

COLORADO

Peintures Industrielles

Routière - Epoxydique - Anticorrosion - Polyuréthane



Pour tout besoin d'informations techniques ou commerciales,
veuillez contacter :

Email : industrie@colorado.ma

Tél: +212 (0) 661 720 063

ISO 9001 - ISO 14001 - OHSAS 18001
www.colorado.ma



Lien vers le guide des
peintures industrielles

Hôtellerie

Palmeraie Immobilier lance Palmeraie 4.0

Il s'agit d'un programme de digitalisation de l'expérience client nommé « Palmeraie 4.0 » qui est déployé à l'occasion du lancement des trois nouveaux projets : La Colline de l'Océan à Casablanca, Les Jardins de la Palmeraie III à Marrakech et Ghandouri Vista à Tanger. Le programme Palmeraie 4.0 se décline à travers quatre réalisations clés :

Personnalisation des finitions avec My Palm Home : Le client peut personnaliser ses finitions et choisir la qualité des matériaux avec une immersion 3D pour naviguer à l'intérieur des espaces. L'acquéreur peut aussi choisir ses ambiances et ses couleurs en fonction de son goût et de son budget grâce à des simulations en temps réel.

Un showroom Phygital : Palmeraie Immobilier met en place un showroom phygital qui intègre les services d'un point de vente physique avec les possibilités du monde digital. Objectif : permettre aux résidents de vivre une expérience unique en s'appuyant sur l'outil de personnalisation des biens, avec une zone d'exposition des matériaux et une



zone d'incubation et d'innovation dans les designs d'intérieur.

Palm Work : Avec cette application les clients de Palmeraie Immobilier sont informés en temps réel de l'avancement des travaux. Un portail avec accès unique permet d'avoir une visibilité sur la progression des travaux, des encaissements et des échéanciers et toutes autres sortes d'informations liées à l'évolution de leurs acquisitions.

Palm's Friends : Il s'agit d'une carte de fidélité offerte aux clients de Palmeraie immobilier qui feront désormais partie de la communauté Palm's Friends. Cette carte permet de bénéficier de remises

sur les produits et services du groupe Palmeraie (Résidence touristique, restaurant, Waky, Golf, SPA...). Elle comprend également un programme de cumul des points de fidélité à chaque consommation. Ces points pouvant être convertis en achat à n'importe quel moment et point de vente du groupe.

Le projet de digitalisation de Palmeraie Immobilier touche l'ensemble de l'organisation de Palmeraie Développement dont les processus se numérisent en vue d'assurer un pilotage intégré sur toute la chaîne de valeur de l'immobilier. **Objectif :** S'affirmer en tant que leader de l'immobilier du futur.

Nomination

Mme EL BADRI DG adjointe à Colorado !



Naima El BADRI vient d'être nommée directrice générale adjointe chargée du pôle industriel et technique à Colorado. Naima EL BADRI était depuis 2014 Directrice Industrielle. Elle a piloté, plusieurs projets d'envergure en l'occurrence la refonte complète du site de production de Ain Sébaâ et la construction du nouveau site de Dar Bouaâza.

Elle a entamé sa carrière chez COLORADO en 1998 au sein de la Direction Technique et a occupé depuis, plusieurs postes de responsabilité. Madame Naima EL BADRI est diplômée de l'École Mohammedia des Ingénieurs.



HICHAM LAHLOU,
Membre du bureau
de l'organisation mondiale
du Design

Je trouve qu'il n'est pas normal qu'on ne parle pas de design lorsqu'on parle d'industrie ou d'innovation. Nombreux sont ceux qui pensent que le design signifie le meuble, la décoration ou l'artisanat revisité. Mais ce n'est pas seulement cela. C'est un domaine qui à la base vient du design industriel et qui aujourd'hui sert la croissance économique dans plusieurs pays. Dans ce sens, il y a un pays qui me tient à cœur, c'est la Corée du Sud, qui ne dispose d'aucune ressource naturelle, mais qui dispose de la richesse humaine. Dans ce cadre, je voudrais parler d'éducation dans la mesure où aucune université publique ou privée au Maroc ne dispense de diplôme supérieur en design. Ceci est complètement aberrant, alors que le design est le moteur de l'innovation. Il faut donc se poser la question sur l'éducation qui est la base de tout et savoir comment des

pays, comme la Corée du Sud, ont réussi dans l'innovation avec des marques mondialement connues à l'instar de Samsung, Kia, Hyundai... Devenir une puissance industrielle mondiale reconnue passe nécessairement par l'éducation. Par conséquent, il faut s'inspirer de ces pays qui ont intégré le design dans leur éducation et se poser la question de savoir pourquoi nos formations n'incluent pas de spécialités dans le domaine du design. Dernièrement, le cabinet Mckinsey a publié un rapport qui révèle en chiffres l'utilité du design. Aujourd'hui, il existe au Maroc des entreprises utilisatrices de design en termes de système de management, et ce, de la prise de décision au niveau du CEO jusqu'à tous les autres départements. Parmi ces entreprises utilisatrices de design qui ont compris comment celui-ci peut les aider à mieux

se positionner et devenir plus fortes, on retrouve Afrikaia, l'une des premières entreprises marocaines à utiliser le design pour définir sa politique de marque, créer des services, mais aussi Attijarawafa bank, BMCE Bank, inwi... Internationalement, nous avons l'exemple d'Ikea qui a démocratisé le design et a permis à n'importe quelle classe sociale dans le monde d'utiliser ses produits. Cette année, pour son 75e anniversaire, Ikea va sortir simultanément dans le monde, des collections signées par des designers africains. Ceci démontre bien toute l'importance de la créativité africaine pour innover, positionner de nouveaux produits et séduire de nouveaux consommateurs. Un autre exemple est celui du géant américain Apple dont le vice-président est un designer qui définit les politiques d'innovation.



KARIM CHEIKH,
Président du GIMAS

Dans son discours, le ministre de l'Industrie et du Commerce et a précisé que la R&D au Maroc ne représente que 0.8% du PIB. Mais nous allons mettre cela sur le fait que ces dernières années, nous avons beaucoup travaillé sur la mise en place du système productif dans les différents métiers mondiaux du Maroc. Aujourd'hui, nos écosystèmes commencent à gagner en maturité et donc il serait temps d'attaquer la partie R&D et innovation dans nos secteurs. Comment ? En se dotant d'une stratégie nationale consacrée à la R&D où chaque secteur doit avoir une vision claire du chemin à parcourir. Mais également en sachant, en termes de prospective, quelles technologies prioritaires nous devons cibler.

En ce qui concerne le centre de recherche auquel j'appartiens, au départ nous faisons de la recherche transférable au secteur industriel. Aujourd'hui, la tendance consiste à faire de la recherche partenariale entre l'état et l'industriel. Pour l'aéronautique, les projets en termes de recherches et développement sont très nombreux, à l'instar de la réduction de pollution, mise au point d'avions légers et moins consommateur de kérosène, avec des composites plus légers et plus électriques. Pour ce faire, il faut développer des procédés de fabrication innovants. Donc au GIMAS, nous avons créé un cluster depuis plus d'un an qui se veut comme une plateforme d'échange entre les industriels, les universités et écoles d'ingénieurs, ainsi que les centres de recherche. Dans ce cadre, nous travaillons sur plusieurs thématiques à savoir l'usine du futur, les matériaux intelligents, l'usine connectée...

Aujourd'hui, notre secteur est un secteur où l'innovation est une tradition. Quand on dit innover, c'est devenir intéressant en termes de prix et ce, en réduisant nos coûts. Ceci est de l'innovation en soi. Nous sommes également innovants en termes de construction et en termes de méthodologies. On peut même dire qu'en ce qui concerne notre secteur, nous sommes à des années lumières devant l'Asie. Je prends l'exemple du domaine des fertilisants, en citant le cas de l'acide sulfurique ; dans ce sens, il existe 3 technologies mondiales de base où la partie innovation est marocaine par excellence : Aujourd'hui, il n'y a pas

mieux que les Marocains pour construire des unités d'acide sulfurique à travers le monde. Dans notre secteur, les gens de la R&D viennent avec un concept qu'il faut traduire dans la réalité à travers une grande innovation et du pur savoir-faire. Pour nous, l'innovation orientée marché consiste à créer la demande et non pas seulement créer l'offre. Nous devons aussi donner aux jeunes le climat favorable pour qu'il puisse développer leurs idées, créer et innover et c'est ensuite à nous d'exécuter. Si on attend que le marché demande, ça sera déjà trop tard. Il faut donc savoir anticiper et créer l'offre, pour ainsi se placer en tant que leader et non pas en tant que suiveur.



ABED CHAGAR,
Directeur général COLORADO

Colorado est une société florissante qui réalise actuellement plus de 500 millions de Dh. L'origine de ce développement repose sur deux piliers : la R&D et le marketing, dont le vecteur commun est l'innovation. Dans ce sens, nous avons été novateurs comme entreprise industrielle et dans notre façon de déployer le marketing sur tous ses aspects. En ce qui est de la R&D, cette dernière est pour nous une nécessité dans le sens où nous n'en ne faisons pas pour le paraître ou juste pour suivre la tendance.

Actuellement, nous comptons plus 500 collaborateurs et nous disposons de 18 permanents dans nos laboratoires, bien que nous soyons une petite société. Dans ce sens, nous répondant à deux types de besoins : soit on répond à des besoins marché pour mettre au point des produits adaptés, soit pour s'adapter à des évolutions technologiques ou réglementaires. Ainsi, nous lançons depuis 20 ans chaque année au minimum 4 ou 5 nouveaux produits sur le marché marocain et nous faisons beaucoup mieux que des concurrents internationaux basés au Maroc qui eux lancent au maximum un nouveau produit tous les 3 ans. C'est pour vous dire l'importance de la démarche d'innovation qui nous guide. Sur les 3 dernières années, nous avons lancé une trentaine de produits qui ont représentés 10% du CA de 2018. Encore mieux : 35% du CA de 2018 est réalisé par les produits qui ont été lancés sur les 10 dernières années.

Enfin, cela fait 4 ans que nous avons créé des peintures fonctionnelles, c'est à dire des peintures qui répondent à des besoins à l'instar de peinture anti-allergie, anti-humidité... Et qui sont certifiées par des laboratoires européens.



TARIK AITRI,
Président de la FIMME

Nous devons changer de paradigme en commençant par avoir des industriels qui seraient les pilotes de l'investissement public et intégrer la R&D dans les grands chantiers du Royaume. Il faut également un changement de mentalité sur toute la chaîne de valeur pour faire prospérer l'innovation en acceptant la culture de l'échec. Nous sommes encore à un bas pourcentage du potentiel de R&D que pourrait réaliser le pays.



HICHAM BOUZEKRI
DIRECTEUR R&D ET INTÉGRATION INDUSTRIELLE DE MASEN

En termes d'innovation ce qui a changé la donne et ce qui peut assurer la pérennité de tous les secteurs et en particulier le secteur minier, c'est d'utiliser l'innovation transformationnelle pour inverser la chaîne de valeur. Au lieu de partir des produits et de chercher les marchés pour les écouler, il faudrait être orientés marché, voir les marchés porteurs dans le futur et de développer de nouveaux procédés pour permettre et après réorienter l'exploration pour la recherche de cette matière première.



TARIK ATRI,
PRÉSIDENT DE LA FIMME

L'innovation orientée marché consiste à créer la demande et non pas seulement créer l'offre. Nous devons aussi donner aux jeunes le climat favorable pour qu'il puisse développer leurs idées, créer et innover et c'est ensuite à nous d'exécuter. Si on attend que le marché demande, ça sera déjà trop tard. Il faut donc savoir anticiper et créer l'offre, pour ainsi se placer en tant que leader et non pas en tant que suiveur.



NAWAL ZINE
DGA STRATÉGIE ET FINANCES MANAGEM



KARIM CHEIKH
PRÉSIDENT DU GIMAS

Il y a bel et bien un **mouvement** d'innovation qui commence et il nous faut maintenir la cadence.

Malheureusement, la passerelle entre le monde académique et le monde industriel, se fait progressivement. Aujourd'hui, nous avons le plan d'accélération industriel et il serait bénéfique de mettre en place un plan d'accélération de l'innovation et de la recherche. J'appelle à la création de 10 centres comme MASCIR.

Nous devons nous inspirer des **exemples** qui ont **marché ailleurs**, par exemple l'idée du **crédit impôt** est une réalité qui a marché partout et **qu'il faudrait introduire au Maroc**



ABED CHAGAR
DIRECTEUR GÉNÉRAL COLORADO

Pour notre secteur qui est celui de la chimie-parachimie, nous avons un réel besoin en termes de chercheurs parce que la R&D chez nous consiste en de la chimie de formulation où il y a un réel besoin. Les recherches doctorales au Maroc sont plutôt documentaires et il y a très peu de recherche appliquée. Comme l'a précédemment proposé Monsieur le ministre de l'Industrie, la formation alternée est une bonne solution dans ce sens. D'ailleurs, Colorado

s'est adressée à des écoles d'ingénieurs pour leur proposer d'intégrer dans leur cycle de formation des spécialités de chimie parce qu'il y a un vrai besoin de préparer des ingénieurs par le biais de l'alternance qui est le meilleur tremplin vers le marché de l'emploi.

Nous devons également nous inspirer des exemples qui ont marché ailleurs, par exemple l'idée du crédit impôt est une réalité qui a marché partout et qu'il

faudrait introduire au Maroc. En France par exemple, pour 30% des investissements dans la R&D, les salaires des doctorants en recherche sont remboursés. Il faut aussi oser créer une agence nationale qui agit au nom de l'Etat, à l'instar de l'agence nationale de valorisation de la recherche (ANVAR) en France et qui pilote les programmes d'accompagnement et rend un bilan des investissements en R&D.

COLORADO, LE SPÉCIALISTE MAROCAIN DE LA PEINTURE POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT !

FONDÉE EN 1962, COLORADO EST UNE SOCIÉTÉ INDUSTRIELLE MAROCAINE SPÉCIALISÉE DANS LA FABRICATION ET LA DISTRIBUTION DE PEINTURES, D'ENDUITS, DE VERNIS, DE REVÊTEMENTS POUR L'INDUSTRIE AUTOMOBILE, DE PEINTURES INDUSTRIELLES, DE PEINTURES ÉCOLOGIQUES ET DE PEINTURES FONCTIONNELLES. INTRODUITE À LA BOURSE DES VALEURS DE CASABLANCA EN 2006, COLORADO EST DEvenu EN 2007 LE LEADER INCONTESTÉ DANS SON DOMAINE.



Au fil des années, Colorado a entamé une prise d'élan considérable au dépend de ses aînés, grâce à l'attention soutenue qu'elle a accordé à ses produits, à sa politique de proximité et surtout à son penchant premier de satisfaire sa clientèle, mettant ainsi l'accent sur la Recherche et le Développement, afin d'innover et de proposer des produits divers, attrayants et originaux.

Mode opératoire

Colorado a réussi à atteindre ses performances principalement grâce à :

- Un marketing stratégique dynamique et moderne axé sur l'innovation;
- Des équipes hautement qualifiées;
- Des lignes de production complètes avec des machines à la pointe des dernières technologies européennes et d'une capacité de production de 100.000 tonnes par an, couvrant largement les ambitions de développement de la société au Maroc et l'étranger ;
- Des produits certifiés par des laboratoires nationaux et internationaux;
- Une démarche volontaire en matière de Qualité, Sécurité et Environnement ayant abouti aux certifications ISO 9001 (Qualité), ISO 14001 (Environnement) et OHSAS 18001 (Santé et Sécurité au

travail) et plusieurs autres distinctions; De plus, en 2010, Colorado a misé sur la diversification de ses gammes de peinture et la poursuite du développement de ses activités à l'export notamment en Afrique et au Moyen Orient. Aussi, a-t-elle concrétisé un accord de partenariat stratégique avec le groupe américain VALSPAR n°5 mondial pour la commercialisation exclusive au Maroc, au Maghreb et en Afrique subsaharienne de la marque « OCTORAL » destinée à la carrosserie automobile. Ce partenariat à forte valeur et bonne rentabilité a permis de diversifier les domaines d'activités stratégiques de Colorado, tout en lui permettant de se positionner comme étant la marque de choix des professionnels de la peinture automobile.

Un large éventail de peintures industrielles

Continuant sur la même lancée de diversification, en 2014 Colorado s'est attaqué au marché de la peinture industrielle. Un nouveau département Industrie a été créé à cet effet avec un nouveau laboratoire R&D et des équipes techniques et commerciales dédiées.

Une large gamme de peintures industrielles a été développée

couvrant différents besoins: systèmes anticorrosion avec des primaires Epoxy polyamides riches en zinc et des finitions Epoxy et Polyuréthane tous certifiés et garantis par des laboratoires spécialisés avec des durées de résistances à la corrosion allant jusqu'à 15 ans. Plusieurs autres systèmes sont aujourd'hui commercialisés à savoir: Peinture routière homologuée par la Direction des Routes, différents revêtements pour sols industriels à base d'Epoxy, des peintures alimentaires certifiées par des laboratoires européens, des peintures au four, des peintures très haute température et des vernis polyuréthanes...En plus de la qualité de ses produits prouvée, Colorado se distingue par l'accompagnement technique assuré par ses équipes pendant les différentes phases des projets industriels. En effet, nous assistons les bureaux d'études et les donneurs d'ordre lors de l'élaboration des CPS pour prescrire des systèmes adaptés et optimisés en fonction des besoins et par la présence lors des différentes phases d'application de la peinture en assistant les peintres applicateurs sur chantier pour obtenir les résultats escomptés et garantir le résultat final.