

Ce n'est pas un effet de mode, loin s'en faut. L'éco-efficacité énergétique devient un avantage concurrentiel. Il faut savoir anticiper. Visiblement, l'enjeu environnemental est partagé par tous les métiers du groupe ONA. Cette prise de conscience a commencé il y a quelques années. Plusieurs filiales du groupe ont pu réduire leur facture énergétique de 20% grâce à des actions et programmes.



Business vert

Une opportunité plus qu'une contrainte

Les présidents de ces dernières viennent d'identifier d'autres opportunités de développement dans l'efficacité énergétique avec un benchmark de ce qui se fait ailleurs. Ils étaient réunis lors du forum de l'Université ONA organisé à Marrakech le mois derniers. L'Université ONA est, rappelons-le, un lieu d'échanges stratégiques où se réfléchit l'avenir du groupe. L'objectif premier de ce forum était justement de partager avec l'ensemble des dirigeants la réflexion sur l'éco-efficacité énergétique. Le groupe se montre ainsi précurseur en la matière. Les expériences l'ont prouvé ailleurs : le potentiel d'économie est estimé dans une fourchette oscillant entre 15 et 20%, selon les projets. Dans un secteur comme l'industrie, le retour sur investissement est de 18 mois, estiment les experts.

Des opportunités à saisir

Les enjeux liés à l'énergie et aux problèmes environnementaux ne sont pas que des contraintes. Ils peuvent aussi être des opportunités pour un pays comme le Maroc et un groupe comme l'ONA. Le business vert commence à faire sa place dans l'échiquier économique. C'est d'ailleurs un des rares secteurs qui n'auraient pas été touchés par la crise et sera, selon les experts, au cœur de la reprise. Ce n'est pas pour rien que la holding ONA a lancé un nouveau pôle en 2005, en s'engageant dans les métiers de l'énergie et de l'environnement à travers une filiale dédiée, Nareva.

Cette dernière a initié plusieurs projets qui sont en phase de développement. Elle est candidate pour gérer la centrale éolienne de Tarfaya, et s'intéresse aussi au projet de dessalement de l'eau de mer dans la ville d'Agadir. L'objectif est de constituer un portefeuille cohérent et devenir un acteur de référence au Maroc et dans la région dans les secteurs de l'énergie et de l'environnement. A côté de cela, Nareva, à travers ses équipes, porte tout naturellement assistance à toutes les autres filiales du groupe pour améliorer leur efficacité énergétique. Des projets ont été menés avec le pôle de distribution et aussi avec Cosumar. Ainsi, dans le pôle de

la distribution, un programme Eureka de re-dimensionnement de la puissance souscrite a été initié en 2005. Il a pu faire gagner 20% de la facture énergétique. «Il y a encore du travail à entreprendre sur les lampes et nous réfléchissons à produire de l'électricité pour notre propre consommation à travers le photovoltaïque».

La consommation des énergies renouvelables interpelle fortement le pôle minier comme le souligne Abdelaziz Abarro, président directeur général de Managem. «Nous sommes sur des projets pour auto-générer de l'énergie en utilisant des matières secondaires». «Dans notre secteur, nous n'avons pas le choix. Il fallait nous orienter vers des procédés moins énergivores», renchérit Ismail Akalay, directeur général de la branche Cobalt et spécialités. Les industries de l'ensemble du groupe sont également intéressées par les programmes de tarification pensés par l'ONE dans le cadre de son plan de maîtrise de la demande en électricité (DSM). «Pour dépasser le cap de la pointe, l'ONE est prêt à assister ses clients pour la mise en œuvre d'actions DSM, bien que ce ne soit pas son métier», souligne Khalil Lagtari, directeur commercial de l'ONE. A l'Office, une série de mesures a été mise en place à l'instar du Negawatt qui repose sur les possibilités d'effacement concertées des grands comptes en heures de pointe et durant les périodes à fort appel de charge, ou encore la gamme de service Optima avec un diagnostic des process. L'Office a développé également l'EnergiPro qui offre la possibilité de produire l'électricité à partir des énergies renouvelables, en acheminant sur le réseau de transport de l'ONE l'électricité à partir des sites de production. Bien sûr, tout cela nécessite des investissements, mais ces derniers sont précisément la prescription nécessaire pour créer des emplois et remettre les économies de la consommation sur les rails. La réduction des coûts et la croissance du revenu sont indéniables. Du reste, un investissement dans l'environnement améliore l'image de marque. D'autant plus qu'il faut anticiper le changement, car l'étiquetage environnemental sera généralisé d'ici 3 ans et la tendance va vers un rating environnemental.