Université Sultan Moulay Slimane
Faculté d'Economie et de Gestion
Beni Mellal

جامعة السلطان مولاي سليمان
كلية الاقتصاد والتدبير
بني ملال

Faculté d'Economie et de Gestion de Béni-Mellal
Formation doctorale : Sciences Economiques et de Gestion

AVIS DE SOUTENANCE D'UNE THESE DE DOCTORAT

Le Doyen de la Faculté d'Economie et de Gestion de Béni-Mellal porte à la connaissance du public que **M. ER-RAMI Adil** soutiendra une thèse de Doctorat en « Sciences Economiques et Gestion » intitulée :

LE MARKETING RH : VERS UNE PERFORMANCE DE LA FONCTION RESSOURCES HUMAINES AU SEIN DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES AU MAROC CAS DE LA REGION BENI MELLAL-KHENIFRA

La soutenance publique aura lieu **le mardi 13/05/2025 à 10h00 à la salle 01 du Pôle des Etudes Doctorales** de l'Université Sultan Moulay Slimane, devant le jury composé de :

Président	**SMOUNI Rachid**	Professeur de l'Enseignement Supérieur, Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales - Mohammadia, Université Hassan II de Casablanca
Rapporteur	**SABRI Mohamed**	Maître de Conférences Habilité, École Nationale de Commerce et de Gestion, Université Cadi Ayyad, Marrakech
Rapportrice	**DRIOUA Wafa**	Maître de Conférences Habilité, Faculté Polydisciplinaire, Université Sultan Moulay Slimane, Béni Mellal
Rapportrice	**AISSAOUI Awatif**	Maître de Conférences Habilité, Faculté Polydisciplinaire, Université Sultan Moulay Slimane, Béni Mellal
Examinateur	**ELYOUSFI Hicham**	Maître de Conférences Habilité, Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales - Souissi, Université Mohammed V de Rabat
Examinatrice	**ABYRE Asmaa**	Maître de Conférences Habilité, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Sultan Moulay Slimane, Béni Mellal
Directrice de thèse	**TOUHAMI Fatima**	Professeure de l'Enseignement Supérieur, Faculté d'Économie et de Gestion, Université Sultan Moulay Slimane, Béni Mellal

Pour le Doyen et P.O
Vice-Doyen chargé de la
Recherche Scientifique
et de la Coopération
Pr. Abdelhadi DARKAOUI

كلية الاقتصاد و التدبير، المركب الجامعي مغيلة، ص.ب: 502. ر.ب: 23000، بني ملال.
05 23 48 13 51 05 23 48 02 18

Résumé

Le marketing des ressources humaines constitue un levier stratégique fondamental pour les petites et moyennes entreprises (PME) ainsi que pour les petites et moyennes industries (PMI), en particulier dans un environnement économique marqué par une intensification de la concurrence et une exigence accrue en matière de gestion des talents. Cette thèse s'attache à examiner l'impact des stratégies de marketing RH sur la performance organisationnelle des entreprises de la région Béni Mellal-Khénifra, en analysant leur influence sur des dimensions essentielles telles que la satisfaction et l'engagement des employés, la réduction du taux de turnover, l'amélioration de la productivité ainsi que l'attractivité et la compétitivité des entreprises sur le marché du travail.

Les résultats mettent en évidence une corrélation positive entre la mise en œuvre de stratégies de marketing RH et l'amélioration des dynamiques internes des entreprises. En effet, ces pratiques permettent de renforcer l'implication et la motivation des collaborateurs en créant un environnement de travail plus favorable, propice à l'épanouissement professionnel et à la fidélisation des talents. Par ailleurs, elles contribuent à la réduction des départs volontaires des employés, limitant ainsi les coûts liés au recrutement et à la formation de nouveaux effectifs. Cette optimisation de la gestion des ressources humaines se traduit par une augmentation de la productivité et une meilleure synergie organisationnelle, favorisant ainsi la compétitivité des PME et PMI dans un contexte où l'attraction et la rétention des talents représentent des enjeux majeurs.

Sur le plan organisationnel, l'intégration du marketing RH dans la stratégie globale des entreprises permet d'améliorer la communication interne et d'instaurer des processus plus fluides et transparents. L'adoption de pratiques valorisant la marque employeur et l'expérience collaborateur contribue à façonner une culture d'entreprise plus engageante et inclusive, ce qui renforce la cohésion des équipes et la capacité de l'organisation à s'adapter aux mutations du marché. Par ailleurs, nos analyses soulignent l'importance d'une approche proactive en matière de gestion des ressources humaines, encourageant les entreprises à investir dans des dispositifs innovants favorisant l'attractivité, la motivation et le bien-être des salariés.

D'un point de vue stratégique, cette recherche met en exergue la nécessité pour les PME et PMI d'adopter une vision intégrée du marketing RH, alignée avec leurs objectifs organisationnels et leurs enjeux de développement. L'instauration de conditions de travail optimales, la promotion d'une identité employeur forte et l'implémentation d'outils et de pratiques favorisant l'engagement des collaborateurs apparaissent comme des leviers incontournables pour assurer la pérennité et la compétitivité des entreprises.

Enfin, notre thèse apporte une contribution significative à la littérature académique sur le marketing des ressources humaines, en mettant en relief son impact concret sur la performance des organisations. Elle ouvre également des perspectives de recherche approfondies, notamment sur les modalités d'application optimales de ces stratégies dans des contextes sectoriels variés. À travers ses implications théoriques et pratiques, ce travail ambitionne ainsi d'enrichir la réflexion sur les stratégies de gestion des ressources humaines et leur rôle dans la transformation et la croissance des entreprises marocaines et, plus largement, dans les économies émergentes.

Mots-clés : Marketing RH ; Performance ; Stratégie RH ; PMEs ; PMIs ; Béni Mellal-Khénifra