



5<sup>ème</sup> année

MASTER MIAGE IA2

# Projet d'année

## Gestion des talents



**Réalisés par :**

**BENHARRATS Wail**

**EL HASSOUNI Otmane**

**EL KHANTOUR Aymane**

**Encadrée par :**

**Mme. SAUVAGE Nathalie**

**Année universitaire 2024 2025**

## Table des matières

1. Executive Summary.....	3
2. Présentation de la société.....	3
3. Présentation du projet.....	4
4. L'équipe.....	5
5. L'environnement du projet (Analyse PESTEL) .....	6
6. Étude de marché.....	8
7. Analyse de la concurrence.....	9
8. Le produit / service.....	10
9. Communication.....	12
10. Stratégie.....	13
11. Objectifs visés.....	14
12. Analyse des risques.....	15
13. Écologie.....	16
14. Volet Financier.....	17
15. Annexes.....	18

## 1. Executive Summary

Le projet OWA est porté par trois ingénieurs marocains diplômés de l'EMSI et titulaires d'un Master en Intelligence Artificielle de l'Université Côte d'Azur : Otmane EL HASSOUNI, Aymane EL KHANTOUR et Wail BENHARRATS. Ensemble, ils lancent une plateforme SaaS intelligente qui réinvente le recrutement via des outils d'intelligence artificielle permettant une présélection automatique, une évaluation comportementale et technique, et un matching optimisé entre entreprises et candidats.

La plateforme est conçue pour répondre à un besoin croissant : améliorer l'efficacité du recrutement tout en réduisant les biais humains, les coûts et les délais. OWA cible principalement les PME, cabinets RH et ETI au Maroc, puis en Afrique francophone.

L'ambition : devenir en 5 ans une référence panafricaine dans le e-recrutement intelligent. Le modèle économique repose sur des abonnements mensuels (de 249 à 499 MAD), des services premium (tests techniques, audit RH), et la vente de données anonymisées.

### Les forces du projet :

- Une technologie propriétaire,
- Une équipe complémentaire,
- Un positionnement stratégique clair,
- Un marché en croissance.

## 2. Présentation de la société

Nom de l'entreprise : **OWA**

Forme juridique : SARL à capital variable

Capital social initial : 150 000 MAD

Siège social : Technopark Rabat, Maroc

Date de création prévue : Janvier 2026

### Répartition du capital :

- Otmane EL HASSOUNI 33,33 %
- Aymane EL KHANTOUR 33,33 %
- Wail BENHARRATS 33,33 %

**Dirigeant principal** : Otmane EL HASSOUNI (CEO & CTO)

### Mission

Développer une plateforme digitale intelligente dédiée au recrutement, permettant aux entreprises d'optimiser la sélection des talents grâce à l'intelligence artificielle, tout en garantissant l'inclusion, la transparence et la performance.

## **Vision**

D'ici 2028, OWA ambitionne de devenir le leader du e-recrutement intelligent en Afrique francophone, en s'imposant comme l'intermédiaire technologique entre entreprises et talents du continent.

## **Valeurs fondamentales**

- Innovation : technologie propriétaire, algorithmes de matching évolutifs
- Excellence : standards de qualité élevés dans la conception produit
- Éthique : neutralité algorithmique, respect des données personnelles
- Accessibilité : solution intuitive, multilingue et abordable
- Impact social : contribution à l'employabilité et à la digitalisation RH en Afrique

## **3. Présentation du projet**

### **Origine du projet**

Le projet OWA est né de constats récurrents issus de nos expériences en entreprise, stages en cabinets RH et collaborations avec des PME marocaines. Les processus de recrutement restent largement manuels, chronophages, peu fiables, et incapables de faire face au volume croissant de candidatures. Les décideurs RH manquent souvent d'outils modernes pour sélectionner rapidement et objectivement les meilleurs profils.

### **Problématique identifiée**

- Difficulté à traiter efficacement un grand nombre de candidatures.
- Sélection parfois biaisée, peu orientée sur les soft skills ou les résultats.
- Outils actuels (Excel, plateformes RH classiques) peu adaptés au contexte africain.
- Coût élevé pour les PME de recruter via des cabinets spécialisés.

### **Notre solution**

OWA est une plateforme SaaS de recrutement intelligent basée sur l'intelligence artificielle, offrant une interface moderne, collaborative, et personnalisable, intégrant plusieurs modules :

- Matching intelligent entre candidats et offres via IA (NLP et scoring).
- Analyse de CV automatisée avec extraction des compétences clés.
- Tests techniques & comportementaux intégrés (IA générative).
- Chatbot RH pour présélection dynamique.
- Suivi des candidatures et reporting via dashboards interactifs.
- Marketplace RH (option future) pour services complémentaires (coaching, CV rewriting...).

## Technologies mobilisées

- Back-end : Python 3, Django, SQLITE, API REST.
- Front-end : Angular.
- IA : Python (scikit-learn, transformers), NLP (analyse sémantique de CV), modèles de classification.
- Cloud : Azure Function App, Azure SQL, Azure Blob Storage.
- Sécurité : gestion des accès (JWT), conformité RGPD, chiffrement des données sensibles.

## État d'avancement

- MVP prêt : back-office fonctionnel, modules de matching, dashboard et chatbot opérationnels.
- Tests en conditions réelles avec 2 entreprises partenaires.
- Interfaces en cours d'amélioration (ergonomie, accessibilité).
- Version bêta prévue pour septembre 2025 avec 5 clients pilotes gratuits.

## 4. L'équipe

Le projet OWA est porté par une équipe de trois fondateurs complémentaires, tous issus de l'École Marocaine des Sciences de l'Ingénieur (EMSI) avec un Master en Intelligence Artificielle de l'Université Côte d'Azur. L'équipe combine expertise technique, compétences produit, sens de l'innovation et vision stratégique.

### Les co-fondateurs

Otmane EL HASSOUNI, CEO & CTO

- Ingénieur informatique & Master IA.
- Responsable de l'architecture logicielle, sécurité, IA et DevOps.
- Supervise le développement technique, la scalabilité de la plateforme, et les innovations IA.
- Manager technique des développeurs.

Ayman EL KHANTOUR, COO

- Ingénieur informatique & Master IA.
- Supervise l'organisation, les relations B2B, la coordination projet et les processus qualité.
- Pilote les partenariats techniques et RH, ainsi que la feuille de route produit.

Wail BENHARRATS, CPO (Chief Product Officer)

- Ingénieur informatique & Master IA.
- Responsable du design fonctionnel, de l'expérience utilisateur (UX), et des tests utilisateurs.
- Garant de la cohérence fonctionnelle et de la stratégie produit.

## **Équipe technique et opérationnelle**

Youssef LARBI, Développeur Full-Stack

- Spécialiste Angular (front) & Django (back).
- Développement des interfaces, des API, et intégration des modules IA.

Nadia BENNANI, Responsable Marketing & Acquisition

- Consultante en communication digitale.
- Responsable des campagnes d'acquisition clients (SEA, LinkedIn Ads), du contenu (SEO), et de l'image de marque.

Fatima ZAHRA OUALI, Chargée du support client

Suivi des clients, gestion des demandes techniques ou RH, assistance au paramétrage.

## **Partenariats externes prévus**

- Cabinet RH partenaire : pour validation métier, accès à une base de profils réels et retour d'expérience utilisateur.
- Consultant RGPD : pour assurer la conformité juridique des traitements.
- UX/UI Designer freelance : pour enrichir les maquettes et assurer l'accessibilité.

## **Forces de l'équipe**

- Pluridisciplinaire, jeune, dynamique et formée aux dernières technologies.
- Forte complémentarité entre technique, produit, et business.
- Bonne connaissance des problématiques terrain des entreprises marocaines et africaines.
- Capacité d'adaptation rapide et approche agile du développement.

## **5. L'environnement du projet (Analyse PESTEL)**

L'analyse PESTEL permet de comprendre les facteurs macro-environnementaux susceptibles d'influencer le développement de la plateforme OWA sur le marché marocain et africain.

### **P - Politique**

- Stabilité politique du Maroc favorable à l'investissement technologique.
- Incitations gouvernementales à la transformation digitale des entreprises (Maroc Digital 2025).
- Soutien aux startups tech via des structures comme Maroc PME, Technoparks, CCG ou Tamwilcom.
- Volonté de positionnement du Maroc comme hub digital africain.

Opportunité : environnement incitatif pour les projets technologiques à forte valeur ajoutée.

## **E - Économique**

- Développement rapide de l'écosystème startup marocain.
- Croissance du secteur RH externalisé (cabinets, portails d'emploi).
- Tensions économiques post-COVID → besoins de rationalisation RH (gain de temps/coûts).
- Marché africain en forte croissance (PME + jeunes diplômés).

Opportunité : potentiel de rentabilité pour une solution SaaS B2B ciblant les PME/ETI.

## **S - Socioculturel**

- Forte jeunesse diplômée (âge médian Maroc : 29 ans).
- Prise de conscience croissante de l'importance des soft skills dans les recrutements.
- Besoin de transparence et d'objectivité dans la sélection des candidats.
- Adoption progressive des outils numériques RH (surtout post-COVID).

Opportunité : marché culturellement réceptif à l'innovation RH digitalisée.

## **T - Technologique**

- Maturité croissante de l'IA appliquée au NLP (matching CV/offres).
- Popularité croissante des solutions SaaS, cloud-native et collaboratives.
- Disponibilité d'infrastructures cloud sécurisées (Azure, AWS).
- Outils de développement open source accessibles (Django, Angular, scikit-learn...).

Opportunité : accès facile aux technologies nécessaires à un coût maîtrisé.

## **E - Environnemental**

- Plateforme 100 % numérique (réduction d'usage papier).
- Hébergement cloud optimisé (Azure) à faible consommation énergétique.
- Engagement progressif vers un hébergement écoresponsable (green hosting envisagé).

Valeur ajoutée : cohérence avec les politiques RSE des entreprises clientes.

## **L - Légal**

- Respect des réglementations sur la protection des données (RGPD et loi 09-08 au Maroc).
- Mise en conformité prévue avec un expert juridique et DPO externe.
- Aucun obstacle légal à la commercialisation d'un logiciel SaaS RH au Maroc.

Contraintes maîtrisées grâce à une anticipation juridique et au choix d'un cloud conforme.

## 6. Étude de marché

L'étude de marché vise à valider le potentiel commercial du projet OWA à court et moyen terme, en analysant le contexte global, la taille du marché, les segments cibles et les tendances RH en Afrique francophone.

### 1. Taille et dynamique du marché

- Le marché global du recrutement digital est estimé à plus de 30 milliards USD (Statista, 2024).
- En Afrique francophone, la croissance annuelle moyenne du secteur RH est de +8 %, soutenue par la digitalisation et le boom démographique.
- Le marché marocain compte environ :
  - 93 000 PME recensées (HCP),
  - 300 agences RH et cabinets de recrutement,
  - 1,2 million de chercheurs d'emploi (ANAPEC).

Taille de marché adressable initiale (TAM Maroc) :

≈ 10 000 entreprises susceptibles d'adopter une solution de e-recrutement dans les 3 prochaines années.

### 2. Segmentation de la clientèle

- PME et startups : budget limité, forte réactivité, besoin de présélection rapide et fiable.
- Cabinets RH : à la recherche d'outils d'automatisation pour gérer le volume.
- Grands groupes (RH internes) : besoin de solutions intégrables dans leurs systèmes internes.
- Secteur public / académique (filières d'insertion professionnelle) : solutions personnalisées.

Cible initiale prioritaire : PME marocaines de 10 à 250 salariés dans les secteurs IT, commerce, consulting, éducation, santé.

### 3. Besoins exprimés

Suite à une enquête terrain (avril 2025, 18 PME interrogées + 3 cabinets RH) :

- 83 % des PME gèrent encore leurs recrutements via email ou Excel,
- 65 % affirment recevoir trop de CV non pertinents,
- 72 % sont favorables à l'idée de recourir à un outil automatisé si abordable.

### 4. Tendances du marché

- Automatisation croissante des processus RH (ATS, préqualification, onboarding).
- Émergence de l'IA RH pour améliorer l'objectivité et la rapidité de décision.
- Utilisation mobile croissante par les recruteurs et candidats.
- Internationalisation des profils → besoin d'outils multilingues et multicritères.
- Conformité RGPD & cybersécurité au cœur des préoccupations RH.



## 5. Conclusion

Le marché présente :

- Un fort potentiel de transformation,
- Des utilisateurs en demande de solutions efficaces,
- Une absence de leader local clair sur le segment de l'IA RH.

Cela positionne OWA comme une réponse pertinente et différenciante à un besoin réel et urgent.

## 7. Analyse de la concurrence

### 1. Cartographie des concurrents

Nom	Positionnement	Zone	Forces	Faiblesses
ReKrute	Portail d'emploi généraliste	Maroc & Afrique	Notoriété, base candidats	Pas d'automatisation IA, UX peu moderne
Novojob	Emploi Afrique francophone	Afrique de l'Ouest	Réseau régional, contenus	Pas de matching avancé, peu de personnalisation
Indeed / LinkedIn	Global, Référencement + CVthèque	International	Portée, algorithmes puissants	Ne répond pas aux spécificités locales, coûteux
JobPlus	Plateforme RH pour PME	Maroc	Simplicité	Fonctionnalités limitées, pas de prédiction
Talenteum	Recrutement offshore pour l'Afrique	Afrique, Europe	Externalisation RH	Non automatisé, solution partielle

### 2. Positionnement de OWA

OWA se distingue des plateformes classiques par une proposition de valeur centrée sur l'IA, l'automatisation, et l'expérience utilisateur locale.

Avantages concurrentiels clés :

- Matching IA sur soft skills, culture et compétences techniques.
- Tableaux de bord collaboratifs pour les recruteurs.
- Chatbot RH intelligent pour présélection.
- Tests automatisés et scoring IA.
- Tarification flexible adaptée aux PME marocaines.

### 3. Matrice concurrentielle (Forces vs Fonctions)

Fonctions	ReKrute	Novojob	OWA	JobPlus
Publication offres	disponible et performant	disponible et performant	disponible et performant	disponible et performant
Base de CV	disponible et performant	disponible et performant	disponible et performant	limité ou basique

Matching IA	inexistant	limité ou basique	disponible et performant	inexistant
Tests intégrés	inexistant	inexistant	disponible et performant	inexistant
Chatbot RH	inexistant	inexistant	disponible et performant	inexistant
Suivi pipeline candidats	limité ou basique	inexistant	disponible et performant	limité ou basique
UX locale & intuitive	limité ou basique	limité ou basique	disponible et performant	disponible et performant

#### 4. Opportunité

La concurrence locale reste partiellement développée sur le segment de l'IA RH. Il n'existe à ce jour aucune plateforme 100 % marocaine combinant IA, automatisation et UX moderne. Ce positionnement hybride donne à OWA un temps d'avance stratégique, notamment sur le segment des PME et cabinets locaux.

## 8. Le produit / service

Nom du produit : OWA (Optimized Workforce Assistant)

OWA est une plateforme SaaS intelligente dédiée à l'optimisation des processus de recrutement à travers l'intelligence artificielle. Elle automatise la présélection, l'évaluation et le suivi des candidatures tout en garantissant une expérience fluide pour les recruteurs et les candidats.

#### Fonctionnalités principales

##### 1. Matching intelligent CV ↔ Offre

- Algorithme IA de Natural Language Processing (NLP) pour extraire, normaliser et classer les profils selon des critères personnalisables.
- Évaluation des compétences techniques, soft skills et adéquation culturelle.

##### 2. Chatbot RH intégré

- Dialogue automatisé avec les candidats pour préqualification (disponibilité, motivation, conditions salariales...).
- Récupération des infos manquantes sur le profil

##### 3. Scoring automatique

- Calcul d'un score de pertinence en temps réel pour chaque candidat selon l'offre.
- Aide à la décision pour prioriser les entretiens.

##### 4. Tests de compétences intégrés

- QCM ou exercices techniques générés par domaine (ex. : Java, marketing, compta...).
- Résultats directement intégrés dans le score global.

## **5. Tableaux de bord RH**

- Vue consolidée des candidatures par offre.
- Statistiques de performance des canaux de recrutement.
- Collaboration multi-utilisateur (notations, commentaires...).

## **6. Multicanal**

- Intégration avec LinkedIn, Indeed, sites d'écoles.
- Génération de liens de candidature personnalisés.

## **Modules complémentaires**

- Module "freelance" : matching rapide avec indépendants vérifiés.
- Module "diversité et inclusion" : analyse anti-biais via IA.
- Module "talent pool interne" : gestion des candidatures spontanées et des talents internes.

## **Technologies utilisées**

- Back-End : Django + SQLITE + REST API
- Front-End : Angular
- Cloud : Microsoft Azure (serverless, scalable)
- IA : Python (scikit-learn, spaCy, transformers)

## **Valeurs ajoutées du produit**

- Simplicité d'utilisation (UX fluide, onboarding assisté)
- Temps de traitement divisé par 3
- Réduction des biais humains
- Personnalisation par secteur et profil de poste
- Support en français / anglais

## **Business Model**

- Formule Essentielle : 249 MAD / mois → accès standard aux fonctionnalités
- Formule Pro : 399 MAD / mois → IA avancée, tests techniques, scoring
- Formule Premium : 499 MAD / mois → modules complémentaires + support dédié
- Offres personnalisées : pour agences RH et grands groupes (facturation sur mesure)

## 9. Communication

Une stratégie de communication multicanale est essentielle pour garantir la visibilité de la plateforme OWA, générer de la notoriété, acquérir les premiers clients, et asseoir une image de marque innovante dans le secteur RH.

### Objectifs de communication

- Lancer et positionner OWA comme référence marocaine du recrutement intelligent.
- Éduquer le marché sur les avantages du recrutement assisté par IA.
- Générer des leads qualifiés (PME, cabinets RH, startups).
- Créer une communauté d'utilisateurs et d'ambassadeurs RH.

### Cibles de communication

- PME marocaines (fondateurs, DRH, recruteurs internes)
- Cabinets RH
- Startups & scale-ups
- Candidats tech ou qualifiés
- Partenaires (écoles, médias RH, clusters numériques)

### Canaux et actions prévues

Canal	Actions
Site web vitrine	Présentation des offres, démonstration, blog RH, tunnel de conversion
Réseaux sociaux	LinkedIn (posts experts, témoignages clients), Facebook & Instagram (ads ciblés, infographies, vidéos)
SEO & blog	Contenus orientés RH & recrutement, optimisés pour les moteurs de recherche
Publicité digitale	Campagnes Google Ads / Facebook Ads ciblées PME/Startups marocaines
Partenariats écoles	Webinaires et ateliers pour recruteurs et étudiants RH
Salons professionnels	Participation à Maroc HR Days, Gitex Africa, Smart RH
Emailing & CRM	Newsletters bimensuelles, séquences de nurturing prospects

### Calendrier de lancement (phase 1)

- T1 : Création de la charte graphique, site vitrine, landing pages
- T2 : Lancement réseaux sociaux, 1ère campagne Google Ads + RP locale
- T3 : Contenus experts (ebooks, articles), onboarding de partenaires médias
- T4 : Participation à 2 événements RH et salons tech

### Identité visuelle et ton de marque

- Nom : OWA - Optimized Workforce Assistant
- Slogan : "Recrutez mieux, plus vite, plus intelligemment."
- Ton : moderne, professionnel, humain, pédagogique
- Couleurs : Bleu nuit (#1A2238), Or digital (#C1A447), Gris clair (#F3F3F3)

### **KPIs de suivi**

- Nombre de visiteurs uniques / mois
- Taux de conversion sur landing pages
- Taux d'engagement sur réseaux sociaux
- Nombre de leads générés / abonnés CRM
- Coût d'acquisition par canal

## **10. Stratégie**

La stratégie d'OWA vise à maximiser l'impact de son produit sur un marché en mutation, en adoptant une approche progressive, agile et orientée client, combinant qualité technologique, proximité terrain et scalabilité.

### **Stratégie produit**

- Finalisation de la version stable (V1) de la plateforme pour septembre 2025.
- Ajout progressif de modules : scoring comportemental, anti-biais, analyse voix/texte.
- Mise en place d'un SLA robuste (Service Level Agreement) avec support utilisateur.
- Plateforme responsive mobile-first + progressive web app (PWA).

### **Stratégie de déploiement géographique**

- Année 1 : Maroc (Rabat, Casablanca, Marrakech) + zones francophones de proximité (Tunisie, Sénégal)
- Année 2 : Extension vers l'Afrique de l'Ouest (Côte d'Ivoire, Cameroun)
- Année 3 : Ciblage de niches RH en France et Belgique (marché diasporique)

### **Stratégie commerciale**

- Approche directe via prospection ciblée (PME, cabinets)
- Freemium / offre test 15 jours → accélérateur d'adoption
- Ambassadeurs RH (consultants, enseignants) → leviers de prescription
- Canaux de vente : inbound marketing + SDR internes (commerciaux sédentaires)
- Partenariats stratégiques : clusters digitaux, agences d'employabilité, écoles

### **Stratégie partenariale**

- Écoles partenaires pour l'orientation des jeunes diplômés
- Cabinets RH et consultants freelance comme distributeurs de la solution
- Partenariat cloud (Microsoft Azure Maroc) → conditions préférentielles et sponsoring startup
- Collaboration avec un cabinet RGPD et cabinet juridique

### **Stratégie d'itération continue**

- Intégration des retours utilisateurs (enquêtes NPS, interviews clients)
- Cycle agile de release toutes les 4 semaines
- Mise en place d'une roadmap transparente consultable par les utilisateurs

## 11. Objectifs visés

Les objectifs d'OWA sont à la fois techniques, commerciaux et financiers, structurés sur une trajectoire de 3 ans. Ils traduisent notre ambition de faire de OWA une référence panafricaine du e-recrutement intelligent.

### Objectifs généraux

- Offrir une solution SaaS complète, modulaire et intuitive pour le recrutement assisté par IA.
- Réduire de 60 % le temps de traitement d'un recrutement pour nos clients.
- Améliorer la qualité des embauches grâce au matching basé sur les soft/hard skills.
- Lutter contre les biais cognitifs dans la sélection RH grâce à l'IA éthique.
- Devenir un acteur majeur du HR Tech francophone à horizon 2028.

### Objectifs chiffrés

Horizon	Clients actifs	Taux de rétention	CA prévisionnel	Taux de marge	Équipe cible
6 mois (MVP)	5 clients pilotes	-	0 MAD	-	6 personnes
1 an	50 clients PME & agences	65 %	700 000 MAD	40 %	7 personnes
2 ans	150 clients	75 %	2 400 000 MAD	48 %	10 personnes
3 ans	300 clients	82 %	6 000 000 MAD	53 %	13 personnes

### Objectifs d'impact

- +40 % de diversité (genre, background) dans les recrutements de nos clients.
- 200 000 candidats référencés dans notre base d'ici 3 ans.
- Collaboration avec 15 écoles/organismes de formation pour l'orientation et la mise en relation.

### Objectifs de développement produit

- Version 1.0 (MVP stable) : Septembre 2025
- V1.5 : IA d'analyse comportementale (fin 2025)
- V2.0 : Portail candidats et API ouverte (Q2 2026)
- V3.0 : IA voix/vidéo + fonctionnalités avancées de coaching (2027)

## 12. Analyse des risques

Le lancement et la croissance d'un projet SaaS dans le domaine des RH impliquent de nombreux risques qu'il est crucial d'identifier, de surveiller et de maîtriser. Nous avons anticipé les risques principaux dans plusieurs domaines clés.

### Risques technologiques

Risque	Impact	Stratégie d'atténuation
Bugs ou instabilité du système	Rupture de confiance client	Déploiement CI/CD, tests automatisés, QA dédiée
Montée en charge mal gérée	Saturation, ralentissements	Architecture cloud scalable (Azure), anticipation infrastructure
Fuite de données sensibles	Pertes juridiques et réputationnelles	Chiffrement, audits de sécurité, conformité RGPD

### Risques commerciaux

Risque	Impact	Stratégie d'atténuation
Difficulté à convaincre les premiers clients	Démarrage lent	Offres pilotes gratuites, démonstrations en présentiel, partenariats institutionnels
Concurrence agressive	Érosion de part de marché	Positionnement différenciant (IA, simplicité, prix), focus sur marché francophone

### Risques RH et organisationnels

Risque	Impact	Stratégie d'atténuation
Départ de membres clés	Perte de savoir-faire	Accords de non-concurrence, documentation des process
Difficulté de recrutement technique	Ralentissement de la roadmap	Partenariats avec écoles, intégration de freelances expérimentés

### Risques financiers

Risque	Impact	Stratégie d'atténuation
Sous-financement	Blocage du développement	Plan de financement précis, levée de fonds progressive, financement BPI Maroc
Retard dans la rentabilité	Risque de découragement ou pivot	Scénario pessimiste intégré, suivi mensuel de la trésorerie, offre premium dès le T2

### Risques réglementaires

Risque	Impact	Stratégie d'atténuation
Non-conformité RGPD	Amendes, perte d'image	Accompagnement par cabinet juridique spécialisé, formation continue de l'équipe

Cette analyse nous permet de rester proactifs, agiles et prêts à adapter notre stratégie face aux évolutions de l'environnement.

## 13. Écologie

Même dans un projet numérique, la responsabilité environnementale reste un enjeu crucial. En tant qu'acteur tech émergent, OWA souhaite intégrer les principes du développement durable dans ses choix technologiques, son organisation et sa stratégie globale.

### Engagement écologique de l'entreprise

OWA adopte une démarche éco-responsable dès sa conception, avec des mesures concrètes visant à réduire son empreinte environnementale :

- Hébergement cloud optimisé : choix d’Azure pour ses engagements en matière d’énergie verte (objectifs de neutralité carbone d’ici 2030).
- Infrastructure scalable : évite la surconsommation des ressources serveurs inutiles via une architecture serverless.
- Télétravail & nomadisme digital : réduction des déplacements quotidiens et limitation de la consommation énergétique des bureaux.
- Documentation numérique uniquement : zéro impression papier dans les process internes et communication client.
- Éco-conception logicielle : interfaces légères, scripts optimisés, design épuré pour limiter la consommation CPU.

### Propositions futures à intégrer

- Intégration de badges verts pour valoriser les entreprises clientes engagées dans la RSE.
- Suivi des économies générées (temps, papier, déplacements) via nos outils d’analyse RH.
- Mise en place d’une charte RSE OWA (2026) avec audits internes.
- Participation à des événements ou challenges “Tech for Good”.

### Alignement avec les valeurs de la cible

Nos clients RH sont de plus en plus sensibles aux thématiques de durabilité, d’éthique et de respect des ressources. En intégrant ces valeurs dans notre solution, nous renforçons notre attractivité et crédibilité sur le marché.



## 14. Volet Financier

Ce volet présente une vision claire de la viabilité économique du projet OWA. Il inclut le modèle économique, le compte de résultat prévisionnel, le plan de financement, le budget de trésorerie, ainsi que les besoins en financement initial.

### 14.1 Business Model

OWA repose sur un modèle économique hybride combinant :

#### 1. Abonnements SaaS mensuels :

- Formule Start : 249 MAD / mois (petites structures)
- Formule Pro : 349 MAD / mois (PME)
- Formule Premium : 499 MAD / mois (agences RH ou ETI)

#### 2. Services à la carte :

- Tests de personnalité / techniques : 49 à 99 MAD / candidat
- Formations courtes RH (webinars) : 199 MAD / session
- Assistance au recrutement (freemium vers premium)

#### 3. Publicité ciblée :

- Sponsoring d'annonces et profils (option en développement)

#### 4. Vente de données RH anonymisées à but analytique (à moyen terme)

### 14.2 Compte de Résultat Prévisionnel (résumé)

Année	CA (MAD)	Charges (MAD)	Résultat Net
Année 1 (2025)	240 000	310 000	-70 000 (R&D + lancement)
Année 2 (2026)	1 200 000	900 000	+300 000
Année 3 (2027)	2 400 000	1 400 000	+1 000 000

#### Hypothèses :

- 50 clients en Y1 / 150 en Y2 / 300 en Y3
- Coût moyen par client : 400 MAD/mois
- Croissance RH & infra maîtrisée

### 14.3 Plan de financement initial

Poste	Montant (MAD)
Développement technique (MVP)	100 000
Marketing & communication	80 000
Serveurs, hébergement, licences	40 000
Juridique / RGPD / dépôt de marque	20 000

Trésorerie de démarrage (3 mois)	60 000
Total besoin initial	300 000

#### 14.4 Plan de trésorerie simplifié (Trimestre 1 - 2025)

Mois	Entrées (MAD)	Dépenses (MAD)	Solde (MAD)
Septembre	0	100 000	-100 000
Octobre	30 000	60 000	-130 000
Novembre	60 000	50 000	-120 000
Total T1	90 000	210 000	-120 000

#### 14.5 Hypothèses de rentabilité

- Seuil de rentabilité atteint dès 90 clients actifs (~36 000 MAD / mois)
- Marge brute > 60 % dès la deuxième année
- Forte scalabilité du modèle après amortissement R&D

## 15. Annexes

Les annexes rassemblent les documents justificatifs, visuels et techniques permettant de consolider les informations du présent Business Plan et de démontrer la crédibilité, la préparation et le professionnalisme de l'équipe fondatrice.

#### 15.1 CV des fondateurs et collaborateurs

Otmane EL HASSOUNI : Ingénieur informatique (EMSI) + Master IA Université Côte d'Azur

- Expériences : SQLI, développement java cloud Azure, NLP

Ayman EL KHANTOUR : Ingénieur informatique (EMSI) + Master IA Université Côte d'Azur

- Expériences : gestion de projets, product ownership, backend java, front-end web

Wail BENHARRATS : Ingénieur informatique (EMSI) + Master IA Université Côte d'Azur

- Expériences : UX, prototypage, IA prédictive, backend Django, test utilisateur

Nadia BENNANI : Responsable marketing digital

- Expériences : inbound marketing, branding RH, acquisition B2B

Youssef LARBI : Développeur full-stack Angular/Django

## **15.2 Maquettes visuelles de l'application**

- Interface dashboard RH
- Page scoring automatique d'un candidat
- Module chatbot RH pour préqualification
- Interface de gestion multi-annonce / multi-recruteur

Ces maquettes ont été créées sous Figma et validées auprès de deux entreprises pilotes.

## **15.3 Documents techniques**

- Architecture logicielle (schéma microservices, DB SQLITE, intégration Azure)
- Documentation des modules IA (matching, analyse sentiment, NLP résumé CV)
- Cahier des charges fonctionnel
- Backlog produit détaillé (Notion)
- Plan RGPD : mentions légales, consentement utilisateur, politique de stockage

## **15.4 Sources externes**

- PESTEL : HCP Maroc, Bank Al-Maghrib, World Bank Open Data
- Marché RH : McKinsey -Talent management in Africa, Pôle Emploi, APEC
- Concurrence : Sites publics de Manatal, Flatchr, Recrutee, SmartRecruiters
- Estimation charges/salaires : Jobinja, ReKrute, Glassdoor Maroc
- Coût cloud / licences : Microsoft Azure Calculator