travail ainsi qu'aux dimensions liées au bien-être des collaborateurs. À ce titre, plusieurs actions de sensibilisation, de prévention et d'accompagnement s'inscrivent dans une démarche globale destinée à renforcer durablement l'équilibre et l'engagement des équipes. L'attractivité d'Attijariwafa bank repose enfin sur plusieurs dimensions complémentaires : la diversité des parcours accessibles, l'exposition à des projets structurants, la richesse des métiers, l'ouverture sur des environnements multiculturels ainsi qu'une culture de l'excellence qui encourage l'apprentissage, l'évolution et la capacité à se projeter dans des trajectoires ambitieuses. ●

Sara Leonard, AXA Services Maroc - Directrice du Capital Humain

«La diversité et l'intelligence collective constituent de véritables leviers de performance»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de AXA Services Maroc un acteur de référence dans les métiers de la relation client ?



d'expertise métier, d'innovation opérationnelle et d'excellence relationnelle. L'entreprise se distingue également par une forte démarche de responsabilité sociétale, favorisant la diversité, l'égalité des chances et un impact positif durable sur son écosystème. Sa culture d'entreprise repose sur des valeurs fortes : Customer First, qui place l'écoute, la qualité de service et l'anticipation des besoins au cœur des actions ; l'intégrité, fondée sur la transparence, l'éthique et le respect des engagements ; le courage d'innover, qui encourage l'agilité, l'initiative et la transformation des métiers ; et One AXA, qui valorise l'intelligence collective, le travail en équipe et la diversité des profils comme leviers de performance. Cette combinaison de valeurs, d'engagement humain et d'exigence opérationnelle contribue aujourd'hui à

la notoriété de AXA Services Maroc sur le marché.

Comment AXA Services Maroc développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez AXA Services Maroc, l'humain est placé au cœur de la démarche managériale, avec la volonté de favoriser une culture d'inclusion, d'épanouissement et de développement continu. L'entreprise accompagne ses collaborateurs à travers des parcours d'intégration structurés, des dispositifs de formation continue et des opportunités de mobilité interne permettant de développer les compétences et de soutenir l'évolution professionnelle. L'autonomie, la prise d'initiative et la responsabilisation sont également encouragées afin que chacun puisse contribuer pleinement aux projets et à la dynamique

collective. La culture interne repose sur la proximité, l'écoute, le partage et la transparence. Plusieurs initiatives sont régulièrement déployées pour renforcer la cohésion, le sentiment d'appartenance et la collaboration entre les équipes. Par ailleurs, AXA Services Maroc valorise la diversité des profils et veille à garantir l'égalité des chances, convaincue que la richesse des parcours constitue un véritable levier d'innovation et de performance durable. L'ambition de l'entreprise est d'offrir une expérience collaborateur durable, motivante et épanouissante, où chacun se sent accompagné tout au long de son parcours professionnel.

Quels leviers AXA Services Maroc met-elle en place pour renforcer son attractivité et

le bien-être au travail ?

Chez AXA Services Maroc, l'engagement des collaborateurs est considéré comme un pilier stratégique. L'entreprise est convaincue qu'un environnement de travail stimulant et respectueux permet de favoriser l'épanouissement individuel et la performance collective. Dans cette optique, plusieurs dispositifs ont été mis en place afin d'offrir des conditions de travail adaptées aux besoins des équipes. L'organisation hybride, combinant télétravail et présence sur site, favorise notamment un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. L'entreprise propose également des avantages sociaux complets : couverture santé ; dispositifs de prévoyance ; retraite complémentaire ; primes motivantes ; et

initiatives spécifiques d'accompagnement à la parentalité. Consciente que sa réussite repose avant tout sur ses talents, AXA Services Maroc investit fortement dans le développement des compétences à travers des parcours d'intégration rémunérés dès le premier jour, des formations continues et des opportunités de mobilité interne. Ses partenariats avec des écoles et universités illustrent également son engagement en faveur de l'insertion professionnelle et de l'accompagnement des jeunes talents. Enfin, l'entreprise cultive une culture dynamique, solidaire et engagée à travers des événements internes, des actions de solidarité et des programmes d'accompagnement personnalisés, renforçant durablement la qualité de vie au travail et l'engagement des équipes. ●

Samir El Guir, Auto Nejma - Directeur des Ressources Humaines

«Performance et exigence doivent toujours s'accompagner d'une culture humaine et respectueuse»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui d'Auto Nejma un acteur de référence du secteur automobile au Maroc ?



Auto Nejma est un acteur historique et de référence du secteur automobile au Maroc, représentant notamment les marques Mercedes-Benz, Smart, BYD et prochainement Denza. Depuis plusieurs décennies, l'entreprise accompagne ses clients avec une exigence élevée en matière de qualité de service, d'innovation et d'expérience premium. Son positionnement repose sur une double ambition : préserver l'excellence et l'héritage d'une marque iconique comme Mercedes-Benz tout en accompagnant les grandes transformations du marché automobile, notamment à travers le développement de la

mobilité électrique avec BYD.

La force et la notoriété d'Auto Nejma reposent avant tout sur la confiance construite avec ses clients, la qualité de ses équipes ainsi que sa capacité à conjuguer performance, innovation et excellence opérationnelle. Dans un contexte de forte croissance et de transformation du secteur, l'entreprise porte également une ambition forte autour du concept "One Auto Nejma", visant à renforcer la transversalité, la culture commune et l'engagement collectif.

Comment Auto Nejma développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Auto Nejma, l'expérience collaborateur est considérée comme un levier stratégique de performance durable. L'entreprise accorde une atten-

tion particulière au développement des compétences, à l'accompagnement managérial et à la qualité des relations humaines. Dans un secteur en pleine mutation, marqué par l'électrification, la digitalisation et l'évolution des attentes clients, Auto Nejma investit fortement dans la montée en compétences de ses collaborateurs à travers des parcours de formation technique, commerciale et managériale. L'entreprise a également renforcé plusieurs dispositifs favorisant l'engagement et le développement des équipes, notamment à travers le déploiement progressif d'une culture du feedback et de l'évaluation de la performance, l'accompagnement des managers dans leur rôle de proximité, le développement des mobilités internes ainsi que le lancement de plusieurs projets de digitalisation.

Des actions régulières de communication et de partage autour des projets de transformation contribuent





également à renforcer l'adhésion des équipes. Auto Nejma attache enfin une grande importance à la reconnaissance, à l'esprit d'équipe et à la valorisation des talents internes, dans un environnement où l'exigence de performance s'accompagne d'une volonté forte de préserver une culture humaine et respectueuse.

Quels leviers Auto Nejma met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le bien-être au travail figure aujourd'hui parmi les priorités d'Auto Nejma. Dans un contexte de crois-

sance importante des activités et des effectifs, l'entreprise a engagé plusieurs actions concrètes visant à améliorer l'environnement de travail et à renforcer l'expérience collaborateur. Cela passe notamment par l'amélioration progressive des espaces de travail et par une réflexion autour de nouveaux environnements plus modernes et collaboratifs. L'entreprise développe également différentes initiatives favorisant la qualité de vie au travail ainsi qu'un accompagnement des équipes dans les périodes de transformation et de forte activité. Des actions de cohésion et de communication interne viennent renforcer le senti-

ment d'appartenance, tandis qu'une attention particulière est portée à l'écoute, au respect des collaborateurs et à l'équilibre humain. Auto Nejma veille également à offrir un environnement stimulant permettant aux collaborateurs de participer à des projets ambitieux et innovants, notamment autour des nouvelles mobilités et de la transformation du secteur automobile. Cette combinaison entre excellence, transformation, innovation et attention portée à l'humain constitue aujourd'hui un véritable facteur d'attractivité pour les talents souhaitant rejoindre une entreprise ambitieuse et en pleine évolution. ●

Meriem Benkiran, Bank Of Africa - Responsable Innovation et Développement RH Groupe.

«Rejoindre BOA, c'est construire un véritable parcours de développement professionnel»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Bank Of Africa un acteur bancaire de référence en Afrique ?

Bank Of Africa est un groupe bancaire panafricain de référence, présent dans plus de 30 pays en Afrique, en Europe, en Asie et en Amérique du Nord. Avec près de 2 000 points de vente et plus de 6,6 millions de clients, le Groupe joue un rôle clé dans les échanges économiques entre l'Afrique et le reste du monde. Fort de plus de 67 ans d'expérience, Bank Of Africa a diversifié ses activités au-delà de la banque classique, notamment dans la banque d'affaires, l'assurance et les services financiers, afin d'accompagner les grands projets d'investissement et de contribuer au développement économique des territoires où il opère. Ce qui distingue particulièrement le Groupe, c'est sa vision panafricaine associée à une forte proximité client, une solidité financière et une



capacité d'innovation continue, notamment en matière de digitalisation et d'inclusion financière. Grâce à cette combinaison d'expertise, d'ancrage régional et d'ouverture internationale, Bank Of Africa s'impose aujourd'hui comme un partenaire stratégique de référence sur le continent.

Comment Bank of Africa développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Rejoindre Bank Of Africa, c'est intégrer un groupe panafricain qui offre bien plus qu'un emploi : un véritable parcours de développement professionnel. Dès leur arrivée, les collaborateurs bénéficient d'un accompagnement structuré, de dispositifs de formation et d'opportunités d'évolution dans des métiers variés, au contact d'expertises solides et de projets structurants. Grâce à la présence internationale du Groupe, chacun peut construire

une carrière ouverte sur l'Afrique et le monde, avec des possibilités de mobilité, de montée en responsabilité et d'exposition à des environnements multiculturels. L'entreprise encourage également l'apprentissage continu, la contribution active aux projets et le développement des compétences, convaincue que les talents constituent le moteur de sa transformation et de sa performance durable.

Quels leviers Bank Of Africa met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

En tant qu'employeur responsable et inclusif, Bank Of Africa place l'attractivité des talents et le bien-être des collaborateurs au cœur de sa stratégie de développement durable. La proposition de valeur du Groupe repose notamment sur : des parcours de carrière évolutifs ; des opportunités de mobilité au Maroc et à l'international ; des dispositifs de formation continue ; et une culture managériale favorisant la prise d'initiative et le développement

des compétences. Le bien-être des collaborateurs s'appuie également sur des actions concrètes visant à créer un environnement de travail équilibré et engageant : une écoute managériale de proximité ; un accompagnement

dans les moments clés de la vie professionnelle et personnelle ; un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ; et la reconnaissance de la performance et de l'engagement. À travers cette approche, Bank Of

Africa affirme sa volonté de permettre à chaque collaborateur de s'épanouir durablement au sein d'un groupe tourné vers l'avenir et profondément ancré dans les dynamiques du continent africain. ●

Nezha Benmaazouz, Bank Assafa - Directrice Capital Humain

«Formation, reconnaissance et perspectives d'évolution constituent des piliers de notre culture interne»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Bank Assafa un acteur de référence de la finance participative au Maroc ?



Filiale du groupe Attijariwafa bank, Bank Assafa développe des solutions de finance participative fondées sur l'éthique, la transparence et l'innovation. La banque défend une vision centrée sur la création d'une relation durable de confiance avec ses clients, à travers des offres porteuses de sens et alignées avec les principes de la finance participative.

Comment Bank Assafa développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Rejoindre Bank Assafa, c'est intégrer un environnement où les talents sont accompagnés, les initiatives encouragées et les parcours valorisés. Dès l'intégration, l'entreprise met en place un accompagnement destiné à permettre à chaque collaborateur de trouver sa place, de développer ses compétences et de contribuer pleinement à la dynamique collective.

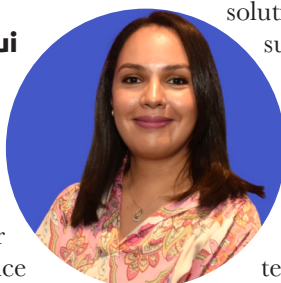
Quels leviers Bank Assafa met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Bank Assafa accorde une attention particulière à la qualité de vie au travail et à l'épanouissement de ses équipes. La banque mise notamment sur des conditions de travail modernes, des perspectives d'évolution, des dispositifs de formation, une culture de reconnaissance ainsi qu'une attention constante portée à l'écoute et au bien-être des collaborateurs. Cette approche vise à construire un environnement équilibré, stimulant et favorable à l'engagement durable des équipes. ●

Fatna Abdouh, Foundever - HR Director Deputy Morocco

«Les talents sont identifiés dès leur intégration, avec des parcours de développement et d'accompagnement dédiés»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Foundever un acteur de référence de l'expérience client au Maroc ?



Foundever est un leader mondial de l'expérience client, présent dans plus de 45 pays et partenaire de grandes marques internationales. Le groupe accompagne ses clients à travers des

solutions de relation client, de support, de vente, de services digitaux et d'innovation technologique. Au Maroc, Foundever est aujourd'hui un acteur majeur du secteur, avec plus de 7 000 collaborateurs répartis entre Rabat, Casablanca, Fès et Tanger. Ce qui distingue particulièrement l'entreprise est sa capacité à conjuguer performance opérationnelle, innovation,

digitalisation et proximité humaine.

Comment Foundever développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Foundever Maroc, l'expérience collaborateur occupe une place centrale dans la stratégie RH. L'entreprise accorde une attention particulière au développement des compétences, à la mobilité interne, à la reconnaissance et à l'accompagnement des équipes. ●●●



Les talents sont identifiés dès leur intégration, avec des parcours de développement et d'accompagnement dédiés. Plus de 90 % des opportunités internes sont aujourd'hui pourvues à travers la promotion interne, illustrant la volonté du groupe d'investir durablement dans l'évolution de ses collaborateurs. Les équipes bénéficient également de nombreuses initiatives de reconnaissance, déployées aussi bien au niveau du Groupe qu'au niveau local, afin de valoriser les performances et de renforcer l'engagement. Foundever investit également dans des outils digitaux et des initiatives dédiées à l'engagement pour simplifier l'expérience collabora-

teur et renforcer la proximité managériale dans un environnement en constante évolution. Dans cette dynamique, l'entreprise organise également des semaines consacrées à l'intelligence artificielle afin d'accompagner les collaborateurs dans cette transformation, tout en recueillant leurs retours terrain pour améliorer continuellement l'expérience collaborateur.

Quels leviers Foundever met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

L'un des principaux atouts de Foundever réside dans son environnement

multiculturel et dynamique, qui offre de réelles opportunités d'évolution et de développement professionnel. L'entreprise déploie plusieurs initiatives autour du bien-être, de l'engagement, de la reconnaissance et de la qualité de vie au travail. Parmi elles figure notamment sa participation aux Jeux Marocains des Entreprises, au cours desquels Foundever Maroc a été récompensé pour ses initiatives en matière de responsabilité sociétale. Foundever développe également des projets innovants liés à la transformation digitale et à l'intelligence artificielle afin d'offrir à ses collaborateurs un environnement de travail moderne, stimulant et tourné vers l'avenir. ●

Redouane Oulad Akdim, Cnexia - Directeur Talent & Développement

«Cnexia considère que l'excellence opérationnelle passe par un environnement de travail sain, stimulant et équilibré»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Cnexia un acteur de référence de la relation client et des services technologiques au Maroc ?



Filiale marocaine exclusive de Bell Canada, leader historique nord-américain des télécommunications, de la technologie et des médias, Cnexia se positionne comme un pont stratégique entre les talents marocains et les marchés internationaux les plus exigeants. L'entreprise développe deux pôles complémentaires : la gestion de la relation client haut de gamme pour le marché canadien, et Cnexia Tech, son pôle technologique dédié au développement logiciel, à l'automatisation, à l'intelligence artificielle, à l'IT et à la cybersécurité. Aujourd'hui, Cnexia compte près de 4 000 collaborateurs répartis entre Fès, Rabat Technopolis et Casablanca. Ce qui distingue l'entreprise est son positionnement entiè-

rement tourné vers le marché nord-américain, imposant des standards internationaux particulièrement élevés. Cnexia se différencie également par une culture d'entreprise fondée sur cinq valeurs clés : l'innovation, l'excellence, l'engagement, la diversité et l'intégrité. L'entreprise est aujourd'hui perçue comme un véritable hub technologique et humain offrant des carrières internationales depuis le Maroc.

Comment Cnexia développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Cnexia, l'expérience collaborateur constitue un pilier central de la stratégie People & Culture. L'entreprise défend une approche inclusive, évolutive et responsabilisante. Dès l'onboarding, les nouveaux collaborateurs sont immergés dans un environnement favorisant l'apprentissage, la collaboration et l'expression des idées.

L'organisation mise également sur des structures hiérarchiques plus horizontales afin de renforcer la proximité avec le management et de valoriser la voix de chacun. Cnexia développe l'engagement de ses équipes à travers une politique de mobilité interne très développée, une culture de la méritocratie, des parcours de formation certifiants continus et des partenariats avec des plateformes internationales d'e-learning. L'entreprise prépare activement ses équipes aux métiers de demain, notamment autour de la data, de l'intelligence artificielle et du management. Aujourd'hui, 80 % des managers et fonctions support sont issus de la promotion interne, illustrant la volonté de l'entreprise de faire évoluer ses talents sur le long terme. Cnexia accorde également une place importante à l'écoute active grâce à des Pulse Surveys régulières permettant de mesurer l'engagement des équipes et d'adapter les actions internes.

Quels leviers Cnexia met-il en place pour renforcer son

attractivité et le bien-être au travail ?

Cnexia considère que l'excellence opérationnelle passe par un environnement de travail sain, stimulant et équilibré. L'entreprise propose des packages compétitifs incluant primes de performance, primes linguistiques et dispositifs de parrainage. Mais son principal levier différenciant réside dans sa vision globale du « Care ».

Cnexia a notamment mis en place un Programme d'Aide aux Employés offrant un accompagnement psychologique, financier et juridique accessible 24h/24 et 7j/7 aux collaborateurs et à leurs familles. L'entreprise dispose également d'un Club Social proposant de nombreux avantages négociés auprès d'enseignes partenaires. Les espaces de travail ont été conçus comme de véritables espaces

de vie intégrant salles de repos, espaces gaming et cafeterias afin de favoriser la détente et la cohésion. L'entreprise mène aussi des actions fortes en faveur de l'inclusion, de la diversité et de la parité. Cette politique RH a permis à Cnexia d'obtenir plusieurs distinctions, notamment les certifications Best Place to Work, Feel Good et Krunchy Company de ReKroute. ●

Leila Hakkou, Coface - DRH Maghreb, Afrique Centrale et de l'Ouest

«L'environnement de travail est pensé pour être à la fois bienveillant, respectueux et responsabilisant»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Coface un acteur de référence de la gestion du risque de crédit commercial ?

Fort de près de 80 ans d'expérience, Coface s'impose aujourd'hui comme un acteur mondial de référence dans la gestion du risque de crédit commercial, grâce à un maillage territorial parmi les plus étendus du marché. Cette proximité repose avant tout sur des équipes engagées, expertes de leurs marchés et de leurs environnements économiques. Dans la région du Maghreb, de l'Afrique centrale et de l'Afrique de l'Ouest, plus de 150 collaborateurs accompagnent quotidiennement les entreprises locales et internationales dans leurs décisions commerciales. Cette présence régionale permet de conjuguer expertise métier, connaissance terrain et ouverture sur les marchés mondiaux, afin d'aider les clients à évoluer avec confiance dans des contextes parfois complexes. Coface est également reconnue pour son expertise dans des domaines clés tels que l'information d'entreprise,



le recouvrement, le risque politique et la certification Quality Label d'excellence financière. Au-delà de ses solutions, l'entreprise se distingue par une culture fondée sur la responsabilité, la collaboration, l'expertise et l'orientation client. Cette approche permet aux collaborateurs d'agir, d'innover et de contribuer concrètement à une mission à fort impact : aider les entreprises à prendre les meilleures décisions et à commercer plus intelligemment.

Comment Coface développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur chez Coface repose sur une culture profondément humaine, où la communication, l'écoute et l'échange occupent une place centrale. L'entreprise veille à instaurer un dialogue ouvert et de proximité, permettant à chacun de s'exprimer, de contribuer et de se sentir pleinement acteur du collectif. L'environnement de travail est pensé pour être à la fois bienveillant, respectueux et responsabilisant, tout en favorisant un équilibre durable entre

vie professionnelle et vie personnelle. En matière de développement professionnel, l'approche de l'entreprise repose sur la confiance et l'autonomie. Chaque collaborateur est encouragé à construire son parcours, développer ses compétences et élargir progressivement son champ de responsabilités. L'entreprise accompagne cette évolution en mettant à disposition les outils, la visibilité et les opportunités nécessaires pour apprendre, progresser et évoluer. La reconnaissance des contributions, la valorisation des talents et la coopération entre les équipes renforcent également l'engagement et la motivation au quotidien.

Quels leviers Coface met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Coface place le bien-être au travail au cœur de ses priorités, à travers un environnement sain et une culture managériale fondée sur l'écoute et la bienveillance. Des actions régulières de sensibilisation à la santé, au bien-être et à l'inclusion, ainsi qu'une organisation hybride intégrant le télétravail, contribuent à renforcer l'équilibre de vie, l'engagement des collaborateurs et l'attractivité de





l'entreprise. Tout au long de l'année, l'entreprise déploie également des initiatives concrètes et fédératrices : des activités sportives régulières ; des actions favorisant la cohésion d'équipe ; des ateliers dédiés à la

gestion du stress et à la prévention santé ; des temps forts emblématiques comme la Semaine du Bien-Être.

Ces dispositifs, pensés au plus près des attentes des collaborateurs, participent à la création d'une expé-

rience collaborateur positive, dynamique et engageante, renforçant durablement le positionnement de Coface en tant qu'employeur responsable et attentif à la qualité de vie au travail. ●

Fairouz Oulad, Concentrix - People Solutions Director

«L'expérience collaborateur repose sur un équilibre entre innovation technologique et valorisation du capital humain»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Concentrix Maroc un acteur de référence de l'expérience client et de l'innovation technologique ?



référence en Afrique.

Comment Concentrix développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Concentrix, l'expérience collaborateur repose

Concentrix Corporation, société du classement Fortune 500, est un leader mondial des technologies et des services dédiés à l'expérience client et à la transformation des entreprises.

Au Maroc, le groupe bénéficie d'une présence historique de plus de 24 ans, avec 12 sites et plusieurs milliers de collaborateurs. La notoriété de Concentrix repose sur deux principaux leviers : une forte envergure internationale combinée à un ancrage local solide, ainsi qu'un positionnement technologique avancé. Le groupe dispose notamment de deux Tek Labs, à Salé et Marrakech, ainsi que d'un centre d'excellence Salesforce lancé en 2026 à Salé. Ces hubs regroupent des expertises en intelligence artificielle appliquée à l'expérience client, automatisation des processus métiers, design d'expériences augmentées et analytics prédictif, avec l'ambition de positionner le Maroc comme un hub technologique de

sur un équilibre entre innovation technologique et valorisation du capital humain. Les technologies déployées ont pour objectif de libérer les collaborateurs — appelés « game-changers » — des tâches à faible valeur ajoutée afin qu'ils puissent se concentrer sur des missions à plus fort impact. L'entreprise accorde une place centrale à la formation continue et au développement des compétences dans un environnement inclusif, collaboratif et stimulant. Cette dynamique est renforcée par des initiatives de co-création avec les clients ainsi que par l'organisation régulière de hackathons internes. Le Tek Lab joue également un rôle majeur dans la montée en compétences des collaborateurs en offrant un espace dédié à l'apprentissage, à l'expérimentation et à l'acculturation aux technologies émergentes. Concentrix mène aussi plusieurs partenariats stratégiques visant à renforcer l'employabilité des jeunes talents et à accompagner

la transformation digitale de l'écosystème marocain.

Quels leviers Concentrix met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Concentrix déploie une politique RH articulée autour du bien-être, de l'inclusion et de la qualité de vie au travail. L'entreprise propose notamment une plateforme de télémédecine avec consultations gratuites, une assurance santé groupe, des navettes inter-sites gratuites, des crèches sur certains sites, des salles de sport gratuites encadrées par des coaches ainsi que plusieurs activités extraprofessionnelles régulières.

La prise en charge du f'tour durant le Ramadan, les remises négociées auprès d'enseignes partenaires et les événements sportifs et culturels contribuent également à renforcer l'expérience collaborateur. Concentrix place enfin l'inclusion et la diversité au cœur de sa stratégie, avec plus de 55 % de femmes parmi ses effectifs et une gouvernance paritaire au sein du comité exécutif. Les perspectives d'évolution interne et l'environnement en transformation digitale continue constituent également des leviers importants d'attractivité et de fidélisation des talents. ●

Ils vont tous adorer votre label **Love my Job**

Le label Love my Job distingue les entreprises où les collaborateurs se sentent bien, s'épanouissent et vivent une expérience de travail positive au quotidien.



**make
me better**

Rekrute

Younès Elhimdy, Disty Technologies - Founder & CEO

«L'écoute et la bienveillance font partie des principes qui structurent la culture de l'entreprise»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Disty Technologies un acteur de référence de la distribution IT au Maroc ?



Disty Technologies est un importateur-distributeur de produits et de solutions de nouvelles technologies. L'entreprise dispose d'agréments de distribution directs avec des constructeurs et éditeurs mondiaux pour le territoire marocain. Elle s'adresse à un réseau d'environ 1 800 revendeurs informatiques à travers le Royaume, couvrant aussi bien les particuliers que les entreprises. L'entreprise repose sur plusieurs fonctions clés — commerciales, marketing, logistiques et techniques — où le capital humain joue un rôle fondamental dans sa réussite.

Ce qui a particulièrement contribué à la notoriété de Disty Technologies, c'est sa success story démarrée en 2013. Grâce à une gouvernance moderne, l'entreprise a connu une croissance rapide qui lui a permis de réussir son introduction en Bourse en 2022 et de se hisser parmi les distributeurs IT majeurs en Afrique. Sa notoriété repose également sur l'image d'une entreprise innovante portée par de jeunes talents, ainsi que sur

une croissance continue qui génère régulièrement de nouveaux besoins en recrutement. Disty Technologies est aussi reconnue pour la qualité de son service et pour son esprit start-up, resté intact depuis sa création.

Comment Disty Technologies développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Disty Technologies, chaque nouveau collaborateur bénéficie d'une période d'intégration et d'un accompagnement assuré par un collaborateur senior ou plus expérimenté afin de faciliter sa montée en compétences et son adaptation à l'environnement de travail. La bienveillance constitue un élément central de cette phase d'intégration. L'entreprise accorde également une grande importance à l'évolution professionnelle. Lors des évaluations annuelles, des perspectives d'évolution sont proposées en fonction des souhaits, du profil et des capacités de chaque collaborateur. La croissance continue de l'entreprise favorise la création régulière de nouveaux postes à tous les niveaux, permettant de véritables opportunités de carrière. Disty Technologies privilè-

gie par ailleurs la promotion interne au recrutement externe, avec la volonté de faire évoluer les talents déjà présents au sein de l'organisation.

Quels leviers Disty Technologies met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Disty Technologies accorde une importance particulière au bien-être de ses collaborateurs. L'écoute et la bienveillance font partie des principes qui structurent la culture de l'entreprise. Tout au long de l'année, plusieurs événements et initiatives internes sont organisés afin de favoriser l'épanouissement des équipes, renforcer la cohésion et développer l'esprit collectif. Ces actions contribuent à rendre le quotidien professionnel plus agréable. L'entreprise, aujourd'hui cotée en Bourse, mène également des actions de communication régulières pour valoriser son évolution, sa réussite et le développement de ses portefeuilles produits et clients, renforçant ainsi son image d'entreprise dynamique et innovante. Disty Technologies bénéficie aussi d'une forte visibilité à travers les médias, sa présence sur Rekrute pour ses campagnes de recrutement ainsi que sa participation à différentes initiatives de labellisation, contribuant à renforcer son attractivité auprès des talents. ●

Lahiaoui Lamiaa, DXC Technology Maroc - Senior Vice President Human Capital ESG & Facilities

«L'attractivité de DXC Technology Maroc repose sur sa capacité à offrir des projets stimulants et des perspectives d'évolution concrètes»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de DXC Technology Maroc un acteur de référence

des services IT et de la transformation digitale ?

DXC Technology Maroc est aujourd'hui un acteur de référence des

services IT et de la transformation digitale au Maroc. La joint-venture entre DXC Technology et CDG associe l'expertise d'un leader tech-

nologique mondial à une connaissance approfondie de l'écosystème économique marocain, permettant d'accompagner aussi bien des institutions nationales que des entreprises internationales dans leurs projets de transformation et d'innovation. Présente au Maroc depuis 2007, l'entreprise intervient sur des enjeux technologiques majeurs tels que le cloud, la cybersécurité, la data, les infrastructures IT, les applications métiers et la transformation numérique des organisations. Elle accompagne ainsi la modernisation des systèmes d'information et le développement de solutions innovantes, en s'appuyant sur l'intelligence artificielle, l'agilité et l'excellence opérationnelle. Au-delà de son expertise technologique, DXC Technology Maroc se distingue par sa capacité à mener des transformations à grande échelle tout en plaçant l'humain au cœur de son modèle. Le développement des compétences, l'inclusion, l'esprit collaboratif et la performance durable constituent des piliers essentiels de sa culture d'entreprise.

Comment DXC Technology Maroc développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez DXC Technology Maroc, l'expérience collaborateur repose sur un environnement de travail favorisant l'apprentissage continu, la collaboration et l'épanouissement professionnel. L'entreprise veille à instaurer une culture dans laquelle chaque collaborateur peut évoluer, développer ses compétences et contribuer activement aux projets stratégiques menés au Maroc et à l'international. Plusieurs initiatives sont mises en place pour renforcer l'engagement et la motivation des équipes : des parcours de formation et de certification alignés avec les évolutions du marché ; des programmes de développement de carrière et de mobilité interne ; des dispositifs de reconnaissance valorisant l'engagement et la contribution des collaborateurs ; des événements internes, communautés et clubs thématiques favorisant la cohésion et le sentiment d'appartenance. Cette dynamique est renforcée par des enquêtes internes régulières et des dispositifs de feedback structurés, contribuant à une amélioration continue de l'expérience collaborateur, avec un taux de satisfaction interne supérieur à 90%.



Quels leviers DXC Technology Maroc met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

DXC Technology Maroc place le bien-être au travail au cœur de sa culture d'entreprise, à travers des actions concrètes visant à offrir un environnement professionnel sain, flexible et motivant. Cette démarche repose sur des valeurs fondamentales : le respect, l'engagement, l'innovation et le partage. Le modèle de travail hybride, combinant télétravail et présence sur site, contribue à un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. L'entreprise propose également de réelles opportunités d'évolution dans un environnement international, ainsi que des programmes dédiés au bien-être, à la santé et à la qualité de vie au travail. Tout au long de l'année, des activités fédératrices sont organisées afin de renforcer la cohésion des équipes et le sentiment d'appartenance. L'attractivité de DXC Technology Maroc repose ainsi sur sa capacité à offrir des projets stimulants, des perspectives d'évolution concrètes et un environnement favorisant l'innovation, l'apprentissage continu et le développement des compétences. ●

Caroline Bauchet-Bouhlal, Es Saadi Marrakech Resort - Directrice Générale Adjointe Groupe

«La culture humaine du groupe, fondée sur la proximité, l'entraide et le respect, favorise un fort sentiment d'appartenance»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui du Es Saadi Marrakech Resort un acteur de référence de l'hôtellerie de luxe au Maroc ?

Le Es Saadi Marrakech Resort se distingue par un positionnement



singulier : celui d'un employeur et d'un établissement à la fois profondément ancrés dans un héritage historique fort et résolument tournés vers une approche moderne du capital humain et de l'expérience client. L'établissement bénéficie d'un véritable capital émotionnel, aussi bien auprès de ses clients que de

ses collaborateurs, fondé sur la confiance, la fierté d'appartenance et l'attachement à cette maison emblématique de l'hôtellerie marocaine. Sa réputation repose également sur sa capacité à conjuguer tradition, excellence du service, innovation et personnalisation de l'expérience client dans l'univers du luxe. L'innovation constante de son offre et de ses produits contribue à renforcer son attractivité et son image de référence.



●●●
Comment le Es Saadi Marrakech Resort développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur au sein du Es Saadi Marrakech Resort s'inscrit aujourd'hui dans une dynamique de transformation visant à créer un lien fort entre l'héritage historique du groupe et les standards modernes du capital humain. Plusieurs axes structurants sont progressivement renforcés, notamment la valorisation des talents internes et de l'ancienneté, la reconnaissance des performances ainsi que l'amélioration continue de la communication interne afin de fluidifier les échanges et de donner davantage de sens aux actions menées au quotidien. Le groupe poursuit également ses efforts autour du développement des compétences à travers une structuration plus poussée des parcours de formation et d'évolution. L'enjeu principal est aujourd'hui de renforcer et de valoriser

l'expérience collaborateur afin de consolider durablement l'excellence du service et l'expérience client, dans un secteur du luxe où la personnalisation devient de plus en plus importante.

Quels leviers le Es Saadi Marrakech Resort met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le Es Saadi Marrakech Resort dispose de plusieurs atouts différenciants en matière de bien-être au travail. L'établissement offre un environnement de travail inspirant, en constante évolution grâce à l'innovation, ce qui contribue directement à la valorisation des collaborateurs. La culture humaine du groupe, historiquement fondée sur la proximité, l'entraide et le respect, favorise un fort sentiment d'appartenance renforcé par l'histoire et la réputation de l'établissement. Cette culture se traduit également par une stabilité importante des équipes.

Le groupe développe aussi une approche globale du bien-être à travers un suivi médical orienté vers la prévention, l'encouragement à la pratique sportive régulière — notamment à travers des trails, le Marathon International de Marrakech, des tournois de football et des team buildings — ainsi qu'un soutien à différentes initiatives liées au bien-être comme le Global Wellness Day, des cours de yoga ou encore des visites culturelles. Des postes dédiés au sein de la direction du capital humain ont également été créés afin de piloter l'amélioration continue du bien-être des collaborateurs. L'attractivité du Es Saadi Marrakech Resort repose enfin sur une marque employeur authentique, portée par un héritage fort, des métiers riches et des parcours internes inspirants. Le groupe poursuit également la modernisation de ses pratiques RH, la structuration des parcours collaborateurs et la digitalisation progressive de ses process afin d'accompagner durablement ses talents. ●

Souhail Houmani, M-Automotiv - CEO & Partner

«L'entreprise favorise une culture fondée sur la proximité, la confiance et l'autonomie»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de M-Automotiv un acteur de référence de la distribution automobile au Maroc ?



M-Automotiv figure aujourd'hui parmi les groupes majeurs de la distribution automobile au Maroc, avec une présence multi-marque couvrant plusieurs univers de la mobilité. Le Groupe commercialise notamment les marques Renault et Dacia, et assure également l'importation et la distribution exclusives de marques telles que EXEED, KGM, Soueast et JAC Motors, tout en déve-

loppant plusieurs projets liés à l'automobile et aux nouvelles mobilités. Le groupe a également développé ses propres marques de services, notamment M-Service pour l'après-vente et M-Occaz dédiée aux véhicules d'occasion.

Avec près de 900 collaborateurs et une forte dynamique de croissance, M-Automotiv ambitionne de recruter 500 nouveaux collaborateurs d'ici la fin de l'année prochaine. Ce qui distingue aujourd'hui le groupe, c'est sa capacité à évoluer rapidement tout en conservant une organisation agile, proche du terrain et centrée sur la qualité des relations humaines, la réactivité et la confiance,

aussi bien avec ses partenaires qu'avec ses équipes.

Comment M-Automotiv développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez M-Automotiv, l'expérience collaborateur repose sur la volonté de créer un environnement où chacun peut évoluer, proposer des idées et avoir un réel impact dans le développement du groupe. Dans un contexte de croissance et de transformation continue, les collaborateurs ont l'opportunité de participer à des projets variés, de prendre rapidement des responsabilités et de développer leurs compétences dans un secteur en pleine évolution. L'en-

entreprise favorise une culture fondée sur la proximité, la confiance et l'autonomie. Les échanges sont directs, les idées sont écoutées et chacun peut contribuer activement à l'évolution de l'entreprise. Le groupe est convaincu qu'un collaborateur engagé est avant tout un collaborateur qui se sent considéré, responsabilisé et pleinement impliqué dans une aventure collective.

Quels leviers M-Automotiv met-elle en place pour renforcer son attractivité et

le bien-être au travail ?

Aujourd'hui, les talents recherchent bien plus qu'un simple poste : ils recherchent un environnement stimulant, une vision claire et de réelles perspectives d'évolution. L'un des principaux atouts de M-Automotiv réside dans sa dynamique de développement, portée par des projets en constante évolution et de nombreuses opportunités pour les collaborateurs souhaitant progresser et s'investir durablement. L'entreprise accorde également une grande importance à l'ambiance de travail, à

la proximité managériale et à la qualité des relations humaines au quotidien. Malgré sa croissance, le groupe veille à préserver un fonctionnement accessible, réactif et collaboratif. Ce qui ressort le plus souvent des retours des collaborateurs, c'est le sentiment de participer à une entreprise en pleine construction, qui évolue rapidement et offre à chacun la possibilité de contribuer concrètement à son développement. C'est cette dynamique qui rend l'expérience au sein de M-Automotiv particulièrement motivante. ●

Lamia Benidamou, McDonald's Maroc - Directrice des Ressources Humaines

«Le bien-être des collaborateurs repose avant tout sur le sens, la reconnaissance et la création d'un environnement inclusif»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de McDonald's Maroc un acteur de référence de la restauration rapide au Maroc ?

McDonald's Maroc compte aujourd'hui 81 restaurants, plus de 5 600 collaborateurs et plus de 34 ans de présence à travers le Royaume. L'entreprise porte une ambition claire : devenir le lieu préféré des Marocains en matière de restauration rapide tout en étant un employeur de référence pour les talents. À l'horizon 2030, année où le Maroc accueillera la Coupe du Monde, McDonald's Maroc vise 150 restaurants et la création de 4 000 emplois directs supplémentaires. Depuis toujours, l'enseigne accorde une importance primordiale à la satisfaction client. Cet engagement se traduit par des efforts continus en matière d'excellence opérationnelle, d'investissement et d'innovation afin d'améliorer en permanence l'expérience client.



Comment McDonald's Maroc développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur chez McDonald's Maroc repose sur une conviction forte : "Feel-good moments start when we come together." L'entreprise considère que les meilleurs moments naissent du collectif, de l'entraide et du plaisir de travailler ensemble. Cette promesse s'articule autour de quatre piliers : l'appartenance, le développement, la flexibilité et le sens. McDonald's Maroc veille à offrir à chaque collaborateur un environnement fondé sur une culture d'entreprise forte et fédératrice, où chacun peut pleinement trouver sa place. L'entreprise accorde également une attention particulière au développement des talents à travers des parcours de formation adaptés aux différents styles d'apprentissage, combinant coaching terrain personnalisé, plans de déve-

loppement individuels et programmes de leadership destinés à faire émerger les leaders de demain. En moyenne, un équipier motivé peut accéder à son premier poste d'encadrement en six mois. La flexibilité constitue également un élément clé de l'expérience collaborateur, notamment pour les étudiants, grâce à des plannings adaptés permettant de concilier études, vie personnelle et expérience professionnelle. Enfin, l'entreprise souhaite permettre à chacun de percevoir l'impact positif de son travail, aussi bien au sein de l'organisation que dans la communauté. Cette promesse se traduit concrètement dans les parcours internes : aujourd'hui, 81 % des directeurs de restaurants sont issus de la promotion interne, et 66 % ont commencé leur carrière comme équipiers.

Quels leviers McDonald's Maroc met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Pour McDonald's Maroc, le bien-être des collaborateurs repose avant tout sur le sens, la reconnaissance et la





création d'un environnement inclusif. L'entreprise considère qu'une performance durable se construit grâce à une culture d'entreprise forte, vécue quotidiennement par les équipes. La reconnaissance, le partage et le sentiment d'appartenance sont encouragés à travers plusieurs initiatives telles que "L'Équipier du mois", le

"Family Day" ou encore le "Shining Light Award", qui récompense les collaborateurs incarnant les valeurs du groupe : service, inclusion, intégrité, communauté et famille. McDonald's Maroc organise également plusieurs temps forts à dimension humaine et sociétale, comme l'International Women's Day ou l'International

Day for Persons with Disabilities, ainsi que diverses initiatives favorisant l'inclusion et l'engagement collectif. L'entreprise reste convaincue que lorsque les collaborateurs évoluent dans un environnement où ils peuvent grandir, être reconnus et créer du lien, l'expérience client s'en ressent naturellement. ●

Bertrand Gaulandau, Outsourcia - Directeur du capital humain

«Outsourcia déploie actuellement un vaste programme de développement des outils RH afin d'offrir une expérience interne plus riche et plus fluide»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui d'Outsourcia un acteur de référence de la relation client au Maroc ?

Outsourcia est une entreprise marocaine devenue multinationale, spécialisée dans la relation client et plus particulièrement sur le segment du mid-market. Le groupe est aujourd'hui présent au Maroc, en Tunisie, à Madagascar et en France. L'un de ses principaux atouts réside dans la diversité de ses activités et de ses filiales, qui lui permet d'adresser plusieurs métiers et secteurs d'activité. Au Maroc notamment, Outsourcia opère dans plus de six langues étrangères, renforçant ainsi sa capacité à répondre à des besoins internationaux variés.

Comment Outsourcia développe-t-il l'expérience



collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur chez Outsourcia repose avant tout sur une culture d'entreprise fortement ancrée autour de valeurs telles que la proximité, l'engagement, la réinvention et l'authenticité. L'entreprise travaille activement à construire des passerelles entre ses différentes activités afin de permettre aux collaborateurs d'élargir leurs compétences et d'évoluer sur plusieurs domaines d'expertise. Dans cette dynamique, Outsourcia déploie actuellement un vaste programme de développement des outils RH afin d'offrir une expérience interne plus riche et plus fluide. À titre d'exemple, le groupe a récemment acquis un nouvel ATS permettant aux candidats de vivre une expérience de recrutement inédite au Maroc.

Le parcours d'onboarding a également été repensé afin de garantir une montée en compétences progressive tout en permettant aux nouveaux collaborateurs de découvrir pleinement l'univers de l'entreprise.

Quels leviers Outsourcia met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Chez Outsourcia, ce sont avant tout les valeurs portées par l'entreprise qui favorisent un climat de travail serein et humain. Les différents sites du groupe sont conçus à taille humaine afin de permettre aux collaborateurs de travailler dans un environnement propice à la sérénité et à la proximité. Consciente de l'intensité et du niveau de stress que peuvent représenter les métiers de la relation client, l'entreprise veille particulièrement à maintenir une atmosphère de travail équilibrée et bienveillante, contribuant ainsi à renforcer l'engagement des équipes et l'attractivité de la marque employeur. ●

Vous êtes à croquer avec votre label **Krunchy Company.**

Le label Krunchy Company récompense les employeurs les plus attractifs, ceux qui font la différence auprès des talents par leur image, leur notoriété et leur capacité à donner envie de les rejoindre.



**make
me better**

Rekrute

Malika Ghilan, Safran Nacelles - Responsable Développement RH

«L'expérience collaborateur commence dès l'intégration, à travers un parcours d'onboarding structuré»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Safran Nacelles un leader mondial dans la conception et l'intégration de nacelles d'avions ?

Safran Nacelles conçoit, intègre et assure le support et le service après-vente des nacelles d'avions. L'entreprise est aujourd'hui un leader mondial sur le marché des avions commerciaux de plus de 100 places, des avions d'affaires et des avions régionaux. À la pointe de la technologie, Safran Nacelles développe des nacelles toujours plus intégrées au moteur, aérodynamiques, légères et dotées de traitements acoustiques avancés, contribuant ainsi à la réduction des émissions de CO₂ et du bruit des aéronefs. Le Groupe intervient sur l'ensemble des segments du marché aéronautique, des avions régionaux et d'affaires aux avions de ligne long-courriers. Il fournit et développe notamment des nacelles pour des programmes majeurs tels que l'Airbus A320neo, l'Airbus A330neo ou encore le COMAC C919 équipé de moteurs LEAP, ainsi que pour des moteurs d'avions d'affaires comme le GE Passport ou les moteurs Rolls-Royce Pearl. Safran Nacelles dispose également d'une expertise reconnue dans les matériaux composites et métalliques



ainsi que dans les traitements acoustiques. Safran Nacelles Morocco compte plus de 1.250 collaborateurs et produit chaque année plus de 27.700 pièces composites. Il s'agit du plus grand site de production aéronautique du pays et du premier à avoir fabriqué des pièces en matériaux composites.

Comment Safran Nacelles développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Safran Nacelles, l'expérience collaborateur fait l'objet d'une attention particulière et commence dès l'intégration, à travers un parcours d'onboarding structuré permettant à chacun de prendre son poste dans les meilleures conditions. Ce parcours est piloté conjointement par les équipes RH et le management, afin de garantir un accompagnement de proximité et une montée en compétences progressive. Le développement des collaborateurs se poursuit ensuite grâce à des dispositifs variés : formations certifiantes et diplômantes ; coaching et tutorat ; accompagnement individualisé des parcours professionnels. La mobilité interne constitue également un levier majeur au service des activités du Groupe au Maroc et à l'international.

Quels leviers Safran Nacelles met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Safran Nacelles développe une politique active en matière de bien-être au travail, fondée sur une dynamique collective forte et des initiatives régulières tout au long de l'année. L'entreprise organise de nombreux temps forts fédérateurs tels que la Journée internationale des droits des femmes, le Safety Day, Octobre Rose, la rentrée SSE, la Journée du progrès, le Clean-Up Day ou encore les célébrations de fin d'année. L'inclusion et la diversité font également partie des priorités, notamment à travers des actions de sensibilisation au handicap visible et invisible, ainsi que des initiatives RSE impliquant activement les collaborateurs. Par ailleurs, l'entreprise encourage la pratique sportive via des actions internes et la participation à des événements externes, une démarche reconnue par l'obtention du label entreprise sportive en 2025. Safran Nacelles Morocco valorise également l'innovation et l'excellence opérationnelle à travers des dispositifs d'amélioration continue et des compétitions internes, complétés par des parcours de montée en compétences (certifications Green Belt et Black Belt). Enfin, la participation à des forums étudiants permet de renforcer l'attractivité du Groupe et de rencontrer les talents de demain. ●

Youssef Hijji, Groupe Smeia - Directeur des Ressources Humaines

«Un environnement de travail positif et humain est un facteur clé de performance et d'épanouissement»

Quels sont les atouts qui distinguent aujourd'hui Smeia comme acteur de

référence dans le secteur de la distribution automobile au Maroc ?

Smeia est un acteur de référence dans le secteur de la distribution automobile au Maroc, représentant des marques inter-

nationales reconnues pour leur innovation, leur qualité et leur performance. L'entreprise se distingue par son expertise métier, la qualité de son accompagnement client et son engagement constant en faveur de l'excellence opérationnelle. Son positionnement repose sur une approche premium de la relation client, associée à une forte culture de service et d'innovation. Ce qui fait aujourd'hui la notoriété de Smeia, c'est la confiance construite avec ses clients au fil des années, la solidité de ses partenariats internationaux ainsi que sa capacité à proposer des expériences automobiles à forte valeur ajoutée. Au-delà de son activité, l'entreprise est également reconnue pour sa culture dynamique et son ambition de contribuer durablement à l'évolution des standards du secteur automobile au Maroc.

Comment Smeia développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement



de ses équipes ?

Chez Smeia, l'expérience collaborateur repose sur des valeurs fortes : respect, excellence, esprit d'équipe et développement continu. Nous accordons une attention particulière à la création d'un environnement de travail stimulant, où chacun peut évoluer, apprendre et contribuer pleinement à la réussite collective. Plusieurs initiatives sont mises en place pour favoriser l'engagement et la motivation des équipes : des parcours de formation continue et de développement des compétences ; des opportunités d'évolution interne et de mobilité ; une culture managériale fondée sur l'écoute et la proximité ; des dispositifs de reconnaissance de la performance et de valorisation des talents ; des moments de cohésion renforçant l'esprit d'appartenance. Nous encourageons également l'innovation et la prise d'initiative afin que chaque collaborateur puisse avoir un impact concret dans son quotidien professionnel.

Quels leviers Smeia met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le bien-être au travail constitue un pilier essentiel de la culture de Smeia. Nous sommes convaincus qu'un environnement de travail positif et humain est un facteur clé de performance et d'épanouissement. Parmi nos principaux atouts figurent : un cadre de travail moderne et collaboratif ; une attention particulière portée à l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ; des programmes de développement personnel et professionnel ; une culture d'entreprise inclusive et bienveillante ; des initiatives favorisant la santé, la convivialité et la qualité de vie au travail. Pour renforcer notre attractivité auprès des talents, nous mettons également sur la marque employeur, l'accompagnement des jeunes profils, la valorisation des parcours internes ainsi que sur des projets porteurs de sens et d'innovation. Notre ambition est de permettre à chaque collaborateur de construire une carrière motivante au sein d'une entreprise reconnue, dynamique et tournée vers l'avenir. ●

El Alami Jaafar, SOREC - Directeur Capital Humain

«SOREC : une marque employeur en transformation au service de l'attractivité et de la performance durable»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui que la SOREC se positionne au centre de l'écosystème équin marocain ?



Entreprise publique, créée en 2003 sous tutelle du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, la Société Royale d'Encouragement du Cheval se positionne au centre de l'écosystème équin marocain et poursuit ses principales missions : l'encadrement de l'élevage et

l'amélioration des races de chevaux, l'organisation des courses hippiques, la gestion des jeux hippiques. S'appuyant sur un modèle économique vertueux unique au monde garantissant une redistribution transparente et équitable de ses bénéfices, la SOREC œuvre au quotidien à nourrir la passion du cheval pour dynamiser les régions rurales et contribuer à construire un avenir pérenne et prospère pour les hommes et les femmes de la filière. Acteur de référence de la filière équine au Maroc, la SOREC s'impose comme un opérateur structurant, à la croisée des enjeux économiques, sportifs

et culturels liés aux courses hippiques. Au-delà de son positionnement institutionnel, la SOREC se distingue aujourd'hui par une dynamique de transformation profonde, visant à moderniser ses pratiques, renforcer sa performance et affirmer une marque employeur forte, différenciante et ancrée dans son identité métier.

Comment la SOREC développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

La SOREC a engagé une refonte structurante de son approche RH, avec une volonté claire : passer d'une logique de gestion à une véritable expérience colla-





borateur immersive, engageante et différenciante. L'onboarding ne se limite plus à un parcours classique : il devient une véritable expérience d'immersion dans l'univers du cheval, permettant aux nouveaux collaborateurs de s'approprier rapidement la culture et les enjeux de l'organisation.

Cette intégration s'appuie sur :

- des parcours d'accueil structurés et accompagnés,
 - des dispositifs de formation et de mentoring,
 - des activités favorisant la cohésion, et une logique d'écoute active dès les premières étapes du parcours collaborateur.
- Dans une démarche innovante, la SOREC a impliqué ses collaborateurs dans la définition même de sa raison d'être, notamment à l'occasion de ses 20 ans. À travers des événements participatifs, des quiz et des temps d'échange, les collaborateurs ont été invités à exprimer leur vision du sens et de l'impact de leur travail. Cette approche marque un tournant : le collaborateur n'est plus seulement exécutant, il devient co-constructeur du projet d'entreprise. Des initiatives telles que les ateliers inter-départementaux illustrent cette volonté de décloisonner les silos et de favoriser

l'intelligence collective. Résultat : une adhésion spontanée des équipes et une montée en puissance d'une culture de collaboration transverse.

Quels leviers la SOREC met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Consciente des enjeux d'attractivité des talents, la SOREC a engagé une démarche proactive de redéfinition de sa marque employeur, articulée autour de trois axes majeurs : visibilité, proximité et valorisation.

La SOREC place ses collaborateurs au cœur de sa stratégie d'image. À travers des initiatives telles que :

- E-Talents,
 - E-Ftour,
 - des Talks animés par les collaborateurs,
- Elle crée des espaces d'expression et de valorisation des parcours internes. Parallèlement, des capsules et témoignages sont diffusés sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook), positionnant les collaborateurs comme de véritables ambassadeurs de la marque SOREC. La stratégie d'attractivité repose également sur un fort engagement auprès des écoles et de l'écosystème académique :

- sponsoring d'initiatives étudiantes (notamment ENACTUS),
 - participation active à des événements de référence (GITEX, Devoxx),
 - présence dans les forums écoles (EMI, ENSA, EMSI...),
 - partenariats structurés avec plusieurs écoles d'ingénieurs (stages, encadrement, interventions). Objectif : créer un lien direct avec les talents et installer durablement l'image de la SOREC dans leur référentiel de choix. Avec plusieurs familles de métiers, la SOREC incarne une diversité professionnelle souvent méconnue. Une campagne de communication dédiée a été déployée pour :
 - rendre visibles les différentes familles de métiers,
 - valoriser les parcours atypiques,
 - et casser les idées reçues sur la filière.
- Parmi les grandes familles représentées :
- métiers découlant de la filière équine,
 - métiers de l'audiovisuel,
 - métiers des courses et des jeux hippiques,
 - métiers support & transverses : RH, marketing, finances, commerce, gouvernance et audit.
- Cette diversité constitue un levier puissant d'attractivité : la SOREC offre des trajectoires professionnelles riches, évolutives et souvent inattendues. ●

Ilham Mouhriz, Group CHRO Sothema

«L'entreprise a fait le choix d'une approche du bien-être qui dépasse la logique des avantages classiques»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Sothema un acteur de référence de l'industrie pharmaceutique au Maroc et en Afrique ?



Sothema est aujourd'hui un acteur majeur de l'industrie pharmaceutique au Maroc et en Afrique. Mais au-delà

de son expertise industrielle et scientifique, l'entreprise s'est construite autour d'une conviction forte : la performance durable repose avant tout sur la capacité des femmes et des hommes à évoluer, apprendre et s'adapter dans un environnement en transformation permanente. Dans un secteur marqué par l'accélération technologique, les évolutions réglementaires et

les nouveaux enjeux de santé, Sothema se distingue autant par son excellence industrielle que par sa capacité à faire évoluer ses modèles humains et organisationnels. La singularité de Sothema repose également sur sa vision du leadership et de la gouvernance. En tant qu'entreprise cotée dirigée par une femme, elle porte un modèle où la diversité, l'inclusion et la responsabilisation sont considérées comme de véritables leviers de transformation. L'entreprise défend ainsi une vision moderne de

la performance, fondée sur des organisations plus apprenantes, plus adaptables et plus humaines.

Comment Sothema développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Sothema, l'expérience collaborateur dépasse aujourd'hui le cadre classique des ressources humaines. Elle repose sur la qualité des relations de travail, le sens donné aux missions, la possibilité d'évoluer et la capacité de chacun à contribuer pleinement à une dynamique collective. L'entreprise a progressivement construit une culture fondée sur la proximité, l'écoute et le dialogue. Des initiatives comme "Binatna" permettent notamment de créer des espaces d'échange directs entre le terrain et le management, avec la volonté de réduire les silos et de rapprocher les réalités opérationnelles des décisions stratégiques. Sothema développe également des approches plus innovantes de l'expérience collaborateur, basées sur une logique d'écoute continue et de feedback agile afin de mieux comprendre les attentes des équipes dans un environnement en constante évolution. Le développement des compétences occupe une place centrale dans la stratégie RH de

l'entreprise. Sothema investit ainsi dans des programmes de formation couvrant aussi bien les expertises techniques liées à l'industrie pharmaceutique que les compétences comportementales et managériales : leadership, intelligence émotionnelle, gestion des conflits, cybersécurité, culture qualité, adaptation au changement ou encore collaboration intergénérationnelle. L'entreprise a également renforcé son approche du leadership à travers des partenariats structurants et des dispositifs favorisant une culture managériale plus collaborative, responsabilisante et humaine. Pour Sothema, l'innovation RH ne consiste plus uniquement à digitaliser les processus, mais surtout à rendre les organisations plus adaptables humainement.

Quels leviers Sothema met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Pour Sothema, l'attractivité d'une entreprise ne repose plus uniquement sur sa marque ou son activité. Les collaborateurs recherchent aujourd'hui des environnements capables d'offrir du sens, de la stabilité, des perspectives d'évolution et une qualité relationnelle forte. L'entreprise a ainsi fait le choix d'une approche du bien-être qui dépasse la logique des

avantages classiques, avec pour priorité la construction d'un environnement de travail sain, humain et durable. Cette démarche passe notamment par des actions de prévention et de santé, avec un accompagnement médico-social de proximité, des campagnes de sensibilisation et des initiatives concrètes autour du bien-être physique et psychologique. Dans un environnement industriel exigeant, la sécurité au travail constitue également une priorité stratégique. Sothema continue d'investir fortement dans la prévention, la formation et l'amélioration continue des conditions de travail. L'entreprise développe aussi plusieurs initiatives sociales et communautaires destinées aux collaborateurs et à leurs familles à travers des programmes éducatifs, sportifs et solidaires qui renforcent le sentiment d'appartenance et le lien humain. Son attractivité repose également sur un engagement fort en faveur de la diversité et de l'inclusion, avec la volonté de valoriser les différences, de faire émerger les potentiels et de créer des espaces où chacun peut pleinement trouver sa place. Enfin, Sothema défend une vision durable du travail, fondée sur la préparation des compétences de demain et sur une approche plus humaine de la transformation des organisations. ●

Yassine Benkirane, TELUS Digital Operations Senior Director & Country Lead Morocco

«L'entreprise investit continuellement dans la formation, le coaching, l'upskilling et les parcours d'évolution interne»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de TELUS Digital Maroc un acteur de référence de la transformation digitale et de l'expérience client ?



TELUS Digital Maroc s'impose aujourd'hui comme un partenaire

stratégique de référence en matière de customer experience, d'intelligence artificielle et de transformation digitale pour des marques internationales parmi les plus exigeantes au monde.

L'entreprise développe des solutions innovantes combinant support client nouvelle génération, services digitaux, intelligence arti-

ficielle et excellence opérationnelle. Sa capacité à associer performance globale et culture profondément humaine constitue l'un de ses principaux éléments différenciants.

Au Maroc, TELUS Digital Maroc a construit un hub international multi-culturel, agile et résolument innovant, capable d'attirer, de développer et de fidéliser les meilleurs talents. L'apprentissage continu, l'impact et l'excellence occupent une place centrale dans son





ADN. Sa notoriété repose également sur une culture forte fondée sur l'authenticité, l'inclusion, la collaboration et l'innovation responsable.

Comment TELUS Digital Maroc développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez TELUS Digital Maroc, l'expérience collaborateur est considérée comme un véritable levier stratégique de performance et d'innovation. L'entreprise veille à créer un environnement où chaque collaborateur se sent valorisé, écouté et en mesure de réaliser pleinement son potentiel. La culture interne repose sur la proximité managériale, la transparence, l'inclusion et la responsabilisation. Programmes de reconnaissance, leadership talks, événements internes, initiatives bien-être et

dispositifs favorisant le dialogue direct avec le management contribuent activement à l'engagement des équipes. Le développement des talents occupe également une place centrale. L'entreprise investit continuellement dans la formation, le coaching, l'upskilling et les parcours d'évolution interne afin d'offrir à chacun des perspectives de carrière ambitieuses, aussi bien au niveau local qu'international.

Quels leviers TELUS Digital Maroc met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Pour TELUS Digital Maroc, le bien-être au travail constitue un pilier central de sa culture et de sa vision du leadership. L'entreprise est convaincue que la performance durable repose avant tout sur des collaborateurs en-

gagés, épanouis et évoluant dans un environnement positif et inclusif. De nombreuses initiatives concrètes ont été mises en place : programmes de bien-être, actions sportives et solidaires, espaces collaboratifs modernes, dispositifs de soutien psychologique et programmes dédiés à la santé mentale. L'attractivité de l'entreprise repose également sur sa capacité à offrir bien plus qu'un emploi : une véritable expérience de carrière internationale portée par des projets innovants, un environnement dynamique et des opportunités d'évolution à fort potentiel. Enfin, l'engagement sociétal de TELUS Digital Maroc renforce fortement sa marque employeur. À travers des actions communautaires, des initiatives de bénévolat et des programmes d'impact social, les collaborateurs participent activement à des projets ayant un impact durable et positif sur la société. ●

Mohamed Tassafout, UM6P - Human Capital Director

«L'épanouissement personnel constitue un levier essentiel de la performance et de l'excellence professionnelle»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de l'UM6P un acteur de référence de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation au Maroc et en Afrique ?



L'Université Mohammed VI Polytechnique (UM6P) est une institution de classe mondiale dédiée à la recherche appliquée, à l'innovation et à l'entrepreneuriat. Plus qu'une université, nous incarnons un véritable "laboratoire vivant" où le talent occupe une place centrale dans notre mission. Notre notoriété repose sur notre modèle de "Learning by Doing" et sur notre capacité à construire un écosystème intégré où la science, la recherche et l'innovation

sont directement orientées vers la résolution de problématiques concrètes. Ce positionnement nous permet d'apporter des réponses aux défis du développement, notamment en Afrique. Ce qui nous distingue, c'est notre volonté d'inscrire notre action dans une mission qui dépasse les activités académiques traditionnelles.

Comment l'UM6P développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur à l'UM6P est fondée sur une culture d'agilité, de curiosité intellectuelle et d'ouverture. Chaque collaborateur est pleinement acteur des transformations de l'institution et évolue dans un environne-

ment qui offre de réelles opportunités d'apprentissage, de contribution et de développement. Pour renforcer l'engagement et accompagner les parcours, nous privilégions une approche de "Dynamic Skilling", qui repose sur un développement des compétences agile et évolutif, en lien direct avec les besoins du terrain et les évolutions des métiers. Dans ce cadre, le rôle du management est avant tout celui d'un facilitateur : il accompagne, soutient et crée les conditions permettant l'épanouissement professionnel et la réalisation de soi.

Quels leviers UM6P met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

L'attractivité de l'UM6P repose sur un environnement d'exception qui stimule la créativité, favorise l'engagement et renforce le sentiment d'appar-

tenance. Le bien-être au travail y est abordé de manière globale, en intégrant pleinement la dimension humaine et la reconnaissance de chaque individu dans sa singularité. L'institution met à disposition de sa communauté des infrastructures de haut niveau, notamment dans les domaines de la santé et du sport, avec un centre

médical, une piscine semi-olympique et plus de 5.000 m² d'espaces sportifs. Au-delà des infrastructures, la véritable force de l'UM6P réside dans sa culture humaine, qui encourage chacun à cultiver ses passions personnelles, qu'elles soient artistiques, sportives ou associatives. Nous sommes convaincus que l'épanouis-

sement personnel constitue un levier essentiel de la performance et de l'excellence professionnelle. En offrant un cadre qui permet de concilier une mission de vie porteuse de sens et des aspirations individuelles riches, l'UM6P attire des talents en quête d'impact, d'accomplissement et de contribution durable. ●

Amal Boukhriiss, Sonasid - Directrice des Ressources Humaines et RSE

«La performance durable ne peut exister sans la sécurité, l'engagement et l'épanouissement»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Sonasid un acteur de référence de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation au Maroc et en Afrique ?

Soutenu par ses actionnaires de référence et des investisseurs institutionnels de premier plan, Sonasid est le leader du secteur sidérurgique marocain et un acteur régional majeur dans la production d'aciers à faible empreinte carbone. Fort de sa capacité de production de 1,1 million de tonnes de rond à béton et fil machine, le Groupe Sonasid a développé une expertise technique et opérationnelle de plus de 50 ans pour accompagner les plus grands projets de construction au Maroc. 1er recycleur du Maroc, Sonasid a opté pour un processus de fabrication «zéro déchet», alimenté par les énergies renouvelables. Cette orientation se traduit par une empreinte carbone inférieure de 68% à la moyenne mondiale du secteur et par l'évitement de 1,4 million de tonnes de CO₂ chaque année. Sonasid est par ailleurs le premier producteur d'aciers longs au Maroc à avoir obtenu la certification internationale EPD, étendue en



2025 aux fibres en acier.

Comment Sonasid développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Au sein de Sonasid, l'expérience collaborateur se construit autour d'une conviction forte : la performance durable ne peut exister sans la sécurité, l'engagement et l'épanouissement des femmes et des hommes qui font vivre l'entreprise au quotidien. La santé et la sécurité constituent, à ce titre, une priorité absolue et un marqueur fort de notre culture managériale. Notre ambition "zéro accident" mobilise l'ensemble de l'organisation à travers un dispositif structuré. Cette culture s'appuie également sur trois valeurs fondatrices, Solidarité, Audace et Intégrité, qui guident les dynamiques collectives au sein du Groupe. Le développement des compétences représente un autre pilier majeur de notre politique RH. En 2025, plus de 77.000 heures de formations ont été dispensées. Nous accordons également une attention particulière à l'accompagnement des parcours et à l'identification des talents. Les entretiens annuels, les cycles de People Reviews, les comités carrière

pilotés par la DRH ainsi que les plans de succession suivis par le Comité Nominations et Rémunérations permettent d'inscrire cette gestion dans une logique d'anticipation et de développement durable des compétences. L'engagement repose enfin sur la qualité du dialogue et la capacité donnée à chacun de contribuer à la vie de l'entreprise.

Quels leviers Sonasid met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Depuis 2025, le Groupe a déployé un programme ambitieux de santé et bien-être au travail. La parentalité occupe une place importante dans cette démarche. Le congé de maternité a ainsi été porté à cinq mois rémunérés, tandis que le congé de paternité atteint dix jours. Une crèche est aujourd'hui opérationnelle sur le site de Nador et plusieurs partenariats ont été établis avec des établissements spécialisés afin de faciliter l'accès à des solutions de garde adaptées à proximité du Groupe. Des modalités de télétravail ont également été mises en place en tenant compte des besoins des collaborateurs et des réalités opérationnelles des métiers. La diversité et l'inclusion constituent également des axes forts de notre politique RH. ●

Mhamed Youssef Bouabid, Centrale Automobile Chérifienne - Directeur Ressources Humaines

«La CAC cherche à offrir un environnement de travail durable, équilibré et propice à l'épanouissement»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de la Centrale Automobile Chérifienne un acteur de référence du secteur automobile au Maroc ?



Comment la Centrale Automobile Chérifienne développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

La Centrale Automobile Chérifienne est l'importateur et distributeur exclusif au Maroc des marques du groupe Volkswagen pour les véhicules neufs et les pièces de rechange. Avec des marques telles que Volkswagen, Volkswagen Utilitaire, Audi, Skoda, Seat, Cupra, Porsche et Bentley, l'entreprise cumule plus de 90 ans d'expertise dans la distribution automobile au Maroc. La CAC s'appuie sur plus de 900 collaborateurs, plus de 10 sites à Casablanca et plus de 15 points de vente à travers le Royaume. Sa notoriété repose notamment sur la puissance de ses marques, la robustesse et la fiabilité de ses produits, leur forte valeur résiduelle ainsi qu'une expérience relationnelle où chaque client est accueilli avec considération.

La Centrale Automobile Chérifienne place le collaborateur au cœur de sa politique RH. L'intégration des nouveaux collaborateurs repose sur un parcours structuré permettant de découvrir le groupe, ses métiers, ses valeurs et ses pratiques, tout en facilitant une prise de poste progressive et efficace. L'entreprise favorise également la mobilité interne et les promotions afin de reconnaître l'engagement et de proposer de réelles perspectives d'évolution. Le développement des compétences constitue un autre pilier important grâce à des programmes de formation techniques, commerciaux et managériaux permettant de soutenir l'employabilité à long terme des collaborateurs. La dynamique collective est aussi encouragée à travers des actions

de team building, des événements internes, des Kids Days et des soirées collaborateurs favorisant la cohésion et le sentiment d'appartenance.

Quels leviers la Centrale Automobile Chérifienne met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

La CAC développe plusieurs initiatives en faveur du bien-être et de la qualité de vie au travail. L'entreprise propose notamment une couverture santé et prévoyance pour les collaborateurs et leurs familles, des solutions de flexibilité horaire adaptées aux contraintes des grandes métropoles, des activités sportives ainsi qu'un accès à des centres d'estivage dans plusieurs villes du Royaume. Des conventions préférentielles avec des banques, établissements sportifs et professionnels de santé sont également mises à disposition des collaborateurs. À travers ces dispositifs, la Centrale Automobile Chérifienne cherche à offrir un environnement de travail durable, équilibré et propice à l'épanouissement individuel comme collectif. ●

Noureddine Zarhloul, CGI - Directeur des Ressources Humaines Maroc

«L'entreprise considère ses collaborateurs comme des acteurs à part entière de la réussite de CGI et de celle de ses clients»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de CGI un acteur de référence des services-conseils en technologie et transformation



digitale au Maroc ?

CGI est l'une des plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information et en management au monde. Au Maroc, CGI s'appuie sur plus de 1.300 profession-

nels répartis entre Casablanca, Fès et Rabat, et accompagne des clients majeurs dans leurs projets de transformation numérique, notamment dans les secteurs de l'énergie, de la grande distribution, de l'aéronautique et de la banque. La notoriété de CGI repose sur la combinaison d'un ancrage local fort, d'un réseau

mondial de compétences, d'une culture de proximité avec ses clients et d'un haut niveau d'exigence opérationnelle. Ses certifications ISO 9001, ISO 27001, ISO 27701 et ISO 14001 témoignent également de son engagement en matière de qualité, de sécurité, de protection des données et de responsabilité environnementale.

Comment CGI développe-t-il l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

L'expérience collaborateur chez CGI repose sur une culture fondée sur le respect, l'esprit d'équipe, le sentiment d'appartenance et l'intrapreneuriat. L'entreprise considère ses collaborateurs comme des acteurs à part entière de la réussite de

CGI et de celle de ses clients. Dès leur arrivée, les collaborateurs bénéficient d'un parcours d'intégration structuré, puis d'un accompagnement continu pour développer leurs compétences et construire leur trajectoire professionnelle. Les missions confiées, souvent au cœur des enjeux de transformation digitale de grandes organisations, offrent un environnement stimulant, responsabilisant et propice à l'apprentissage. L'engagement des équipes est également favorisé par la proximité managériale, le partage des connaissances, la mobilité interne et la possibilité de contribuer à des projets à impact.

Quels leviers CGI met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-

être au travail ?

Les principaux atouts de CGI en matière de bien-être et d'attractivité résident dans un environnement de travail collaboratif, respectueux et flexible. CGI met l'accent sur le développement professionnel, la diversité, l'équité et l'inclusion, ainsi que sur des dispositifs favorisant l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Selon les entités et politiques applicables, cela inclut notamment des modalités de travail flexibles, des avantages sociaux, des actions de soutien au développement des compétences et une culture qui encourage chacun à être acteur de son parcours. L'entreprise dispose également de plusieurs programmes de santé et de bien-être. ●

Fedoua Ikkez, HR, CSR & Internal Communication Director at Ciments du Maroc - Heidelberg Materials

«Rejoindre Ciments du Maroc, c'est intégrer une entreprise exigeante et profondément humaine»

Quels sont les principaux atouts qui distinguent aujourd'hui Ciments du Maroc comme un acteur de référence dans le secteur des matériaux de construction ?



Le Groupe Ciments du Maroc est un acteur industriel de référence dans les matériaux de construction, présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur : ciment, béton prêt à l'emploi et granulats. Filiale du Groupe Heidelberg Materials, nous combinons un ancrage historique fort au Maroc depuis 75 ans avec les standards et la vision d'un leader international engagé dans la transformation durable de notre industrie. Notre force réside également dans notre présence territoriale. Le Groupe s'appuie sur un maillage industriel de 46 sites à travers le Royaume, comprenant 4

usines de ciment intégrées, 4 centres de broyage, 6 carrières de granulats et 32 centrales à béton. Cette implantation nous permet d'accompagner durablement les grands projets du pays, tout en contribuant activement à l'emploi local et au développement des territoires. Ce qui fait aussi notre notoriété, ce sont les femmes et les hommes qui portent au quotidien nos valeurs de respect, de performance, d'équité et de responsabilité.

Comment Ciments du Maroc développe-t-il l'expérience collaborateur et l'évolution professionnelle de ses équipes ?

L'expérience collaborateur chez Ciments du Maroc repose avant tout

sur une forte dimension humaine. Nous évoluons dans un environnement industriel exigeant où la santé et la sécurité constituent une priorité absolue et le socle de notre culture d'entreprise.

Nous accordons également une attention particulière au respect, à l'écoute et à la reconnaissance. Notre ambition est de créer les conditions permettant à chacun de trouver sa place, de se développer et de se projeter durablement au sein de l'entreprise.

Quels leviers Ciments du Maroc met-il en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le bien-être au travail constitue un pilier essentiel de notre attractivité. Au-delà de la santé et de la sécurité, notre approche intègre la qualité du climat social, l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, ainsi que le rôle clé du management de proximité.





Nous veillons à promouvoir un environnement de travail inclusif, responsable et équitable, où chacun peut s'exprimer, évoluer et concilier performance et épanouissement. Notre engagement en matière de RSE et de durabilité — notamment à travers la réduction de notre empreinte carbone, la préservation

de l'environnement, le soutien aux communautés locales, l'éducation et l'inclusion — renforce fortement la fierté d'appartenance de nos équipes. Rejoindre Ciments du Maroc, c'est intégrer une entreprise exigeante et profondément humaine, engagée dans la transformation durable d'un secteur clé pour

le Maroc, tout en offrant de réelles opportunités de développement professionnel au niveau national et international grâce à la diversité de ses métiers et de ses implantations. Dans notre industrie, le leadership RH consiste à trouver le juste équilibre entre sécurité, durabilité et développement humain. ●

Farid Ikhlef, Bel Morocco & North Africa Cluster - Human Resources Director

«En tant que groupe familial, l'attention portée aux collaborateurs fait partie intégrante de l'ADN de Bel Maroc»

Quels sont les principaux atouts qui font aujourd'hui de Bel Maroc un acteur de référence de l'industrie agroalimentaire au Maroc ?



Comment Bel Maroc développe-t-elle l'expérience collaborateur et l'engagement de ses équipes ?

Chez Bel Maroc, l'expérience collaborateur repose sur une conviction forte : donner à

Bel Maroc est un acteur industriel agroalimentaire engagé, reconnu à travers des marques emblématiques comme La Vache qui rit et Kiri, profondément ancrées dans le quotidien des consommateurs marocains. Au-delà de sa position de leader sur le segment du fromage en portions, l'entreprise se distingue par son modèle d'entreprise à mission, avec l'ambition de rendre accessible à tous une alimentation plus saine et plus durable. Son approche associe performance économique et impact positif, grâce à une forte implantation industrielle locale, une relation de proximité avec ses clients et ses communautés, ainsi qu'une capacité d'innovation lui permettant d'accompagner l'évolution des modes de consommation. Filiale historique du Groupe Bel Group depuis les années 1960 au Maroc, Bel Maroc place également le développement du capital humain et la culture d'entreprise au cœur de sa stratégie.

chacun les moyens d'avoir un impact réel et de développer son leadership. L'entreprise évolue dans une organisation où la prise d'initiative est encouragée et où chaque collaborateur peut contribuer concrètement aux projets et à la transformation de l'entreprise. Cette dynamique s'appuie notamment sur : une culture managériale fondée sur la confiance et la responsabilisation ; des environnements de travail collaboratifs favorisant le partage et l'intelligence collective ; une réelle proximité entre les équipes et les décideurs. Le développement des talents occupe également une place centrale, à travers des parcours professionnels personnalisés, des opportunités de mobilité interne et des dispositifs de formation adaptés aux besoins de chacun. Ce qui caractérise fortement l'expérience collaborateur chez Bel Maroc, c'est aussi le sens donné au quotidien :

chaque collaborateur contribue, à son niveau, à faire évoluer le modèle alimentaire, renforçant ainsi l'engagement et la fierté d'appartenance.

Quels leviers Bel Maroc met-elle en place pour renforcer son attractivité et le bien-être au travail ?

Le bien-être au travail constitue un pilier essentiel de la culture de Bel Maroc. En tant que groupe familial, l'attention portée aux collaborateurs fait partie intégrante de son ADN, avec la volonté de créer un environnement de travail positif, inclusif et respectueux des équilibres de chacun. Concrètement, cela se traduit par : une politique de travail flexible favorisant l'autonomie ; des dispositifs dédiés à la santé, à la sécurité et à l'ergonomie ; des programmes encourageant l'inclusion et la diversité ; des avantages collaborateurs pensés pour accompagner les moments clés de la vie professionnelle et personnelle. Au-delà de ces dispositifs, l'attractivité de Bel Maroc repose également sur la promesse faite aux talents : rejoindre une entreprise qui agit, innove et permet à chacun de contribuer à un projet porteur de sens tout en construisant son propre parcours professionnel. ●

Mazagan Beach & Golf Resort : quand l'expérience collaborateur devient un levier stratégique d'excellence

Mazagan Beach & Golf Resort réaffirme son positionnement d'employeur de référence grâce à une expérience collaborateur pensée comme le miroir absolu de l'excellence client, transformant chaque talent en un véritable artisan d'un héritage durable.

Alors que l'attractivité des talents et leur fidélisation constituent des enjeux critiques pour l'industrie de l'hospitalité de luxe, Mazagan Beach & Golf Resort célèbre une année de déploiement de sa stratégie de marque employeur « Legacy Path ». Bien au-delà d'une simple suite d'initiatives isolées, ce programme structurant s'impose comme le pont stratégique entre la vision globale du groupe Kerzner International, qui positionne ses collaborateurs comme des Legacy Makers, et son exécution opérationnelle sur le terrain.

Une attractivité qui ne se décrète pas

Avec près de 1 500 collaborateurs et plus de 200 stagiaires accueillis annuellement via des partenariats avec les écoles et instituts locaux, Mazagan s'impose aujourd'hui comme l'un des acteurs majeurs de l'employabilité dans la région. Son attractivité auprès des talents n'est plus à démontrer, elle est le fruit d'une stratégie de marque employeur construite dans la durée, portée par des actes concrets et une cohérence entre discours et réalité quotidienne.

L'intégration comme expérience immersive globale

Pensée comme un levier stratégique majeur, la phase de pré-intégration à Mazagan jette les bases d'une relation de confiance mutuelle et durable. Le resort a ainsi conçu un parcours d'onboarding particulièrement innovant, incluant l'attribution de parrains internes et des modules de formation initiaux exclusifs.

Le point d'orgue de cette démarche managériale est sans nul doute l'expérience appelée « We Are Unique Experience ». Chaque nouvelle recrue bénéficie d'une nuitée au sein du resort pour vivre, en im-



ersion complète, la promesse client. Cette approche permet de comprendre l'exigence du luxe tout en renforçant le sentiment d'appartenance dès les premières étapes du parcours.

Le développement des talents au cœur du modèle

Au cœur de Legacy Path, la Mazagan Academy incarne la conviction que la formation est un levier stratégique, pas qu'un simple outil opérationnel.

À travers cette académie, le Resort déploie des programmes de formation innovants, différenciants et sur mesure, conçus pour accompagner les collaborateurs à chaque étape de leur évolution professionnelle.

L'ambition dépasse largement la montée en compétences technique. Il s'agit avant tout de construire des trajectoires durables, alignées à la fois avec les aspirations individuelles et les besoins stratégiques du Resort. Promotions internes, mobilité fonctionnelle, plans de succession et accompagnement managérial s'inscrivent pleinement dans cette vision long terme.

Parmi les initiatives phares figure notamment le programme Women in Leadership, qui a déjà connu trois promotions et qui accompagne les femmes du Resort dans le développement de leur leadership et de leur potentiel managérial. Une démarche qui traduit concrètement l'engagement de Mazagan en faveur de la diversité et de l'in-

clusion, avec aujourd'hui près de 50 % de femmes représentées dans le management. Le Resort développe également des formations à fort impact social à travers son centre de formation par apprentissage CFA de Mazagan Academy, contribuant à renforcer l'employabilité des jeunes et à favoriser l'accès à la formation professionnelle.

« Legacy Path est le reflet de notre responsabilité envers chaque collaborateur. A Mazagan, nous croyons profondément que les talents ne se recrutent pas, ils se construisent. C'est cette conviction qui guide chacune de nos décisions RH : investir dans les personnes, leur offrir un cadre d'évolution clair et créer les conditions d'une contribution durable. » déclare Touria Lahouiri, Directrice des Ressources Humaines de Mazagan Beach & Golf Resort

Un engagement humain et sociétal durable

Au-delà du développement professionnel, Legacy Path reflète également une vision profondément humaine de l'entreprise. Mazagan place le bien-être de ses collaborateurs et de leurs familles au cœur de ses priorités, à travers différentes initiatives dédiées au soin, à la santé et à l'équilibre personnel.

Cette responsabilité s'étend également à l'écosystème local. Le Resort mène plusieurs actions de community engagement en faveur des jeunes et des femmes de la région, affirmant ainsi son rôle d'entreprise citoyenne et engagée.

À travers Legacy Path, Mazagan Beach & Golf Resort donne une traduction concrète à la vision Legacy Makers de Kerzner International : considérer chaque collaborateur comme un acteur capable de laisser une empreinte durable à travers son leadership, sa performance et sa contribution collective. En investissant dans l'humain, le développement des talents et la qualité de l'expérience collaborateur, Mazagan affirme ainsi une conviction forte : l'excellence de l'expérience client repose avant tout sur l'excellence de l'expérience collaborateur.



La CAC, près d'un siècle de confiance au service de la mobilité et des talents

Dans un secteur automobile en pleine transformation, la Centrale Automobile Chérifienne (CAC) conjugue depuis 1929 héritage et innovation. Importateur exclusif des marques Volkswagen, Volkswagen Véhicules Utilitaires, Škoda, SEAT, CUPRA, Audi, Porsche et Bentley, elle s'est imposée comme une référence du marché marocain. Au-delà des marques qu'elle représente, la CAC place aujourd'hui un moteur essentiel au cœur de sa réussite : ses collaborateurs.

Un héritage solide tourné vers l'avenir

Depuis près d'un siècle, la CAC accompagne les évolutions du marché automobile marocain et les attentes des consommateurs. Cette longévité repose sur une capacité constante à se réinventer tout en restant fidèle à ses fondamentaux : la qualité, la confiance et l'excellence opérationnelle.

À l'heure où les technologies, les usages et les métiers de l'automobile connaissent des transformations profondes, l'entreprise poursuit sa dynamique de développement en s'appuyant sur une vision claire : construire une mobilité plus performante, plus innovante et plus durable.

Cette ambition s'incarne dans une mission simple mais exigeante : offrir aux clients marocains des véhicules et des services de qualité supérieure, tout en plaçant l'innovation, l'expérience client et la durabilité au cœur de son action.

Une culture fondée sur des valeurs fortes

La réussite d'une entreprise se mesure autant à ses performances qu'à la culture qu'elle transmet à ses équipes. À la CAC, cette culture repose sur quatre valeurs qui structurent l'ensemble des relations et des décisions.

L'excellence, d'abord, qui se traduit par la volonté permanente de progresser, de se dépasser et d'offrir le meilleur niveau de service aux clients.

La confiance, ensuite, véritable socle des relations entretenues avec les collaborateurs, les partenaires et les clients. Une confiance qui se construit dans la durée et qui contribue à la réputation de l'entreprise.

L'engagement, qui guide les actions quotidiennes des équipes et nourrit une relation de proximité avec l'ensemble des parties prenantes.



Derrière chaque marque, chaque projet et chaque réussite, il y a des talents engagés qui font avancer la CAC.

Enfin, la responsabilité, qui reflète la volonté de contribuer positivement à son écosystème et d'inscrire chaque action dans une logique d'amélioration continue.

Ces valeurs ne sont pas seulement affichées ; elles constituent un cadre de référence partagé qui accompagne le développement des femmes et des hommes qui font vivre l'entreprise.

Une entreprise qui investit dans le potentiel humain

Dans un contexte où l'attractivité des talents devient un enjeu stratégique majeur, la CAC place le capital humain au cœur de sa démarche.

L'entreprise offre à ses collaborateurs un environnement de travail structuré, stimulant et propice à l'apprentissage. Les opportunités de développement professionnel y sont nombreuses, qu'il s'agisse d'évolution de carrière, d'acquisition de nouvelles compétences ou de participation à des projets à forte valeur ajoutée.

Rejoindre la CAC, c'est intégrer une organisation qui valorise l'initiative, encourage l'innovation et accompagne ses équipes dans

leur progression. C'est également participer à une aventure collective portée par des marques internationales prestigieuses et par une vision ambitieuse de l'avenir de la mobilité.

Construire ensemble les mobilités de demain

À travers ses métiers, ses marques et ses collaborateurs, la Centrale Automobile Chérifienne poursuit une ambition claire : continuer à écrire l'histoire de l'automobile au Maroc tout en préparant l'avenir.

Une trajectoire résumée par la signature portée par sa Direction Générale : « Un ancrage solide pour une transformation agile. »

Une promesse qui traduit à la fois la force d'un héritage centenaire et la volonté d'avancer avec audace dans un monde en constante évolution.

La CAC, c'est près d'un siècle d'histoire, une vision tournée vers demain et des talents qui construisent chaque jour la mobilité marocaine de demain.