

Maroc PME

L'agence repense sa stratégie

L'Agence nationale pour la promotion de la PME fait peau neuve. Outre une toute nouvelle identité visuelle, l'agence déploie un plan d'action stratégique axé sur le triptyque entrepreneuriat-croissance-compétitivité, et délimite son champ d'action par le biais de nouveaux domaines d'intervention et d'un ciblage par catégorie d'entreprises.

L'Agence nationale pour la promotion de la PME fait peau neuve. Nous l'annonçons il y a quelques semaines sur nos colonnes: l'ANPME adopte une nouvelle vision et de nouvelles orientations stratégiques. Cette transformation est d'ailleurs d'ores et déjà visible, au niveau de la forme, avec l'adoption d'une toute nouvelle identité visuelle et d'un nouvel intitulé, «Maroc PME» (www.leseco.ma). Accompagné d'un nouveau slogan, «Entrepreneuriat, croissance, compétitivité», qui fait référence aux principaux axes d'intervention de l'ANPME couvrant les différentes phases d'entrepreneuriat, ce dernier reflète désormais la nouvelle image de l'agence. Cependant, plus que revêtir une image, l'ANPME endosse aujourd'hui une mission stratégique qui s'inscrit dans un cadre contractuel 2015-2020 entre l'État et l'Agence nationale pour la promotion de la PME, élaboré principalement sur la base des nouvelles orientations stratégiques du Plan d'accélération industrielle. Ce dernier vise à assurer le développement d'écosystèmes performants, à mettre en place un nouveau dispositif d'accompagnement de l'entrepreneuriat et de l'intégration de l'informel et à proposer des aides spécifiques pour le soutien de la croissance et l'amélioration de la compétitivité des entreprises. Dans ce sens, des conventions ont été signées lors des 4e Assises nationales de l'industrie en avril 2014, relatives au déploiement des dispositifs d'appui aux TPE et aux auto-entrepreneurs, ceci dans le but de développer des offres transverses annexées aux conventions de partenariat relatives aux écosystèmes, établies ou en cours, entre le département de l'Industrie et les associations professionnelles

(AMICA, AMITH, GIMAS, FMP et FE-NELEC).

Une feuille de route ambitieuse
 «La feuille de route 2015-2020 de l'ANPME, validée par son Conseil d'administration tenu le 10 février 2015, fait valoir de nouveaux objectifs tracés, une proposition de valeur simple autour des écosystèmes, axée sur le triptyque Entrepreneuriat-Croissance-Compétitivité et un nouveau business model qui vise à mettre en place une plateforme collaborative pour la conception des offres d'appui, la connexion des partenaires et la capitalisation des retours d'expérience», explique-t-on auprès de l'ANPME. Ce nouveau plan d'action laisse de ce fait apparaître un tout nouveau paradigme d'accompagnement de l'agence qui s'appuie désormais sur un tissu d'acteurs performants (locomotives, TPE, PME et auto-entrepreneurs), sur la nécessité d'assurer une croissance inclusive, créatrice d'emplois et de valeur ajoutée, sur une compétitivité des territoires et la nécessité d'opérer une réduction des inégalités spatiales, mais également sur un environnement favorable à l'entrepreneuriat. C'est autour des différents points du nouveau paradigme que s'est donc dessiné un nouveau business model.

Nouveau modèle d'affaire
 «Concevoir, connecter et capitaliser» sont désormais les nouveaux mots d'ordre de l'agence. Il s'agit plus concrètement pour l'agence de concevoir des programmes alignés sur les écosystèmes, d'interconnecter les partenaires publics-privés, de stimuler la création de valeur entre les acteurs des écosystèmes et d'animer le réseau des partenaires. Ce nouveau business model s'inscrit dans trois différents domaines d'intervention. Le pre-

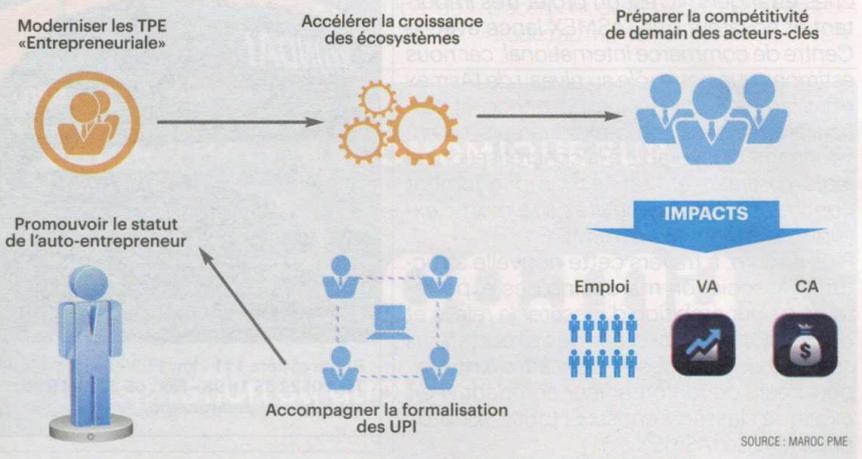
mier consiste à œuvrer pour l'amélioration de la compétitivité des écosystèmes et des TPME. Ceci passe par le renforcement de la compétitivité des sous-traitants et des fournisseurs, des donneurs d'ordre et des TPME. L'objectif de ce premier domaine d'intervention est de promouvoir les écosystèmes sectoriels autour des donneurs d'ordre. Le deuxième champ d'action de l'agence consiste à assurer un accompagnement vers un changement d'échelle des entreprises à fort impact. Il s'agit d'assurer l'émergence d'une nouvelle génération d'entrepreneurs et d'entreprises présentant un modèle d'affaires structurant et à fort impact. In fine, l'objectif de l'agence sur ce point est de développer un environnement favorable à l'entrepreneuriat. Toujours dans la lignée des domaines d'intervention de l'agence, le troisième semble être principalement axé sur la promotion du statut de l'auto-entrepreneur et l'accompagnement à la formalisation, dans le but de créer davantage d'emplois durables. Pour assurer la mise en œuvre de

ce plan d'action, l'agence semble également miser sur un travail de repérage préalablement réalisé.

Trois cibles définies
 Trois catégories d'entreprises sont désormais concernées par les programmes d'accompagnement de l'agence. Il s'agit principalement de l'auto-entrepreneur et de la micro-entreprise, qui bénéficient d'un statut juridique pour entreprendre plus simplement. Cette catégorie bénéficie également d'une structuration de métiers (INDH, micro-finance, artisanat, tourisme, BTP...), ceci sans oublier une formule d'intégration de l'informel et un accès aux marchés à travers une plateforme B-to-B. La deuxième catégorie d'entreprises ciblées par l'agence est la TPE «entrepreneuriale». Cette dernière bénéficie d'un soutien aux porteurs de projets et aux jeunes talents. Un soutien aux TPE à fort potentiel de croissance est également prévu, avec la création d'une dynamique locale. Enfin, la PME n'est pas en reste puisqu'elle bénéficie d'un soutien à l'amélioration de la croissance et de la compétitivité avec des taux d'intégration locale améliorés et un programme visant à assurer un bon niveau d'évolution des relations inter-entreprises vers le co-développement. Tous ces éléments semblent donc tracer les contours d'une feuille de route ambitieuse avec des programmes plus adaptés aux réalités du terrain, une réponse claire à une des principales doléances du tissu entrepreneurial national.

●●●
Maroc PME se fixe pour objectif de soutenir les entreprises dans le cadre du Plan d'accélération industrielle.

PLAN D'ACTION 2015-2020 : OBJECTIFS STRATÉGIQUES PAR ACTEUR



Changement de «programmes»

● Dans la lignée d'une nouvelle feuille de route, Maroc PME proposera, dès la rentrée 2015, des programmes adaptés à chaque cible. Elle lance d'ores et déjà le programme Imtiaz-croissance, de sorte à renforcer le dispositif de soutien aux PME, TPE et aux auto-entrepreneurs. Pour mettre en œuvre la nouvelle carte de programmes, l'agence opte pour une déclinaison à la fois sectorielle et régionale.



Du concret: voilà ce que propose l'Agence nationale pour la promotion de la PME (Maroc PME). Dans la lignée d'une nouvelle feuille de route, l'agence proposera, dès la rentrée 2015, des programmes adaptés à chaque cible. Dans ce sens, des offres dédiées à l'auto-entrepreneur, à la TPE, à la PME, aux écosystèmes et aux entreprises à fort impact seront déployées avec, en parallèle, le développement d'un réseau de partenariats win-win et

un réseau de partenaires étoffé (mentors, réseau de cabinets d'experts, etc.).

Un soutien à l'investissement productif

Pour inaugurer la série de nouveaux programmes élaborés, l'Agence nationale pour la promotion de la petite et moyenne entreprise (Maroc PME) lance le programme Imtiaz-croissance, de sorte à renforcer le dispositif de soutien aux PME, TPE et aux auto-entrepreneurs. Dans le dé-

tail, le programme Imtiaz-croissance, qui «s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du Plan d'accélération industrielle, a pour objectif de soutenir l'investissement productif en faveur de la croissance et de l'emploi et de renforcer les écosystèmes industriels, en octroyant une prime à l'investissement au profit des PME sélectionnées», explique-t-on auprès de l'agence. Dans son «opérationnalisation», ce programme cible les PME opérant dans l'industrie et activités inté-

grées à l'industrie, réalisant un chiffre d'affaires compris entre 10 et 200 MDH et présentant un projet de développement favorisant la croissance, la création de valeur ajoutée et la création d'emplois, accélérant le changement d'échelle et l'émergence de nouveaux modèles d'affaires. L'agence note par ailleurs que «ces projets peuvent être autofinancés ou financés à travers un organisme financier». Ce premier programme répond donc aux principales orientations de la nouvelle feuille de route, avec une dimension supplémentaire qui y est inscrite: la régionalisation du dispositif d'accompagnement.

Une déclinaison sectorielle et régionale

Pour mettre en œuvre la nouvelle carte des programmes d'accompagnement de l'agence ainsi que l'ensemble de sa feuille de route, cette dernière opte pour une déclinaison à la fois sectorielle et régionale. Cette dernière s'appuie sur des partenariats et contrats de gestion, ainsi que sur la capitalisation sur des synergies avec le réseau de partenaires. Elle devra également s'appuyer sur une plateforme interactive mobile, avec une dématérialisation des procédures et le lancement d'une application mobile. La structure d'animation de ce dispositif s'articule autour des écosystèmes industriels et d'un réseau de partenaires par secteur: l'OCF, l'AMITH, l'AMICA, l'Association des professionnels de la plasturgie, la FENELEC ou encore le GIMAS. Des projets de partenariat sont également en cours de finalisation avec Artisanat du Maroc ou encore la SNTL. Enfin, la dimension régionale est couverte par des contrats signés avec les régions, couvrant notamment les villes de Tanger, Kénitra, Casablanca, Settat, Marrakech, Laâyoune et Dakhla. ●

4 leviers d'action

Dans le cadre du déploiement de son programme d'accompagnement, l'Agence nationale pour la promotion de la PME mise sur 5 leviers principaux. Le premier consiste en un soutien à l'investissement de croissance et créateur d'emploi, le deuxième levier intégré a trait à l'accompagnement des entreprises présentant un besoin en investissements technologiques d'appoint (adaptation à des éventuels changements de réglementation). Le troisième consiste à présenter une assistance technique notamment dans le cadre de projets de technologie d'information (TIC), dans un quatrième levier, l'agence vise également à accompagner les entreprises dans une approche de codéveloppement pour le renforcement du développement de nouveaux produits grâce à la R&D. Dans cette lignée l'agence proposera désormais un accompagnement construit autour de 7 domaines qui font «le plan progrès» que sont : la restructuration des dettes, l'action sur les performances opérationnelles (coûts, qualité, délais), la recherche des marchés, l'innovation, l'ouverture du capital, l'accompagnement du dirigeant, la gouvernance et enfin les systèmes d'information.