

«La formation en alternance améliore l'employabilité des jeunes»

■ L'ISGA propose des masters en alternance dans différents parcours ■ D'une durée d'un an, ces formations coûtent environ 50 000 DH.

Une première dans l'enseignement supérieur privé au Maroc. L'Institut supérieur d'ingénierie et des affaires (ISGA) lance cette année des formations en alternance adressées aussi bien aux étudiants qu'aux jeunes recrues. Khalid Benzakour, directeur général de l'institut, parle de cette expérience.

■ Vous lancez cette année pour la première fois des formations en alternance. De quoi s'agit-il exactement ?

Il s'agit d'une première dans l'enseignement privé au Maroc. Nous avons lancé plusieurs formules à ce titre. Il s'agit notamment du master MIAGE (méthodes informatiques appliquées à la gestion des entreprises) en audit et conception des systèmes d'information élaboré en partenariat avec l'Université de Lorraine ; du MBA en administration des entreprises dans les parcours du management, du marketing, du management des ressources humaines ou encore du management de la qualité. Celui-ci est conçu en collaboration avec l'Université internationale Senghor et dont le diplôme est reconnu dans plus de 70 pays francophones.

Ces différentes formations en alternance s'adressent aus-

si bien aux étudiants qui sont signataires d'une convention avec l'entreprise et notre établissement, aux cadres en entreprise ou aux salariés dans le cadre d'un premier emploi, type ANAPEC.

D'une durée d'un an, les formations se déroulent à raison de 4 jours par mois, en plus des séminaires, des interventions à distance, des projets de fin d'études... Les prix tournent autour de 50 000 DH.

■ Pourquoi le choix d'une telle formule ?

Ce module de formation a fait ses preuves, que ce soit localement à travers l'Office de la formation professionnelle (OFPPT) ou ailleurs, notamment en Allemagne qui le pratique depuis plusieurs années.

Il faut souligner que les formations en alternance améliorent l'employabilité des jeunes. C'est une porte d'entrée pour les étudiants dans l'entreprise. La principale finalité pour les entreprises c'est souvent d'embaucher les jeunes à l'issue de leur alternance. Beaucoup d'employeurs ont du mal à trouver des profils formés aux spécificités de leurs métiers et de leur marché. L'alternance permet d'y remédier et d'avoir des



Khalid Benzakour

DG de l'ISGA

Les formations se déroulent à raison de 4 jours par mois

jeunes opérationnels. Avant de lancer ces formations, nous avons également sollicité l'avis de DRH ou de managers qui ont accueilli cette initiative avec enthousiasme.

■ Vous êtes un établissement qui existe depuis 1981. Pouvez-vous présenter un peu plus le groupe ?

Effectivement, le groupe ISGA opère depuis 1981. Nous sommes actuellement présents dans cinq villes (Rabat, Marrakech, Fès, El Jadida et Casablanca). D'autres ouvertures sont prévues à Casablanca et Marrakech. L'effectif moyen de chaque établissement tourne autour de 500 étudiants et depuis la création de l'ISGA, nous avons formé plus de 10 000 lauréats.

Nous avons également une double dimension, puisque nous formons aussi bien dans la filière du management que celle de l'ingénierie avec une dizaine de spécialités. La formation continue représente également un volet stratégique de nos cursus, puisque nous proposons différentes formations (MBA, masters, licences...) avec des universités internationales partenaires.

Nous avons deux types de partenariats. Le premier est du genre classique où les étudiants ont la possibilité d'aller poursuivre leurs études dans l'une des universités ou écoles d'ingénieurs partenaires à partir de la 4^e ou 5^e année d'études. Le deuxième partenariat concerne les doctorants qui ont la possibilité

d'aller poursuivre leurs études à l'étranger pour une durée de trois ans.

Enfin, nous recevons également des étudiants étrangers dans le cadre d'échanges d'étudiants.

■ Qu'en est-il de la recherche et développement ?

La recherche appliquée a toujours représenté un atout stratégique majeur. La recherche est un élément incontournable pour faire évoluer ses professeurs, renouveler et enrichir les enseignements, tisser des liens avec des partenaires universitaires.

Notre centre de recherche (CRI) organise chaque année des événements d'envergure internationale pour nos doctorants aussi bien dans le domaine du management que de l'ingénierie.

A ce titre, nous comptons organiser, les 5 et 6 décembre, les journées doctorales mais également une conférence internationale sur la thématique «*Natural language, signal and speech processing*» où nous comptons recevoir différents doctorants du monde entier mais aussi des scientifiques du monde de l'entreprise comme Google et Microsoft.

PROPOS RECUEILLIS PAR B.H.

Le groupe Aksal lance sa marque Yan&One

Samedi 28 octobre, les Casablancais découvriront la nouvelle marque Yan&One, lancée par le groupe Aksal et créée par Salwa Idrissi Akhannouch. Cette marque offre plusieurs gammes de produits de beauté destinés aussi bien aux femmes qu'aux hommes : make-up, soins, parfums et accessoires. Ces produits ont été élaborés, après plusieurs mois de travail, en partenariat avec des professionnels de la beauté européens notamment en France et en Suisse. Tous ces produits sont conformes aux normes les plus strictes et testés dermatologiquement. Ils sont produits majoritairement sans Paraben, sans Phenoxyethanol et



sans PEG. Et pour la valorisation et la promotion des produits du terroir, Yan&One a également développé une gamme de soin, Moroccan Rituals, confectionnée à base d'huile d'argane et d'huile de figue de barbarie. Enfin, soucieuse de répondre aux exigences de bien-être, la marque signe une gamme de thés composée de mélanges

originaux et de thés rares au service de la beauté et de la santé.

Pour commercialiser sa nouvelle marque, le groupe Aksal a réservé un espace unique, le Beauty SmartStore au Morocco Mall. Il s'étend sur 3 500 m² entièrement dédiés à la beauté avec 14 univers répartis le long d'une avenue centrale. C'est aussi un

merchandising inédit, qui abolit les distances avec les produits. Espace totalement connecté, le Beauty Smartstore est équipé de 1 000 écrans, des miroirs tactiles interactifs, des outils digitaux et des vidéos permettant de découvrir et d'adopter les dernières tendances. Par ailleurs, cet espace exposera aussi des marques blockbusters, marques à grand succès, introduites pour la première fois au Maroc.

Notons que ce projet a créé 200 postes d'emploi dans une trentaine de métiers différents. Et le groupe ambitionne d'exporter son concept au-delà des frontières marocaines ■

A.B.