

REGION

Aujourd'hui,
de quoi vit la région
Analanjirifo ?

page 14

TOURISME

Sainte Marie, l'île
paradisique classée
au quatrième rang
mondial des meilleures
destinations 2023

page 18

DIGITALISATION

Interview avec Le Ministre du
Développement Numérique,
de la Transformation
Digitale, des Postes
et des Télécommunications

page 34

CULTURE

Le projet FLOW'RAISON
page 48



Le magazine des industries de Madagascar

expansion

MADAGASCAR

numéro 34 | Février - Mars 2023 | Ar. 9 000

DIGITALISATION ET EXTERNALISATION
**LE DIGITAL, UN SECTEUR
PROMOTEUR POUR LES
JEUNES À MADAGASCAR**

PORTRAIT

**JULIEN
MARCHAND**

**DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE LA SOCIÉTÉ WEBHELP
MADAGASCAR**

P26



MADAGASCAR
UN COCKTAIL D'ÉMOTIONS
avec



DZAMA
dzama.mg



Za'Malagasy !

ASSURANCE RETRAITE

FAITES DU PRÉSENT LE PILIER DE VOTRE AVENIR

- ✓ De 18 à 55 ans
- ✓ Cotisation à partir de 2 000 Ar libre en montant et périodicité
- ✓ Sortie en rente ou en capital de la prime à partir de 60 ans



ASSURANCES ARO
FIANTOHANA ARO

Vivre et entreprendre
en toute sérénité

DISPONIBLE DANS NOTRE APPLICATION

Téléchargez maintenant!



Simulation | Souscription | Paiement cotisation
Déclaration de sinistre | Téléchargement d'attestation



www.aro.mg

020 22 201 54

contact@aro.mg

Aro

Assurances Aro

Assurances Aro

COUPON

ABONNEZ-VOUS
au magazine des industries de Madagascar

Le magazine des industries de Madagascar

expansion
MADAGASCAR

- Une offre découverte | 3 NUMÉROS
POUR 25 000 ARIARY
- Une offre privilège | 6 NUMÉROS
POUR 48 600 ARIARY
- Une offre premium 12 numéros : | 12 NUMÉROS
POUR 86 600 ARIARY

Nom	..
Prénom	..
Société	..
Téléphone	..
E-mail	..
Adresse	..

(+261) 34 86 420 86 | contact@ods-mada.com | Immeuble Tana 2000 Ankorondrano | Antananarivo 101

SOMMAIRE

06 **Vie du SIM**
Forum National
des Investissements
pour l'Émergence de
Madagascar
Nouveaux membres



10 **Brèves**
avec Orange actu



12 **Région**
Analanjirofo



18 **Tourisme**
Sainte Marie, l'île
paradisienne classée
au quatrième rang
mondial des meilleures
destinations 2023



26 **PORTRAIT**
Julien Marchand
Directeur général
de la société
Webhelp Madagascar

34 **DIGITALISATION**
Interview avec
Le Ministre du
Développement
Numérique,
de la Transformation
Digitale, des Postes
et des
Télécommunications



48 **Culture**
Le projet
FLOW'RAISON



50 **Malagasy Ny
Antsika**



**Syndicat
des Industries
Madagascar**

Immeuble Vitasoa
Analakely
1ère étage Antananarivo
101, Madagascar
(+261) 20 22 240 07
www.sim.mg

Fondateurs

Hery Ranaivosoa, Fredy
Rajaonera, Damase
Andriamanohisoa,
Frank Fohine,
Stéphane Raveloson,
Karim Barday, Francis
Rajaobelina, Laurent
Rajaonarivelo, Claude
Ratefiarisoa

**Directeur de
publication**

Amiraly Hassim

Directeur de rédaction

Lea Ratsiazao

**Responsable du
dossier digital et de la
rubrique culture**

Emre Sari

Equipe éditoriale

Tiana Ramanoelina
Santatraverny
Zara Nambi
Na Hassi
Anselme Randriakoto

**Graphisme & mise en
page**

ODS SAU

Crédits photos

SIM, Nosy Ranarisoa,
Orange actu, © OTSM
– Office du Tourisme de
Sainte-Marie, Monsieur
le Gouverneur de la
région Analanjirofo,
Adonia Denisse
Rajaonarison, Intelcia,
Matina Razafimahefa,
Flow'Raison, Freepik,
Pixabay

**Régie publicitaire &
abonnement**

(+261) 34 86 420 86
contact@ods-mada.com
Immeuble Tana
2000 Ankorondrano,
Antananarivo 101
Madagascar

Imprimé par

Nouvelle Imprimerie des
Arts Graphiques

Edito



Madagascar peut mieux faire !

A l'occasion de cette nouvelle année, je tiens à adresser mes meilleurs vœux à vous tous. Que le bon Dieu nous accorde santé.

En début d'année, il est toujours important de revoir le bilan des années passées pour définir nos perspectives. Dans le cadre de ce numéro qui traitera la Région Analanjirofo, le message que je suggère est le suivant : il est temps pour le pays de se réveiller, il faut aller de l'avant. A l'avènement des élections cette année, il est plus que temps de développer notre secteur industriel pour rétablir l'économie du pays. Jusqu'ici, on s'est contenté juste d'importer des produits finis et d'exporter des produits bruts alors que la logique aurait voulu qu'on développe la chaîne de valeur locale et l'industrialisation.

A comparer avec la Région Atsimo Andrefana présentée dans le précédent numéro de notre magazine, un constat s'impose : comme par hasard ce sont deux économies opposées ; dans le Sud-Ouest on part d'une condition précaire tandis qu'ici dans l'Est, l'Analanjirofo apparaît comme une Région des produits riches et des produits de niche. Dans l'Analanjirofo, on n'a pas fait grand cas d'améliorer les cultures ; on s'est résigné à cueillir alors que pour certaines on était le numéro un mondial. Dans le cas de la vanille par exemple, le marché mondial en demande : 5000 tonnes en réponse au dernier appel à manifestation d'intérêt lancé par le ministère de l'industrie, du commerce et de la consommation (MICC) alors que le pays ne peut offrir que 3000 tonnes. La Région Analanjirofo produit aussi du litchi, du corossol, du girofle et bien d'autres ; elle est également une magnifique destination touristique/écotouristique.

En fait, ce sont de nouvelles perspectives qui montrent encore une fois que nous avons la chance de pouvoir diversifier l'industrialisation malgache. Le développement de Madagascar se fera à travers plusieurs axes : le tourisme, l'industrialisation, l'agrobusiness, le numérique. A propos de ce dernier, les contraintes de la pandémie du Covid 19 ont boosté les centres d'appel et ou traitement de données devenus selon certaines sources le premier employeur du pays. Le monde d'aujourd'hui offre beaucoup d'opportunités. Avec les nouvelles technologies, le monde dispose d'une autre carte en main, soyons intelligents pour pouvoir en profiter.

Ceci dit, quand on voit cette jeunesse qui est là, instruite, diplômée et de plus en plus sollicitée par des sociétés à l'étranger, cela montre que le développement de notre pays passera par ces différents axes. Et nous devons déployer un effort exceptionnel pour vraiment accompagner ces axes de développement. Nous pouvons aujourd'hui affirmer que pour une fois, les étoiles sont alignées et que ça ne dépend plus que de nous, de notre volonté. Car Madagascar peut mieux faire !

Ainsi à l'occasion du Nouvel An, nous lançons un peu l'appel aussi bien à la jeunesse qu'aux autorités, en disant qu'il est possible de bien faire, de mieux faire ; et que Madagascar peut jouer un grand rôle pour accompagner le changement dans le monde de demain.

En effet, jusqu'ici nous nous sommes contentés de l'existant, nous n'avons pas amélioré les cultures et les productions. Non seulement nous ne l'avons pas fait -et ce qui quelque part fait et explique le retard du pays, mais en même temps, on n'a pas compris non plus que ces produits de niche demandent quand même des efforts d'entretiens, de renouvellements, de créations de nouvelles parcelles/pépinières, d'extension des superficies. Il faut reconnaître aussi que le climat exige des changements. Il se peut que si on ne les réalise pas, le risque de raréfaction et de disparition des cultures est grand ; et d'un, et de deux, comme on n'a pas su malgré la forte demande de ces produits de niche, on n'a pas su augmenter l'offre -on est resté sur ce qu'il y avait, du coup cela a donné l'envie à d'autres pays d'aller vers ces produits de niche ; comme quand on voit aujourd'hui l'Ouganda qui se lance dans la vanille, ou un tel autre pays qui veut lui aussi faire du cacao ; bref, on se retrouve maintenant avec des concurrents.

Mais heureusement et Dieu merci, nos produits sont quand même reconnus dans le monde et de loin de meilleure qualité. Cela n'empêche qu'il est plus que temps que nous en prenions conscience. Adaptions maintenant nos méthodes de production, nos méthodes transformations par rapport aux changements et au changement climatique.



Vie du SIM

01

Forum National des Investissements pour l'Émergence de Madagascar

Le Président ainsi que quelques membres du bureau du SIM ont été invités au Forum National des Investissements organisé par la Présidence au CCI Ivato du 28 au 29 octobre 2022. Durant cet événement a été présenté les secteurs stratégiques du Plan de l'Émergence de Madagascar contenant les mesures prises par le Chef de l'État pour améliorer le développement économique du pays.

Au total, 8 tables rondes ont été organisées lors de ce forum. 10 ministères et le Secrétariat d'État en charge des nouvelles

villes et de l'habitat ont participé à ces tables rondes et ont présenté des projets et des opportunités d'investissement dans le tourisme, l'agriculture, les infrastructures, l'industrie, l'énergie, l'économie numérique et la formation professionnelle. Les différentes institutions publiques y ont présenté les mesures incitatives favorisant les investissements.

Plusieurs protocoles d'accord et lettres d'intention entre différents ministères et des investisseurs ont également été signés durant cet événement.



02

Table Ronde Economique sur le renforcement des mécanismes de Dialogue Public Privé

Dans le cadre de l'amélioration du climat des affaires à Madagascar, une séance de Dialogue Public Privé a été organisée le 24 Novembre 2022 par l'EDBM en partenariat avec l'Union Européenne. L'objectif étant d'analyser ce mécanisme de Dialogue Public-Privé pour identifier ensemble les pistes d'amélioration en vue d'instaurer un environnement des affaires favorable à

Madagascar.

Le Président du SIM a participé à cette table ronde économique durant laquelle il a communiqué l'importance de la mise en place d'un vrai dialogue entre l'État et les opérateurs économiques mais également d'un partenariat public-privé pour renforcer le tissu industriel malagasy.

A noter que des réunions préalables ont eu lieu en vue de recueillir les desideratas des deux parties qui ont été combinés dans une feuille de route. Cette feuille de route comporte les améliorations du mécanisme du Dialogue Public-Privé sur le plan juridique, opérationnel, et stratégique.

03

Sensibilisation sur le ZLECAF

Le Ministère de l'Industrialisation, du Commerce et de la Consommation (MICC) en partenariat avec le PNUD Madagascar a organisé atelier sur la Zone de Libre-échange Continentale Africaine (ZLECAF) les 29 et 30 novembre 2022 au Novotel, Antananarivo.

La rencontre a pour objectif de sensibiliser toutes les parties prenantes sur l'accord relatif à la ZLECAF, d'éclairer les enjeux, les opportunités, les défis, les menaces et également de définir les actions pour faciliter sa mise en œuvre à Madagascar.

Durant cet événement, le Président du SIM, monsieur HASSIM Amiraly a tiré la

sonnette d'alarme sur la nécessité de renforcer les industries locales avant de signer ces accords de libres échanges.

Les résultats de ce dialogue alimenteront les éléments de décision du pays pour définir sa feuille de route sur la question de l'intégration du pays à cette Zone de Libre Echange.

04

Débat sur la crise alimentaire

Le SIM à travers son Président M.Hassim Amiraly a participé à la conférence-débat ayant comme thème «les innovations face à la crise alimentaire» organisée par les Alumni YLTP et la FES le vendredi 17 novembre 2022 au PK0 Soarano.

Syndicat des Industries de Madagascar

05

Projet de création de Comité de Jeunes

Le 18 novembre 2022, Le Président et le Directeur Exécutif du SIM ont tenu une rencontre avec un groupe de jeunes diplômés.

La discussion a été axée sur le projet à mettre en place pour l'accompagnement des porteurs de projets, start-up, et PMI.

A noter que l'accompagnement des jeunes entrepreneurs est parmi le prioritaire du SIM. Divers projets sont en cours dans le but de renforcer la capacité des jeunes entrepreneurs pour pérenniser et développer rapidement leurs activités jusqu'à ce qu'ils deviennent de vrais industriels.

06

Rencontre avec la Banque Publique d'Investissement France (BPI France)

Le SIM a reçu l'invitation de l'EDBM à rencontrer les représentants de la Banque Publique d'Investissement France (BPI France) et Business France le 18 novembre 2022 à l'hôtel Ibis Ankorondrano. M. Hasim Amiraly, Président du SIM et M. Andry Ravalomanda de la Société Générale Madagascar ont représenté le SIM à cette rencontre.

BPI France créée en 2014, est une institution financière à caractère « commerciale » accompagnant essentiellement les PME

et ETI dans leur développement à vocation sectorielle en proposant des solutions de crédit, des garanties, des fonds propres mais aussi des financements export pour la croissance d'une entreprise à l'international.

A Madagascar, les entrepreneurs intervenant dans tous les secteurs à fort intérêt économique peuvent bénéficier des solutions proposées par BPI France en matière de financement et d'investissement pour leur développement dès lors que l'entrepre-

neur a un partenaire (à titre d'exemple un fournisseur, un partenaire financier sur un marché ou un associé dans une joint-venture) sous réserve que ce partenaire soit français et atteigne une part de 20% dans le contrat commercial. Pour ce faire, ledit partenaire français doit s'adresser à BPI France, en l'occurrence pour Madagascar, au niveau du Directeur Régional Afrique de l'Est, Afrique Australe et Océan Indien.

07

Invitation à la réunion Dialogue Public-Privé (DPP) virtuelle concernant la loi de programmation industrielle

Les séances de Dialogue Public Privé sur l'industrialisation réalisées durant les semaines du 28 mars et du 09 mai 2022 ont abouti à l'élaboration de la liste d'engagements du MICC et du secteur privé.

Il a été convenu durant ces rencontres d'élaborer une loi de programmation industrielle afin de fixer le schéma directeur de l'industrialisation à Madagascar.

Le 23 novembre 2022, une réunion virtuelle a eu lieu afin de présenter les grandes lignes de la loi de programmation industrielle et recueillir les éventuelles propositions du secteur privé.

08

10ème anniversaire d'Ambatovy

La société Ambatovy Minerals SA a célébré ses 10 années de production à Madagascar le 29 novembre 2022 au Novotel Alarobia. Plusieurs membres du SIM ont été invités à cette cérémonie. Durant l'évènement s'est déroulée également la remise de l'attestation de labellisation à la société Ambatovy. Dorénavant, le Nickel, le Cobalt et le Sulfate d'Amonium sont labellisés Malagasy ny Antsika.





Vie du SIM

09

Rapport sur le Climat Pays et Développement du Groupe Banque Mondiale pour Madagascar

Dans le cadre de l'élaboration du rapport sur le climat et le développement du pays (CCDR) de Madagascar, la Société Financière Internationale et la Banque Mondiale ont organisé une réunion de consultation avec le Secteur Privé, dont le SIM fait partie, le Vendredi 2 décembre 2022 au Novotel.

Le CCDR est un document du Groupe de la Banque mondiale, qui vise à identifier les moyens pour Madagascar d'atteindre ses objectifs de développement en favorisant un développement plus vert, plus résilient et plus inclusif. Le secteur privé est une partie prenante clé pour atteindre cet objectif.

10

Atelier de célébration de la Journée de l'Industrialisation en Afrique

Comme chaque année, Madagascar a célébré la Journée pour l'Industrialisation de l'Afrique le 6 décembre 2022. Cette année, la Journée est placée sous le thème de « Industrialiser l'Afrique : engagement renouvelé en faveur de l'industrialisation inclusive et durable et d'une diversification économique ».

Durant l'évènement, une vidéo résumant les activités menant par le SIM relatif à son appui à une dizaine de PMI a été présentée par son Président.



11

Comité de Pilotage projet FSPI

Le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MESUPRES) et le Service de Coopération et d'Action Culturelle (SCAC) de l'Ambassade de France ont mis en place des projets de « Fonds de Solidarité Pour l'innovation » (FSPI). Madame Evelyne Rakotomanana, Directeur Exécutif du SIM est la représentante du SIM au sein du Comité de Pilotage de ce projet.

12

Nouveaux membres

Les deux sociétés Madaplast et Madafoam ont rejoint la grande famille du SIM. Les membres du Conseil ont validé leur demande lors de sa réunion du 22 novembre 2022.

- Madaplast basée à Andohatapenaka, dans la zone industrielle Akoor Digue, ayant comme activité la production et la vente d'articles en plastique.
- Madafoam basée à Ambohibao, ayant comme activité la fabrication et la distribution des matelas.



13

Label Malagasy ny Antsika

Après avoir suivi les différentes étapes de procédure pour l'obtention du droit d'utilisation du label « Malagasy ny Antsika », le Comité de labellisation au sein du SIM a validé la demande de labellisation des deux sociétés AMBATOVOY MINERALS SA

et TECHNOPET et aussi la demande de renouvellement de labellisation de la société SALONE. La remise de l'attestation de labellisation de la société AMSA s'est déroulée durant la célébration de son dixième année de production à Madagascar le 29

novembre 2022 tandis que celle des deux autres sera effectuée durant la prochaine réunion du Conseil en janvier 2023. Le contrat de labellisation a une durée de trois ans renouvelables.

14

Action sociale : Remise de dons et grand goûter avec l'association SOS Village d'Enfants à Vontovorona :

Comme tous les ans, au mois de décembre, le SIM organise une action de bienfaisance auprès de l'association SOS Village Enfants Vontovorona. Cette association prend en charge les enfants orphelins. Elle regroupe à peu près 14 maisons, 81 enfants de 6 à 19 ans et 40 encadreurs.

Cette année, l'évènement a eu lieu le samedi 10 décembre 2022.

Au programme :

- distribution de produits
- distribution de jouets et de livres
- Des goûters et encas, partagés avec les enfants et les encadreurs au sein de l'association.

Les membres du SIM qui ont participé à cette action sont : HABIBO MILLS, NEWPACK, CHOCOLATERIE ROBERT, NEWPLAST, groupe TALOUMIS, SOMAPRO, SALONE, SOTRAMEX, COMACAT, MATEZA TOLE, MAKIPLAST, AMBATOVOY, MAURILAIT, AVITECH, STAR, Cie VIDZAR et VY MAD.



► ROUTE NATIONALE 6 EN TRAVAUX



La route nationale 6 (RN 6) reliant Antsohihy et Ambanja, entre le PK 291+300 et PK 291+700, est en travaux, selon les informations communiquées par le ministère des Travaux publics. Il y a de nombreux travaux de construction et de réhabilitation à faire sur cette route nationale.

La Banque mondiale et le gouvernement malgache financent les travaux à travers le projet PDDR (Projet de Développement Durable du Secteur Routier) du CERC (Composante d'Intervention d'Urgence et de Contingence). Les travaux dureront 12 mois et seront réalisés par ISO Construction.

► 6436 TONNES DE CREVETTES EXPORTES EN 2021

En 2021, la Grande île a exporté 6436 tonnes de crevettes d'une valeur estimée à 84,21 millions USD, selon les données diffusées par l'Economic Development Board of Madagascar. Les 3 principaux pays consommateurs des crevettes de Madagascar sont la France avec une importation de 5085 tonnes, la Chine avec une importation de 918 tonnes et l'Espagne avec une importation de 224 tonnes. En termes d'exportations intra-africaines, Madagascar représente 12,05% de part. Faut-il savoir que dans le secteur de la pêche, la crevette est le deuxième produit de la mer le plus valorisé au monde, devant le thon et juste après le saumon.



► LITCHIS MALAGASY EN CONCURRENCE AVEC CEUX DE L'AFRIQUE AUSTRALE

Si l'offre malgache a largement dominé le marché européen lors de la dernière semaine de 2022, la concurrence entre les litchis de Madagascar et ceux d'Afrique australe était plus intense au début de l'année 2023. Une tendance à un alignement tarifaire, avec des prix qui se situaient à un peu moins de 3 euros/kg a été observée alors que la demande a commencé à s'infléchir, indique la lettre du litchi. Néanmoins, la commercialisation se poursuit et des enseignes continuent de référencer le produit, même si la place sur les linéaires tend à diminuer.



► MADAGASCAR PARTICIPERA A LA CONFERENCE « EDUCATION SANS DELAI »

Le ministère de l'Éducation nationale devrait représenter Madagascar à la Conférence de haut niveau sur le financement du fond "Éducation sans délai" qui se tiendra à Genève les 16 et 17 février 2023.

En septembre dernier, le fonds mondial des Nations Unies pour l'éducation en situation d'urgence et de crise prolongée, Éducation sans délai « Education Cannot Wait » avait lancé un appel de fonds urgent aux dirigeants mondiaux de 1,5 milliard de dollars, afin qu'il puisse venir en aide, aux côtés de ses partenaires stratégiques, à 20 millions d'enfants et d'adolescents touchés par les crises au cours des quatre prochaines années.



► MADAGASCAR DANS LES TOP 5 DES MEILLEURES DESTINATIONS 2023



Les principales agences de voyage ont révélé le top 5 des meilleures destinations de voyage pour l'année 2023. L'île de la Dominique qui figure dans la liste «Best in Travel» pour 2023 établie par le célèbre Lonely Planet, pointe en première position pour 2023. L'île de la Dominique fait notamment partie des meilleures destinations pour se détendre. Saint-Kitts ou Saint-Christophe_et_Niévès occupe la seconde position, suivie de Mexique et du Japon, rapporte le magazine économique américain Forbes.

Madagascar se positionne à la cinquième place du classement. L'agence de voyages de luxe Black Tomato a choisi Madagascar, indiquée comme l'une des régions du monde les plus riches en biodiversité et les plus de la conservation de la nature, avec une flore et une faune endémiques, rapporte-t-on. Black Tomato affirme que grâce à l'amélioration des infrastructures et de l'accessibilité, Madagascar est en passe de devenir le prochain endroit idéal pour exploiter les voyages en vue d'éduquer la future génération.

Région Analanjirofo

Analanjirofo est par essence la région des produits de rente par excellence : girofle, vanille, café, cannelle, litchis. Autre atout important de la région : le tourisme grâce entre autres aux baleines de l'île de Sainte Marie

Analanjirofo regroupe six districts : Fénériver-Est - Manarana-Nord - Maroantsetra - Sainte-Marie - Soanierana Ivongo - Vavatenina

Comme son nom l'indique, Analanjirofo (forêt de girofles) est la capitale du girofle. Mais pas seulement. Les producteurs de la région valorisent aussi le café, la vanille, la cannelle, le litchi.

La notoriété de la région Analanjirofo est inégalée tant par la qualité de ses produits de rente que par la spécificité de ses offres touristiques. Destination de rêve, l'île paradisiaque de Sainte-Marie ne peut que séduire par ses plages de sable fin et ses fameuses baleines sans oublier le paysage vert qui abrite des espèces endémiques rares.

Capitale du girofle

Analanjirofo sort jusqu'à 7.000 tonnes de girofle par an sur les 23 000 à 25 000 tonnes de la production totale de la Grande Ile. Produit d'exportation phare de Madagascar, le girofle représente 3,27% du taux national d'exportation précédant la vanille et le café. Madagascar est d'ailleurs le premier exportateur mondial et le deuxième producteur de girofle. L'Inde reste le principal client mais aussi le Singapour, les Emirats Arabes Unis, les Etats Unis...

Destination de rêve

L'île paradisiaque de Sainte Marie, très réputée mondialement par ses baleines, séduit touristes locaux et étrangers. Le « Festival de Baleines » est devenu une référence incontournable depuis des décennies et fait

la renommée de la région. Pour entendre le chant de ces cétacés géants, il faut aller sur la Baie d'Antongile, principale zone de transit et de reproduction des baleines.

Sans oublier la côte de la région Analanjirofo très verdoyante et abritant des espèces endémiques de faunes et flores. D'ailleurs, la 113e espèce de lémurien endémique à Madagascar, *Microcebus johani*, a été découverte récemment dans la région par le célèbre chercheur Jonah Ratsimbazafy. Ainsi l'Analanjirofo représente une région de choix pour les investisseurs touristiques, affirme l'EDBM.

Concernant les infrastructures touristiques, la région regroupe plus de 14 agences de voyages, 4 hôtels catégorie Étoilé et 53 catégorie Ravinala.

Population jeune

Avec une superficie de 22.384 ha, la région Analanjirofo abrite 4,7% de la population nationale, dont la plupart demeure au chef-lieu de la région, Fénériver-Est (32,3%). La région bénéficie d'un capital humain jeune et actif et offre ainsi de multiples opportunités attrayantes en termes de capitaux humains. D'ailleurs, cette population locale dispose d'un taux de qualification primaire (45,8%) et secondaire (10,3%). Région agricole par excellence, ANALANJIROFO regroupe un nombre considérable de travailleurs (73,7%) dans ce même secteur.

Priorité aux produits phares

Région agricole par excellence, les activités de la région sont principalement axées dans la transformation de ses produits phares (229 unités), notamment le girofle (huile essentielle), la vanille, le café et bien d'autres. Par ailleurs, d'autres activités de transformations y sont également sises, incluant : les usines de fabrication de boisson (89 unités), les unités de menuiserie et de

scierie (43%), les usines de décortiquerie (41 unités), les unités de transformation de produits artisanaux (30 unités), les unités de travaux métalliques (23), les unités de transformation textile (22), et les lapidaireries et bijouteries (21).

Écrin de ressources minières de renommée mondiale (l'Ilménite et le quartz, dit péso-électrique), ainsi que de pierres précieuses et semi-précieuses (l'or, le béryl et l'améthyste), la région profite également d'un bon potentiel minier.

Léa Ratsiazo



Au cœur des produits de rente et du tourisme

FAITS ET CHIFFRES SUR LA RÉGION ANALANJIROFO

Part de la population de la région sur Madagascar : 4,7%
Âge moyen : 33
Taux d'alphabétisation : 62,9%
Transport routier : 13 coopératives de transport
Transport aérien : 3 aérodromes
Puissance fournie pour l'électricité : 4 504 kwh
Capacité d'eau : 26 340 m3
Trafic maritime et fluvial : 1 port fluvial et 1 port maritime
Surface cultivable : 224.240 ha



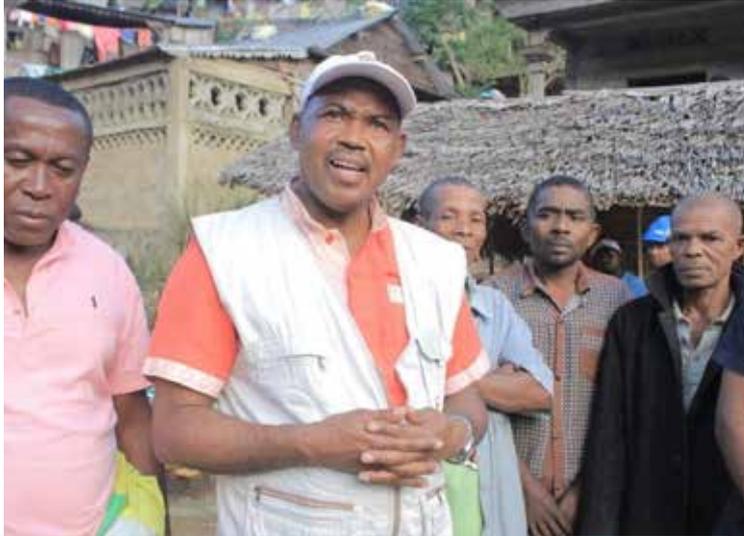
LES CULTURES

Céréales : 74,6%
Racine et tubercules : 66,67%
Légumineuses : 26,98 %
Légumes : 12,7%
Cultures industrielles : 76,19%
Épices : 74,6%
Fruits : 73,02%
Autres : 14,29%





“Les infrastructures routières font défaut”



Marcellin Randriamanantena
Gouverneur de la région Analanjirofo

La « forêt de girofles », traduction littérale de “Analanjirofo”, n’arrive pas encore à tirer pleinement profit de ses ressources, selon le gouverneur de la région, Marcellin Randriamanantena. Le tourisme et les produits de rente (vanille, girofle, litchi et cannelle), les deux principaux atouts, ont besoin de routes et de protection contre les cyclones.

Aujourd’hui, de quoi vit la région Analanjirofo ?

La région vit essentiellement de l’élevage et l’agriculture ; notamment les produits de rente comme le girofle ou la vanille mais aussi d’autres plantes comme le manioc, la patate douce et les bananes. 38 % de la région est encore couverte par des forêts, surtout de girofles mais aussi des réserves naturelles comme de Makira, la forêt de Masoala, d’Ambatovaky et de Zahamena. Elle dispose des vastes plaines rizicoles, de Maroantsetra jusqu’à Vavatenina. Analanjirofo se démarque aussi car nous avons le riz noir, le riz jasmin et la variété “Madame rose”.

Qu’est-ce qui freine le développement de toutes ces filières ?

De par son climat, la région est très humide et les infrastructures routières en paient les frais. Nous avons rénové quelques tranches de route et on doit mettre en place des barrières de pluies pour les préserver. Deux districts : Mananara Nord et Maroantsetra sont complètement isolés à cause de l’état délabré des infrastructures routières. Cependant, une partie de la RN5, celle qui relie Soanierana Ivongo à Vahibe et qui mène jusqu’à Mananara Nord et qui mesure 75 kilomètres fait actuellement l’objet d’une rénovation. Cela permettra aux agriculteurs d’acheminer et de vendre leur récolte comme il se doit. En outre, chaque année, la région est confrontée à des cataclysmes naturels, dont en 2022, trois cyclones. Cela cause des inondations et impacte les récoltes.

Il faut noter aussi le peu des barrages pour irriguer les rizières : seules Izafo, Marovinananto, Ambalafary et certaines à Maroantsetra en disposent. Si l’ensemble des rizières existantes étaient aménagées comme il se doit, tout au long de l’année, l’autosuffisance alimentaire de la région serait tout à fait envisageable. Ce qui n’est pas encore le cas pour le moment.

Avez-vous des pistes de solutions pour résoudre ces problèmes ? Qu’en est-il du plan de développement de la région ?

Pour les catastrophes naturelles, on est

obligé d’y faire face, mais on met en place des méthodes de cultures résilientes et résistantes aux catastrophes. Par ailleurs, nous avons le Plan de l’Emergence Régional de l’Analanjirofo (PERA) et le plan régional de développement durable. Nous déployons nos efforts pour développer la région en tachant de n’oublier aucun district. Nous menons des actions depuis trois ans maintenant. Chaque district de la région a bénéficié d’une rénovation des infrastructures routières, soit en pavé soit en goudron. Sur la route reliant Maroantsetra vers Ambinany, nous avons réparé huit ponts sur 15 sur une route qui fait 27 kilomètres. Nous allons continuer nos efforts, d’autant plus qu’on dispose d’engins qui ont été offerts par l’Etat. Au total, 177 kilomètres de pistes ont pu être rénovés en un an et demi. Le prochain chantier est la piste de 37 kilomètres qui relie Mananara Nord à Sandrakatsy. Dans le volet social, nous avons rénové la toiture des écoles, et les doter en tables et bancs pour certaines. On distribue 5 lampadaires par commune, et 42 en ont déjà bénéficié. Nous disposons aussi de l’hôpital « manara-penitra » à Mananara Nord. Et enfin, nous construisons des barrages pour les rizières.

On ne peut pas parler de cette région sans parler du tourisme et de la pêche...

Effectivement, 20 % de la population vit grâce au tourisme. Nous avons des sites comme Masoala, Ambitsika, Mahambo

et surtout l’île Sainte-Marie qui attirent les visiteurs. D’ailleurs, je remercie les autorités d’avoir rouvert le vol qui relie La Réunion à Sainte-Marie. Concernant la pêche, de Maroantsetra à Mahambo, 8% à 10 % de la population sont des pêcheurs traditionnels. Le ministère de la Pêche et de l’Économie bleue veille à la filière. Il y a aussi le programme Swiofish qui dote en matériel les pêcheurs. Dans le même temps, la culture d’algue commence à gagner du terrain à Sainte-Marie car trois entreprises disposent déjà d’agréments pour cette activité.

Tiana Ramanoelina





charpentier
du bois lamellé
depuis 1976

Construisons hazovato, construisons durable*

charpentes - maisons en bois - pergolas

nouveau



padel en bois lamellé couvert

bureau d'études



montage en usine



transport et pose



*forestier responsable et solidaire

confiez-nous
vos projets

devis gratuit

www.hazovato.com

showroom@hazovato.com

034 43 574 71

034 22 410 55

034 31 003 45



Région



RAJAONARISON ADONIA DENISSE
Directeur régional du Commerce,
et de l'Industrie et de la Consommation

« La coopérative est une forme d'industrie idéale dans une économie rurale »

L'Analanjirifo rassemble un bon nombre de cultures de rente (vanille, girofle, litchi, cannelle) mais peu d'unités de transformation sur place. Un défi pour la zone et la direction locale du ministère du Commerce et de l'Industrie, qui souhaiterait "rapatrier" de la valeur ajoutée dans la région. La création de coopératives est une des solutions pour renforcer l'économie actuelle, saisonnière et fluctuante, selon Rajaonarison Adonia Denisse, la directrice ministérielle.

Comment décrire l'économie locale ?

La population se contente de l'agriculture, de la collecte et de la vente, mais minimise la transformation locale. Cela crée des fluctuations dans l'économie. La vie devient saisonnière dans la localité. Quand la vente de vanille bat son plein, les prix des produits augmentent automatiquement et vice versa. Dans le commerce, le circuit de distribution n'est pas non plus maîtrisé, surtout en période de campagne agricole. Par exemple, en période de récolte de girofle, les opérateurs ont l'habitude de rejoindre Fenerive Est. Cette situation crée une rupture du circuit de distribution, car il y a de nouveaux acteurs qui entrent en jeu. Quand la saison se clôture, ces acteurs disparaissent et ainsi de suite. Tout cela crée aussi des problèmes dans le contrôle

des données statistiques. Il devient difficile d'établir des statistiques précises propres à la région.

Quelle est la place de l'industrialisation dans la région ?

On fait face à une économie de collecte, c'est-à-dire que la plupart des grandes entreprises industrielles sont implantées dans d'autres régions, mais disposent d'antennes dans l'Analanjirifo. Ces antennes ne font que fournir les entreprises mères, ce qui fait que la production se limite parfois à la commission. Elles constituent environ 80 à 95% des acteurs dans la localité et sont surtout dans le secteur de la vanille. Par ailleurs, il y a quand même des entreprises qui travaillent dans la transformation, dans la région, mais elles sont peu nombreuses. Elles se concentrent surtout à Mananara et à Maroantsetra. A Mananara nous comptons trois à quatre entreprises œuvrant directement dans l'exportation, et environ cinq ou six à Maroantsetra.

Dans ce contexte, quel est votre plan de développement ?

Pour nous qui sommes dans les régions côtières, nous nous concentrons sur le développement des coopératives.

Comme c'est une économie rurale, la coopérative est la première forme d'industrie idéale dans un monde rural. Nous déployons tous nos efforts pour créer le plus de coopératives possible et redynamiser celles qui sont déjà présentes. Dans le cadre du programme One district one factory (ODOF), celles-ci devraient bénéficier de lignes de production qui leur permettront de développer leurs activités.

Comment l'Etat vous aide dans ce sens ?

Il y a eu des descentes sur le terrain effectuées par des responsables ministériels dans le cadre du programme ODOF. L'objectif est de connaître les acteurs, ainsi que leurs projets respectifs. Nous avons des partenaires comme l'Agence des Nations unies pour le développement international (USAID) qui soutiennent cette initiative. Il faut cependant noter que la création d'industries est toujours une initiative du secteur privé. Le ministère est là pour épauler et promouvoir.

Quelle est la situation du secteur pêche ?

En décembre 2022, nous avons créé 21 coopératives dans le secteur pêche à Mananara grâce au soutien du projet SWIO-Fish, pour vous dire qu'il y a un développement du secteur pêche dans la région. Mais l'Analanjirifo fait face à des problèmes énergétiques. Quand on parle de pêche, il y a forcément un défi de conservation, et donc d'énergie. Néanmoins, je pense que les acteurs commencent à s'adapter malgré ces difficultés rencontrées.

Quelles sont les autres principaux défis du développement du commerce et de l'industrie dans l'Analanjirifo ?

L'industrialisation et le commerce exigent une infrastructure logistique solide. Pourtant, le mauvais état des routes figure parmi les principaux problèmes rencontrés par la région depuis toujours. Il y a également la situation économique en général, car on peut dire que l'économie de l'Analanjirifo est à mi-chemin entre l'économie urbaine et l'économie rurale ou agricole. Cette situation rend difficile l'industrialisation.

Zara Nambi



Une savoureuse
nouvelle année
à vous tous



+261 78 462 26 salone@salone.mg

EUROP'ALU

INNOVATION CONTINUE 

Première société œuvrant dans la menuiserie Aluminium certifiée ISO 9001 : 2015

Europ'alu est une société de fabrication et commercialisation en termes de menuiseries aluminium et d'habillage de façade.

Elle est présente à Antananarivo et en province notamment à Majunga, Tamatave, Nosy-Be et dernièrement à Diego. Et bientôt, un nouveau Showroom de 650 m² s'ouvrira également à Ankorondrano pour être plus proche des clients.

Nous proposons des produits de qualité répondant aux normes européennes et aux exigences des architectes : portes, fenêtres, volet roulant, store banne, pergolas, grilles bijoutiers, garde-corps, cloisons, baie coulissante ou fixe, murs rideaux, brise soleil, etc...

Nous avons comme devise l'innovation continue et c'est dans cette démarche que nous sommes fiers de vous annoncer l'obtention de la certification ISO 9001 : 2015.

Elle est synonyme d'un engagement fort afin de garantir un niveau d'exigence élevé sur la qualité de nos services et le suivi des projets clients.

Cette année, Europ'alu célèbre ses 18 ans de savoir-faire en menuiserie aluminium.



ANDRAHARO : +261 34 02 11 786

www.europ-alu.com 



Focus tourisme

SAINTE MARIE, L'ÎLE PARADISIAQUE CLASSÉE AU QUATRIÈME RANG MONDIAL DES MEILLEURES DESTINATIONS 2023

Dans les Top 50 des meilleures destinations mondiales pour cette année, Sainte Marie se remet du post covid. De renommée mondiale, comme une des plus belles îles au monde avec ses baleines, ses plages magnifiques, ses sables blancs ou sa nature luxuriante, Sainte Marie mérite bien sa qualification de « Île paradisiaque ». Une des raisons pour laquelle, Sainte Marie est classée par Travel Lemming, quatrième meilleure destination de voyage dans le monde pour cette année 2023. Travel Lemming est un guide de voyage américain en ligne, consulté par 6 millions de voyageurs.

Cette classification ravive sûrement l'espoir des opérateurs touristiques et de la population de la Nosy Boraha qui se remettent difficilement de la crise sanitaire et de la fermeture de la frontière.

La réputation de Sainte Marie n'est point usurpée, tout au contraire. Le guide de voyage encourage les touristes à visiter Sainte-Marie qu'il qualifie comme destination phare pour les amateurs de tourisme balnéaire et de nature luxuriante.



© OTSM – Office du Tourisme de Sainte-Marie

Mille et une attractions

L'île Sainte-Marie regorge de nature sauvage, de côtes accidentées et d'une variété infinie d'attractions. Une destination qui offre excitation, détente et découverte.

La visite de l'Île aux Nattes est incontournable. Exactement comme une carte postale où le visiteur vit un rêve éveillé. L'île aux nattes est une petite île de 2,5 km en état sauvage, sans infrastructure routière ni transformation d'aucune sorte. Sable blanc et eaux turquoises qui évoquent le paradis.

Les piscines naturelles, car il y en a trois à Sainte-Marie, sont à découvrir également.

Le safari baleine est également une des attractions qui fait la renommée de Sainte-Marie sur le plan mondial. Chaque année, ces géants mammifères marins migrent depuis l'Antarctique jusqu'au canal de Sainte-Marie pour se reproduire et mettre bas.

Des groupes de baleines sont visibles de mi-juin jusqu'à fin septembre au large de Sainte-Marie. La « danse des baleines » avec les chants qui vont avec sont une expérience unique au monde à vivre dans la vie.

Depuis plusieurs années, au mois de juillet, est organisé à Sainte-Marie le « festival de baleine ». Il s'agit d'une festivité culturelle et environnementale qui veut associer le côté culture et

les enjeux de la biodiversité de l'île. Il s'agit surtout de responsabiliser touristes et locaux sur la nécessité de protéger l'environnement dans sa globalité.

L'île de Sainte-Marie est également riche en histoire et en sites historiques. Les phares Blevac et Eiffel sont là pour le prouver. Ces phares construits respectivement en 1914 et en 1931 sont des témoins de l'Histoire.

Le Musée de l'Îlot Madame mérite aussi d'être visité. Si ce n'est que pour découvrir « une pièce de trésor engloutie d'un célèbre pirate écossais du XVII^e siècle. Cette pièce de trésor a été découverte par l'équipe d'explorateurs américains dirigée par l'archéologue Barry Clifford et exposée et conservée au Musée de l'Îlot Madame.

Les amateurs d'aventures ne peuvent que s'intéresser et visiter le cimetière des pirates et l'île aux forbans. Pendant deux siècles, l'île a été le repaire des brigands des mers. Au XVIII^e siècle, plus de mille corsaires y résidaient.

Aux alentours de 1700, l'île Sainte-Marie devint ainsi le port d'attache d'une vingtaine de vaisseaux et le lieu d'habitation d'un millier de forbans. Bref, on ne s'ennuie pas en visitant Sainte-Marie.

Léa Ratsiazo



Région forestière et culture de rente

Tourisme



Girofle, un produit à fort potentiel

© OTSM – Office du Tourisme de Sainte-Marie

Madagascar est un des principaux producteurs de girofle dans le monde. Nous publions une étude de l'EDBM.

Généralités

Madagascar produit 57,9% du girofle africain en 2020 et 13% du girofle mondial. La Grande Île exporte chaque année entre 30% et 50% de la girofle mondiale. En 2021, Madagascar a exporté 21 164 tonnes de girofle contribuant à plus de 120 millions \$ à l'économie malgache. Le girofle de Madagascar est surtout utilisé pour ses vertus thérapeutiques dans la pharmacie comme dans la médecine et les approches thérapeutiques traditionnelles.

Prestige

Bien que Madagascar ne soit pas le principal producteur de Girofle dans le monde, son produit est considéré comme parmi celui qui a la meilleure qualité sur le marché. L'exportation de la girofle de Madagascar est principalement destinée aux pays asiatiques réputés dans l'industrie pharmaceutique et agroalimentaire comme l'Inde, le Singapour, l'Indonésie et la Chine.

Saisonnalité

La saison de la récolte de girofle à Madagascar se situe normalement d'octobre à janvier (juste avant et durant la saison des pluies). La saison de production s'étale de septembre à décembre. Situation du marché: 22,9%: part de la production de l'Afrique dans la production mondiale. 26 000 : quantité de girofle importée par l'Inde (en tonnes). Production annuelle mondiale: 183 milliers tonnes / an.

PRINCIPAUX PRODUCTEURS MONDIAUX: 23 931 tonnes/an Madagascar ; 8 600 tonnes/an Tanzanie 133 604 tonnes Indonésie (73% de la production mondiale en 2020).

Les principales régions productrices de girofle. Du nord au sud : depuis Maroantsetra jusqu'à Tolagnaro. 90% de la production du clou de girofle est concentrée dans la zone de Mananara Nord, Fénérive Est et Soanierana Ivongo. Le reste dans les régions Sud Est de Mananjary à Fort Dauphin, enfin les régions Sava et Diana.



© OTSM – Office du Tourisme de Sainte-Marie

MARCHES MONDIAUX

63,6% : Part de Madagascar dans les exportations intra-africaines ; 277 tonnes : Quantité des exportations de Madagascar du produit vers la ZLECAF (2021). 1357 milliers USD : Valeur des exportations de Madagascar du produit vers la ZLECAF (2021) soit 8,9% des exportations de café, thé, maté et épices vers la ZLECAF. Principal client de Madagascar dans la ZLECAF : Egypte avec 48,6% des exportations vers la ZLECAF pour l'Egypte. Principal concurrent de Madagascar dans la ZLECAF : Comores avec 18,9% des exportations mondiaux de la ZLECAF venant de l'Île Maurice. 1,7% : Part des exportations en valeurs de Madagascar du produit vers les pays de la ZLECAF.

Valeur exportée en 2021 (milliers USD) : 115 426. Quantité exportée en 2021 (tonnes) : 14736. Taux de croissance moyen en quantité entre 2016-2020 (% , p.a.) : -10 Taux de croissance moyen en valeur entre 2016-2020 (% , p.a.) : -19 Part dans les exportations mondiales (%) 30,2.

Léa Ratsiazo

Augmentation de la demande mondiale et position forte du litchi de Madagascar en Europe



La campagne d'exportation de litchis pour cette campagne 2022-2023 est en passe d'être clôturée, en cette fin du mois de janvier. Il ne reste plus que quelques conteneurs et envois par avion. Deux bateaux, le Baltic Klipper et l'Atlantic Klipper, ont assuré le gros de l'exportation l'année dernière. Pour cette dernière campagne, le volume tourne autour de 14 000 tonnes.

Chaque année, le volume de l'exportation de litchis de Madagascar ne dépasse pas les 20 000 tonnes au grand maximum alors que la production s'élève jusqu'à 100 000 tonnes. Aussi, il faut d'urgence chercher d'autres débouchés que le marché européen tout en essayant de valoriser le maximum de fruits sur place. D'autant que le marché européen se limite pour le moment à la France et l'Allemagne.

Quoi qu'il en soit, la filière litchi est la filière la mieux organisée à Madagascar mais on peut toujours apporter des améliorations, selon les techniciens au niveau du ministère du commerce, de l'industrialisation et de la consommation. Certes le GEL (Groupement des exportateurs de litchis) a été décrié ces derniers temps, n'empêche que le rapatriement de devises pour l'exportation de litchis est toujours réalisé à 100%. Quoi qu'il en soit, l'ouverture de l'exportation pour d'autres opérateurs économiques qui veulent explorer d'autres débouchés est appuyée par le ministère de tutelle.

En parallèle de recherche d'autres débouchés, il est urgent également de valoriser

sur place le maximum en transformant le litchi en jus, en confiture ou autres. La solution la plus pérenne et la plus profitable pour tous sera la transformation de litchi frais.

Selon l'International Society for Horticultural Science (ISHS), en 2018-2019, les pays d'Asie du Sud-Est représentaient 19 % du marché mondial du litchi. Madagascar représentait 35 % des exportations mondiales, suivi du Vietnam et de la Chine, avec respectivement 19 % et 18 %.

Nous publions une étude réalisée par Mordor Intelligence, un cabinet d'études et de conseil international :

«Le marché mondial du litchi devrait connaître un taux de croissance annuel de 3,5 % au cours de la période de prévision (2022-2027). L'année 2020 n'a pas été très prometteuse pour les producteurs de litchi du monde entier. En raison du verrouillage prolongé dans le monde, les agriculteurs n'ont pas été en mesure de commercialiser leurs produits, ce qui a entraîné des pertes pour les agriculteurs. De plus, le Vietnam a rencontré des difficultés pour exporter les fruits vers le Japon en 2020 en raison de perturbations à la frontière entre le Vietnam et la Chine, limitant les exportations de fruits vietnamiens.

En raison de la demande croissante de produits frais dans les pays émergents et en développement du monde entier, de l'augmentation du commerce des principaux producteurs et des initiatives gouvernementales favorables dans les principaux

pays producteurs, le moteur de la croissance du marché.

Fin 2019, le Vietnam a conclu un accord avec les producteurs de litchis pour l'exportation de litchis vers le Japon. Cependant, les restrictions commerciales pandémiques ont constitué un obstacle majeur aux exportations du Vietnam. La perturbation substantielle et sans précédent du fonctionnement des forces du marché de la demande et de l'offre a constitué des obstacles pour toutes les parties prenantes, y compris les consommateurs du marché étudié.

La Chine est un producteur et un exportateur majeur, représentant une part de marché majeure des exportations de litchi à travers le monde. Selon ITC Trade Map, les exportations totales de litchi frais de Chine s'élevaient à 53,2 millions USD en 2020. L'Europe et les États-Unis sont les principaux marchés pour les exportations de litchi de Chine. Les consommateurs européens considèrent le litchi comme un super fruit « sucré et nutritif ». De plus grands volumes de litchi sont importés chaque année. Avec la demande croissante d'aliments sains sur ces marchés, l'exportation de litchi a considérablement augmenté au fil des ans. Selon les données de l'Administration générale des douanes chinoises (GACC), la province du Guangdong a exporté 5 902,1 tonnes métriques de litchi en 2020, soit une augmentation de 72,3 % par rapport à 2019. Le litchi de Madagascar occupe une position forte sur le marché européen.



Tourisme

Principales tendances du marché

Les consommateurs sont de plus en plus conscients des problèmes de santé et ont pris conscience de leur alimentation. Les litchis sont bien connus pour être un fruit sain. Le litchi est un fruit de spécialité qui gagne lentement en popularité en Europe, bien que la consommation moyenne par habitant soit encore limitée. Le fruit gagne en popularité en France. La consommation de fruits frais produits de manière durable offre de plus grandes opportunités en Europe.

La demande croissante de litchi en France et dans d'autres pays de l'UE devrait encore stimuler les importations de litchi dans les années à venir. Ainsi, la demande de litchi dans de nombreux pays augmente considérablement d'année en année. Les exportations vers les marchés internationaux, ainsi que la consommation intérieure, devraient augmenter au cours de la période de prévision.

Le litchi connaît une demande émergente de l'industrie des cosmétiques et des parfums, ainsi que pour la fabrication de parfums et de produits de soins de la peau et des cheveux. Le fruit connaît une demande croissante de la part de l'industrie HORECA en expansion aux États-Unis proposant des cuisines continentales. Le fruit du litchi se retrouve maintenant dans les supermarchés partout au Canada. La majorité de la consommation est basée sur l'importation des fruits des pays voisins et des pays asiatiques. Les litchis sont consommés dans les salades, les crèmes glacées, les crèmes anglaises et autres desserts par la population canadienne.

La Chine est le premier exportateur de fruits de litchi. Le pays avait exporté pour 53 195 000 kilogrammes de fruits de litchi en 2020, les principales destinations étant Hong Kong, la Malaisie, les États-Unis, l'Indonésie, les Philippines et le Canada.



Photo source : pixabay

Expansion du marché du litchi dans la région Asie-Pacifique

La Chine est le principal producteur de litchis, suivie par l'Inde, d'autres pays d'Asie du Sud-Est. Selon l'International Society for Horticultural Science (ISHS), en 2018-2019, les pays d'Asie du Sud-Est représentaient 19 % du marché mondial du litchi. Madagascar représentait 35 % des exportations mondiales, suivi du Vietnam et de la Chine, avec respectivement 19 % et 18 %.

Le litchi est l'un des principaux fruits cultivés en Inde. En Inde, le gouvernement et les entreprises privées ont pris des initiatives pour accroître la valeur ajoutée, les exportations et la valorisation des agriculteurs. Par exemple, en 2020, Coca-Cola India, DeHaat, National Research on Litchi (NRCL) et le nouveau partenaire de Kedia ont lancé une initiative appelée Unnati Litchi. L'initiative vise à améliorer l'efficacité de la chaîne de valeur agricole et le renforcement des capacités des agriculteurs sur les plantations à haute densité, la formation des agriculteurs aux bonnes pratiques agricoles (BPA) et la création de vergers de démonstration grâce à des interventions technologiques appropriées. Ainsi, les facteurs susmentionnés sont à l'origine du marché étudié, qui devrait croître au cours de la période de prévision.

Selon les statistiques horticoles, en Inde, en 2016, la superficie cultivée en litchi était de 90 000 hectares, et elle est passée à 96 000 hectares en 2019. De même, la production de litchi était de 559 000 tonnes métriques en 2016, et elle est passée à 721 000 tonnes métriques en 2019.

Selon les données du Département agricole et rural de la province du Guangdong, le Guangdong, qui représente plus d'un tiers de la superficie mondiale de plantation, a connu une forte récolte en 2020. Les exportations ont considérablement augmenté. En juin 2020, la province du Guangdong a exporté environ 4 000 tonnes de litchi, ce qui a entraîné une augmentation de 20 % d'une année sur l'autre. Sur la base des chiffres d'ITC TradeMap, la valeur totale des exportations de litchi de Chine en 2019 était de 25 313 000 USD, qui a doublé en 2020 pour atteindre 53 195 000 USD. Les principaux pays importateurs de Chine sont Hong Kong, la Malaisie et les États-Unis, qui ont signalé une augmentation significative de la valeur des importations de 2019 à 2020, atteignant respectivement 17 032 000 USD, 9 287 000 USD et 6 173 000 USD."

Léa Ratsiazo



Photo source : www.freepik.com

L'entreprise Sodiata Export, filiale du Groupe Sodiata, œuvre dans le domaine de l'exportation de produits agricoles depuis des décennies, notamment le litchi. En 2022, elle a migré de nombreux processus de son activité vers la digitalisation.

Des données pleinement exploitables, pour une optimisation de la productivité.

Pour être pleinement compétitive, une entreprise se doit d'optimiser son activité à tous les niveaux.

Grâce à la digitalisation, Sodiata Export dispose désormais de données tangibles et exploitables, et donc des outils de monitoring efficaces pour chaque journée de production et sur toute une campagne d'exportation.

Par exemple, il est désormais plus facile d'évaluer le taux de déchets (produits non conformes) pour chaque fournisseur, de mesurer la productivité moyenne de chaque équipe...

Voilà autant d'informations qui pourront permettre à l'entreprise d'affiner ses choix en matière de partenariats et de collaborateurs, car la conjoncture économique actuelle ne permet plus aux entreprises de tourner le dos à la moindre marge réalisable.

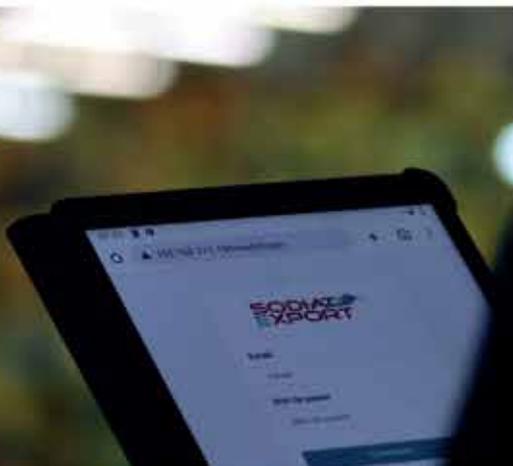
Une efficacité accrue dans la réalisation des tâches.

La digitalisation intervient à bien des niveaux, dans une filière aussi complexe comme le conditionnement et l'exportation de produits.

En effet, les documents manipulés se comptent par milliers, notamment en termes d'administration des ressources humaines : le recrutement des ouvriers saisonniers, la comptabilité, le règlement des salaires, le suivi des présences et du pointage, etc.

Mais la digitalisation des opérations a également permis à Sodiata Export de gagner en productivité et en rentabilité financière dans la filière litchi.

Il est désormais plus facile d'effectuer le suivi des différentes transactions financières, d'obtenir des chiffres précis quasiment en temps réel.



La digitalisation au service d'une filière vieille de plusieurs décennies

UNE DÉMARCHE ÉCO RESPONSABLE, DÉSORMAIS INDISPENSABLE :

La transformation digitale n'a pas comme objectif que l'optimisation des coûts.

Pour Sodiat Export, c'est désormais une priorité, dans le sens où il devient indispensable de réduire considérablement l'impact environnemental de l'ensemble des activités.

La réduction massive de l'utilisation du papier en faveur des outils numériques permet alors à l'entreprise de s'engager dans une démarche éco responsable.

Dans un second temps, ce choix lui permet également d'accéder à un certain nombre d'avantages pratiques, sur le plan opérationnel.

A full-page photograph of Julien Marchand, a middle-aged man with short grey hair and a light beard, wearing a dark blue suit jacket over a white button-down shirt. He is standing in a modern office environment with blue chairs and desks visible in the background. The lighting is bright and even.

Julien Marchand

DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE LA SOCIÉTÉ WEBHELP MADAGASCAR

**Le Digital, un secteur
promoteur pour les jeunes
à Madagascar.**



Julien Marchand, le Directeur Général de la société Webhelp Madagascar, nous accueille chaleureusement et se livre volontiers à l'interview pour le portrait dans le magazine des professionnels dans l'industrie, plus précisément, l'Expansion Madagascar.

Marié avec une ressortissante de Madagascar, père de quatre enfants, Julien Marchand aime faire comprendre qu'il a vécu plus d'années à Madagascar qu'ailleurs. Tout au long de notre face – à – face dans son bureau de l'immeuble Titan II à Andraharo, il dégage une certaine fierté lorsqu'il raconte sa vie, et son parcours professionnel.

Julien Marchand a commencé très jeune (à 16 ans) à travailler à Madagascar. Il a débuté sa carrière en tant que commercial. Il était passé par différentes sociétés et avait occupé différents postes pour devenir dirigeant de département.

Parti ensuite en France, le jeune bien expérimenté et aguerrri par le travail sur le terrain dans le commerce et la gestion, a surpris ses collègues car note-t-il, il a pu trouver du travail en 24 heures et a été pendant trois ans (3 ans) manager de plusieurs restaurants chez McDonald's.

En tout cas, rien à voir avec ce qu'il faisait jusque-là ! Après McDonald's, il a été pendant deux ans (2ans), en tant que directeur opérationnel, dans une chaîne de restauration qui s'appelait « Oh ! Poivrier ».

Revenu à Madagascar en 2006, Julien Marchand a travaillé en tant que Directeur d'usines dans plusieurs entreprises textiles pendant dix ans (10 ans). En 2016, Webhelp l'a choisi pour diriger son centre d'appels.

Sans aucun doute que c'était avec un grand plaisir qu'il a raconté avec force son parcours professionnel. Il ne cache pas sa fierté de « faire partie de la génération de son âge, précise-t-il, qui contribue à apporter sa petite pierre à l'édifice. « C'est super important de donner de la visibilité aux gens, de faire passer un message positif aussi. Quelque part, c'est un devoir de participer à améliorer les choses ».

Webhelp Madagascar

WEBHELP Madagascar est une filiale du groupe international Webhelp, un leader européen de l'expérience client externalisée. Lancé en mai 2013, Webhelp Madagascar est un centre d'appels qui est présent actuellement dans deux Régions (Analamanga et Atsinanana).



Portrait



De 60 personnes à 3500

En tout cas, Julien Marchand est à la tête de Webhelp Madagascar depuis maintenant un peu plus de sept ans (7ans) et le nombre de personnels embauchés en dit long sur ses performances. En effet, depuis son entrée chez Webhelp le nombre de personnels est passé de soixante (60) personnes à trois mille cinq cent (3500) personnes, réparties sur trois (3) sites : deux à Antananarivo et un à Toamasina. A noter que Webhelp est présent dans 58 pays.

Sur les 60 personnes du début, la moitié est toujours là chez Webhelp et ils ont gravi les échelons. Pour dire que contrairement aux préjugés, il y a des perspectives d'évolution dans le secteur du Digital, notamment chez Webhelp. « On est un métier qui grandit et du coup, on évolue. Du moment que la part du marché grandit, le secteur évolue et avec une telle croissance les perspectives d'évolution de carrière sont très larges en interne. L'agent peut débiter comme superviseur, puis superviseur senior, puis chef de projet, et bien au-delà. Webhelp accompagne également ses collaborateurs en leur octroyant des formations. D'ailleurs, le centre dispose d'une école de management pour former les managers de demain ». « Comme il existe peu de middle management à Madagascar, c'est à nous de le créer » ajoute Julien Marchand.



Un très bel avenir

Outre le côté profession ou métier, le personnel de Webhelp bénéficie d'un confort environnemental au travail, et d'un certain nombre d'avantages, cantine, transport, mutuelle santé et d'un service du Supermaki pour les achats et autres emplettes au sein même de Webhelp.

En tout cas, Julien Marchand est optimiste quant à l'avenir du secteur et du marché du Digital en général. A son avis, le Digital équivaut aujourd'hui à quelque 30 000 à 35 000 emplois directs ; plus les emplois indirects (cantiniers, fournisseurs de consommables, transport, nettoyage). « C'est un métier où l'on peut arriver à 100 000 emplois directs dans quatre (4) ou cinq (5) ans », déclare le patron de Webhelp Madagascar. « Et il y a très peu de secteur en mesure de réaliser une telle croissance », ajoute-t-il.

Cette croissance de Webhelp Madagascar résulte du travail décliné notre interlocuteur qui affirme qu'il n'y a pas de secret ni de recette miraculeuse ; il faut travailler et c'est le travail fourni qui permet de gravir tous les échelons du métier.

Dans le cas de Madagascar en tout cas, Julien Marchand voit un avenir du secteur dans les 10 ou 15 prochaines années avec belles perspectives. Surtout que depuis trois ou quatre ans, le secteur profite d'une bonne qualité de connexion internet, permettant au métier de travailler davantage et d'être capable de faire le métier de l'outsourcing.





Portrait



L'empathie est la spécificité malgache

Madagascar, à son avis, a de très belles perspectives de croissance parce qu'on a d'abord un bon niveau de français. Mais ce bon niveau doit être travaillé et c'est à juste titre que le Groupement professionnel de la relations clients (GPRC) auquel Webhelp fait partie, met en œuvre avec le Ministère du développement Numériques, de la transformation Digitale, des Postes et des Télécommunications et le Ministère de l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnel, un projet de centre de formation pour donner les bases de ce que nous avons besoin dans notre secteur d'activité. Autrement dit, les jeunes malgaches disposent d'un certain niveau de français mais il suffit juste de les mettre à niveau pour leur permettre d'intégrer le métier de relation client.

D'ailleurs, le premier et principal critère d'embauche pour un centre d'appel est la maîtrise de la langue, orale et écrite.

Julien Marchand est convaincu que Madagascar sera très bientôt la première destination francophone par excellence du « Call center », en particulier dans le service client et l'assistance technique. Les jeunes malgaches ont des aptitudes naturelles dans ces deux segments qui demandent des capacités d'écoute et de maîtrise de soi. La spécificité ou la force du Malgache est cette empathie naturelle. Il est capable d'écouter les gens sans s'énerver. Il peut prendre son temps à expliquer et tout cela avec respect de son interlocuteur.

Comment faire pour postuler ?

D'habitude et souvent, il y a tout un process de recrutement allant du remplissage de formulaire, passant par le test et puis l'entretien.

Aujourd'hui chez Webhelp, l'expérience collaborateur commence dès le début, d'où l'objectif est de réduire le temps passé au recrutement. Le test peut être effectué en ligne par les candidats à travers un lien internet. Après ce test réalisé en 45 minutes, le candidat sera contacté par nos équipes pour approfondir l'entretien, au bout duquel il saura s'il est embauché ou non. Dans l'affirmative, Webhelp se charge de le former. Mais l'essentiel c'est de maîtriser correctement la langue à l'oral et à l'écrit, que ce soit le français, l'anglais ou n'importe quelle autre langue.

MESSAGES

« Tous ceux qui entrent comme agent chez Webhelp peuvent à terme me remplacer ».

Tel est le message lancé par le Directeur général de Webhelp Madagascar qu'il aime répéter souvent à ses équipes, et notamment aux nouvelles recrues lors des discours d'intégration. De cette manière, il rappelle aux jeunes qu'il faut savoir commencer au bas de l'échelle pour être capable ensuite de gravir et gagner. Il faut apprécier l'évolution.

Et il continue : « Souvent on rêve d'un parcours idéal, mais il ne faut pas hésiter à essayer, à tester. Dans toutes épreuves il existe en tout cas des opportunités. Mais il ne faut pas non plus avoir peur de l'échec. En revanche, il faut avoir cette envie de travailler. C'est très important ! » Il pense que « tant qu'on est jeune, il faut profiter de la force de l'âge pour travailler dur ; c'est là qu'on apprend beaucoup de choses ; il faut s'accrocher ».

A l'endroit des lecteurs du magazine, le marché du Digital n'en est qu'au début car il y a des perspectives et des opportunités énormes. Il y a encore beaucoup à faire, il faut s'impliquer, s'investir et s'accrocher. La force de Madagascar est cette jeunesse qui apprend vite et qui est naturellement empathique.

Anselme Randriakoto



**COMME CET HÔTEL
ADOPTÉZ L'AUTOCONSOMMATION!**



FIANARANTSOA 30kWc



Le digital aux défis

Comme symboles, des baobabs, des zébus et des rizières. Une population rurale à plus de 80%*. Un accès limité aux téléphones et encore plus aux smartphones. Une couverture 4G dans seulement 28,73% des communes.**

A Madagascar, on peut se poser la question de l'utilité du digital. N'y a-t-il pas plus urgent ? Relever le défi de la bonne gouvernance ? De l'éducation ? De la lutte contre la déforestation ? Créer des richesses et faire reculer la pauvreté ? Donner de l'emploi aux jeunes ruraux ?

Et si le digital était une partie de la réponse à ces problèmes ? Dans le dossier qui suit, nous avons cherché à percevoir, mesurer, retranscrire l'utilité concrète du numérique, au-delà de la volonté de connecter pour connecter, ou de distribuer des tablettes et des ordinateurs pour faire des coups de communication. Nous avons cherché à savoir si le digital répond à des grands défis du pays : la création de richesses, la lutte contre la déforestation, l'amélioration de la gouvernance, l'émancipation des jeunes et la lutte contre les discriminations.

Créer des richesses

C'est d'abord un secteur créateur net d'emplois et de richesses. Il n'y a pas ou très peu de chômage. Selon les chiffres du ministère du Digital et de IFC (filiale financière de la Banque Mondiale), d'ici à 2025, le secteur pourrait générer 137 000 emplois supplémentaires et 122 000 emplois actuels pourraient être transformés en emplois digitaux.

En particulier, le secteur de l'externalisation croît. Le Covid a accéléré le recours au digital partout dans le monde, avec un

recours accru à l'externalisation de tâches dans des pays avec un coût de la main d'œuvre compétitif... comme Madagascar. D'où le développement de Business process outsourcing (BPO), de calls-center, de structures offshore diverses...

« Beaucoup de jeunes ont plus de possibilité de se faire débaucher dans le numérique que quand dans d'autres secteurs, qui sont bouchés », compare Isa Randrianasolo, directrice marketing de Bocasay, une entreprise d'externalisation de développement informatique et de service digitaux.

Nous publions plusieurs articles sur des entreprises qui sont en pleine croissance : Hairun, Smartone, Outsourcia...

Hacker la société malagasy et se former seul

Et le digital permet de faire sauter des barrières sociales et géographiques à la création de richesses. En bref, le digital donne la possibilité de prendre l'ascenseur social, de « hacker » la société, malagasy et mondiale. « Tant qu'on est bon, le numérique donne sa chance à tout le monde quel que soit l'origine géographique ou social. Il enlève toute forme de discrimination, de handicap physique. C'est une nouvelle ère dans le monde professionnel », Isa Randrianasolo.

Ainsi, des Malgaches peuvent travailler, directement ou indirectement, pour des entreprises à l'étranger.

Et même à l'intérieur même du pays, le numérique gomme les différences entre les régions. On sait que la capitale est en permanence privilégiée. Il y a plus d'investissements

publics, plus de services publics et privés, plus d'emplois mieux rémunérés. Mais des personnes de province peuvent se former et travailler à distance, même depuis la brousse, tant qu'il y a une connexion.

Pour les femmes, « il n'y a pas de discrimination. De nombreuses entreprises sollicitent des candidatures féminines. Elles veulent des femmes pour leur spécificités, comme un plus grand sens du détail, un meilleur perfectionnisme », assure Isa Randrianasolo.

Même dans certains pans du digital traditionnellement très masculin, la tendance s'inverse. « Dans le développement informatique, il y avait 90% d'hommes, mais actuellement, dans certaines entreprises, on est à 20 % ou 30% de femmes, certains à 40%, le quota augmente, selon mes observations », chiffre la directrice marketing. Elle raconte voir aussi de plus en plus de femmes dans les hackathons, dans diverses compétitions comme la Webcup (qui consiste à créer un site internet en 24h).

Cette méritocratie digitale n'est pas sans faille mais elle est certainement plus réelle que dans les autres secteurs de l'économie. Et elle tient en grande partie au pouvoir de s'autoformer. Car, après des tests, des entreprises recrutent dans gens qui n'ont pas forcément le bon diplôme mais qui se sont formés tout seul, qui se sont procurés des logiciels (vidéo, son, image) ou qui ont appris le code et qui sont désormais capables de créer eux-mêmes.

de Madagascar

Lutter contre la déforestation

Autre grand défi du pays, la lutte contre la déforestation. Selon l'ONG Graine de Vie, la totalité des forêts malagasy disparaît au rythme de 200 000 hectares par an, et il ne restera que des arbres dispersés, dans une génération.

Nous publions un article sur une initiative du Ministère de l'Environnement et de la GIZ pour recenser les feux de forêts : un géo-portail de collecte et de diffusion des données à destination des autorités locales.

Donner de l'ambition

Mais le digital répond aussi à des problématiques culturelles. Parmi elles : le manque d'ambition et de projets de vie. Or, l'adaptation aux besoins et le fait de côtoyer des étrangers, même en ligne, transforme les employés. « Les jeunes regardent des vidéos, des TedX, des conférences, des ateliers... Tout cela les aide à grandir et à se forger une ambition », remarque un chef d'entreprise dans le secteur.

« Le numérique ouvre la possibilité de s'expatrier intellectuellement, ajoute encore

Isa Randrianasolo. Sur le numérique, on se doit d'être curieux. Il y a beaucoup de concours et d'appels à projet en ligne qui favorisent cette culture d'ouverture. »

Elle affirme aussi que l'ambition et la vision à long terme ne sont pas assez apprises à l'école. « On n'a pas appris à voir plus loin que notre existence immédiate. C'est juste un fait, pas une critique. A Madagascar par exemple, il n'y a pas de réflexion sur l'orientation en classe de secondaire. On ne demande pas aux élèves où ils veulent aller dans 5 ou 10 ans. »

Un constat partagé par plusieurs dirigeants avec lesquels nous nous sommes entretenus. « Les jeunes doivent savoir résister et argumenter face à nos clients pour offrir un meilleur service. C'est ce que nos clients recherchent in fine. Ils ne veulent pas de gens qui disent "oui" à tout et sont dépourvus d'esprit critique », ajoute un autre chef d'entreprise dans les services off-shore.

Le défi de la formation

Le grand obstacle du digital à Madagascar reste la formation. Tous nos interlocuteurs qui réclament des compétences au-delà du

simple travail à la chaîne nous ont confié leur difficultés à recruter des profils. « On ne peut pas soutenir une croissance rapide par manque de profils : les profils qualifiés sont difficiles à trouver et difficile à remplacer », fait remarquer un dirigeant dans l'outsourcing

Nous publions un article entier sur la formation et les manières de combler le gap entre offre et demande d'emplois.

Des tâches parfois simplistes

Le digital affronte souvent la critique de cantonner de très nombreux malagasy à des tâches simplistes, répétitives voire lénifiantes. Dans certains calls-center ou BPO, les employés ne font que lire des textes déjà écrits, de mettre en œuvre des procédures réglées dans les moindres détails. Ils ne font pas vraiment usage de leur cerveau. « Les clients à l'étranger ont toujours besoin de ces services, objecte un chef d'entreprise dans le secteur. Et de toute manière, il en faut pour tous les profils dans le digital, les plus formés, comme les moins éduqués. »

Emre Sari

*Madagascar compte au total 5 060 888 ménages agricoles soit 83,2 % de tous les ménages

**Artec, qui cite les données des opérateurs



Il est primordial que la population s'approprié le digital “

Il dit avoir un objectif : faire du digital un levier de développement. Tahina Razafindramalo, ministre du Développement Numérique, de la Transformation Digitale, des Postes et des Télécommunications dresse un état des lieux du secteur du numérique à Madagascar. Une certitude : le chantier est vaste.



Tahina Razafindramalo

Ministre du Développement Numérique,
de la Transformation Digitale,
des Postes et des Télécommunications

Madagascar est un pays essentiellement rural. A quoi sert le digital ?

Le besoin d'utiliser le digital comme levier d'inclusion sociale mais surtout de développement économique est indéniable. D'ailleurs, tous les partenaires techniques et financiers sont convaincus que le seul moyen pour Madagascar de rattraper son retard est le digital car il permet un développement rapide du capital humain dans les zones rurales.

Quels sont les autres secteurs qui peuvent bénéficier du digital ?

L'inclusion financière par exemple. Nous avons pour projet de mettre en place la Banque postale, grâce au réseau de la Paositra malagasy (250 agences), que nous souhaitons mettre en place avant le mois de juin 2023. Nous voulons augmenter ainsi le taux de bancarisation : de 10 % aujourd'hui, à 20% demain. La Paositra malagasy et Sonapar seront les actionnaires. Autre sujet, nous travaillons aussi sur l'« agriculture connectée » ou « l'industrie 4.0 ». Par exemple, l'utilisation de l'intelligence artificielle pour collecter les données sur la pluviométrie de ces dernières années, sur la qualité du sol... Pour faire des prévisions et savoir quand il faut semer les graines. 80% de notre population est rurale, elle est majoritairement composée d'agriculteurs.

Le gouvernement et la Banque Mondiale ont lancé le projet Prodigy, en 2020 qui vise à digitaliser les procédures de l'État malagasy et accorder une identité digitale unique aux citoyens. Quel est l'état d'avancement ?

Quels sont les obstacles au développement du numérique à Madagascar ?

Quand on veut parler d'informatique en général et de transformation digitale, on a besoin d'électricité. Mais l'accès et le coût de l'énergie restent un défi à Madagascar. La couverture réseau aussi. Madagascar est un grand pays ce qui veut dire qu'on doit collaborer avec les opérateurs pour couvrir le pays. Nous avons de la chance, car on a des opérateurs qui ont les moyens pour investir, sachant qu'installer un pylône coûte 200 000 euros avec tous les équipements. Actuellement, le réseau 2G (voix et SMS) couvre 80 à 85 % du territoire. Sur 1 696 communes à Madagascar, 1 100 sont couvertes en 3G. Pour ceux qui ont internet, la couverture en 3G ou 4G dépend surtout de la localité. Mais on a un « deal » avec les opérateurs pour que tous les équipements qu'ils installent soient en 4G.

Quelles sont les pistes de solution pour développer le secteur ?

Il faut assainir le secteur ! Depuis 6 mois, nous menons des études et nous avons pu mettre en place une liste de projets de refonte pour améliorer le secteur des télécommunications. La loi sur la télécommunication date de 2005, cela fait plus de 17 ans que la loi n'a pas connu de refonte. Autant dire un siècle à la vitesse des nouvelles technologies ! Par ailleurs, le PSN ou Plan de stratégie du numérique pour 2023-2028 est en phase d'être finalisé. Madagascar accueillera les assises de la transformation digitale en Afrique au mois de mai prochain qui verra la participation des pays membres de l'Union Africaine et de plusieurs entreprises qui œuvrent dans le domaine.

Sur le volet téléphonie, nous collaborons avec la Banque Mondiale et nous envisageons de détaxer les smartphones et les tablettes. Selon les chiffres en 2021, il y a près de 200 000 smartphones qui sont vendus par les commerçants déclarés, mais cela ne représente que 30 % du marché. Les 70 % restants sont donc des vendeurs informels. Il faudrait que tous les téléphones en circulation soient déclarés : c'est une question de sécurité ou encore de respect de l'environnement. Quand cette mesure passera, au lieu d'avoir 200 000 téléphones importés, on va en avoir 800 000 ou un million. L'État tâchera aussi de mettre en place des contrôles beaucoup plus stricts.

Comment convaincre et éduquer la population pour faire du numérique un levier de développement ?

À Madagascar, le problème n'est pas d'ordre technique, technologique ou organisationnel : mais c'est notre mentalité. On dirait qu'on est réfractaire aux changements. Il est primordial que la population s'approprie le digital. Il faut répondre aux besoins et attentes de chaque frange de la population et digitaliser les besoins exprimés et non pas l'inverse. Pour vulgariser et sensibiliser, nous avons mis en place les TIC bus [pour technologie de l'information et de la communication, NDLR] qui rencontrent un succès. En effet, 65% de la population a moins de 25 ans et cette jeunesse s'intéresse aux nouvelles technologies. Cette année, on va doubler le nombre des TIC bus, car auparavant il y avait un bus pour chaque région. Parallèlement, nous avons aussi mis en place des hotspots gratuits dans certains endroits publics comme au Jardin d'Antaninarenina ou Antanimena. Il y en a à peu près 80 partout à Madagascar. On va en rajouter 60 pour ce premier trimestre.

Quelles sont vos actions pour encourager le développement des compétences numériques à Madagascar ?

Au siège du ministère à Antaninarenina, nous allons mettre en place un centre d'incubation. On en a besoin pour la formalisation d'une idée et la création d'une entreprise. Nous menons le Projet Digital Skills avec l'IFC (filiale de la Banque Mondiale) et nous envisageons de former 6 000 jeunes cette année. Enfin, nous collaborons avec le secteur privé pour la formation massive des populations jeunes avec des formations courtes mais qualifiantes.

Dans le volet fibre optique, l'État a supprimé le monopole de Telma sur le déploiement de la fibre en 2019. Où on en est ?

Aujourd'hui, 80 % du trafic internet passent par les axes Majunga-Antananarivo-Tamatave-Tuléar. Et seul Telma possède le "backbone", le réseau national de fibre, et domine 70 % du marché. Ce qui veut dire que si par exemple Orange veut acheminer l'internet, il est obligé d'emprunter les infrastructures de Telma. En attendant, nous avons sorti un arrêté ministériel qui oblige Telma à diminuer de 25% le "loyer de l'autoroute". Mais l'installation d'une fibre optique doit aussi être ouverte à tous les

opérateurs qui sont titulaires d'une licence. D'ailleurs, nous menons des dialogues avec les opérateurs pour une politique d'incitation aux investissements, surtout dans les zones technologiquement enclavées et plaidons pour une mutualisation des infrastructures entre les opérateurs et pour la mise en place du roaming national dans la téléphonie. Pour faire tout cela, les cadres légaux doivent faire l'objet d'une refonte.

Le gouvernement et la Banque Mondiale ont lancé le projet Prodigy, en 2020 qui vise à digitaliser les procédures de l'État malagasy et accorder une identité digitale unique aux citoyens. Quel est l'état d'avancement ?

Le Prodigy a un budget de 140 millions de dollars, 9 % de ce montant ont déjà été décaissés. La collecte des données est en cours, et la CNAPS est choisie comme "vivier citoyen pilote". Mais tous les fondamentaux sont déjà prêts pour mettre en place le projet de transformation digitale. C'est aussi Prodigy qui s'occupe de la mise en place des services publics informatisés. Il y a trois domaines prioritaires : la santé, l'éducation et la sécurité.

Tiana Ramanoelina





“Il n’y a pas de blocage dans le développement des télécoms”



LAURENT RAKOTOMALALA

Directeur Général de l’Artec
(l’autorité de régulation des technologies de communication)

“Il n’y a pas de blocage dans le développement des télécoms”

Dans les grandes ou moyennes villes de Madagascar, il est rare de ne pas lire “4G” sur son smartphone. Mais sorti des faubourgs, le réseau se fait rare. Seules 29% des communes auraient accès à la 4G aujourd’hui (voir encadré).

Très courantes sont les scènes d’habitants et d’habitantes de brousse obligés de marcher plusieurs kilomètres ou de gravir une colline pour capter quelques ondes téléphoniques. De plus, le coût de la connectivité, d’internet en particulier, demeure élevé et difficile d’accès pour la majorité des ménages. Ces défis, l’Autorité de régulation des technologies de communication (Artec) doit y répondre aux côtés des opérateurs télécoms, de l’Etat, des bailleurs de fonds et de divers autres acteurs dont des entrepreneurs. Malgré les lenteurs, Laurent Rakotomalala, directeur général de l’Artec, estime cependant « qu’il n’y a pas vraiment de blocage » dans le développement des télécommunications à Madagascar. Et explique le rôle de son institution. Entretien.

Pénétration des réseaux 3G et 4G, en 2021

En population, 77,5% pour la 3G et 47,71% pour la 4G.
En nombre de communes, 65,31% pour la 3G
et 28,73% pour la 4G

Source : rapport d’activité des opérateurs mobiles, cité par l’Artec

Qu’est-ce qui bloque le développement des télécommunications aujourd’hui à Madagascar ?

On ne peut pas vraiment dire qu’il y a un blocage. Par contre, le développement du secteur nécessite différentes sortes d’accompagnements. Il y a trois axes. Le premier est la mise à jour des textes législatifs, accompagnée d’une politique claire et pertinente. Cette politique doit se faire en conformité avec les évolutions technologiques et les services émergents afin d’encourager les investissements et de promouvoir la concurrence. Le second axe concerne la facilitation, pour toute la population, de l’accès aux terminaux. Chaque citoyen pourra alors bénéficier de leurs avantages dans la vie quotidienne. Enfin, le troisième axe se focalise sur l’amélioration des compétences en technologie de l’information dans tous les secteurs (éducation, administration, santé...).

Mais il est clair qu’il y a des lacunes. Une grande partie de la population ne bénéficie pas encore d’une connexion. Est-ce une question d’offre (de couverture du

réseau) ou de demande (de possession de terminaux) ?

Cette question rejoint la précédente. En termes d’utilisation, j’ajouterais qu’il est important de se rendre compte de la réalité et des difficultés vécues par les utilisateurs malagasy par rapport à leur pouvoir d’achat qui ne leur permettent pas d’accéder aux smartphones. A part cela, nous identifions que certaines localités souffrent énormément en matière de couverture réseaux et ceci accentue la fracture numérique. Certaines régions ont toutefois des accès à un haut débit acceptable mais l’illettrisme numérique empêche la population d’en bénéficier au quotidien.

L’Artec assure 22 sous-missions dans la régulation des télécoms à Madagascar. Aujourd’hui, quelles sont les principales et les plus importantes ?

Elles sont toutes aussi importantes, mais nous essayons de toujours mettre en avant la protection des intérêts des consommateurs. Entre autres, nous veillons à ce que la qualité de service soit satisfaisante pour tous. Pour ce faire, nous avons lancé un ap-

pel d’offres international, en octobre, pour la fourniture d’outils de tests et de mesure de la qualité de service des réseaux mobiles, dans le but de renforcer le contrôle des opérateurs de télécommunications. C’est également dans cette optique que nous avons ouvert le centre de suivi de réclamations au sein de l’Artec, joignable en appelant le 600.

L’Artec a-t-elle un rôle dans la protection des données des Malagasy ?

L’Artec régule le contenant et non le contenu. Plus précisément, dans la mesure du possible, l’Artec veille à ce que les équipements (dont les téléphones mobiles) disponibles auprès des utilisateurs soient conformes aux normes internationales. C’est pour cela que notre institution a effectué des actions de sensibilisation par rapport à l’utilisation de téléphones avec des numéros IMEI valides [le numéro d’immatriculation du téléphone, NDR], afin de protéger les utilisateurs contre les contrefaçons.

Par rapport à la 5G, où en sommes-nous ?

La 5G est un chantier en cours. Nous nous penchons actuellement sur l'élaboration d'une feuille de route qui inclura la définition du prix d'attribution des fréquences, le réarrangement des bandes de fréquences, ainsi que la libéralisation des fréquences en vue de leur future attribution en 5G.

Est-ce que d'autres opérateurs souhaitent entrer sur le marché des télécommunications à Madagascar ?

Il y a toujours des opérateurs qui souhaitent entrer sur ce marché. Un appel d'offres ou un appel à candidatures peut être organisé soit à l'initiative de l'Artec, soit à la suite d'une demande de licence émise par l'intéressé. Les demandes de licence doivent respecter les dispositions prescrites dans l'article 5 du décret n°2014-1650 du 30 Octobre 2014.

L'Artec collecte des taxes auprès des opérateurs télécoms pour développer le réseau national. Quel est le bilan de ces rentrées et sorties d'argent sur les dernières années ?

En effet, dans le décret N°2006-616, il est stipulé que la contribution des opérateurs est recouvrée par l'OMERT (actuellement l'Artec). A cet effet, un rapport d'audit du fonds est disponible sur le site web de l'Artec et peut être consulté par le public.

Plus largement, quels sont les dossiers sur lesquels vous collaborez avec les opérateurs téléphoniques ?

Nous avons mis en place une plateforme pour renforcer le suivi des traitements des plaintes clients en matière de qualité de service. A part cela, un système de suivi systématique implique les opérateurs par rapport au déploiement des infrastructures.

Quels sont vos chantiers à venir ?

Pour l'année 2023, les principales activités prévues concernent d'abord la mise en place d'un outil de mesure de la qualité de service ainsi que d'un instrument de régulation des marchés de gros, de détails et des offres promotionnelles dans l'objectif de renforcer les contrôles des activités des opérateurs. Comme mentionné précédemment, le cadre législatif doit aussi être mis à jour. Nous étudions, avec les autres parties prenantes, un projet de revue de la loi sur les télécommunications et nous préparons un décret portant réglementation et gestion des fréquences et des bandes de fréquences radioélectriques. L'Artec contribue également aux réformes des textes législatifs avec la Banque Mondiale dans le cadre des projets PRODIGY et DECIM, pour libéraliser le secteur.

Zara Nambi

BIOGRAPHIE

Laurent Richard Rakotomalala totalise plus de 30 ans de carrière dans le secteur des télécommunications à Madagascar. En 1993, il travaille au sein de la Direction générale d'étude et de régulation des télécommunications (DGERT), et occupe les postes de responsable du département protection et environnement et de chef de service supervision des opérateurs. En 1997, avec le changement de la DGERT en OMERT (Office malagasy d'études et de régulation des télécommunications), il est nommé chef de service contrôle et test. Ensuite, pendant plus de dix ans, il dirige le Laboratoire national de recherches en télécommunication (LNRT) et occupe le siège du directeur technique de l'OMERT. Il est nommé Directeur général de l'Artec en 2019.

MOTUL
6100
Synergie+
SAE 10W40

HUILE MOTEUR
TECHNOSYNTHÈSE

- NORMES : ACEA A3/B4 - API SERVICE SN/CF
- DISPONIBLE EN FORMATS : 1L, 2L, 4L, 5L et 208L
- HOMOLOGATIONS : Mercedes-Benz, Peugeot, Renault et VW



DESIGN AUTO

📍 Z.I. Ankorondrano
☎ 034 07 474 40
✉ commercial@designauto.mg



Hairun Technology - SmartOne - Outsourcia

HAIRUN TECHNOLOGY



”
Nous montrons aux yeux du monde que les Malagasy sont des créateurs et pas seulement des sous-traitants”

RANTO ANDRIAMBOLOLONA

Président Directeur Général d’Hairun Technology

C’est en plein centre-ville d’Antananarivo, au sein d’un immeuble spacieux que se trouvent les bureaux de HaiRun Technology. Il y a cinq ans, cette entreprise qui développe des logiciels à Madagascar et en France ne comptait que cinq collaborateurs. Aujourd’hui, sur le plateau, ce sont des dizaines de regards, tirés de leur écran, qui nous accueillent. HaiRun emploie 150 salariés. Ce sont pour la plupart des Malagasy, diplômés de grandes écoles malagasy, comme l’Institut supérieur polytechnique de Madagascar (ISPM) ou de l’Ecole supérieure polytechnique d’Antananarivo (ESPA).

« Nos valeurs c’est de montrer aux yeux du monde que les Malagasy savent aussi créer, au lieu d’être seulement des sous-traitants ou des exécutants », clame Ranto Andriambololona, 45 ans, président directeur général et co-fondateur de HaiRun Technology.

En 2017, ce docteur en intelligence artificielle décide de mettre fin à son parcours professionnel en Europe, alors qu’il est chef de produit dans une grande enseigne française. Il rentre à Madagascar. Il crée sa propre structure. Une décision qu’il ne regrettera pas. Au fil des années, les activités de HaiRun Technology ont évolué de manière exponentielle.

La réussite du groupe repose sur de nombreux facteurs dont notamment « un réel investissement en matière de ressources humaines », explique Ranto Andriambololona. Dans un pays en développement comme Madagascar la formation des employés reste un élément incontournable. Les jeunes diplômés qui arrivent sur le marché du travail répondent –seulement– à 60% des besoins de l’entreprise. « Pour combler le gap, nous les formons en interne », souligne encore le dirigeant.

L’entreprise a également recruté des spécialistes qui gèrent les compétences et la carrière de ses collaborateurs. Et HaiRun offre aussi la possibilité de se former à l’étranger. Dans le futur, le PDG ambitionne de conquérir le marché de l’Amérique du Nord, en y implantant des filiales de HaiRun Technology dirigées par... des Malagasy, assure-t-il. En outre, il vise à développer le secteur de l’intelligence artificielle (IA). Madagascar aurait accumulé un retard de 20 à 30 ans en la matière. Récemment, HaiRun Technology s’est lancé dans un partenariat entre plusieurs grands instituts de formation de Madagascar. Ensemble, ils ont créé les Grandes écoles de l’innovation technologique (GEIT), qui ouvrira ses portes en janvier, afin de donner un nouvel élan, notamment, à l’écosystème de l’IA dans la Grande île.

Ranto Andriambololona a effectué une partie de ses études à Antananarivo, avant d’immigrer en Europe en 2001 pour effectuer un doctorat en informatique et en intelligence artificielle. Il a parcouru presque tous les métiers du digital. Il a travaillé dans la création de banques en ligne ou l’édition de logiciels. Il dispose actuellement de plusieurs compagnies, dont l’ensemble totalise quatre millions d’euros de chiffre d’affaires, selon lui.

SMARTONE



GEOFFROY DE RINCQUESEN

Directeur Général Adjoint de SmartOne, spécialiste en intelligence artificielle

”
Former en interne pour que Madagascar tire parti de son capital humain ”

Après 10 ans d’existence, “nous sommes des spécialistes de l’Intelligence Artificielle (IA)”, affirme le directeur général adjoint de SmartOne, Geoffroy de Rincquesen. Aujourd’hui, le défi est la formation des équipes en interne dans une société où 98% des collaborateurs sont des Malgaches. Ses clients se trouvent, par contre, en Amérique et en Europe. Et l’activité a considérablement augmenté : le personnel de l’entreprise est passé de 30 en 2012 à 1100 en 2022.

SmartOne a démarré dans l’outsourcing avant de basculer, en 2016, dans le traitement des données pour l’IA. SmartOne agit en support d’algorithmes de machine learning. Pour être efficaces, les pro-

grammes d’IA ont besoin d’être entraînés sur des jeux de données formatés par des humains. En bref, des employés doivent accomplir le même travail que l’IA et lui “montrer” comment ils ont fait pour que l’informatique apprenne.

Prenons l’exemple fictif d’un algorithme qui doit apprendre à reconnaître un piéton qui traverse la route. Des opérateurs de SmartOne vont regarder les données brutes, un grand nombre de photos ou de vidéos avec des piétons. Ils indiquent ceux qui traversent la route. Ce jeu de données formatées est ensuite envoyé à l’algorithme qui “apprend” ainsi à reconnaître lui-même un humain qui traverse la route.

SmartOne forme, pour chaque projet, les équipes adéquates. « En théorie, la ressource humaine dans le secteur de l'IA à Madagascar est disponible et de qualité, explique Geoffroy de Rincquesen. Mais en réalité, il est encore très difficile de trouver des profils qui disposent d'un niveau académique homogène. La tendance, pour un acteur comme nous, est donc d'internaliser l'effort de formation sur le long-terme, car en plus de manquer de ressource formée, les spécificités de notre métier nous imposent de personnaliser les étapes de formation. »

Le DGA reconnaît d'ailleurs « qu'il y a un réel effort à faire sur l'adaptation des cursus académiques afin qu'ils soient à jour par rapport aux tendances technologiques actuelles et surtout professionnalisant, de sorte à ce que les jeunes soient opérationnels. »

Geoffroy de Rincquesen explique également que le contact permanent avec les partenaires de SmartOne, dont le monde académique américain, fait partie des points forts de l'entreprise. « Nous avons des interactions régulières avec plusieurs membres des équipes de recherche de l'université de Harvard, que ce soit sur des sujets directement liés à l'IA ou bien

sur des sujets managériaux», résume-t-il. Il promet d'ailleurs « des opportunités de mobilité géographique dans les prochaines années pour beaucoup de nos collaborateurs, pour la formation ou le transfert de compétences. »



A 40 ans, Geoffroy de Rincquesen occupe le poste de DGA de SmartOne, en charge des fonctions de gestion. Il a commencé en tant que directeur administratif et financier en 2020. C'est par un concours de circonstance, à la fin d'une mission à Madagascar, que les fondateurs de SmartOne lui présentent SmartOne. Passionné par le projet dès le départ, il décide de rester.

OUTSOURCIA



“
Il faut que l'environnement socio économique se structure pour faire émerger des personnes formées”

ARNAUD DELATTRE

Directeur Général d'Outsourcia

Arnaud Delattre a pris la direction d'Outsourcia il y a seulement quelques mois. En visite dans la Grande île, ce “jeune” directeur général de 47 ans a eu un coup de cœur pour le pays. « On dit souvent que le sourire s'entend au téléphone. C'est une de vos grandes qualités », affirme-t-il. L'empathie du capital humain est effectivement une des particularités à forte valeur ajoutée de Madagascar, aux côtés de la maîtrise du français, le critère principal des investisseurs offshore ciblant le marché francophone.

90% des clients d'Outsourcia sont d'ailleurs des entreprises françaises et la filiale locale revendique 3 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Il y a 7 ans, en 2016, cet opérateur spécialisé dans la gestion externalisée des relations clients, qui a son siège au Maroc et en France, a décidé de s'implanter dans la Grande île. Comptant au début une centaine de collaborateurs, aujourd'hui Outsourcia Madagascar en emploie 700.

A leur début au sein de l'entreprise, les employés commencent toujours par une formation aux métiers de la relation client, en fonction de la mission qui leur est assignée : le produit, le process, l'outil pour le client... Une formation qui peut demander plusieurs semaines. « Il n'est pas nécessaire de travailler forcément sur les aspects de relation client et de compréhension de l'autre, mais peut-être plus sur les aspects liés à la productivité, à la performance », reconnaît le directeur général.

Même si dans d'autres pays, comme au Maroc et en Tunisie, le groupe évolue dans plusieurs métiers comme l'intelligence artificielle ou la vente, à Madagascar, il a décidé de se positionner sur le métier du Business process outsourcing (BPO), le point fort de la destination Malagasy. « Le Maroc et la Tunisie ont un caractère commercial beaucoup plus dans l'ADN, versus Madagascar justement qui est moins dans la “directivité”, cette capacité à peser, mais plus dans la relation client, l'empathie, l'accompagnement », explique Arnaud Delattre.

A Madagascar où le métier de l'Outsourcing est plus récent, Arnaud Delattre pense « qu'il faut que l'environnement socio-économique se structure pour être capable de

mettre à disposition des gens formés, avec des compétences pour intégrer le métier ». En s'implantant dans le pays, il affirme que son groupe ne comptait pas seulement faire des bénéficiaires, mais aussi « devenir un acteur dans le développement du pays », notamment dans le domaine de l'éducation.

Arnaud Delattre a passé une dizaine d'années dans le conseil, intervenant pour de grands opérateurs télécoms sur Paris et dans des sociétés de médias. Il est également intervenu sur des missions de conseil international, notamment en Afrique Subsaharienne. Il a rejoint ensuite le monde de l'outsourcing, au sein du groupe Acticall, comme directeur de business unit. Il prend la direction générale du Groupe Outsourcia en Novembre 2022. Il gère l'ensemble des opérations en France, Maroc, Tunisie et Madagascar.

Zara Nambi





Digital et protection des forêts
contre les incendies

Un géoportail de gestion des feux

Quand le digital vient au secours des forêts... Les Malagasy, les résidents et beaucoup d'yeux du monde se désolent des incendies dans les forêts malagasy, patrimoine mondial pour leur exceptionnelle endémicité. En octobre 2022, le MEDD avait enregistré pas moins de 8 000 hectares de forêts ravagés par les feux...

Mais la lutte contre les feux exige d'abord d'accumuler des informations. Et c'est là où des outils numériques prennent tout leur sens. En collaboration avec la GIZ (l'agence de collaboration allemande), le ministère de l'Environnement et du Développement Durable (MEDD) a créé, depuis juillet 2021, un géoportail de suivi des feux de brousse.

Comment fonctionne-t-il ? Le centre opérationnel de gestion des informations sur les feux et reboisement se trouve à Nanisana, au sein des locaux de la Direction générale de la gouvernance environnementale (DGGE). Dans ce bureau, quatre techniciens traitent les données sur les feux. Celles-ci sont transmises par satellite, traitées ensuite au sein de ce centre pour être intégrées sur une seule plateforme digitale, le géoportail de gestion des feux.

C'est « le premier outil digital de gestion des feux dans le pays », précise Rinah Razafindrabe, directeur général de la Gouvernance environnementale. L'outil permet de suivre et de diffuser en temps réel l'évolution des feux à Madagascar. Ces données peuvent ainsi

être transmises au niveau de plus de 500 communes réparties dans le pays. Le but est d'envoyer des informations fiables dans les bulletins des feux journaliers (une météo des feux, en quelque sorte), mensuels et annuels, de donner les superficies incendiées, ainsi que les points de départ des incendies. Le but ultime est d'accélérer la prise de décision au niveau des autorités locales et nationales.

Outre son rôle de suivi et de liaison, le géoportail aurait également servi de moteur pour ranimer la fierté nationale. En octobre 2022, alors que des milliers de points de feux se déclarent en moins de deux semaines, le MEDD publie sur sa page Facebook des cartes de foyers de feux. On découvre Madagascar fourmillant de rouge.

Selon le MEDD, les informations diffusées grâce au géoportail ont permis de mobiliser la population, pour soutenir le ministère dans la lutte contre les feux. « Les cartes de Madagascar saturées de rouge n'ont pas laissé indifférents les citoyens responsables. Je pense que le géoportail a eu un effet d'entraînement. Les gens se sont rendus compte que la lutte contre les feux n'est pas seulement l'affaire du MEDD, mais l'affaire de toute la population », explique Rinah Razafindrabe, lui-même également membre du corps des eaux et des forêts, engagé dans la lutte contre les feux depuis des années.



« Les difficultés liés au géoportail concernent surtout les capacités financières pour faire fonctionner le centre opérationnel ainsi que les ressources humaines qui vont assurer la manipulation des techniques nécessaires au fonctionnement du centre. En effet, il faut des connexions haut débit, ainsi qu'une bonne organisation des flux d'information dont il faut des compétences particulières », explique le directeur.

En outre, même si le géoportail a permis de donner un nouveau souffle à la gouvernance environnementale, il a également du mal à y trouver sa place. Quand la connexion est coupée au niveau du siège de la direction, ce qui est chose courante selon Rinah Razafindrabe, les opérations de suivi sont interrompues. Pour pallier ce problème, l'équipe du centre a décidé de recourir aux SMS, en envoyant des messages à plus de 500 maires tous les jours, pour leur permettre de faire le suivi des feux, au niveau de leurs communes respectives. Mais encore faut-il que chaque maire dans chaque commune se dote d'un téléphone portable, que chaque commune soit dotée de matériel informatique et qu'elle bénéficie d'une couverture réseau. Ce qui est loin d'être gagné dans la Grande île...

Le directeur reconnaît que ce manque de moyens est « une faille dans la gouvernance digitale des ressources naturelles. C'est pourtant le meilleur moyen de protéger les 9 millions d'hectares de couverture forestière de la Grande île », affirme-t-il.

Le digital peut en effet pallier, en partie, au manque de ressources humaines sur terrain. « Madagascar ne dispose que de 350 agents forestiers pour tout le pays et environ 80 officiers de polices judiciaires en 2022 », regrette Rinah Razafindrabe.

En partie seulement, c'est une chose de savoir où sont les feux et de mobiliser quelques dizaines de citoyens et d'agents. C'est un tout autre défi de punir les pyromanes et de mettre sur pied une véritable politique anti-feux.

Zara Nambi

UN PROJET DIGITAL ?

CHALLENGEZ-NOUS !

De l'idée
à la réalisation,
nous accompagnons les
acteurs économiques tout
au long de leur projet de
transformation digitale.



Des partenariats
internationaux forts :



✉ salesoi@etechconsulting-mg.com

☎ +261 34 19 620 90

🌐 etechconsulting-mg.com



MATINA RAZAFIMAHEFA

Co-founder & CEO
à SAYNA

Du boulot mais pas assez de travailleurs formés. Et des formations chères et hors d'accès pour le plus grand nombre. Pour mieux répondre aux autres défis du pays, le secteur du digital est au défi de forger ses travailleurs et travailleuses compétents.

A la différence de l'agriculture, du commerce, et de beaucoup de métiers plus anciens, dans le digital, il n'existe aucune tradition familiale ou ancestrale d'où les personnes pourraient tirer des connaissances. C'est donc sur les instituts de formation, les entreprises, l'État et les gens eux-mêmes, que repose toute la responsabilité de la formation.

« On s'est rendu compte qu'on manque beaucoup de compétences dans le numérique à Madagascar », confirme Dominique Josie, directrice de communication du ministère du Développement Numérique (MNDPT). Madagascar manque aussi d'écoles d'ingénieurs.

Les besoins se chiffrent à 65 000 personnes par an. Or, l'ensemble des acteurs de formation n'est en mesure que de former 22 000 emplois chaque année, avec une part de personnes dont les compétences sont insuffisantes pour les postes. Il y a donc un déficit chronique. (chiffres du MNDPT et d'IFC, filiale financière de la Banque mondiale)

Cela se traduit par des professions numériques en tension d'emploi, mais aussi par des processus non digitalisés, voire d'un autre âge, en particulier dans l'administration.



Manque de personnes qualifiées dans le secteur du digital

Comment combler le gap ?

« Tout est sur un cahier dans certains bureaux », déclare Josie Dominique. Mi-décembre, le gouverneur de la région Atsinanana a fait un petit buzz sur Facebook en faisant don à la mairie de Tamatave de... machines à écrire.

Face à cela, l'IFC vient de signer un partenariat avec le ministère pour la formation de 6 000 agents, en collaboration avec l'Université mexicaine de Monterrey et le cabinet Mercer. « Nous nous adressons aux agents de l'administration, aux jeunes, aux bacheliers qui ne sont plus dans le parcours universitaire classique, à ceux qui ont déjà des compétences dans le codage... », détaille Josie Dominique. Mais les programmes précis restent cependant à définir, et le montant d'investissement est encore inconnu.

Côté écoles, la taille des structures est insuffisante. Chez l'ESTI, en 2022, l'école compte 240 étudiants, pour une dizaine d'employés et une trentaine de vacataires, et forme pour les métiers de l'informatique et des technologies de l'information. La structure explique : « Les compétences les plus demandées sur le marché sont liées au métier de développeur, notamment de logiciels, d'applications mobiles et de systèmes embarqués. »

Mais dans la plupart des écoles dont l'ESTI, l'entrée se fait à l'issue d'un baccalauréat : ce qui discrimine les jeunes ne pouvant payer des études. Alors, de nombreuses personnes se forment en indépendant. Sur internet, tout seul, ou dans des structures sur-mesure. C'est le créneau choisi par Sayna. « On s'est demandé, "Comment apporter la meilleure expérience d'apprentissage possible où que soient les étudiants, Diego, Tuléar, Tana, Dakar, Douala, Abidjan ?", se rappelle la co-fondatrice et directrice, Matina Razafimahefa. Parmi ses étudiants, SAYNA compte des mères qui n'ont jamais vu une ligne de code, des étudiants en universités, des employés qui veulent améliorer leurs compétences numériques, des indépendants, des freelances, des assistantes virtuelles... »

« On a installé des SAYNA hubs, c'est-à-dire qu'un espace de coworking, un cybercafé, une salle informatique de lycée, par exemple, rend ses locaux utilisables pour nos étudiants, explique Matina. On dispose d'une vingtaine d'espaces partenaires dans toute l'Afrique. Ils permettent de pallier au manque d'ordinateurs, ou d'internet. »

Mais même les indépendants ne suffisent pas à combler les besoins. Et donc pour trouver leurs profils et leurs compétences, les entreprises forment en interne. Dans notre dossier, tous nos interlocuteurs dans le privé nous ont fait part de cette obligation : HaiRun, Smartelia, Smartone, Intelcia...

« Les profils qualifiés directement ça n'existe pas, c'est rarissime », déclare Harittina Randriamanantena, CEO de Smartelia, une entreprise d'externalisation de services à haute valeur ajoutée. « Nous disposons d'une cellule dédiée qui produit nos supports, détaille-t-elle. On organise des cursus de formations à court terme. Chaque jour, les juniors se forment une heure ou deux, dans les trois premiers mois, et les seniors, moins d'une heure. Et nous envoyons aussi des managers en formation en Europe. »

Des méthodes pédagogiques diverses

Les structures appliquent différentes méthodes pédagogiques. A l'ESTI, le modèle est basé sur l'alternance et la pédagogie inversée : c'est-à-dire que les étudiants font d'abord des devoirs à la maison pour préparer le cours, et non l'inverse.

Chez SAYNA, l'apprentissage se base sur la gamification, c'est-à-dire la construction des connaissances comme un jeu. « C'est très compliqué de capter l'attention des apprenants, ils sont sur-sollicités, avec les médias sociaux, leur famille, leurs amis etc... », justifie Matina.

SAYNA utilise alors les principes du jeu vidéo. Dans le cadre d'un "univers spatial" l'accumulation de compétences et de connaissances permet de débloquent des niveaux et de venir à bout d'adversaires. « Il y a une map de combat sur le jeu vidéo en cours de développement, détaille Matina. On doit démonter les vaisseaux spatiaux des autres. Tout n'est pas encore en place mais certaines choses sont déjà en place comme nos professeurs en avatar 3D. » SAYNA met aussi l'accent sur l'apprentissage pratique dans sa formation. Pour être diplômés, nos étudiants doivent par exemple réaliser un site web, et mener une campagne de marketing digitale », conclut Matina.

Emre Sari et Tiana Ramanoelina





SAYNA

D'un business model à l'autre

Le départ des personnes formées, une tristesse ?

C'est un phénomène bien connu. Lorsque que des Malgaches atteignent un niveau de compétences élevé, ils partent très souvent à l'étranger dans des entreprises qui leur offrent des niveaux de rémunération et de vie bien supérieurs. L'investissement en formation réalisé à Madagascar bénéficie donc à d'autres... Mais est-ce réellement un tort ?

« Je veux voir le côté positif de ce phénomène », répond Isa Randrianasolo, directrice marketing chez Bocasay et fondatrice de l'association Avana Hub, qui promeut le digital chez les jeunes.

« Oui les entreprises sont obligées de réinvestir quand leurs employés les quittent, mais ces départs prouvent aussi qu'on est capable de former, justifie-t-elle. C'est une manière pour les entreprises malagasy de valoriser les compétences des salariés. Il faut se sentir fier de les avoir formés. »

La directrice marketing plaide pour anticiper ces départs, plutôt que les subir : « Quand on embauche quelqu'un, on sait que dans trois ou quatre ans, il va partir. Chez Bocasay, on est très ouvert. Quand un collaborateur dit qu'il veut partir, on négocie le départ pour

qu'il n'empiète pas sur le travail actuel. On garde le contact. On peut le présenter à une des entreprises du groupe Maltem s'il le souhaite [maison mère de Bocasay, présent en France, au Vietnam et à Maurice, NDR]. On l'accompagne sur les papiers, jusqu'à la préparation du visa. »

Ces potentiels départs pour l'étranger admettent aussi des avantages en amont. « Quand les jeunes comprennent que les entreprises malagasy constituent un meilleur tremplin professionnel, ils sont motivés pour les rejoindre », note Isa Randrianasolo.

SAYNA

D'un business model à l'autre

Sayna, la jeune pousse emblématique de la formation digitale à Madagascar, a changé de business model en 2021. Une évolution dictée par les besoins des étudiants mais surtout de la start-up elle-même. Une mue nécessaire pour rester en vie. Et déjà fructueuse: en avril 2022, la jeune pousse a levé 600 000 dollars auprès de Orange Ventures, Launch Africa ventures et de Malagasy Investment club. Et SAYNA totalise une vingtaine d'employés.

A l'origine, en 2018, SAYNA donnait les moyens à des jeunes Malgasy de suivre des formations gratuites en ligne, comme The Hacking Project. Elle facturait ensuite les entreprises (entre 800 et 1 300 euros) pour recruter directement les profils.

Mais l'activité souffrait d'obstacles infranchissables. « Même si nos étudiants avaient les bonnes compétences, les entreprises n'en voulaient pas. Nos élèves ne venaient pas de la bonne famille, n'étaient pas diplômés de la bonne école, et souffraient de raisons subjectives... », regrette Matina

Razafimahefa. Autre souci, « des entreprises recrutaient nos développeurs sans le dire, et sans payer. On le découvrait plus tard sur LinkedIn... avec une énorme frustration », s'exclame l'entrepreneur.

Aujourd'hui, SAYNA a développé une plateforme de micro-tasking : des entreprises peuvent commander des courtes prestations et SAYNA gère la livraison de ces prestations en sélectionnant les indépendants les plus pertinents pour la mission. Finis donc les problèmes de recrutement. SAYNA revendique 1 400 personnes inscrites, avec une centaine de nouvelles inscriptions tous les mois.

Côté entreprise, les clients achètent des tâches comme le fait d'ajouter une fonctionnalité à un produit tech, développer un outil pour scanner des cartes grises, créer un site web, créer du contenu... « On gère la prod', détaille Matina. On prend entre 50% et 75% du montant de la tâche en fonction de la complexité. Nous sommes à la croisée d'une agence classique et d'une plateforme de freelances. »

« Côté travailleur, on a supprimé la barrière du CV et de l'entretien, dé-

crit-elle. Pour être éligible, un micro-tasker doit valider 70% de la formation, ou s'il vient de l'extérieur, il passe des tests. »

Quant à la formation, ce sont désormais les étudiants qui payent : 9,90 euros par mois, soit une somme abordable même pour des personnes modestes. « La partie formation est rentable », assure Matina. Au-delà des particuliers, Sayna œuvre en B2B2C, c'est-à-dire qu'une école ou une université achète plusieurs licences pour ses apprenants.



Les calls-centers, de grands pourvoyeurs d'emplois



Les centres d'appels ou calls-centers sont l'un des grands pourvoyeurs d'emplois pour les jeunes. Il y aurait un peu moins de 15 000 employés dans ce secteur dans tout le pays.



« Nous sommes des métiers tremplins, justifie Gildas Bocquier, le directeur Océan Indien pour Intelcia, une société internationale avec des filiales à Madagascar. Beaucoup de jeunes sortent de l'école avec de la qualification, des diplômes mais ils ne trouvent pas d'emplois dans leur domaine de formation. Le centre d'appel est un moyen d'intégrer une entreprise structurée, moderne, avec des méthodes internationales. Cela va leur permettre d'être en contact avec des clients, c'est aussi un moyen de se lancer dans la vie active, d'apprendre l'environnement des entreprises. C'est un premier métier qui vous suivra toujours car quel que soit votre profession, vous serez toujours confronté à des clients. »

Présente dans l'Océan Indien depuis 2017, Intelcia dispose de deux sites à Antananarivo, à Andranomena et Tanjombato. Elle compte 3 000 collaborateurs à Madagascar et la moyenne d'âge est de 24 ans, avec, dans les détails, une moyenne à 23 ans pour les conseillers clients et 28 ans pour les managers.

« On est susceptible d'employer une frange très large de population et on recherche finalement peu de qualification, poursuit Gildas Bocquier. Il suffit d'être motivé et de maîtriser la langue. Nous prenons en charge toute la formation, la montée en compétence et l'apprentissage pendant un ou deux mois. On enseigne toutes les techniques du métier, les outils informatiques, les discours à tenir au téléphone, les aptitudes et les compétences pour écrire si on doit travailler sur des chats ou les réseaux sociaux. »

Intelcia est une entreprise internationale et

l'un des leaders dans l'outsourcing et notamment le métier de la relation-client au sens large du terme (la vente, l'acquisition, la gestion d'abonnés, le programme de fidélisation, le recouvrement...). Intelcia totalise 250 clients répartis sur ses différents sites dans de nombreux pays : des banques, des assurances, des acteurs dans l'e-commerce ou encore les opérateurs télécoms. A Madagascar particulièrement, les clients d'Intelcia se trouvent dans les télécoms, l'e-commerce, la banque et les assurances.

Intelcia s'est implanté à Antananarivo car la ville répond aux exigences managériales pour implanter un groupe de calls-centers. Il y a trois types de critères. « D'abord la technologie, détaille Gildas Bocquier. Il faut avoir une localisation où les télécoms, le réseau GSM, le réseau internet et la fibre optique soit fortement déployés et de qualité. » Avec les câbles sous-marins qui amène l'internet, Madagascar dispose de bons arguments.

La deuxième condition : des bassins d'emplois suffisamment importants pour alimenter les besoins en postes. Antananari

vo, où plus de 70 % de sa population est âgée de moins de 25 ans, convient parfaitement. Enfin, la population employable doit maîtriser le français et éventuellement d'autres langues.

Dans les centres d'appel, la création d'emplois ne s'arrête pas avec les jeunes. Les sous-traitants qui sont la plupart du temps des entreprises y trouvent aussi leur compte. Intelcia par exemple emploie des services de cantine et de transport.

« Nous projetons d'augmenter la capacité de production sur l'année 2023. Nous sommes dans une phase avancée pour développer d'autres sites. Notre choix porte toujours sur Antananarivo. Aujourd'hui, nous ne sommes pas convaincus que le bassin d'emplois suffise pour nous installer en province. De plus, nos clients nous rendent visite de temps en temps pour observer et mesurer la qualité, et pour eux, et aller en province serait assez contraignant vu les contraintes de transport », conclut le responsable.

Tiana Ramanoelina

Le témoignage d'un employé de call-center

Andy a moins de 25 ans, et le jeune homme travaille dans un centre d'appel de la capitale : « Si j'ai choisi ce travail, c'est que je peux m'épanouir sur le plan professionnel ou financier. D'ailleurs, c'est un travail qui nécessite beaucoup d'efforts physiques et mentaux. Être responsable d'une équipe dans un call-center ce n'est pas rien. On doit gérer tout le monde, faire le nécessaire pour mettre une bonne ambiance sur le plateau et faire en sorte que chacun se sente bien », explique-t-il.

« Si je m'épanouis ? Je dirai que oui malgré le fait que je n'ai pas beaucoup de temps pour moi, parce que nous travaillons avec l'horaire français et le décalage horaire peut être de deux heures. Ce qui veut dire que je finis tard. Je ne rencontre pas beaucoup de gens car je suis tout le temps au travail », poursuit-il.



KARIM DINMAMODE

Associé chez Nexources

Quel genre de services proposez-vous à vos clients ?

Chez nos clients, nous mettons en place des ERP (Enterprise ressources planning), des plateformes décisionnelles, ou de pilotage, qui permettent de gérer tous les aspects de l'entreprise, la comptabilité, le CRM, la gestion des stocks, la supply chain, le marketing.... Ces plateformes créent une vraie synergie entre les différents services. Le dirigeant profite d'une bonne visibilité sur son atterrissage de trésorerie, par exemple. L'équipe commerciale pilote finement sa performance commerciale et son CRM. Le directeur des approvisionnements gère toute sa logistique. Tout cela offre des avantages concurrentiels précieux.

Comment fonctionne votre solution ?

Tout part d'un besoin évoqué. On vient étudier et "cadrer" ce besoin. Nous travaillons toujours sur-mesure : nos systèmes s'adaptent et grandissent selon les entreprises. Une fois que la solution est implémentée, on produit de la documentation et

Accompagner les entreprises dans leur transformation digitale

La comptabilité sur de simples feuilles Excel sera bientôt révolue, au même titre que les bons de commandes en papier... Pour ses clients, le cabinet Nexources confectionne des outils numériques sur-mesure qui permettent d'optimiser la gestion de l'ensemble des opérations, et d'offrir des avantages concurrentiels indéniables.

Nexources a été créé en 2018 et a été sacré « Best Starter Africa » en 2022, par Odoo, son partenaire et éditeur de plateformes de pilotage. Nexources travaille aujourd'hui à Madagascar, mais aussi avec des acteurs en Suisse, en Belgique et en France, dans des secteurs diversifiés comme la distribution, l'industrie, la construction, la bancarisation ou les ressources humaines.

Karim Dinmamode, associé chez Nexources, explique en détail sa proposition de valeur.

on accompagne les entreprises sur le long terme, dans la conduite du changement en interne.

Par exemple, un de nos clients dans l'industrie ne parvenait pas à obtenir des coûts de revient précis. Mais le travail en collaboration avec Nexources lui a permis de connaître ses coûts de production et de distribution de manière ultrafine, à quelques dizaines d'ariary près. Il a ajusté ses prix et a gagné des parts de marché.

Quel est l'avantage de Nexources sur ses concurrents ?

Nous avons bâti une équipe à taille humaine, entre 15 et 20 personnes. Ce qui fait notre force parce que nous pouvons communiquer et prendre des décisions très rapidement. En outre, nous employons des personnes très qualifiées et sur le long terme : notre turnover est quasiment inexistant. Les entreprises sont rassurées sur notre capacité à comprendre leurs besoins, sur tous les aspects techniques et fonctionnels : process industriel, distribution, finance, législation...

Parlez-nous de votre partenariat avec l'éditeur de plateformes de pilotage ERP, Odoo

Dès la création de Nexources, nous avons mis en place ce partenariat, qui nous correspondait le mieux en termes de besoins et de valeurs. Nous avons passé quelques épreuves, pour prouver que Nexources remplissait certains critères d'expertises techniques et métiers. Et aujourd'hui, la collaboration est mutuellement profitable. Quasiment l'ensemble de la clientèle de Nexources est sur Odoo. Odoo peut contacter directement nos clients finaux, qui sont rassurés car l'éditeur attache de l'importance à comment se déroulent les projets.

Quelles sont vos perspectives d'avenir ?

Nous négocions de nouveaux partenariats, notamment avec un grand acteur de la relation clientèle. Une expansion plus importante de nos activités hors Madagascar est en cours de réflexion en interne. Même si notre cœur de métier reste la priorisation du marché local, nous sommes sollicités par des entreprises à l'étranger, convaincus du savoir-faire et du potentiel de Nexources.



BELARUS



Une force terrible aux relevages et aux tractions



Website: bemaco.mg

📍 Lot II M46 Analamahitsy Androhibe

✉ bemaco@bemaco.mg

☎ (+261) 34 13 193 77

📘 BEMACO



Culture



Le projet FLOW'RAISON, raconté par sa poétesse-slameuse



Antsahavola, 7 novembre 2022, 14 heures 30 minutes. Gare routière d'une coopérative de transport régional. Départ pour Antsirabe. Parmi les passagers, cinq artistes qui entament une tournée des Alliances françaises. Antsirabe, Toamasina et Antsiranana. Début d'un mois de voyage. Une semaine de résidence et un spectacle dans chacune des trois villes.

Dans leurs bagages, des outils de travail et un assortiment de matériels. Loop-station (instrument électronique) pour Dina Mialinelina, chanteuse et musicienne. Tenues de scène pour Ange Ralaihelinarivony, danseuse contemporaine. Livres et carnets de note pour Na Hassi, poétesse-slameuse. Caméra et accessoires divers pour X-Trema, vidéaste et danseur urbain. Esquisses de mise en scène, bases de chorégraphie et idées de décor pour Harivola Rakotondraso, danseur contemporain, initiateur et directeur artistique du projet.

Dans leur cœur à tous, une graine à planter: Flow'Raison. Nul n'en connaît la couleur, ni le parfum, ni les fleurs. Une seule certitude : elle sera belle, cette création. Elle s'adaptera au terrain qui va l'accueil-

lir. À distance, ils en ont parlé pendant des mois. Ils ont déjà travaillé en amont, chacun dans son coin. Ils en ont discuté régulièrement pour faire le point. Chacun a mis un bout de soi, de son histoire et beaucoup d'espoir. Chacun a offert de sa personnalité, a fait don de son talent. Dans les villes, des matinées de résidence pour matérialiser les idées, donner forme aux inspirations, écrire l'histoire et le spectacle. Il sera le même, mais différent à chaque endroit.

Le but ? Expérimenter une création pluridisciplinaire. Composer un bouquet de trois univers : musique, danse et slam-poésie. Construire une proposition artistique nouvelle, inédite et modulable. La motivation profonde ? Peut-être tout simplement qu'après une période en apnée où le monde était contraint à garder ses distances, il est temps d'embrasser l'autre, d'aller à sa rencontre. Une urgence de contact et d'échanges. Un besoin vital de créer et de semer. Une nécessité impérieuse de faire germer de nouvelles idées. Pour dire quoi ? Surtout, pour planter l'espoir en chacun. Telle une fleur, nos racines s'ancrent profondément, nos idées mûrissent à leur rythme et nos rêves s'épanouissent. Après la pluie, le beau temps. Tout est cyclique,

tout est propice à la floraison.

Flow'Raison, c'est aussi des après-midis d'ateliers dans chaque ville avec les artistes du projet. Fola-batana, initiation et exercices de base en danse contemporaine avec Ange. Pratique de la maîtrise du souffle avec Dina. Un, deux, trois poèmes ! Un atelier d'écriture avec Na Hassi. Chaque instant sous les objectifs du vidéaste X-Trema, qui assure la couverture audiovisuelle de la tournée. Durant ses journées off, X-Trema donne aussi des ateliers de tutting et lite-foot, deux types de street dance, aux danseurs urbains. Harivola, en directeur artistique, coordonne tout, sa mission première étant de veiller sur la "graine", lui offrir toutes les conditions nécessaires pour sa croissance.

Ouverture des rideaux. Artistes sur scène. Musique d'ambiance psychédélique. Décor inspiré des univers des artistes. Voix et poésie qui se répondent. Plateau vibrant d'écritures chorégraphiques. La salle, tantôt en mouvement, tantôt en silence. Toujours dans l'émotion. Moment de flottement. Moment de Flow'Raison.



Fermeture des rideaux. Quelques larmes versées après chaque représentation, du côté de la scène comme du public. Un bon sentiment, celui d'avoir transmis, celui d'avoir été bien accueilli, celui de savoir ce qu'on a accompli. Clôturer avec la gratitude, les remerciements envers le Service de coopération et d'action culturelle de l'Ambassade de France, le financeur; l'association de promotion de la danse, D.I.H.Y, porteur de Flow'Raison ; l'Alliance Française hôte et toute son équipe ;

les artistes locaux participants aux ateliers et à la restitution ; les hôtels ; et le public, toujours en nombre dans chaque ville.

Antsiranana, 4 décembre 2022, 8 heures et quelques poussières. Gare routière. Retour pour Antananarivo. Parmi les passagers, cinq artistes qui rentrent d'une tournée des Alliances françaises. Un mois d'aventure, de création, d'émotion et de partage. Trois semaines de résidence et d'ateliers. Trois restitutions avec des artistes locaux. Trois dates de spectacle réussies à Antsirabe,

Toamasina et Antsiranana.

Ils rentrent heureux, satisfaits, rechargés et surtout inspirés. Ils retournent chez eux, non sans avoir semé, sur leur chemin, des graines d'espoir. Pour que de nouvelles créations naissent et fleurissent, là où ils sont passés. L'essentiel n'est peut-être pas ce que l'on fait, mais ce qu'on laisse derrière soi...

Na Hassi

1900 Urban Space souffle sa première bougie à Antsiranana



Le 1900 Urban Space fête son premier anniversaire, dans la ville la plus au Nord de Madagascar. "J'ai un sentiment d'accomplissement après cette première année de gros challenges", se félicite Andy Jeremy, plus connu comme A.J, directeur artistique et co-fondateur. « Des partenaires nous ont beaucoup aidé : La Terrasse du voyageur et l'association Vibrations Roots, à La Réunion », ajoute-t-il. En 2023, les responsables continueront leurs efforts dans un but : réveiller la sensibilité à l'art chez le public d'Antsiranana... et au-delà.

Un lieu de création...

En octobre 2021, un groupe d'artistes se réunit pour transformer l'ex-Sambiravo en un nouveau lieu d'art à Antsiranana. Quelques semaines plus tard, 1900 Urban Space ouvre ses portes sur la route de

l'Université. A l'origine, c'est une initiative conjointe des artistes peintres A.J et OR, du designer Tiavina Diamondra, du sculpteur de fer Tiavina Ratovo et du slameur Rojo Rakotobe. À la fois atelier, galerie d'art et bar, il s'envisage comme un lieu propice à la création. L'arrière cour offre une superbe vue sur Nosy Lonjo, le pain de sucre dans la baie de Diego-Suarez. Un paysage parfait pour réveiller ses sens et ses muses...

...et de diffusion

Pour son premier événement, « dix-neuf-cent » (pour les habitués) a accueilli une exposition collective : Art You ? Pendant un mois, les 17 artistes participants ont exposé et créé au sein même du lieu. Et au bout d'un an, le «bar-galerie» s'est imposé sur la scène artistique de la ville, avec une riche programmation : 25 concerts, huit expo-

sitions, quatre talk-shows et conférences; deux scènes ouvertes pour les jeunes talents de Diego avec plus d'une soixantaine de participants ; des échanges permanents avec une soixantaine d'artistes nationaux et internationaux ; des visites d'écoliers ; divers ateliers de slam-poésie ; plusieurs résidences artistiques... Pour 2023, le lieu devrait continuer d'être à la fois une scène et des coulisses pour les artistes.

Pour marquer ce premier anniversaire, 1900 a organisé Dinika, la première exposition individuelle de son fondateur, A.J. Ses 8 tableaux ont reçu leur vernissage le 30 décembre. Au-delà de la recherche du beau, A.J exprime sa volonté que l'art joue un rôle dans la société, invite à la réflexion et à une remise en question...

Na Hassi



MALAGASY NY ANTSIKA

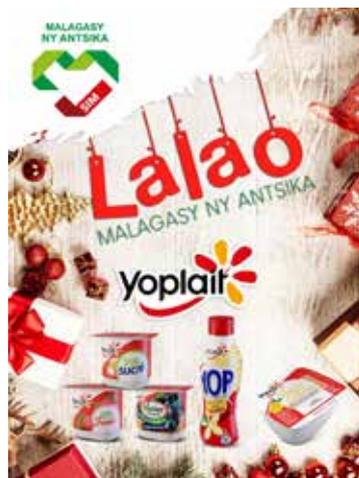
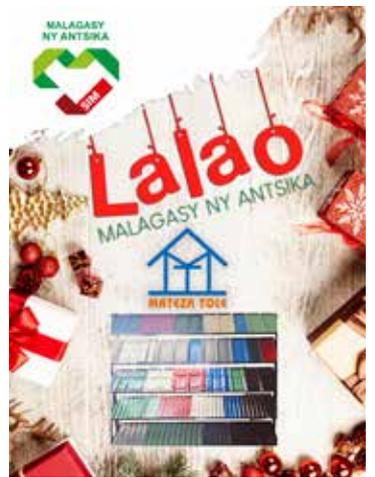
Dans le cadre de la promotion du label MALAGASY NY ANTSIKA à l'occasion des fêtes de fin d'année, le SIM a organisé une campagne de promotion des produits labellisés « Malagasy ny Antsika » durant ce mois de décembre.



La campagne se présente sous deux formes :

- Organisation de jeux sur la page Facebook MALAGASY NY ANTSIKA du 18 novembre au 15 décembre 2022 : la publication s'est tenue tous les vendredis et le tirage tous les jeudis. 84 lots constitués de paniers garnis « Malagasy ny Antsika » ont été distribués aux gagnants.
- Animations dans les GMS à Antananarivo :
Les animations se sont tenues dans 3 magasins JUMBO (Tanjombato, Ankorondrano, Score Digue), dans 3 magasins U (Analakely, La City, Talatamaty) et 3 ShopLiantsoa (Andravoahangy, Antanimena, Analamahitsy) les 09 et 10 décembre ; 16 et 17 décembre ; 23 et 24 décembre 2022. Elles consistent à distribuer des goodies et des produits Malagasy ny Antsika pour l'achat d'au moins 03 types de produits labellisés d'un montant supérieur ou égal à 10 000 Ariary. Pour une meilleure organisation, le SIM a mis en place des porte prix avec le logo « Malagasy ny Antsika » sur les rayons des produits labellisés et 02 animatrices par magasin. Des animations ont également eu lieu dans les grandes surfaces de matériaux de construction notamment chez Sanifer Tanjombato et ABC Construction Ivandry. Et enfin, Mateza Tôle a également réalisé des animations dans son point de vente à Anosivavaka.







Souriez à l'**avenir** et à la nouvelle année !
Qu'elle vous apporte **santé, bonheur et réussite.**



10 ans de production et labélisé « Malagasy Ny Antsika » !



Le 29 novembre dernier fut un jour mémorable pour Ambatovy. L'entreprise fêtait le 10^e anniversaire du début de l'extraction et de la production de nickel et de cobalt, au Novotel, à Alarobia. La compagnie a mis en exergue les étapes franchies, les défis et les succès obtenus devant un parterre de représentants des autorités, du corps diplomatique, des médias, de la société civile et des représentants du monde des affaires.



« Après la phase de construction complexe de l'un des plus grands projets en terrain vierge en Afrique sub-saharienne, Ambatovy est devenue la plus grande unité d'extraction et de raffinage de minerai à Madagascar, ainsi que l'un des cinq principaux producteurs de nickel et de cobalt raffinés au monde. En raffinant entièrement nos produits au pays, nous créons une valeur ajoutée significative en termes de retombées économiques en local et au national », a déclaré à cette occasion le Président d'Ambatovy, Gustavo Gomes. Il a souligné qu'Ambatovy avait engagé plus de 8 milliards de dollars d'investissement, le plus important investissement étranger à Madagascar.

Pour rappel, le 8 novembre 2012, 40 tonnes métriques de nickel raffiné d'Ambatovy ont quitté pour la toute première fois le Port de Toamasina pour le marché international. Ces dix ans ont été, certes, mar-

qués par des défis, notamment la baisse des cours du nickel sur le marché international pendant plusieurs années et la récente crise sanitaire due au Covid-19, mais ils ont été également couronnés de plusieurs succès. Dix ans durant lesquels Ambatovy a significativement appuyé le développement économique et social tant dans ses régions d'implantation qu'au niveau national, créé des milliers d'emplois directs et indirects, soutenu les entreprises locales et formé des milliers de Malgaches. La compagnie a également mis en place de robustes programmes de conservation et de protection de la biodiversité dont les résultats sont très positifs et ont été reconnus par les experts aussi bien nationaux qu'internationaux.

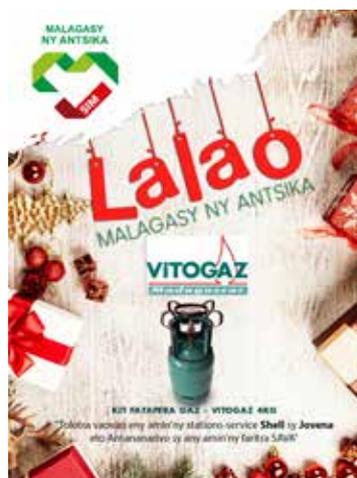
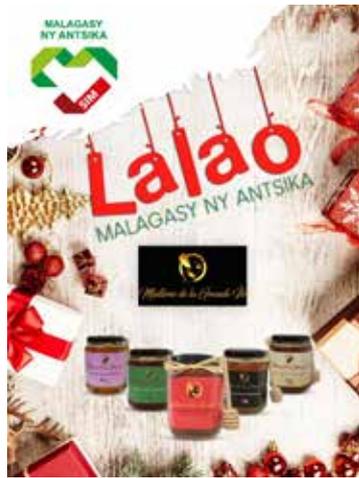
Ces efforts en vue d'assurer une chaîne de production à Madagascar, de l'extraction à la transformation et au raffinage, ont permis à Ambatovy d'être certifié par le label « Malagasy Ny Antsika », décerné par le

Syndicat des Industries de Madagascar (SIM), lors de la soirée du 29 novembre dernier. Le nickel et le cobalt sont des métaux essentiels à la transition énergétique, étant fortement utilisés dans la fabrication de batteries pour les véhicules électriques. Le sulfate d'ammonium pour sa part est surtout utilisé comme fertilisant.

Ambatovy demeure un producteur de nickel et de cobalt de haute qualité qui crée durablement de la valeur ajoutée pour toutes les parties prenantes et qui contribue au développement durable à Madagascar. « Nous continuerons à apporter des retombées et avantages significatifs pour Madagascar », a conclu le Président d'Ambatovy, Gustavo Gomes, dans son discours.

QUELQUES CHIFFRES SUR AMBATOVY

- Une production annuelle d'environ 40 000 tonnes de nickel, 4 000 tonnes de cobalt et 120 000 tonnes de sulfate d'ammonium.
- Plus de 12 000 employés travaillant sur sites, dont près de 3 800 d'employés directs d'Ambatovy, 90% des employés étant malgaches.
- Priorisation des achats locaux : 225 millions de dollars d'achats locaux de biens et services en 2021.
- 250 millions de dollars investis dans des infrastructures dans ses zones d'implantation (routes, voies ferrées, extension et réhabilitation des installations au Port de Toamasina, réhabilitation et/ou construction de salles de classes, etc.).
- En 10 ans de production, en moyenne annuellement, 35 millions de dollars versés dans les caisses de l'Etat malgache (taxes, impôts, redevances, autres droits).
- Un programme robuste d'environnement qui respecte les normes nationales et internationales les plus strictes.
- Un portefeuille fourni d'activités de RSE dont un fonds d'investissement social de 25 millions de dollars (17 projets sociaux et d'infrastructures dans les régions Alaotra Mangoro et Atsinanana).



PROCHAINE ÉDITION

65^{ème}

ANNIVERSAIRE
SYNDICAT DES INDUSTRIES
DE MADAGASCAR



Des Experts dédiés à votre service.



SOLAIRE



Schneider
Electric



ÉLECTRICITÉ



Schneider
Electric



FROID



DAIKIN



**PROTECTION
INCENDIE**



sicli



PRODUITS BTP



Sika



MATÉRIELS



KOHLER