



PORTFOLIO

Rédactionnel

Kechrid Salma

- 01 About me
- 02 CV
- 03 ARTICLE AVEC ANALYSE DE STYLE
- 04 PUBLI-REPORTAGES AVEC ANALYSE DE STYLE
- 05 Contact me

SOMMAIRE



KECHRID SALMA

PUBLIC RELATIONS & PRESS EDITOR

Passionnée par l'impact des mots et des médias, j'allie stratégie de communication, rédaction et gestion de l'image pour façonner des récits engageants. Avec une expertise en relations publiques et e-réputation, je conçois des campagnes percutantes, gère les interactions médiatiques et accompagne les marques dans leur positionnement. Mon approche mêle storytelling, analyse stratégique et réactivité pour transformer chaque prise de parole en opportunité.

CONTACT

- +21656156209
- kechridsalma96@gmail.com
- Tunis

COMPÉTENCES

- Rédaction
- Communication Stratégique
- Relations presse & médias
- Marketing d'influence
- Planification d'événements
- Gestion de crise

CENTRES D'INTÉRÊT

- Lecture
- Peinture
- Théâtre
- Musique

LANGUES

- ANGLAIS / NIVEAU C1
- FRANCAIS / LANGUE MATERNELLE
- ARABE / LANGUE MATERNELLE

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Public relations & Press Editor –

TBWA POINT CARRE / TUNIS / JUIN 2024 – AUJOURD'HUI

- Stratégie médiatique & gestion de réputation :** Développer des relations médias, assurer une couverture positive et gérer la communication de crise.
- Rédaction & storytelling :** Concevoir des contenus stratégiques (communiqués, articles, rapports) pour renforcer l'image de marque.
- Événementiel & engagement :** Organiser des événements et mobiliser les parties prenantes pour maximiser la visibilité et la confiance.

Rédactrice Web –

TNS TEAM / TUNIS / AOUT 2023 – JANVIER 2024

- Rédaction SEO optimisé
- Édition de contenu
- Gestion des réseaux sociaux des clients du Groupe (90tech)

FORMATIONS

Licence en Information à la Communication –

UNIVERSITÉ PAUL VALÉRY / MONTPELLIER / 2016 – 2019

CURRICULUM VITAE

Comment puis-je me présenter professionnellement sans que mon identité personnelle ne prenne le dessus? C'est le dilemme d'un travail qui reflète ce que l'on est.

Ayant poursuivi un parcours universitaire en Sciences de l'Information à la Communication, C'est à travers les mots et les médias que je trouve ma voie et que je donne vie aux histoires.

En tant que rédactrice de presse fusionnée avec les relations publiques, je navigue entre la stratégie de communication, l'écriture inspirante, la gestion de crise et l'événementiel.

Chaque histoire racontée, chaque crise gérée, chaque stratégie élaborée est une chance de faire ce que j'aime et d'avoir un impact positif sur le monde qui m'entoure, de mettre en lumière la vérité et d'influencer l'opinion publique avec intégrité et passion.



ABOUT
me



Lecture Zen

L'association Nourane pour la lutte contre le cancer a récemment lancé une campagne audacieuse et essentielle, intitulée "Tsir aal rjel" ou « Ça concerne l'homme aussi ». Avec un taux de risque, faible mais non négligeable, de 1% pour les hommes, cette initiative vise à éveiller les consciences sur le fait que le cancer ne touche pas seulement les femmes, mais représente également une menace pour la santé masculine.

L'importance de la prise de conscience

En effet, certains hommes et femmes croient que l'absence de symptômes visibles signifie l'absence de maladie. Cette perception erronée peut retarder le dépistage et la détection précoce, diminuant ainsi les chances de traitement efficace. Plus alarmant encore, le manque de sensibilisation et d'éducation sur le cancer du sein chez les hommes retarde non seulement leur dépistage, mais impacte également les femmes de leur entourage, souvent découragées de se faire dépister à temps.

Objectifs de la campagne

L'objectif ici est double : d'abord, sensibiliser les hommes aux dangers du cancer du sein, souvent perçu comme une maladie exclusivement féminine, et ensuite, créer un environnement favorable pour que ces hommes incitent les femmes de leur entourage à se faire dépister. Malgré ces réalités, la peur du diagnostic et la stigmatisation sociale demeurent des obstacles majeurs au recours aux soins médicaux. Dans les zones rurales, où les croyances culturelles peuvent influencer les décisions de santé, il n'est pas rare que les hommes, en tant que figures d'autorité dans leur foyer, décident de retarder ou même d'empêcher les femmes de consulter. Ce phénomène est souvent alimenté par des raisons variées telles que le manque d'éducation, la banalisation des conséquences de l'absence de prise en charge, des préoccupations financières, ou la réticence à laisser les femmes se faire examiner par des médecins de sexe opposé.

"Ça concerne l'homme aussi" n'est pas seulement un slogan ; c'est un appel à l'action. En sensibilisant les hommes et en les impliquant activement dans la lutte contre le cancer, cette campagne a le potentiel de sauver des vies. La santé ne doit pas être un tabou, mais une priorité pour tous. Ensemble, hommes et femmes, unissons nos forces pour faire reculer le cancer et promouvoir des dépistages précoces, car chaque vie compte, indépendamment du genre.

La stratégie de communication

L'agence de conseil en communication TBWAPoint Carré a du et su allier créativité et pertinence sociale en concevant cette campagne qui porte en elle l'ADN de la Disruption si chère à l'agence. En ciblant les hommes, elle a voulu créer un effet d'entraînement qui profite à toute la communauté, remettre en question une convention, un statu quo pour aboutir sur une nouvelle vision, créatrice d'une rupture, un effet positif qui change radicalement la donne. En transformant les hommes en ambassadeurs de la santé pour les femmes de leur entourage, l'agence parvient à toucher un public souvent négligé dans les campagnes de sensibilisation au cancer du sein. La stratégie mise en œuvre par TBWAPoint Carré met l'accent sur l'importance de la communication ouverte et de l'engagement communautaire, des éléments clés pour faire évoluer les mentalités et encourager les dépistages précoces.

Salma Kechrid

ARTICLE

SENSIBILISATEUR

L'association Nourane

Dans le cadre de mon travail rédactionnel, j'ai couvert la campagne audacieuse de l'association Nourane, "Tsir aal rjel" (« Ça concerne l'homme aussi »), une initiative qui vise à déconstruire l'idée selon laquelle le cancer du sein est une maladie exclusivement féminine. Avec un taux de risque de 1% chez les hommes, cette campagne cherche à éveiller les consciences et à inciter à un dépistage plus précoce.

À travers mon article, j'ai mis en lumière l'importance d'impliquer les hommes dans cette cause, non seulement pour leur propre santé, mais aussi pour leur rôle clé dans l'encouragement au dépistage féminin, notamment dans les zones rurales où certaines croyances freinent encore l'accès aux soins. J'ai également exploré la stratégie disruptive adoptée par l'agence TBWAPoint Carré, qui, en ciblant un public souvent oublié, a réussi à créer un puissant effet d'entraînement dans la lutte contre le cancer.

Ma rédaction s'est attachée à rendre compte du pourquoi et du comment de cette campagne : pourquoi il est crucial d'intégrer les hommes dans cette sensibilisation et comment une approche innovante en communication peut véritablement changer les mentalités. Une mise en avant de la force du storytelling engagé et du rôle des mots dans la création d'un impact sociétal durable.

Prestige Design en Octobre Rose : Une Vente privée qui transforme le luxe en solidarité

Le **Groupe Prestige Projects**, représentant officiel de grandes maisons et fabricants de mobilier de luxe et leader dans la gestion de projets haut de gamme, a le plaisir d'annoncer une vente privée exclusive de différentes collections et pièces de mobiliers et luminaires, prévue pour le **dimanche 27 octobre 2024**, au cœur de ses locaux au Berges du Lac 2. Cet événement unique s'adresse à une clientèle raffinée et engagée, avec une noble mission : une partie importante des ventes sera reversée à **l'Association Nourane**, qui œuvre pour la prévention des maladies cancéreuses depuis 2016.

Les invités auront l'opportunité de découvrir des pièces uniques provenant de marques telles que **Vitra, Andreuworld, Flos**, et bien d'autres références iconiques du design contemporain. Chaque création, soigneusement sélectionnée, témoigne d'un savoir-faire exceptionnel et d'une esthétique raffinée. Cette vente privée se veut un véritable voyage au cœur du design, où chaque pièce raconte une histoire et évoque une émotion.

Un voyage qui ne se limite pas à une simple exposition de mobilier d'éditeurs, mais incarne un véritable mouvement de sensibilisation. En effet, à l'heure où la prévention et le dépistage précoce s'avèrent essentiels pour sauver des vies, le Groupe Prestige Projects affirme que le luxe peut et doit rimer avec solidarité.

UN ENGAGEMENT POUR LA VIE

En participant à cet événement, chaque client ne fait pas qu'acquérir une pièce d'exception ; mais devient acteur d'un changement positif. En effet, une femme sur huit en Tunisie est touchée par le cancer du sein, et chaque geste compte dans la lutte contre cette maladie. Le Groupe Prestige Projects, en tant qu'acteur du luxe socialement engagé, illustre à merveille cette philosophie : allier esthétique et responsabilité sociale.

L'événement se déroulera dans un cadre raffiné qui reflète l'essence même du groupe. Les convives seront plongés dans une atmosphère sophistiquée, propice aux échanges et à la découverte des dernières créations en matière de design. Chaque participation à cette vente privée contribue directement aux efforts déployés pour la recherche et le soutien des personnes touchées par le cancer du sein.



UNIR LE RAFFINEMENT ET L'ENGAGEMENT :

Les participants auront également l'occasion de s'informer sur les initiatives de l'Association Nourane, d'échanger avec des experts du design, et de rencontrer des représentants de l'association dans une ambiance conviviale et chaleureuse. Un moment précieux où élégance et engagement se rencontrent.

Le Groupe Prestige Project invite chaleureusement ses amis et partenaires à se joindre à cet événement exceptionnel, où le raffinement se met au service de la communauté.

Ne manquez pas cette occasion de vivre une expérience singulière et de faire la différence. Lorsque le luxe s'associe à une cause, il acquiert une toute nouvelle dimension. Participez à un moment d'élégance, de partage et d'engagement.

COMMUNIQUE DE PRESSE *Vente privée*

Le Communiqué de presse adopte une approche stratégique et élégante, visant à marier les mondes du luxe et de la solidarité.

Cependant, ce n'est pas uniquement un événement à but commercial, l'objectif derrière est surtout humain, détourner le luxe en l'orientant vers un engagement social. En mentionnant que les ventes seront partiellement reversées à l'Association Nourane, il transforme l'achat en un acte de solidarité. Cette démarche humanitaire fait appel à une dimension éthique qui modifie l'expérience client, qui devient non seulement un consommateur, mais aussi un partenaire d'une cause.

En insistant sur le rôle actif des participants, notamment par l'échange avec des experts du design et des représentants de l'association, l'article crée un sentiment de communauté engagée.

ARTICLE INFORMATIF

Informier avec clarté, analyser avec nuance

Dans cet article, j'ai adopté une approche journalistique équilibrée, mêlant données chiffrées, déclarations officielles et analyse des enjeux liés aux visas Schengen. L'objectif était double : offrir une information précise et accessible tout en mettant en lumière les efforts du Consulat pour améliorer l'expérience des demandeurs.

Ma rédaction s'est appuyée sur un ton à la fois factuel et engageant, alternant entre explication des procédures et mise en perspective des défis rencontrés. J'ai veillé à rendre le sujet fluide et structuré, en intégrant des témoignages et des initiatives concrètes pour illustrer l'impact humain derrière les décisions administratives.

En traitant un sujet sensible avec pédagogie et rigueur, j'ai cherché à capter l'attention du lecteur tout en lui donnant des clés de compréhension claires, dépassant ainsi la simple retranscription d'une interview pour en faire une analyse complète et nuancée.

Accueil > À la une > Frustrations persistantes autour des visas Schengen : Le Consul Général de France en Tunisie rassure

Frustrations persistantes autour des visas Schengen : Le Consul Général de France en Tunisie rassure

Par La Presse Publié le 4 février 2025



Le Consul Général de France en Tunisie, Dominique Mas prend la parole suite aux débats concernant le traitement des visas Schengen qui suscite beaucoup de frustration chez les citoyens tunisiens. Lors de son passage récemment sur les ondes de RTCI, ce dernier a partagé un aperçu précieux sur sa première expérience consulaire, les défis liés à l'octroi des visas Schengen et les solutions mises en place par le Consulat ainsi que les objectifs de son mandat.

Un échange constructif qui met en lumière les liens étroits entre la France et la Tunisie, tout en soulignant les efforts continus pour améliorer les services, particulièrement celui des demandes de visas Schengen, un sujet épineux mais crucial pour les relations entre les deux pays.

Dans ce cadre, Dominique Mas a déclaré que le taux de refus des visas s'élevait à 21 % en 2024 contre 30 % en 2022. Une amélioration notable, mais encore insuffisante aux yeux des Tunisiens, souvent frustrés par l'incompréhension autour de ces refus.

Le Consul Général de France souligne pourtant avoir délivré un nombre record de 105 000 visas sur 135 000 demandes en 2024. Ce chiffre, inégalé jusqu'à présent a dépassé l'objectif initial de 100 000 visas. Des résultats dont le consul est particulièrement fier pour une première expérience consulaire. Cependant, il reconnaît les difficultés persistantes et la frustration des demandeurs, notamment en ce qui concerne les délais et la disponibilité des rendez-vous.

« Je comprends la position des demandeurs et c'est pour cela que nous avons mis en place un nouveau système dès le 1er février pour fluidifier le processus, notamment pour les personnes ayant déjà obtenu un visa Schengen ces trois dernières années », explique-t-il. Une augmentation de 25 % des créneaux disponibles pour cette catégorie « visée » a été décidée, afin de répondre à la demande croissante.

Pour éviter tout refus, il conseille aux demandeurs de fournir des dossiers complets, incluant des preuves de moyens financiers et des réservations d'hôtel ainsi que tout document supplémentaire permettant d'éclaircir certains points flous.

Des procédures spécifiques pour les étudiants et les cas d'urgences

Concernant les étudiants tunisiens qui souhaitent poursuivre leurs études en France, ces derniers n'ont rien à craindre et bénéficient d'une procédure simplifiée en partenariat avec Campus France, via les Instituts Français de Tunis, Sousse et Sfax. Une procédure qu'il juge complète de l'orientation au Rendez-vous Visa. « Entre juin et septembre, 6 000 rendez-vous sont bloqués annuellement et exclusivement pour les étudiants. Tout est organisé pour faciliter leur démarche du début jusqu'à la fin », précise Dominique Mas.

Cependant, des refus peuvent survenir en cas de doutes sur le parcours académique ou l'orientation de certains étudiants dont les résultats annoncent des risques d'échecs tant sur le plan académique que personnel.

Pour les cas urgents, tel que les rendez-vous médicaux, le Consulat propose des délais raccourcis. « Notre partenaire TLScontact permet l'obtention d'un rendez-vous d'urgence en 24 heures », explique-t-il, tout en ajoutant que les professionnels bénéficient également d'un accès privilégié à la plateforme, avec un délai de traitement de trois jours ouvrables selon le cas.

L'intermédiaire qui gère la collecte des demandes de visas, propose également de se rapprocher des demandeurs jusqu'à leurs bureaux voir même à domicile pour effectuer la prise d'empreinte dans le cadre d'une biométrie mobile, un service en supplément mais qui reflète la proximité directe de l'initiative. Pour se mettre davantage au service des usagers, TLScontact ouvrira également ses locaux en période de Ramadan, de 8h à 14h et de 20h30 jusqu'à 22h, une initiative qui avait déjà porté ses fruits l'année précédente.

Un Consulat au service des citoyens et des relations bilatérales

Ceci dit, Dominique Mas tient à rappeler que le rôle du consulat ne se limite pas aux visas mais englobe aussi la gestion de l'entrée des communautés expatriées sur le territoire national et l'accompagnement de la communauté française en Tunisie qui regroupe officiellement 24000 enregistrés, un chiffre qui dépasse les 30000 si l'on inclut les binationaux. Une communauté française bien ancrée en Tunisie.

Le Consulat travaille également en étroite collaboration avec les autres pays de l'espace Schengen. Une coordination nécessaire pour maintenir des standards élevés en matière de sécurité et de fluidité. « Les dossiers sont informatisés et les informations croisées pour garantir une gestion efficace et sécurisée », explique le Consul général.

Ainsi, avec des chiffres record en matière de délivrance de visas et des améliorations continues dans les services consulaires, Dominique Mas incarne une diplomatie moderne, ancrée dans l'humain et tournée vers l'avenir.

« Notre objectif est de continuer à améliorer nos services, tout en renforçant les liens entre la Tunisie et la France. » affirme-t-il. Un engagement qui résonne avec les aspirations des deux peuples, unis par une histoire commune et une vision partagée de l'avenir.

Interrogé sur ce qu'il préfère en Tunisie, Dominique Mas évoque sans hésiter « le rapport humain et la richesse culturelle ». Il se souvient notamment d'un concert dans l'amphithéâtre de Dougga, un moment qui incarne selon lui l'âme de ce pays. « La Tunisie, c'est une histoire millénaire, une culture vibrante et des relations humaines authentiques », conclut-il.

Selma Kechrid

Gestion durable des déchets en Tunisie

Initiatives et perspectives pour un futur écologique : Tetra Pak, un modèle à suivre

La gestion des déchets est un enjeu majeur pour la Tunisie, qui produit annuellement 2,8 millions de tonnes de déchets, selon le rapport de EcoMENA. Face à ce défi, des initiatives, comme celle de Tetra Pak, émergent pour transformer cette gestion et promouvoir une économie circulaire durable.

Cet article examine les défis actuels de la gestion des déchets en Tunisie et les initiatives en cours pour améliorer la situation et leur impact positif sur l'environnement et la société.

La gestion des déchets en Tunisie

La Tunisie fait face à une gestion de déchets complexe, avec une partie des déchets provenant d'emballages en carton qui finissent dans les décharges. Le taux de recyclage demeure faible, malgré l'importance de la valorisation du carton et du papier pour préserver l'environnement.

Selon Best Practices in Waste Management, le système Eco-lef, lancé par l'Agence Nationale de Gestion des Déchets (ANGeD), vise à structurer la collecte et la valorisation des emballages usagés, mais il rencontre des difficultés telles que la diminution des quantités collectées et des problèmes de financement.

Depuis 2016, le tri des papiers et cartons est obligatoire pour certaines entreprises, mais il est essentiel d'étendre cette obligation aux ménages pour une meilleure efficacité.

Initiative de Tetra Pak :

Une réponse proactive

La transition vers une économie circulaire est cruciale pour relever les défis écologiques. Elle vise à éliminer les déchets et la pollution et à valoriser les produits et matériaux. Les emballages en carton, principalement fabriqués à partir de matériaux renouvelables et recyclables, jouent un rôle clé dans cette transition.



Tetra Pak, leader mondial de l'emballage alimentaire, s'engage dans cette démarche en intégrant des solutions innovantes dans ses produits, avec l'objectif de réduire l'empreinte écologique et de soutenir un système de recyclage durable en Tunisie.

En 2023, Tetra Pak a signé un partenariat avec Sotipapier, premier fabricant africain de papier ondulé, pour développer les infrastructures de recyclage des emballages alimentaires en carton. Ces emballages alimentaires seront par la suite recyclés en papier kraft et en granulés.

Tetra Pak a récemment lancé une campagne de sensibilisation au recyclage des emballages alimentaires en carton, incitant les citoyens à adopter trois gestes simples : trier, recycler et valoriser. Cette campagne s'adresse au grand public avec le message "El bakou nlemouh, nrasklou mech nlawhouh", tout en s'adressant également aux collecteurs particuliers avec le slogan « ifrez, rasskel w stanfa3 ». L'initiative vise à mobiliser l'ensemble de la communauté pour améliorer les pratiques de recyclage.

Tetra Pak collabore également avec

des partenaires locaux comme AFREC, ECOGAD et les collecteurs informels pour renforcer l'ensemble de la chaîne de recyclage. Le géant suédois souhaite en partie, à travers son initiative, soutenir ces collecteurs particuliers. En travaillant avec eux pour améliorer leur efficacité, Tetra Pak cherche à contribuer à leur développement et à renforcer leur rôle dans le processus de recyclage.

Une solution durable

L'initiative de Tetra Pak illustre une collaboration efficace entre le secteur privé et les acteurs locaux pour une gestion durable des déchets. Selon Aida Gaha, responsable Développement durable pour le Maghreb et l'Afrique de l'Ouest, l'entreprise a recyclé 1,3 million de tonnes d'emballages dans le monde en 2023, avec un objectif de 9 000 tonnes d'emballages alimentaires en carton à recycler en Tunisie sur trois ans. En sensibilisant le grand public et en développant des coalitions avec d'autres acteurs, Tetra Pak entend soutenir le développement de politiques de gestion des déchets et promouvoir une économie circulaire ■

PUBLI-REPORTAGE

tetra pak

Dans ce Publi reportage, j'ai adopté une approche analytique et pédagogique pour traiter un enjeu crucial : la gestion des déchets en Tunisie. L'objectif était de dresser un état des lieux réaliste, tout en mettant en avant des initiatives porteuses de solutions concrètes, comme celles de Tetra Pak.

Le ton est factuel et structuré, mêlant chiffres, contexte réglementaire et actions mises en place. L'accent est mis sur l'impact environnemental et sociétal, illustrant comment les efforts du secteur privé, en collaboration avec les acteurs locaux, peuvent transformer un défi en opportunité.

Le P-R suit une progression naturelle, débutant par un état des lieux chiffré qui met en lumière les défis de la gestion des déchets en Tunisie. Loin de se limiter à un simple constat, il valorise l'engagement du secteur privé et des acteurs locaux en expliquant comment ces efforts s'inscrivent dans une transition vers une économie circulaire.

Le ton est à la fois informatif et dynamique, mêlant données factuelles, éclairages réglementaires et initiatives porteuses de solutions. L'objectif est de sensibiliser tout en offrant une lecture fluide et engageante, en intégrant des éléments de storytelling qui rapprochent le lecteur de l'impact réel de ces actions.

PUBLI-REPORTAGE

Agil Energy

Dans ce publi reportage, j'ai voulu adopté un style rédactionnel institutionnel et valorisant afin de mettre en avant le prestige de la distinction obtenue par Agil Energy.

L'écriture est formelle mais accessible, je ne me suis pas contenté d'annoncer la réception du prix mais d'inscrire cette distinction dans une dynamique de progrès en positionnant le prix comme un tremplin vers l'avenir et non comme une simple reconnaissance ponctuelle.

En créant un certain équilibre entre storytelling et faits concrets, j'ai intégré des citations des dirigeants pour ajouter une dimension humaine et incarnée. Une combinaison qui permet d'ancrer le discours dans une réalité tangible tout en inspirant confiance.

Entreprise

Agil Energy Une reconnaissance internationale pour l'excellence en gestion de la qualité



En cette période de transformation et de défis dans le secteur de l'énergie, Agil Energy continue d'éclairer la voie avec une distinction prestigieuse : le trophée Quality Choice Prize 2024, remis par la European Society for Quality Research (ESQR). Cet événement, tenu le 9 décembre à Vienne, a réuni des leaders d'entreprises du monde entier pour célébrer l'engagement envers l'excellence.

La cérémonie de remise du trophée a été un moment marquant pour les dirigeants d'Agil Energy, entourés d'acteurs majeurs du secteur international.

Célébration à Vienne : Une cérémonie marquante pour l'industrie énergétique

Dans une ambiance solennelle au cœur de la capitale autrichienne, M. Khaled

Bettine, président-directeur général, et M. Hichem Ben Cheikh Larbi, directeur général adjoint, ont fièrement reçu le trophée au nom d'Agil Energy. Ce prix met en lumière les efforts constants de la compagnie pour adopter des pratiques de gestion de qualité exemplaires et proposer des solutions énergétiques innovantes.

Une reconnaissance de l'engagement

La European Society for Quality Research, organisation renommée basée en Suisse, reconnaît chaque année les acteurs qui démontrent un engagement fort envers l'innovation et le leadership. Pour Agil Energy, cette distinction confirme son rôle majeur dans la transition énergétique et son statut de référence dans l'industrie.



Agil Energy a su se distinguer parmi les entreprises candidates grâce à une approche proactive et rigoureuse de la qualité. M. Khaled Bettine a déclaré lors de la cérémonie : « Ce prix est une reconnaissance de l'engagement collectif de nos équipes à faire de la qualité et de l'innovation les piliers de notre stratégie ; il renforce notre détermination à jouer un rôle primordial dans notre optique de transition énergétique, nous nous sommes fières ».

Des normes internationales
Agil Energy s'appuie sur la norme ISO 9001 pour structurer ses processus autour de l'amélioration continue et de l'efficacité. Cette méthodologie permet de garantir une gestion rigoureuse et un service à la hauteur des attentes des clients, renforçant ainsi la confiance envers la marque. Aujourd'hui, avec plus de 227 stations-service en Tunisie, la compagnie s'impose comme un acteur incontournable du paysage énergétique national.

Une vision d'avenir
Alors que le secteur énergétique est confronté à des critiques croissantes, Agil Energy fait le choix de l'action et de la communication transparente. En renforçant son leadership, la compagnie valorise les efforts de ses équipes pour transformer les défis en opportunités. Avec ce prix, Agil Energy couronne le travail de milliers de collaborateurs engagés, consolidant ainsi sa réputation. Plus qu'un prix, le Quality Choice Prize représente une inspiration pour les projets futurs orientés vers un modèle énergétique durable.

« Ce prix est une étape importante pour Agil Energy. Il reflète notre engagement envers la qualité et notre détermination à répondre aux attentes croissantes de nos clients tout en respectant les normes internationales les plus élevées », a expliqué M. Hichem Ben Cheikh Larbi. Agil Energy s'inscrit dans une dynamique de progrès, conjuguant innovation et durabilité. Ce trophée Quality Choice Prize est une reconnaissance de son leadership et un encouragement à poursuivre sa mission, affirmant ainsi sa volonté de contribuer activement à un avenir énergétique plus vert et responsable ■



L'Économiste Maghrébin du 1^{er} au 15 janvier 2025

CONTACTEZ

moi



+21656156209



Kechridsalma96@gmail.com

Merci