

***L'approche par réseau d'appui à l'internationalisation des PME :
Cas de la Chambre de commerce et d'industrie et de services
Meknès***

Par:

***Pr. Khalid Abouahmed, Khalid Ben Said
Ecole Supérieure de Technologie, Meknès***

Résumé

A travers cet article, notre objectif majeur est d'augmenter l'efficacité de la Chambre de commerce et d'industrie et de services de Meknès, en intégrant des nouveaux outils issus de l'approche par réseaux dans sa démarche d'appui à l'internationalisation des PME, tout en proposant des recommandations opérationnelles pour réussir leur adaptation au contexte spécifique de la ville de Meknès.

Mots-clés

L'approche par Réseaux, l'internationalisation des PME, le réseau d'influence.

Abstract

Through this article, our main objective is to increase the efficiency of the chamber of commerce and industry and services in Meknes, by integrating new tools from the network approach in its approach to support the internationalization of SMEs, while providing operational recommendations for successful adaptation to the context of the city of Meknes.

Keywords

The approach Networks, the internationalization of SMEs, the network of influence.

Dans une sphère économique mondiale de plus en plus compétitive et trépidante, affaiblie par les effets néfastes de la crise économique globale sur les citoyens et les acteurs économiques, la question fondamentale qui s'impose :

Comment l'Etat et les représentants de la nation par l'intermédiaire des chambres de commerce et d'industrie et de services peuvent assister les PME - qui représentent au Maroc plus de 95%¹ de l'ensemble des entreprises avec un apport très faible de 20% de valeurs ajoutées créées, à s'orienter vers l'exportation, en créant des emplois stables et en surmontant la crise structurelle du commerce extérieur Marocain, qui peine à profiter des potentialités géostratégiques, humaines et naturelles de notre pays, et des différents accords de libre échange que les différents gouvernements du Royaume ont signé, sans oublier le statut avancé avec l'Union Européenne, qui reste notre premier partenaire, à la fois premier fournisseur et premier client ?

Cette question est au cœur des enjeux de la démarche d'appui mise en place par la CCIS de Meknès et ceux de toutes les institutions qui se partagent le souci de l'internationalisation des PME, tout en assurant la création et la distribution des richesses et le développement économique et humain. A travers cet article, notre objectif majeur est d'augmenter l'efficacité de la CCIS de Meknès, en intégrant des nouveaux outils issus de l'approche par réseaux, dans sa démarche d'appui à l'internationalisation des PME, tout en suggérant des recommandations opérationnelles afin de réussir leur adaptation au contexte de la ville de Meknès.

La mise en place d'un Réseau d'influence

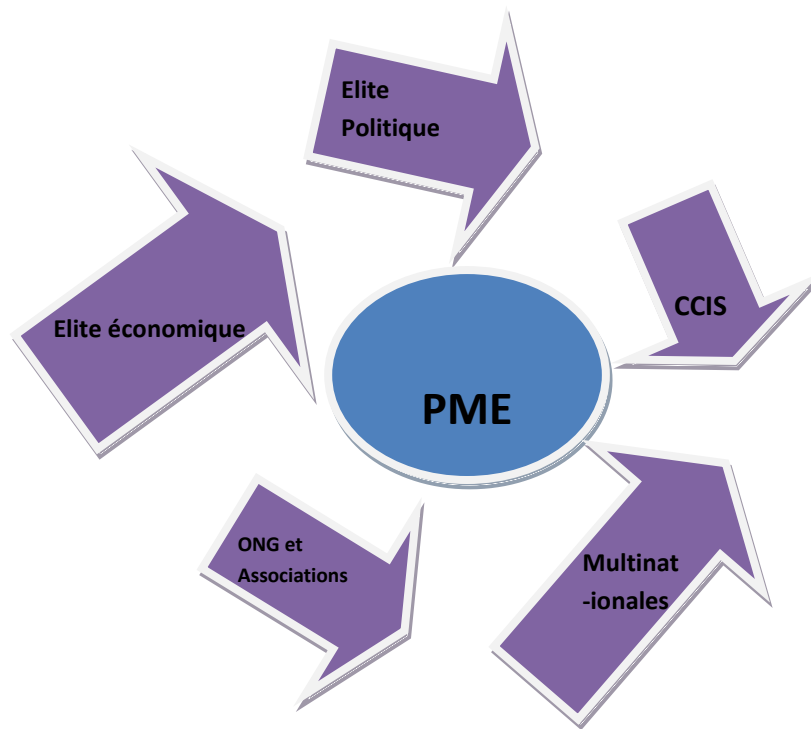
Il s'agit là, de la mise en place d'un réseau d'influence, inspiré des travaux pionniers de French et Raven (1959, 1965), tout en l'adaptant avec les institutions et les acteurs de la ville de Meknès.

Adaptation au Contexte de la CCIS de Meknès

Les acteurs du réseau d'influence²

¹ Ministère des Finances, département des études, *document de travail n°50, Les PME au Maroc, éclairage et propositions.*

² Torrès, O. (1998), «Vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et Contre-courants, in Torres, O. (Sous coordination), PME: De nouvelles approches, Paris, Edition Economica, p.74



L'élite politique :

Cette élite institutionnelle est formée en l'occurrence par les membres du :

- ▶ Conseil Régional de Meknès Fès ;
- ▶ Conseil de la Ville de Meknès ;
- ▶ Chambre d'Artisanat de Meknès ;
- ▶ Chambre d'Agriculture de Meknès ;
- ▶ Conseil Préfectoral de Meknès.

Les représentants des partis politiques et ses structures sectoriels (Jeunesse, cadres, entrepreneurs)

L'élite économique :

- Les patrons et les jeunes entrepreneurs des PME de la ville de Meknès et sa région ;
- Les membres de la CGEM, de la section locale et régionale à Meknès ;
- Les laboratoires de recherches dans le domaine des sciences économiques, de commerce et de gestion de l'Université Moulay Ismail de Meknès ;
- Les cadres des grandes structures économiques.

Les associations et les ONG (organismes non gouvernementaux) du monde des Affaires :

Les associations sectoriels tels que :

- ▶ Association des exploitants de carrière ;
- ▶ Centre des Jeunes Dirigeants ;
- ▶ Confédération générale des entreprises du Maroc ;
- ▶ Association Marocaine de l'industrie du textile et de l'habillement.

Les CCIS locales (Chambres de Commerce et d'Industrie et de services)

Recommandations

Pour réussir cette mise en place du réseau d'influence dans le contexte Marocain, et en l'occurrence le contexte régional et local de Meknès, il convient de :

- Mettre en place une commission chargée de la conception du réseau, de la sensibilisation de ses acteurs sur l'intérêt du concept, et du pilotage de la création du réseau d'influence.
- Former les acteurs du réseau, à l'aide des acteurs du milieu universitaire (étudiants, chercheurs ou professeurs) en collaboration avec les associations et les clubs de l'entrepreneuriat.
- Tisser des liens avec les Réseaux d'influence dans les pays partenaires du Maroc qui s'engageront à assister le Réseau de la CCIS de Meknès pour la simple raison qu'ils auront l'opportunité de collaborer avec le premier réseau Marocain de ce type.
- En ce qui concerne le financement, les membres du Réseau dont la majorité sont des institutions qui bénéficient d'une autonomie financière, ce qui permet donc de sponsoriser voire de payer une cotisation annuelle en vue d'assurer le démarrage et le développement du réseau.
- En ce qui concerne le volet juridique, les membres du Réseau dispose des moyens nécessaires par leurs natures et leurs pouvoirs pour convaincre l'autorité gouvernementale de reconnaître ce réseau sous forme de fédération ou de conseil indépendant.

La création d'un groupement Labellisé

Le groupement d'entreprises sous forme de label a pour objectif essentiel dans le contexte de la région de Meknès et les PME associées à la CCISM, que ce soit pour protéger l'origine d'un produit au niveau géographique avec l'indication géographique protégée ou le label agricole (exemple : huile d'argan, clémentine de Berkane ou le fromage Basque), ainsi qu'autres types de labels (responsabilité sociale de l'entreprise, Halal,) :

- La préservation de la notoriété des produits de la région de Meknès et l'amélioration de leurs positionnements sur les marchés internationaux (exemple des produits de l'industrie artisanale) ;
- L'amélioration de la qualité des produits de la région de Meknès ;
- La promotion économique des produits ;
- La création d'une réelle différenciation entre les produits, en prenant en considération les attentes des consommateurs ;
- La protection à la fois du consommateur et du producteur contre la contrefaçon ;
- La pérennisation d'un savoir-faire pluriséculaire (exemple de l'industrie artisanale, qui se base sur un savoir faire spécial) ;
- La fédération de l'ensemble des parties prenantes autour d'une démarche commune. (en l'occurrence la CCIS, le CRI au niveau local).



Adaptation au Contexte de la CCIS de Meknès

Concernant le contexte du groupement des PME issues de la CCIS déjà présentes sur le marché international ou celles qui commencent un processus d'internationalisation par un label, ce dernier aura la forme d'une identification géographique « MADE IN MEKNES », garantissant d'une part pour le consommateur à l'étranger, la traçabilité de l'origine et la qualité du produit, et d'autre part pour les producteurs, une garantie de la préservation et l'amélioration du savoir faire, ainsi que la reconnaissance des efforts et de l'engagement Qualité, par rapport aux produits concurrents provenant des pays concurrents.

Recommandations

Les recommandations pour le cas du label, se présenteront sous forme de ce processus bien défini pour la création d'un groupement labellisé.

Etape 1 : La sensibilisation portant sur l'intérêt de la labellisation comme outil efficace qui valorise le produit Marocain, particulièrement celui de la région de Meknès, et la formation d'une association qui regroupera les dirigeants des PME concernées, à l'image des autres

associations du même type pour autres labels comme : Association de l'IGP de la Clémentine de Berkane.

Etape 2 : La création d'un cahier de charges par l'association et le lancement d'un appel d'offre pour chercher un organisme certificateur.

Etape 3 : Officialisation du Label, et sa reconnaissance par l'Etat.

Etape 4 : Lancement du Label pour tous les produits des PME présentes à l'international.

Tout au long de ce processus et même après, l'association sera le pilote de ce projet et aura comme mission après la création, le rassemblement de toutes les entreprises portant le label et représentera les intérêts de ces dernières.

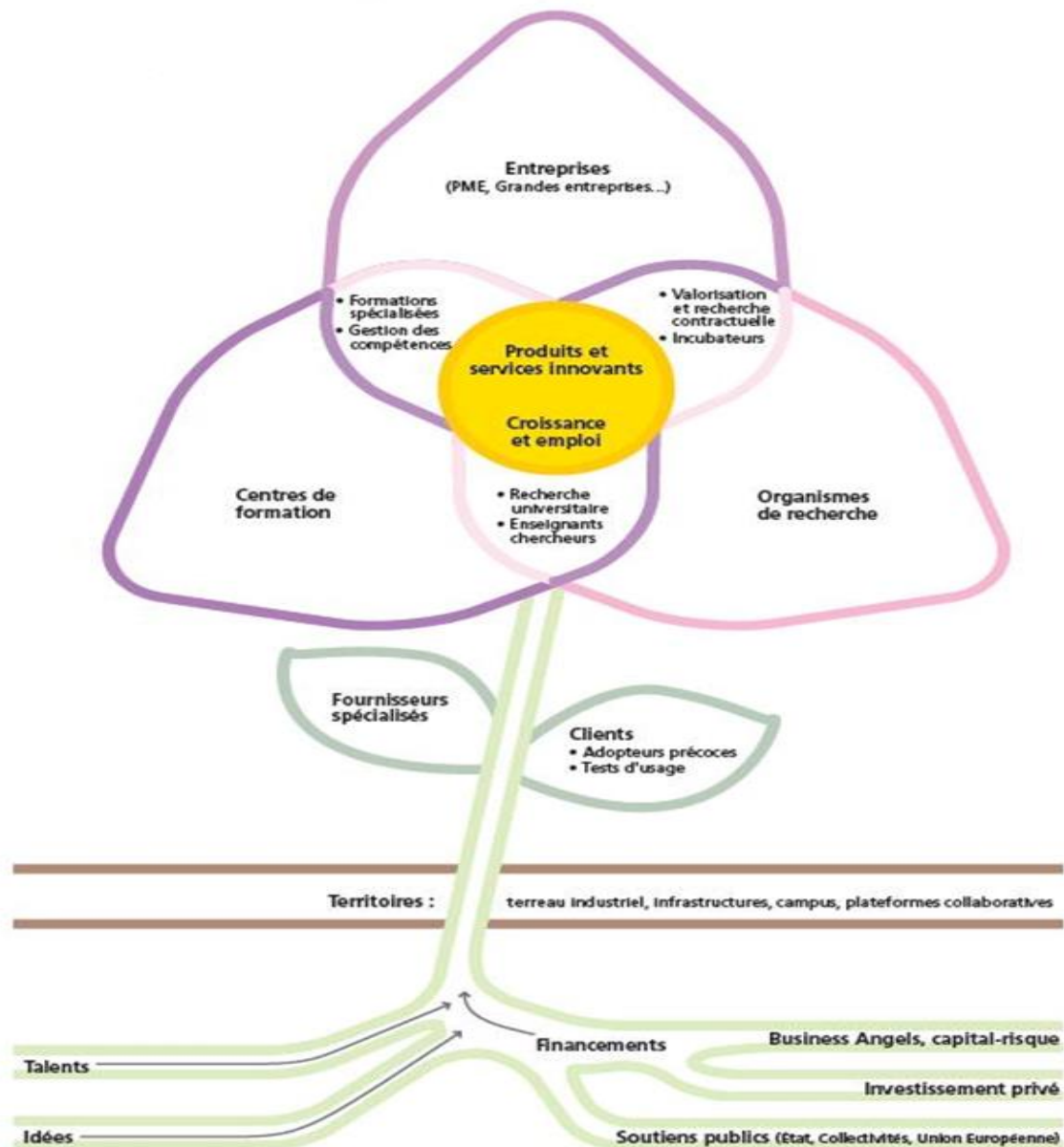
La création d'un pôle de compétitivité « Cluster »

Un pôle de compétitivité rassemble sur un territoire bien identifié et sur une thématique ciblée, des entreprises, petites et grandes, des laboratoires de recherche et des établissements de formation. Les pouvoirs publics nationaux et locaux sont étroitement associés à cette dynamique.

Adaptation au Contexte de la CCIS de Meknès

Un pôle de compétitivité a vocation à soutenir l'innovation. Il favorise le développement des projets collaboratifs de recherche et développement (R&D) particulièrement innovants. Il accompagne également le développement et la croissance de ses entreprises membres grâce notamment à la mise sur le marché de nouveaux produits, services ou procédés issus des résultats des projets de recherche. En permettant aux entreprises impliquées de prendre une position de premier plan sur leurs marchés au Maroc et à l'international, donc, les pôles de compétitivité constituent des moteurs de la croissance et de la création d'emploi.

Les forces en présence au sein d'un pôle de compétitivité sont multiples. Toutes sont nécessaires à l'essor d'**écosystèmes** dynamiques et créateurs de richesse. Elles peuvent être représentées de la manière suivante :



Recommandations

- Sensibiliser les PME et les entreprises en général sur l'intérêt des pôles de compétitivité en associant les chercheurs et les professeurs de différents secteurs (économie, ingénierie, management...)
- Créer une plateforme qui va piloter la création du cluster, formée par tous les acteurs présents dans l'écosystème du pôle de compétitivité.

- Profiter des accords bilatéraux de la CCIS avec ses consœurs à l'international, pour contacter les dirigeants des pôles de compétitivité et bénéficier de leurs expériences.
- Ouvrir un débat académique à l'Université Molay Ismail, à la Fsjes et à l'EST et dans les écoles privées, qui sont le vecteur des futurs managers et futurs entrepreneurs et chercheurs, pour ancrer cette culture unioniste et synergétique.
- Mener une campagne de promotion du concept auprès des chefs d'entreprises, les entrepreneurs et les porteurs de projets de la région, en association avec leurs clients et leurs fournisseurs, en les convaincant qu'ils auront beaucoup à gagner de l'installation d'un cluster.
- Mener une campagne de promotion du concept auprès des établissements de crédits et les acteurs du système financier local et national et les associer au projet, à travers des protocoles et des accords.
- Etablir une étude de rentabilité pour quantifier les bénéfices, qui servira également d'argumentaire pour tous les acteurs internes ou externes du pôle.

Pour clore, il faudrait préciser qu'en intégrant respectivement le réseau d'influence, la labellisation et le pôle de compétitivité dans la démarche de la CCIS Meknès, cette dernière aura un background d'appui digne des chambres de commerce des pays industriels et émergents, ainsi qu'elle valorisera les anciennes techniques, toujours élémentaires et nécessaires, telles que les foires et les salons d'exposition, la coopération ou les programmes externes, en l'insérant dans un nouveau paradigme de Réseaux, pour améliorer sa contribution en tant qu'un acteur institutionnel dans la réussite de l'ouverture de l'économie Marocaine sur le monde.

BIBLIOGRAPHIE

- *Le Pennec E. (2009). L'impact des réseaux d'influence sur l'internationalisation des PME. Communication au colloque AIMS, Annecy.*
- *Johanson and Vahne, (1977) the Internationalization Process of the Firm: a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. Journal of International Business Studies.*
- *Torrès, O. (1998), «Vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et Contre-courants, in Torres, O. (Sous coordination), PME: De nouvelles approches, Paris, Edition Economica.*
- *Torrès. O (2000). Du rôle et de l'importance de la proximité dans la spécificité de gestion des PME. 5ème Congrès International Francophone PME (CIFPME), Lille, octobre.*
- *Ministère des Finances, les PME au Maroc, éclairage et propositions, Document de Travail n°50.*