

المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
٠٤٤٠٠ ٠٤٤٠٠ | ٠٤٤٠٠ ٠٤٤٠٠ - ٤٤٠٠
Centre Régional d'Investissement Fès - Meknès

ofok
أفق المكاول

BOÎTE À OUTILS DE L'ENTREPRENEUR

MÉTHODES ET PROGRAMMES POUR LANCER
ET DÉVELOPPER VOS PROJETS



مُكَاحِبُ الْجَلِيلَةِ الْمَلِكِ مُحَمَّدِ السَّادِسِ نَصْرُهُ اللَّهُ

“ On ne naît pas entrepreneur, on le devient en s'engageant sur la voie du succès dans un rapport interactif entre l'effort, l'apprentissage et la maîtrise des difficultés.

L'entrepreneur est celui qui bouscule les circuits établis et défie le statu quo, en n'hésitant pas à prendre l'initiative de répondre, à son échelle, à des besoins encore non identifiés, insatisfaits ou nouveaux.

L'entrepreneuriat et l'innovation représentent ainsi des valeurs jumelles qui constituent, toutes deux, des tremplins vers la liberté, la mobilité sociale et la prospérité, si l'environnement des affaires le permet et que les conditions générales sont réunies.

”

Extrait du Message de SM le Roi aux participants à la Cinquième Edition du Sommet Global de l'Entrepreneuriat organisé à Marrakech du 19 au 21 Novembre 2014

SOMMAIRE

BOÎTE À OUTILS DE L'ENTREPRENEUR

PARTIE 1 : Le parcours de l'entrepreneur	02
• Idéation	03
• Création	09
• Amorçage, développement et expansion	19
 PARTIE 2 : L'écosystème entrepreneurial	29
• Cartographie des acteurs d'accompagnement	30
• Cartographie de l'offre de financement et de subvention	31
 PARTIE 3 : Le dispositif incitatif	32
• Programmes d'accompagnement du CRIFM	33
• Charte d'investissement	34



المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
Centre Régional d'Investissement Fès - Meknès

PARTIE 1

LE PARCOURS DE L'ENTREPRENEUR

- IDÉATION
- CRÉATION
- AMORÇAGE, DÉVELOPPEMENT ET EXPANSION

Comment trouver son idée de projet ?

Techniques d'idéation

Faire un bilan décrivant :

- La personnalité
- Les motivations
- Le savoir-faire
- Les ressources personnelles

Adapter votre projet :

- Suivre des formations
- Trouver des partenaires

Penser à valoriser :

- Vos talents
- Votre expérience
- Votre carnet d'adresses

Méthode : Matrice d'idéation



- Identifiez ce qui vous donne satisfaction et faites en sorte de le monétiser et de le transformer en entreprise.
- Identifiez ce qui vous frustre et réfléchissez à comment résoudre ce problème.
- Pensez aux défis d'avenir du monde et à comment pouvez-vous commencer à les résoudre dès maintenant.
- N'attendez pas l'idée du siècle pour commencer et essayer, quitte à échouer plusieurs fois avant de réussir.
- Sortez de votre routine et allez dans le monde à la découverte de nouvelles idées et de nouvelles expériences inspirantes.

À qui s'adresser ?

- CRI
- Entités d'accompagnement non financier.
- ANAPEC
- OFPPT
- CCIS

Retour d'expérience !

Plus votre idée sera nouvelle et plus vous devrez vous assurer d'avoir des clients, et si votre idée est ordinaire vous devrez penser à la différencier par rapport à l'offre existante ou à sa mise en œuvre dans un contexte particulier



Par où commencer ?

Réaliser votre étude de marché

L'étude de marché permet de :

- Collecter et analyser les informations pertinentes pour identifier les caractéristiques de votre marché et confronter votre produit/service à la réalité du marché en vue d'adapter au mieux votre offre.
- Rassembler les arguments et les éléments concrets pour convaincre vos partenaires y compris vos éventuels partenaires financiers. (Guide de l'écosystème).

L'étude de marché est structurée autour de quatre blocs principaux :

1 - Le marché

- Quelle est la taille du marché, comment évolue-t-il ?
- Quelles sont ses tendances ?

2 - L'offre

- Quels sont mes concurrents directs ?
- Quelles sont leurs forces et faiblesses ?
- Quels sont leurs résultats financiers ?
- Comment vais-je me démarquer d'eux ?

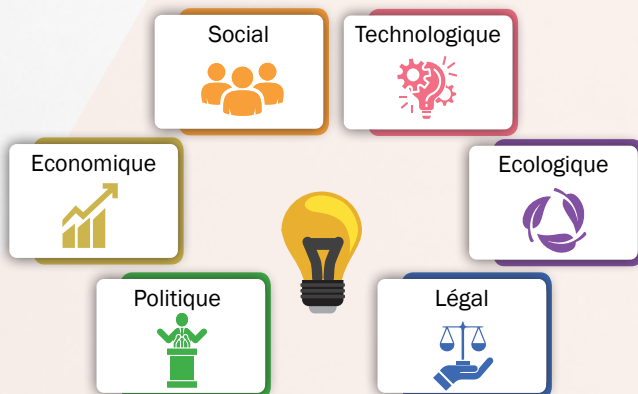
3 - La demande

- Qui sont les acheteurs et les consommateurs actuels/potentiels ?

5 - L'environnement de votre projet :

- Analyse avec de l'environnement en utilisant la méthode PESTEL (ci-dessous)

Méthode : PESTEL



Méthode : Design thinking



À qui s'adresser ?

- CRI
- Entités d'accompagnement non financiers.
- ANAPEC
- OFPPT
- CCIS

Retour d'expérience !

Cette méthode est souvent utilisée conjointement avec l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces, plus connue comme l'analyse SWOT



Par où commencer ?

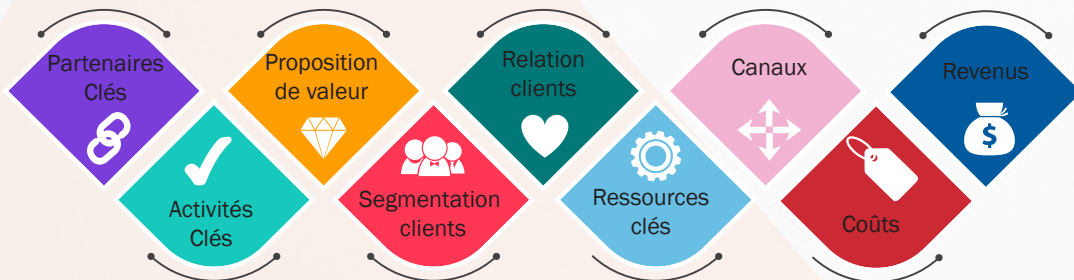
Définir votre business model (modèle économique ou modèle d'affaires)

Il permet de définir le concept et décrire l'idée qui permet à votre entreprise de se démarquer de la concurrence et comment elle envisage gagner de l'argent et vous fournira une lecture concise de votre proposition de valeur en un clin d'œil.

Méthode : Matrice de question



Méthode : Business Model Canvas



À qui s'adresser ?

- CRI
- Entités d'accompagnement non financier des banques
- ANAPEC
- OFPPT
- CCIS

Retour d'expérience !

Exemples de business models

- Peer to peer : prélèvement d'une commission sur une mise en relation
- Freemium : prestation gratuite offerte associé à un accès payant pour des contenus plus riches
- Partage de revenu : partage des revenus avec les ayants droit (exemple: plateformes de streaming)
- Tout gratuit : prestation gratuite, seule la publicité génère des revenus
- Affiliation : prélèvement d'une commission par clic sur une bannière publicitaire



Comment protéger son idée de projet ?

Importance de protection de l'idée

Le droit des marques et de la propriété intellectuelle d'une invention, marque, création littéraire ou artistique, dessin ou modèle permettent, via des contrats de licence ou la cession d'un droit de propriété intellectuelle, de :

- Protéger des créations originales
- S'assurer de leur monopole d'exploitation
- Sécuriser les revenus futurs

Méthode : Matrice de question



- Mon idée est-elle **originale** ?
- Quel est son **degré d'innovation** ?
- Comment se distingue-t-elle par rapport aux produits similaires sur le marché ?
- A quel **stade de développement** est-elle ?
- Doit-elle faire l'objet d'études ou peut-elle être mise en œuvre telle quelle ?
- Quel est son **potentiel** économique ?
- Quelle est sa **valeur ajoutée** ?
- Qui pourrait avoir l'utilité de prendre mon idée ?
- De **quoi je dois me protéger** ?

À qui s'adresser ?



Retour d'expérience !

Lorsque vous serez amenés à communiquer des informations confidentielles à vos divers interlocuteurs, pensez à faire signer un engagement de confidentialité



Comment protéger son idée de projet ?

Différents titres de propriété industrielle

Il existe **3 types de dépôt** (marque, brevet, dessin et modèle industriel) offrant un titre de propriété industrielle distinct et permettant, par la voie d'une publication, de **bénéficier d'un monopole d'exploitation sur un territoire donné, pendant une durée déterminée.**

Méthode : Tableau de comparaison

	Marque	Brevet	Dessin et modèle industriel (DMI)
Protection	Signe distinctif qui permet de différencier les produits/services (ex : un mot, dessin, logo, graphique, nom, slogan, son ou odeur)	Toute innovation technique de produit ou de procédé	L'apparence, lignes, contours, couleurs, forme, la texture ou matériaux, d'un produit ou d'une partie de celui-ci.
Durée de protection	10 ans à compter du dépôt, renouvelable indéfiniment par période de 10 ans	20 ans maximum	Un dessin ou modèle industriel est enregistré pour une période de 5 ans, renouvelable 2 fois, soit une durée maximale de 15 ans
Délais	Dépôt à tout moment. Le processus prend environ 3 mois	22 mois avec protection rétroactivement à partir de la date de dépôt	Environ 3 mois

À qui s'adresser ?



Retour d'expérience !

La demande doit être soumise par une ou plusieurs personnes physiques (entreprises individuelles) ou morales (sociétés). Si la marque est déposée par plusieurs personnes physiques ou plusieurs personnes morales, elles seront représentées par un mandataire



Business plan, quelle importance ?

Construire votre business plan

Présentation du projet, des activités et de vos objectifs

- Résumé qui synthétise le projet et présente un aperçu global des fondamentaux de l'entreprise :
 - Présentation générale du projet, des produits / services proposés ;
 - Environnement concurrentiel, le marché et ses perspectives d'évolution ;
 - Un aperçu sur les données financières actuelles et prévisionnelles de l'entreprise ;
 - Une expression des besoins en financement
- Etude de marché et le business model (proposition de valeur et comment générer des revenus)
- Equipe projet qui précise les compétences et les motivations de chacun, et démontre la capacité de l'équipe à créer de la valeur
- Structure financière et juridique de l'entreprise (statut juridique, impôts et taxes applicables, répartition du capital, emprunts envisagés)
- Etat d'avancement du projet (étude de marché, activités de R&D, relations avec les partenaires clés, premiers clients et pré-commandes, objectifs stratégiques, opérationnels et plans d'actions)

Méthode : Tableau de comparaison

Prévisions financières et plan de financement

- Compte de résultat prévisionnel (compte de produits et charges prévisionnel) :
 - Charges et produits relevant du cycle d'exploitation, financier et non courant et du
 - Résultat net prévisionnel : bénéfices ou pertes
- Bilan prévisionnel :
 - Actif prévisionnel : investissements, stocks, créances, disponibilités
 - Passif prévisionnel : capitaux propres, emprunts et dettes à long, moyen et court terme
- Plan de financement initial : capacité des ressources durables à financer les charges durables (un bon projet doit toujours afficher un solde de trésorerie positif)
- Tableau de trésorerie :
 - Encaissements prévisionnels : (essentiellement) chiffre d'affaires prévisionnel
 - Décaissements prévisionnels : acquisition des immobilisations, achats, charges externes et charges de personnel
 - Solde de trésorerie : encaissements – décaissements (avec objectif prévisionnel de solde positif)
- Indicateurs de performance financiers : fonds de roulement, besoin en fonds de roulement, capacité d'autofinancement, taux de rotation de stock, taux de marge, seuil de rentabilité etc.



À qui s'adresser ?

- CRI
- ANAPEP
- CCIS
- Entités d'accompagnement non financiers des banques
- Cabinets privés spécialisés

Retour d'expérience !

Le Business Plan permet de cadrer le projet, mais de donner des arguments convaincants, qui synthétisent les points forts du projet par rapport aux opportunités et le potentiel de création de valeur du projet et explique les raisons d'investir dans votre projet



Comment créer mon entreprise ?

Processus de création d'entreprise

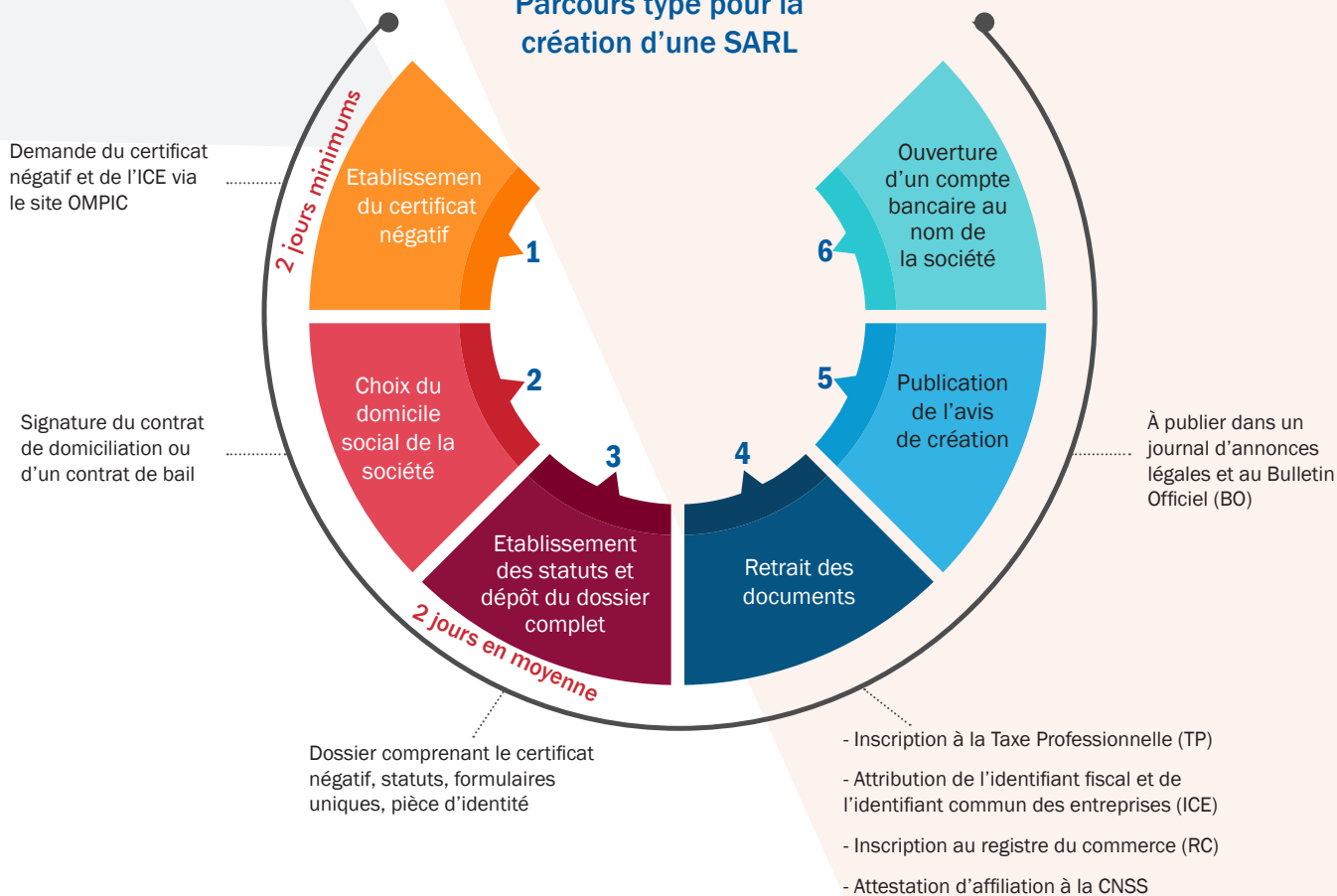


Délai de création
 entre 1 à 3 semaines



Coût moyen
 de 2 000 MAD

Parcours type pour la création d'une SARL



À qui s'adresser ?

- CRI
- DGI
- OMPIC
- CCIS
- Tribunal de commerce
- Bureaux des experts comptables, des comptables agréés, avocats, notaires et des fiduciaires

Retour d'expérience !

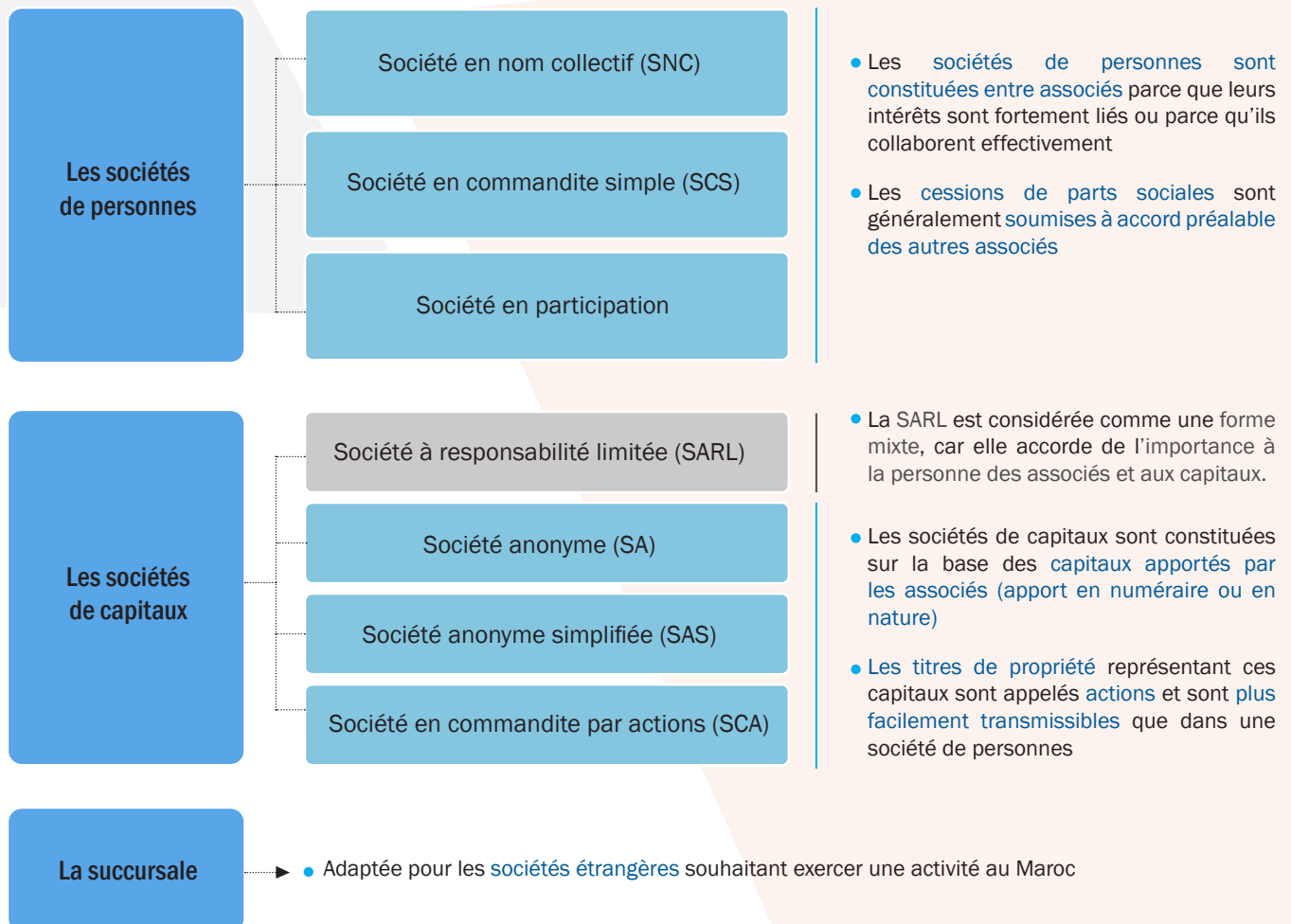
Créer son entreprise nécessite de respecter certaines étapes indispensables pour mener à bien son projet professionnel. Parmi ces étapes, on retrouve bien entendu la réalisation des formalités d'immatriculation au Registre du commerce. Toutefois, d'autres démarches peuvent s'avérer tout aussi utiles lors de la création de son entreprise.



Quelles formes juridiques ? (1/3)

Différents statuts existants

Trois grandes catégories de sociétés :



À qui s'adresser ?

- CRI
- DGI
- OMPIC
- CCIS
- Tribunal de commerce
- Bureaux des experts comptables, des comptables agréés, avocats, notaires et des fiduciaires

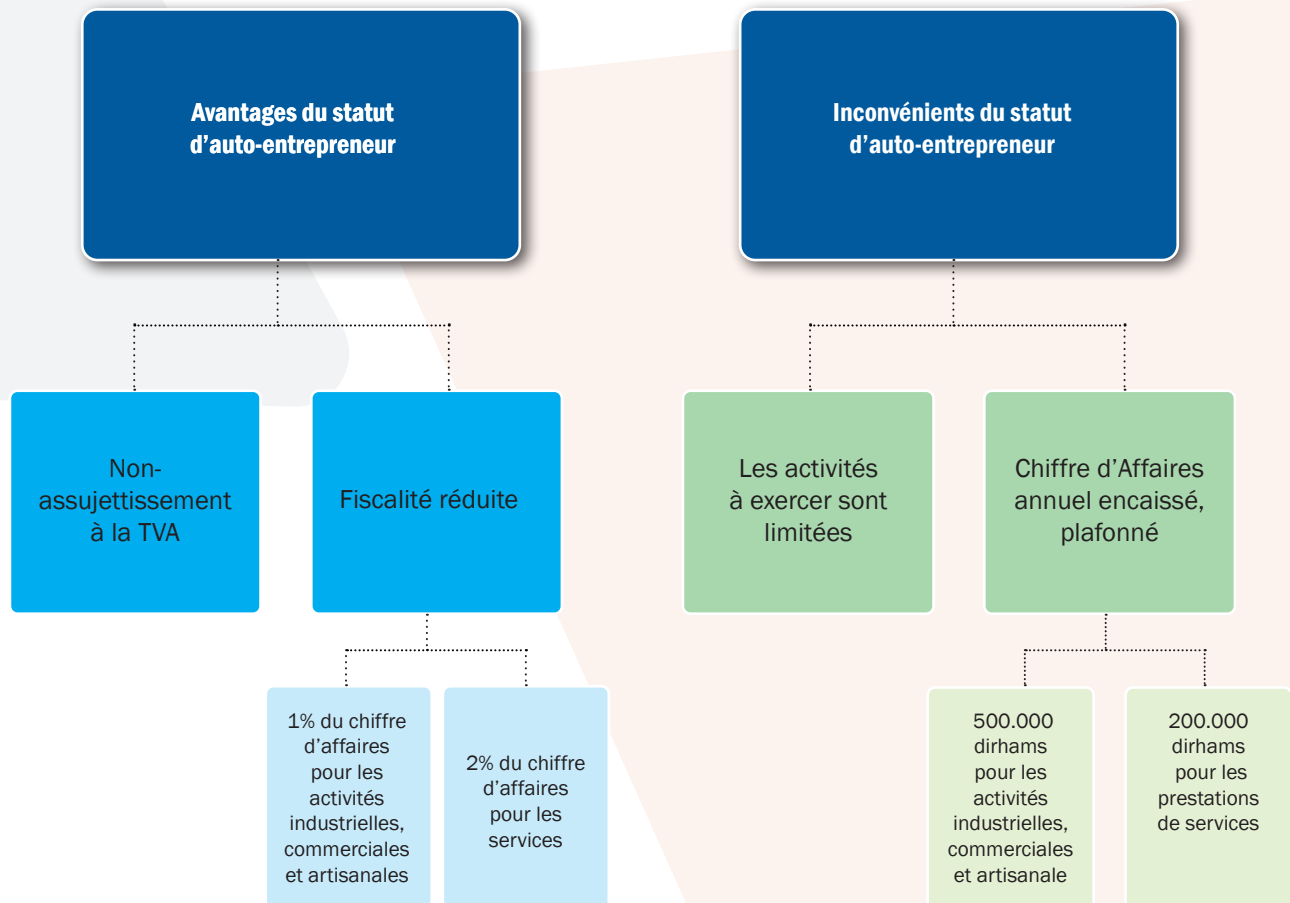
Retour d'expérience !

Étape cruciale, le choix du statut juridique doit être fait de manière pragmatique
Il sera déterminé en fonction des éléments suivants :
Capital social minimum, régime fiscal, nombre d'associés, responsabilités du dirigeant, régime social du dirigeant



Quelles formes juridiques ? (2/3)

Statut de l'auto-entrepreneur



NB : Toutefois, lorsque le chiffre d'affaires annuel au titre des prestations de service réalisé, pour le compte d'un même client, dépasse 80.000 dirhams, le surplus est soumis à l'impôt sur le revenu, par voie de retenue à la source de 30%.

À qui s'adresser ?

- CRI
- DGI
- OMPIC
- CCIS
- Tribunal de commerce
- Banques concernées

Retour d'expérience !

Le choix de ce statut n'est pas à prendre à la légère car il a des conséquences juridiques importantes. Il a également un impact sur le régime fiscal de l'entreprise, le régime social applicable, les processus de décision dans l'entreprise et les obligations comptables



Quelles formes juridiques ? (3/3)

Différence entre personne physique et personne morale

CRÉATION D'ENTREPRISE

Entreprise individuelle (personne physique)

Caractéristiques d'une entreprise individuelle :

- Entreprise exploitée par une personne physique seule
- Les patrimoines professionnel et personnel sont confondus.
- Sur le plan fiscal, le chef de l'entreprise est imposé directement au titre de l'impôt sur le revenu (IR)

AVANTAGES

- Pas d'apport minimum obligatoire
- Simplicité de création
- Simplicité de fonctionnement
- Faible coût
- Souplesse et liberté d'action pour le chef d'entreprise
- Possibilité d'embaucher des salariés

INCONVÉNIENTS

- Pas de personnalité morale ni de capital social
- Pas d'autonomie du patrimoine
- Pas d'associés
- Risque de confusion avec le patrimoine du chef d'entreprise
- Responsabilité illimitée aux dettes sociales
- Absence de fonds propres
- Fragilité liée à la taille modeste
- Capacité de développement limitée

Société (personne morale)

Caractéristiques d'une société :

- Personnalité juridique distincte
- Nom propre : une dénomination ou raison sociale
- Domicile : un siège social
- Apports : son patrimoine propre initial ou capital social

AVANTAGES

- Responsabilité personnelle limitée
- Statut fiscal personnel plus avantageux
- Risque financiers personnels plus limités

INCONVÉNIENTS

- Exigence d'un capital minimum
- Procédure de démarrage plus complexe
- Obligations comptables et administrative plus importantes
- Mode de travail moins flexible en raison des procédures fixes régissant de nombreuses décisions

À qui s'adresser ?

- CRI
- DGI
- OMPIC
- CCIS
- Tribunal de commerce
- Bureaux des experts comptables, des comptables agréés, avocats notaires et des fiduciaires.

Retour d'expérience !

Lorsqu'on envisage de créer une entreprise, il convient de choisir un statut. Ce choix entre les différents statuts d'entreprises possibles est complexe et important car il a un impact sur de multiples paramètres : statut social du dirigeant, fiscalité, règles juridiques applicables...



Quels régimes fiscaux & Quels droits sociaux ? (1/3)

Régimes fiscaux et mode de calcul

Méthode : Barème des impôts

Impôt sur les sociétés (IS) :

- Le calcul d'IS est déterminé à partir du résultat fiscal net, égal à l'excédent des produits sur les charges, après déduction des reports déficitaires.
- Il concerne toute personne morale (entreprise): SARL, SA, ...

	Sociétés dont le : BN ≤ 300.000 DH	Sociétés dont le : 300.000 DH < BN ≤ 1.000.000 DH	Entreprises soumises au taux plafonné de 20% au 31/12/2022	Sociétés industrielles (BN < 100 MDH)	Sociétés industrielles (BN ≥ 100 MDH)	Sociétés dont le : BN > 1.000.000 DH
2022	10 %	20 %	20 %	26 %	31 %	31 %
2023	12,50%	20 %	BN ≥ 100 MDH 23,75 % 1 MDH < BN < 100 MDH 20 %	24,50 %	32 %	BN ≥ 100 MDH 32 % 1 MDH < BN < 100 MDH 28,50 %
2024	15%	20 %	BN ≥ 100 MDH 27,50 % 1 MDH < BN < 100 MDH 20 %	23 %	33 %	BN ≥ 100 MDH 33 % 1 MDH < BN < 100 MDH 25,50 %
2025	17,50%	20 %	BN ≥ 100 MDH 31,25 % 1 MDH < BN < 100 MDH 20 %	21,50 %	34 %	BN ≥ 100 MDH 34 % 1 MDH < BN < 100 MDH 22,75 %
2026	20%	20 %	BN ≥ 100 MDH 35 % 1 MDH < BN < 100 MDH 20 %	20 %	35 %	BN ≥ 100 MDH 35 % 1 MDH < BN < 100 MDH 20 %

Impôt sur le revenu (IR) :

L'IR est versé chaque mois pour le compte des employés de l'entreprise sur une base imposable qui comprend les revenus sur salaires

Barème de l'IR (mensuel)	Taux en %	Déduction (MAD)
0 à 2 500	0 %	0.00
2 501 à 4 166,66	10 %	250.00
4 166,66 à 5 000	20 %	666.67
5 001 à 6 666,66	30 %	1 166.67
6 666,66 à 15000	34 %	1 433.33
Plus de 15 000	38 %	2 033.33

À qui s'adresser ?

- CRI
- DGI
- OMPIC
- CCIS
- Tribunal de commerce
- Bureaux des experts comptables, des comptables agréés, avocats notaires et des fiduciaires.

Retour d'expérience !

Informations fiscales disponibles sur le site de la DGI :

- Un calendrier fiscal détaillant mois par mois les démarches et paiements à réaliser
- La dernière version du Code Général des Impôts (accessible en ligne)
- Les textes de lois relatifs aux autres impôts et taxes gérés par la DGI
- Les textes de lois relatifs aux impôts locaux gérés par la DGI : -Taxe professionnelle -Taxe d'habitation -Taxe de services communaux



Quels régimes fiscaux & Quels droits sociaux ? (2/3)

Régimes fiscaux et mode de calcul

Calcul de la TVA :

Solde entre la TVA perçue (à travers la facturation de vos services et produits) et la TVA payée (à travers l'achat de services ou de produits)

Solde est soit créditeur

Solde est soit débiteur

Vous devez payer à l'Etat le crédit

L'Etat vous rembourse la TVA

Taux appliqués en matière de TVA :

Ces taux peuvent être revus dans la nouvelle loi de finance

De manière générale, pour la TVA, le taux commun est de 20%, mais certaines particularités existent :

► **Les sociétés exportatrices de produits et services** (sauf métaux de récupération) :

- Sont exonérées pendant 5 ans d'impôt sur les sociétés et bénéficient d'un taux réduit à 17,5%, au-delà de cette période
- Les produits exportés sont par ailleurs exonérés de TVA

► **Les sociétés industrielles sont exonérées** d'impôts les 5 premières années (activités industrielles définies par décret) ;

► Certains produits font l'objet de taux de TVA réduits :

- **7%** pour certains produits de grande consommation (Eau livrée aux réseaux de distribution publique, location de compteur d'eau et électricité, produits pharmaceutiques, emballages non récupérables des produits pharmaceutiques, fournitures scolaires, savons de ménage, lait en poudre, conserve de sardine), l'énergie électrique et les chauffe-eaux solaires.
- **10%** pour certains produits alimentaires et boissons (riz, sel, huiles, pâtes, etc), pour l'hôtellerie.
- **14%** s'applique pour les opérations de transport de voyageurs et de marchandises, le beurre et le thé.

À qui s'adresser ?

- CRI
- DGI
- CCIS
- Bureaux des experts comptables, des comptables agréés, avocats notaires et des fiduciaires.

Retour d'expérience !

- La TVA se règle :
 Trimestriellement, si le chiffre d'affaires est inférieur à 1 million de dirhams
- Mensuellement, si le chiffre d'affaires est supérieur à 1 million de dirhams

Quels régimes fiscaux & Quels droits sociaux ? (3/3)

Formalités administratives de recrutement

Formalités à respecter (liste exhaustive) :

Barème de l'IR (mensuel)	A quel moment effectuer cette formalité ?	A qui s'adresser ?
Déclaration d'existence à l'inspection du travail	Avant la première embauche et de préférence avant le début de l'activité	Inspection du travail
Paraphe du Livre de paie et du livre de congé	Au plus tard lors de la première embauche	Inspection du travail
Demande d'immatriculation en tant qu'employeur à la CNSS	Dès l'embauche du premier salarié	CNSS
Etablissement d'un règlement intérieur	Dans un délai de 2 ans après le démarrage de l'activité	Représentants des travailleurs (avant l'élaboration du règlement)



À qui s'adresser ?



Retour d'expérience !

A chaque recrutement il faut respecter :

- Immatriculation à la CNSS
- Déclaration du salarié à l'assurance Accident du Travail
- Déclaration du salarié à la CIMR
- Enregistrement du salarié auprès de vos prestataires (cantine, informatique...)
- Octroi de la carte du travail
- Formation sur les mesures de sécurité
- Création d'un dossier administratif pour le collaborateur



Quelles sources de financement ?

Differentes sources de financement

Apport personnel / Argent des proches

Capital risque

Financement de la création ou du développement d'une entreprise à risque (eg. Startup haute tech) mais à fort potentiel, via prise de participation

Business Angels

Personne physique qui décide d'investir une partie de son patrimoine financier dans des sociétés innovantes à fort potentiel

Incubateurs d'entreprises

Structure d'accompagnement qui apporte un appui en hébergement, formation, conseil et financement

Subventions gouvernementales :
INDH - FORSA

Prêts bancaires :

INTELAKA, INTELAK AL MOUSTATMIR AL QARAWI, CREDIT COURT TERME, CREDIT D'INVESTISSEMENT



À qui s'adresser ?

- CRI
- CCIS
- GPBM (groupement professionnelle des banques marocaines).

Retour d'expérience !

Pour un fonctionnement optimal, les entreprises ont besoin de financement. Pour la création ou pour le développement, ces ressources sont indispensables. Les sources de financement sont nombreuses, diverses et accessibles dans des conditions spécifiques. Selon la taille de l'entreprise, selon son marché ou encore selon son secteur d'activité, l'entreprise a des options spécifiques. De fait, afin d'identifier une ou plusieurs sources de financement, il convient de tenir essentiellement compte de son projet



Comment bien choisir mon fournisseur ?

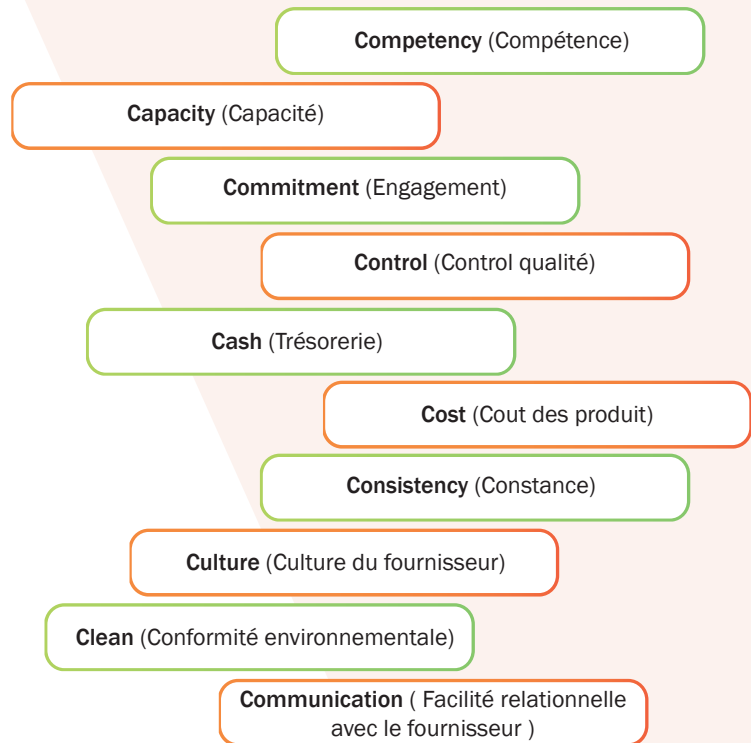
Méthode des 10 C

Le modèle permet d'évaluer les fournisseurs candidats sur la base de 10 critères :

L'objectif est de minimiser les risques de défaut, les surcoûts ou toute autre mauvaise surprise avant la signature du partenariat avec ledit fournisseur ?

Parmi les risques potentiels connus, on peut citer :

- Les coûts supplémentaires non identifiés dans la proposition de base
- Le rallongement des délais de livraison
- La baisse de la qualité de ses propres produits et services due à la faible qualité des pièces du fournisseur en question
- La perte de temps et d'énergie à essayer de joindre le bon interlocuteur chez le fournisseur
- Les risques financiers en cas de mauvaise santé financière du fournisseur en question
- La perte de marchés potentiels due à des retards chez le fournisseur



À qui s'adresser ?

- Plateformes B2B privées donnant accès aux données légales et financières sur les entreprises
- Plateforme de l'OMPIC

Retour d'expérience !

La méthode des 10 C permet de faire un diagnostic express du fournisseur en question afin de minimiser l'ensemble de ces risques et permettre une sérénité dans son activité. Le seul inconvénient de ce modèle est le temps nécessaire à l'analyse – c'est du temps de gagné par la suite !



Comment bien choisir mon client ?

Technique pour trouver le client



Prospection : méthode commerciale permettant de rechercher des clients potentiels pour objectif d'en faire des clients réels

Leads : contacts qu'on espère transformer en client potentiel

À qui s'adresser ?

- Plateformes B2B privées
- Plateforme de l'OMPIC

Retour d'expérience !

Le rêve de tout dirigeant est d'avoir des clients qui, comme par miracle, viennent à lui seulement en entendant le nom de l'entreprise ou du produit. Mais la réalité est que la concurrence fait rage, que les clients sont souvent fidèles à certaines marques et n'aiment pas forcément le changement ou prendre des risques. Trouver de nouveaux clients n'est pas une tâche facile



Comment bien communiquer sur mon projet ? (1/2)

Canaux de communication et marketing

1. La communication média

- Achat d'espace via des méthodes publicitaires dans les six grands types de médias dits traditionnels : télévision, presse, affichage, internet, radio et cinéma.



2. La communication hors média

- **Marketing direct** : contacter directement vos clients pour faire de la promotion via courriers, e-mails, appels téléphoniques, etc.
- **Street-marketing** : utiliser des lieux publics pour promouvoir un événement, un produit ou une marque
Publicités sur le lieu de vente (PLV) : regrouper des outils de valorisation et de mise en avant des marque en magasin.
- **Parrainage ou sponsoring** : soutenir une personne, un organisme ou un évènement pour accroître sa notoriété et son image de marque.
- **Emplacement** : un magasin avec des couleurs marquantes dans une rue très fréquentée générera plus de clientèles.
- **Participation à des évènements** : démarche souvent gratuite qui permet d'entrer en contact direct avec vos clients et les acteurs de votre écosystème.

À qui s'adresser ?

Sociétés spécialisées dans le marketing

Retour d'expérience !

Vos actions médias / hors médias, dans le cadre de votre plan de communication, doivent tenir compte des budgets qu'elles engagent, à chaque action correspondent un message, un canal de communication, et une cible

Comment bien communiquer sur mon projet ? (2/2)

Que faire avant de lancer la Communication

1. Quelle est la situation du marché ?

- Quelle est la dynamique de marché ?
- Quelles sont les attentes des clients ?
- Où achètent-ils leurs produits et comment les achètent-ils ?
- Quels sont les médias, influenceurs, et tendances qu'ils suivent ?

2. Quelle est mon audience cible ?

Plus vos cibles seront précises et en lien avec l'objectif plus les actions seront percutantes

- Qui souhaitez-vous toucher ?
- Quel est le profil démographique et sociologique pour chacun des publics ?
- Quelle approche, style et contenu de vos communications ?
- L'activité nécessite-t-elle de communiquer régulièrement auprès des fournisseurs, décideurs publics etc. ?

3. Quels sont mes objectifs de communication ?

Objectifs	Réponses	Actions
Notoriété	Je connais	Informar, sensibiliser
Image	J'apprécie, j'aime	Susciter de l'émotion
Réputation	J'ai confiance	Faire adhérer

4. Quel est le message que je veux transmettre ?

Déterminez précisément ce que vous attendez comme « action » de votre cible :

- Qu'elle vous appelle ?
- Qu'elle télécharge votre catalogue ?
- Qu'elle se déplace en point de vente ?

5. Par quel(s) moyen(s) vais-je communiquer le bon message, à la bonne personne, au bon moment ?

- Événement
- Relations de presse
- Campagne sur les réseaux sociaux
- Publicité

6. Quels sont le budget et les compétences dont j'ai besoin ?

- Quels besoins en ressources humaines, financières et matérielles pour chacun des moyens de communication à déployer
- Pour quel budget ?

7. Comment puis-je tester mon plan de communication ?

- Tester votre plan de communication avec une petite partie de vos prospects avant de le lancer afin d'éviter des erreurs coûteuses
- Évaluez les retours et conservez les tactiques qui ont généré le plus de résultats

8. Comment évaluer les résultats de ma communication ?

- Prévoyez comment mesurer l'efficacité de votre communication avec des critères qui évalueront la notoriété, la croissance des ventes, pour être en mesure de l'ajuster

À qui s'adresser ?

Sociétés spécialisées dans le marketing

Retour d'expérience !

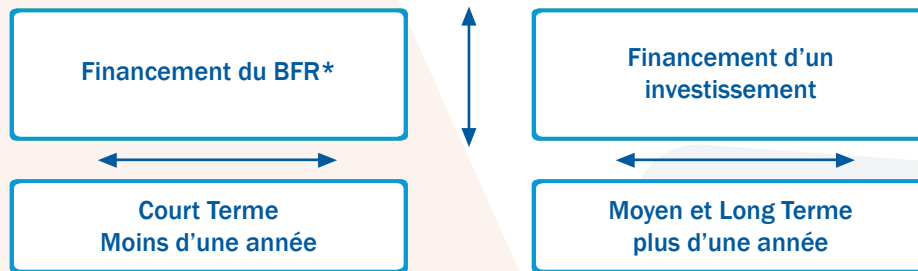
La communication nécessite d'être pensée, conçue et mise en place selon un **timing précis** ! Mais il vous faudra également suivre ses retombées et mesurer son efficacité ! Tout un programme, tout un cheminement au bout duquel se trouvera : l'identité, la notoriété et l'efficacité commerciale de votre entreprise ! **La communication est le vecteur de développement de votre future entreprise !**

Comment évaluer mon besoin en financement ?

Evaluation du financement

- Si votre entreprise est en phase dynamique d'évolution, la levée de fonds est une **opportunité de faire grandir votre business et de le diversifier**.
- Avant de se lancer dans une levée de fonds, la première étape est d'évaluer précisément le besoin en financement avec un business plan selon **différents scénarios** : optimiste, challengeable et pessimiste
- Une fois votre besoin connu il vous faudra le mettre en parallèle avec le montant de dette que vous êtes capable de rembourser
- Le BP doit donc impérativement utiliser des **hypothèses d'activité raisonnables** afin que vous puissiez correctement estimer votre capacité de remboursement
- Parmi les éléments clés à considérer la **durée de remboursement doit être bien pensée et structurée** donc il vous faudra **déterminer sur combien de temps vous ferez courir votre crédit** selon l'étude de trésorerie prévisionnelle.

Vous pouvez distinguer les grandes lignes suivantes :



*BFR : Besoin en fond de roulement

De bonnes pratiques pour avoir le financement

- Inspirer confiance à son banquier et le convaincre que le financement permettra de **générer de la croissance** : la banque a d'abord besoin de comprendre la nature de votre projet et votre besoin de financement
- Rester sincère dans votre approche

Dans l'argumentaire que vous présentez à votre banque il vous faudra garder à l'esprit les trois éléments suivants :

Utiliser des **arguments objectifs, chiffrés clairs et surtout sincères**

Gardez en tête que **la banque est une entreprise commerciale** qui doit également respecter des **engagements** (payer ses employés, verser des dividendes)

Souvenez-vous que vous aurez en face de vous un banquier et non la banque : le banquier a ses propres contraintes : atteindre ses objectifs commerciaux ou encore accroître sa crédibilité face aux organes de décision de son établissement.

À qui s'adresser ?

- CRI
- CCIS
- GPBM (groupement professionnelle des banques marocaines)

Retour d'expérience !

Faire jouer la concurrence entre les banques en allant voir qui propose le package le plus attractif pour votre financement



Quels outils IT à utiliser ?

Création de site web

Utiliser un système de gestion de contenu (CMS) en Open Source

Les CMS (Content Management Software) désignent la famille de logiciels en libre d'accès (Open Source) pour concevoir et mettre à jour relativement facilement des sites web

WordPress

- CMS le plus utilisé au monde (73% de parts de marché)
- Gratuité et rapidité d'installation
- Ergonomie agréable et système intuitif
- Forte communauté qui accompagne les débutants
- Large bibliothèque de plug-ins (extensions) mais attention aux plug-ins non officiel
- Nécessite des connaissances en programmation pour modifier la structure du site

Drupal

- Logiciel puissant et multi plateforme (wmp, lamp, mamp, xamp) Complicé à mettre en place
- Possède un langage spécifique et nécessite un certain temps d'apprentissage pour les non-initiés
- Manque de Templates donc nécessaire de savoir coder pour un site complexe

Joomla

- Idéal pour un projet conséquent et des plateformes complexes
- Puissance de gestion, nombreuses extensions et modules disponibles Déconseillé pour un blog ou un site vitrine peu conséquent
- Comme pour WordPress, nécessite des connaissances en programmation pour modifier la structure de son site

Faire appel à une agence de création de site internet ou à un développeur

Le rôle d'une agence de création de site web ou d'un développeur est d'assurer la réalisation technique et le développement informatique de votre site web sur la base d'un cahier des charges

Votre cahier des charges devra mentionner les modalités techniques et graphiques suivantes :

- Caractéristiques du site : langues, adaptation à différents types d'écrans, affichage optimisé, "Responsive Design", ouverture sur les réseaux sociaux, etc.
- Arborescence du site : menu et type affichage, "footer", rubriques principales, pages supplémentaires, etc.
- Eléments techniques : type de solution CMS souhaitée, code couleurs, etc.

Coût

selon l'acteur auquel vous faites appel et la complexité de votre projet, la réalisation de votre site web par un développeur peut vous coûter entre 2000 et 20000 dhs

Développeurs :

- En free-lance
- Au sein d'une agence web ou d'une agence de communication
- L'embauche d'un développeur à plein temps est notamment répandue dans le secteur du e-commerce

En cas d'embauche, le salaire d'un développeur web est en général compris entre 5000 et 8000 dhs/mois dépendant du diplôme et des expériences antérieures

À qui s'adresser ?

Sociétés spécialisées dans le développement web

Retour d'expérience !

Le Web est avant tout une vitrine pour tout entrepreneur proposant de nombreuses pages. Chaque page possède de nombreux textes et photos générant des mots clés réactifs à des requêtes rédigées dans les moteurs tels que Google, Bing et autre Yahoo. Chaque mot-clé pourrait correspondre à un rayon spécifique du magasin qui, en facilitant le déplacement des internautes dans les rayons, augmenteraient vos chances de convertir le visiteur en client potentiel

Comment piloter mon activité ? (1/2)

Base de données clients

QU'EST-CE QU'UNE BASE DE DONNÉES CLIENTS ?

- La base de données est un fichier qui stocke l'ensemble des données relatives à vos clients
- C'est un élément indispensable dans la création de votre relation client
- Les processus de prospection et de fidélisation commencent par une base de données

Informations importantes d'une base de données B2B :

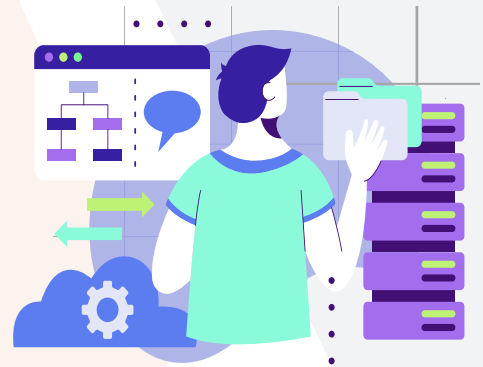
- Raison sociale,
- Numéros TVA et RCS
- Secteur d'activité
- Taille de l'entreprise
- Fonction et coordonnées du contact

Informations importantes d'une base de données B2C :

- Age
- Genre
- Mode de consommation
- Comportement d'achat & parcours client (panier moyen, médias sociaux)
- Historique d'achat
- Centres d'intérêts
- Réclamations

5 ÉTAPES POUR CONSTRUIRE SA BASE DE DONNÉES CLIENTS :

- 1 - Adopter une solution de gestion de base de données comme un logiciel CRM (Customer Relationship Management)
- 2 - Fixer des points de collecte d'informations clients : newsletter, sondages et questionnaires de satisfaction, jeux concours, téléchargement de documents et contenus
- 3 - Confirmer le consentement de l'internaute (Règlement Général sur la Protection des Données)
- 4 - Stocker ses données clients (Excel, outils CRM)
- 5 - Traiter les données afin de proposer de meilleures campagnes, plus adaptées et personnalisées



À qui s'adresser ?

- Plateformes B2B privées
- Plateforme de l'OMPIC

Retour d'expérience !

L'analyse de données est possible avec une bonne collecte de données et de l'organisation. Plus les données sont fiables et mieux organisées, plus vous serez en mesure de l'analyser et de produire les informations utiles à votre activité.

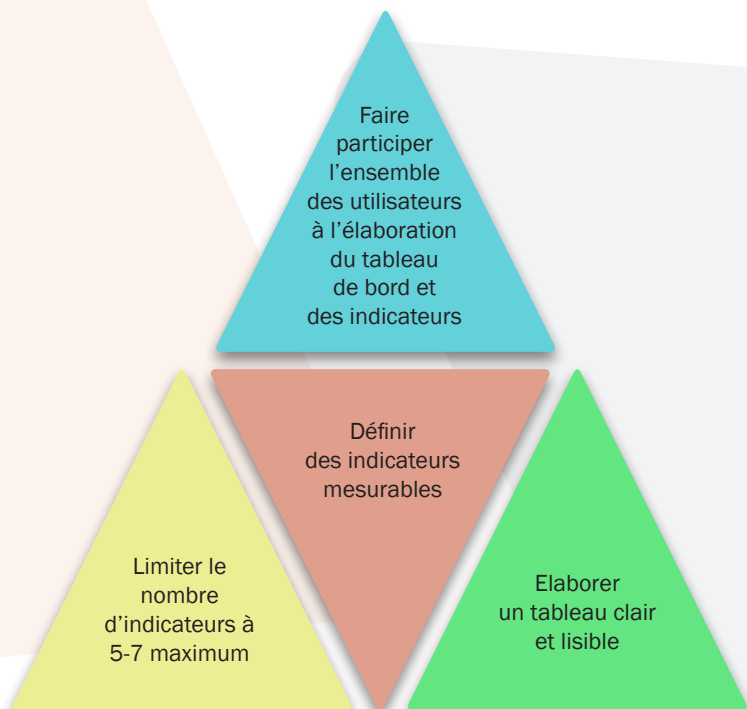


Comment piloter mon activité ? (2/2)

Tableau de bord

PRÉSENTATION DU TABLEAU DE BORD :

- Un instrument de pilotage qui permet d'apprécier la situation à l'instant, et qui facilite la prise de décision.
- Un outil qui permet de suivre l'application du business plan.
- Il offre une lecture directe car il présente les éléments suivants dans sa structure :
 - Les prévisions : objectifs de vente, prix cible, marge prévisionnelle, ...
 - Le réalisé : la valeur réelle observée des indicateurs suivis
 - Les écarts entre l'objectif et la réalité
 - L'action rectificative qui en découle
- Parmi les indicateurs suivis, ces derniers peuvent être de plusieurs natures : Indicateurs métiers, financiers, de qualité, ...



À qui s'adresser ?

MarocPME
 Entrepreneur Croissance Compétitivité

Retour d'expérience !

Pour être efficace, le tableau de bord doit agir comme un véritable vecteur de communication. L'information présentée doit être claire ; toute ambiguïté d'analyse risquant de conduire à un immobilisme préjudiciable au développement de l'entreprise. Le tableau de bord doit également être diffusé à toutes les personnes concernées afin de servir de base à une communication efficace et orientée vers l'action

Comment donner du sens à ses salariés ?

Motiver son équipe

Il est très important que vous puissiez donner du sens à vos collaborateurs, que ce soit à travers :

Votre activité même : notion d'implication dans un écosystème, de servir une chaîne de valeur, de participer à la construction d'un projet plus large que votre simple activité

Des actions positives d'ordre socio-environnementales que votre entreprise pourrait avoir dans le cadre de sa RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise).

- La motivation et le succès créent aussi de la cohésion d'équipe, qui crée ensuite de la motivation et du succès. Tous les rouages sont en place pour créer une dynamique d'équipe forte et puissante !
- Les valeurs jouent le rôle de règle du jeu. Elles régissent les relations entre les personnes et définissent ce que nous pouvons faire ou non : intégrité, solidarité, bienveillance ou encore respect sont des exemples de valeurs qui peuvent déterminer la bonne attitude à avoir.



À qui s'adresser ?

Sociétés spécialisée

Retour d'expérience !

La motivation et le succès créent aussi de la cohésion d'équipe, qui crée ensuite de la motivation et du succès

Comment réorganiser une TPME ?

Adapter votre structure

DE LA VISION VA DÉCOULER LA STRATÉGIE DE VOTRE ENTREPRISE, ET VOTRE ORGANISATION DOIT ÊTRE COHÉRENTE AVEC VOS ASPIRATIONS :

- Si vos moyens sont limités, vous devez adopter une ligne directrice pour une allocation pertinente de vos ressources
- Si vous voulez être très fort techniquement, privilégiez des profils et une culture technique
- Si la relation client est votre priorité, soyez attentif à structurer un service client performant

DE LA VISION VA DÉCOULER LA STRATÉGIE DE VOTRE ENTREPRISE, ET VOTRE ORGANISATION DOIT ÊTRE COHÉRENTE AVEC VOS ASPIRATIONS :

1. CONCEVOIR UN ORGANIGRAMME

- Fixez les niveaux hiérarchiques et les différents services en essayant de garder en tête l'agilité de votre organisation
- Un véritable avantage concurrentiel : ne le compromettez pas en mettant en place une structure lourde et peu réactive

2. DÉFINIR LES QUALIFICATIONS ET COMPÉTENCES POUR CHAQUE FONCTION

- Formalisez les définitions de poste
- Pour rester agile, privilégiez un haut niveau de compétences plutôt qu'un mode de fonctionnement fortement basé sur les procédures

3. FIXER LES RÈGLES DE FONCTIONNEMENT

- Les relations entre les services, etc.
- Attention de ne pas tomber dans l'organisation bureaucratique

4. METTEZ, PAR LA SUITE, UN SYSTÈME DE DÉCISION PERTINENT

- Définissez qui décide de quoi et les prérogatives de chacun

À qui s'adresser ?

Maroc PME
Entrepreneurs Excellence Compétitivité

Retour d'expérience !

Votre entreprise grandit et vous entrez dans une phase délicate où vous ne pouvez plus tout prendre en main



Comment se développer à l'international ? (1/2)

Deux manières s'imposent

1. PAR OPPORTUNISME

- Des opportunités à l'international peuvent se présenter spontanément, par exemple à travers des rencontres, des clients déjà acquis qui s'exportent eux-mêmes, des sollicitations...etc.

2. A TRAVERS UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT RATIONALISÉE

- L'entreprise décide sciemment de se développer à l'international. Dans ce cas, elle a besoin de sélectionner un ou plusieurs pays/marchés dans lesquels se développer.

Intermédiaires pour distribuer mes produits à l'étranger

1. AGENT COMMERCIAL

AVANTAGES :

- Maîtrise de la politique commerciale
- Connaissance du marché
- Coûts limités

INCONVÉNIENTS :

- Gestion des tâches par l'entreprise
- Succès commercial dépendant fortement des qualités de l'agent
- Risque d'appropriation de la clientèle par l'agent

3. CONCESSION

AVANTAGES :

- Tous les avantages de l'importateur-distributeur
- Une meilleure maîtrise de la politique commerciale: le contrat de concession impose une certaine dose de collaboration

INCONVÉNIENTS :

- Tous les inconvénients de l'importateur-distributeur

2. IMPORTATEUR – DISTRIBUTEUR

AVANTAGES :

- Tâches administratives assumées par le distributeur
- Risque de non-paiement par les clients finaux assumé par le distributeur
- Connaissance du marché par l'importateur – distributeur

INCONVÉNIENTS :

- Perte totale du contrôle de la politique commerciale
- Dépendance vis-à-vis des performances / qualités du distributeur
- Marge de l'entreprise réduite

4. FRANCHISE

AVANTAGES :

- Développement commercial et de la marque rapide
- Investissements immobiliers supportés par les franchisés
- Conservation de la propriété de la marque et du savoir-faire par le franchiseur
- Partage du risque d'exportation entre franchiseurs et franchisés

INCONVÉNIENTS :

- Risque que les franchisés rompent le contrat et imitent le modèle du franchiseur
- Dépendance partielle de la performance commerciale vis-à-vis des franchisés
- Gestion du réseau de franchise complexe

À qui s'adresser ?

- Ministère de l'industrie et du commerce
- AMDIE - Maroc PME - ASMEX
- Chambre de commerce d'industrie et de services
- Chambres de commerce étrangères (Française, Britanniques, Espagnoles, Portugaises, Suisse, ...)
- Banques spécialisées

Retour d'expérience !

L'expansion internationale est la progression naturelle pour toute entreprise qui a réussi sur son marché national. Mais avant de se lancer dans une telle aventure, il est essentiel d'établir une stratégie de croissance claire pour assurer la pérennité de l'entreprise.



Comment se développer à l'international ? (2/2)

Création d'une filiale

POURQUOI CRÉER UNE FILIALE ?

- Créer une filiale permet de gérer la croissance d'une entreprise et le développement de son activité notamment à l'étranger
- Créer une filiale permet aussi de réduire les charges supportées par l'entreprise dans sa globalité en mutualisant certaines fonctions support

COMMENT CRÉER UNE FILIALE ?

- Rachat d'au moins la moitié du capital d'une société existante
- Constitution d'une nouvelle structure
- Les lois sur les filiales marocaines peuvent varier selon la région ou le lieu
- La procédure de création d'une filiale au Maroc varie en fonction de l'entité choisie
- Exemple des étapes à suivre pour une SARL :
 - Obtention d'un certificat négatif en ligne
 - Elaborer les statuts
 - Bloquer le capital non versé
 - Déposer un dossier d'enregistrement de votre société

Indicateurs de croissance de l'entreprise

INDICATEURS COMPTABLES ET FINANCIERS

- Croissance du chiffre d'affaires (Année N & N-1)
- Croissance des bénéfices
- Rentabilité (résultat d'exploitation / CA)
- Ratio capitaux propres / endettement global
- Ratio capitaux propres / immobilisations nettes
- Ratio de remboursement de la dette : capitaux propres / dettes à moyen et long terme
- Ratio de solvabilité à court terme : actif circulant / dettes à court terme
- Capacité d'autofinancement (produits encaissables - charges décaissables)

INDICATEURS SUR L'ENVIRONNEMENT INTERNE

- Le travail en équipe est-il efficace ?
- L'ambiance général de travail est-elle bonne ?
- Les collaborateurs sont-ils impliqués ?
- La qualité est-elle maintenue ?

À qui s'adresser ?

- Ministère de l'industrie et du commerce
- AMDIE
- Maroc PME
- ASMEX
- Chambre de commerce d'industrie et de services
- Chambres de commerce étrangères (Française, Britanniques, Espagnoles, Portugaises, Suisse, ...)
- Banques spécialisées

Retour d'expérience !

Lancer une filiale peut-être un gros atout pour une entreprise désirant étendre son activité. Les avantages sont nombreux mais attention ! Il est nécessaire de bien préparer la mise en place afin d'assurer un fonctionnement optimal si vous voulez dormir sur vos deux oreilles !





المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
Centre Régional d'Investissement Fès - Meknès

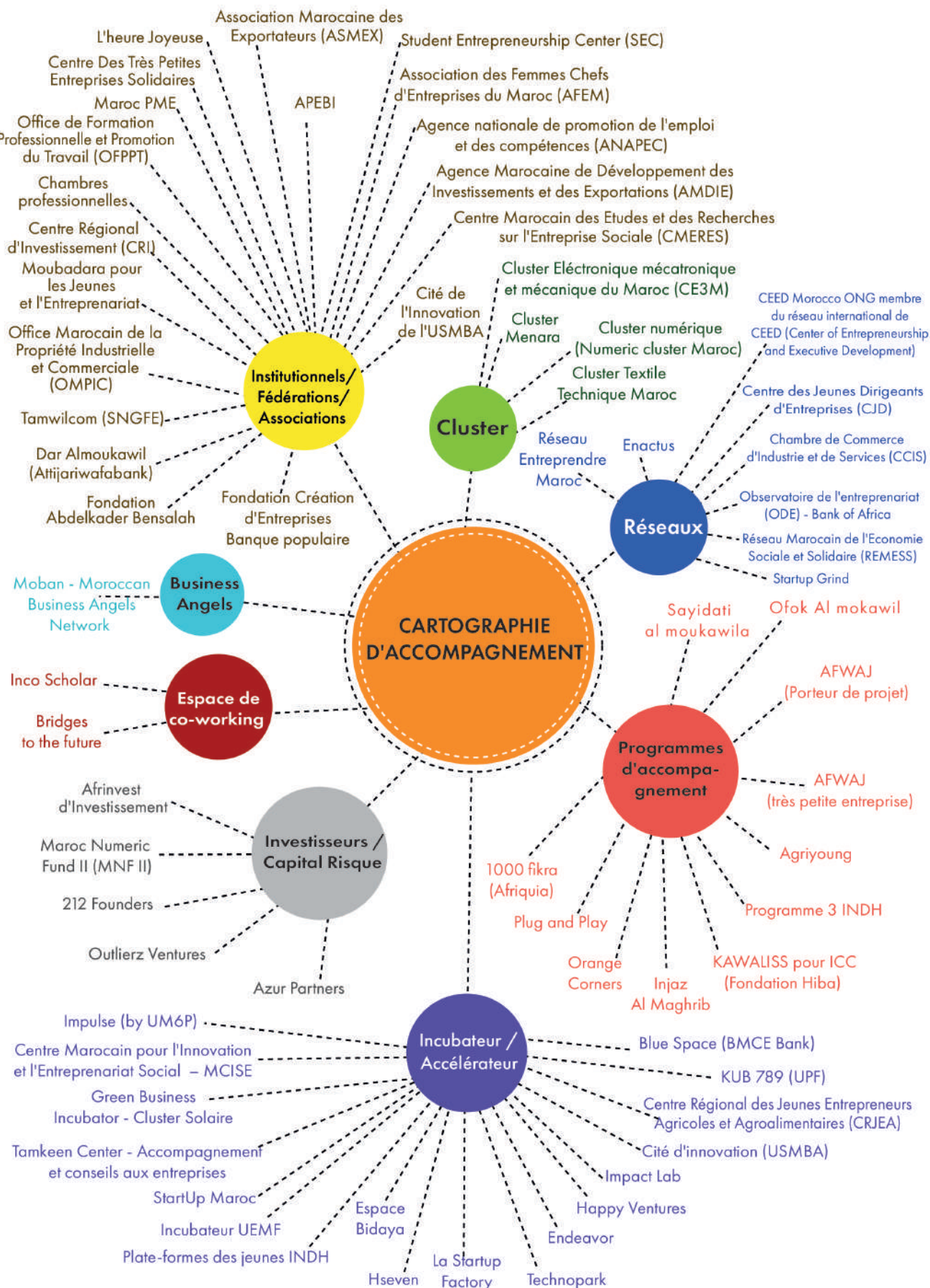
PARTIE 2

L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL

- CARTOGRAPHIE DES ACTEURS D'ACCOMPAGNEMENT
- CARTOGRAPHIE DE L'OFFRE DE FINANCEMENT
ET DE SUBVENTION



CARTOGRAPHIE DES ACTEURS D'ACCOMPAGNEMENT



ANAPC
IDMJ
TALHIL
100 000 entrepreneurs

**CRI-FM/CCIS/CR-FM
MIC/WILYA-FM:**
Fonds Régional de soutien
aux investissements
industriels
Ministère délégué
chargé de l'investissement
et la convergence des
politiques publiques

Banques

- Avance sur factures
- Avance sur marchandise
- Cautions diverses
- Cautions douanières
- Crédit Acheteur
- Crédit de campagne
- Crédit d'investissement
- Crédit documentaire
- Crédit Vendeur / Fournisseur
- Découvert
- Escompte
- Facilité de caisse
- Forfaiting
- Mobilisation des créances en devises
- Mobilisation des créances en dirhams
- Préfinancement des exportations en devises
- Préfinancement des exportations en dirhams
- Refinancement des importations en devises
- Warrant

Finéa

- Avance sur marchés privés (Finéa)
- Avance sur marchés publics (Finéa)
- Cautions administratives
- Fonds Garantie Commande Publique

Africinvest
Capital
Investissement

Banque (BAD)
Produits de prêts sans
garantie souveraine

A.D.S.
Moubadarat

Maroc PME

- Istiqlal
- Mouwakaba
- Nawat
- SALAM PME
- Tatwir - Startup/ Croissance Verte
- Tatwir WE-FI
- E-Commerce

SNGFE

Damane Atassyr
Damane Dayn
Damane Istimar
GREEN INVEST
Innov DEV (Capital Risque)
Innov IDEA
Innov RISK
Innov START
Intelaka_Damane Intelak
Intelaka_Intelak Al Mous
tatmir Al Qarawi
Mezzanine PME
START TPE

Direction régionale
d'agriculture ou ORMVA
Subvention du Fonds de
Développement Agricole (FDA)

Outliers Ventures
Fond de capital
amorçage

CGEM
Première
commande

Agence Marocaine de
Développement de la
Logistique & CGEM
PME LOGIS

Réseau Entreprendre Maroc
Start By Réseau Entreprendre Maroc



Scannez le code QR pour accéder à notre site web et découvrir les offres de financement, d'appui technique, de formation et d'employabilité, les programmes de subvention ou les exonérations fiscales et douanières.



المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
المركز الجهوي للاستثمار فاس مكناس
Centre Régional d'Investissement Fès - Meknès

PARTIE 3

LE DISPOSITIF INCITATIF

- PROGRAMMES D'ACCOMPAGNEMENT DU CRIFM
- CHARTE D'INVESTISSEMENT

Tu es un porteur de projet ou une entreprise et tu souhaites bénéficier d'un financement ou d'un accompagnement adapté ?

Programme OFOK Al Mokawil

Des experts pour vous accompagner de bout en bout pour bénéficier du financement intelaka



Accompagnement de **500** porteurs de projets au niveau de la région Fès-Meknès pour bénéficier du financement INTELAKA



Programme AFWAJ PDP

Bénéficier de l'accompagnement et la formation gratuits pour lancer vos projets



Accompagnement de bout en bout de **400** porteurs de projets au niveau de la région Fès-Meknès



Programme AFWAJ TPE

Vous accompagnez à travers des formations dans les domaines en relation avec la gestion de votre entreprise et l'optimisation de votre production, vous informez sur les différentes incitations Étatiques et vous assister pour bénéficier du financement



Accompagnement de bout en bout de **100** TPE au niveau de la région Fès-Meknès



Programme Sayidati Al Mokawila

Promotion de l'entrepreneuriat féminin au niveau de la région Fès-Meknès, à travers des formations et des rencontres thématiques afin de faciliter la création et le développement de vos projets



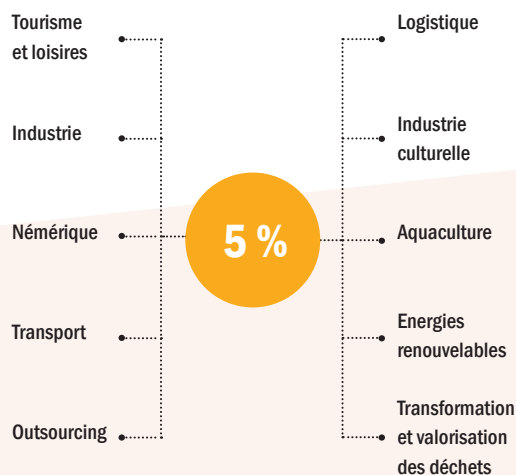
Accompagnement et formation de **150** femmes entrepreneurs au niveau de la région Fès-Meknès



5 PRIMES COMMUNES

Ratio emploi/CAPEX	>1 et ≤1,5	5 %
	>1,5 et ≤3	7 %
	>3	10 %
Ratio genre dans l'emploi (Masse Salariale féminine > 30%)		3 %
Métier d'avenir et de montée en gamme		3 %
Développement Durable		3 %
Intégration locale		3 %

1 PRIME SECTORIELLE



UNE GOUVERNANCE DE L'INVESTISSEMENT UNIFIÉE AUTOUR DU CHEF DU GOUVERNEMENT

Département dédié à l'investissement délégué auprès du Chef du gouvernement

Commission nationale de l'investissement pour tous les dispositifs

CRI guichets uniques rattachés au Chef du gouvernement

PRIME TERRITORIALE

Catégorie A	Catégorie B
10 % - Séfrou - Boulemane - Taza - Fès - Meknès - El Hajeb - Ifrane	15 % - Moulay Yacoub - Taounate

La charte d'investissement en chiffres

< 250
MDH

Pour les investissements dont le montant est inférieur à 250 MHD, l'élaboration et la signature des conventions se font au niveau régional.

≥ 250
MDH

Pour les investissements dont le montant est supérieur ou égal à 250 MHD, l'élaboration et la signature des conventions se font au niveau central.

550
MDH

Le dispositif vise à mobiliser 550 milliards de dirhams d'investissement, au cours de la période 2022-2026.

500.000

Le dispositif vise à créer 500 mille emplois, au cours de la période 2022-2026.

≥ 2
MMDH

Montant d'investissement total requis pour qu'un projet soit éligible en tant que projet «stratégique».

Notions juridiques :

1. Appel d'offres (AO) : est une procédure qui consiste à choisir un prestataire pour la réalisation d'une prestation suivant les critères mis en place dans un cahier des charges. Il a pour principal but de mettre plusieurs entreprises prestataires dans une situation de concurrence, ce qui permettra au maître d'œuvre de sélectionner le meilleur prestataire et le plus adapté à ses contraintes préalablement définies.

2. Contrat : est un accord de volontés concordantes entre une ou plusieurs personnes en vue de créer une ou des obligations juridiques. C'est aussi la relation juridique qui découle de cet accord.

3. Responsabilité : est l'obligation qu'a une personne de répondre de ses actes, de les assumer, d'en supporter les conséquences du fait de sa charge, de sa position, etc. C'est aussi la charge, mission conférée à quelqu'un par une autorité devant laquelle il doit répondre de ses actes.

4. Cessation de paiements : état du débiteur qui est dans l'impossibilité de faire face à son passif exigible avec son actif disponible.

5. Force majeure : Événement indépendant de la volonté des contractants, imprévisible et insurmontable, rendant impossible l'exécution partielle ou totale des obligations du contrat

6. Incoterms : Série de règles internationales concernant le transfert de risques et de propriété des marchandises, mises au point par la Chambre de commerce internationale pour l'interprétation des termes commerciaux en matière de vente internationale.

Notions financières

1. Excédent brut d'exploitation (EBE) : Solde entre les produits d'exploitation et les charges d'exploitation qui ont été consommées pour obtenir ces produits

2. Besoin en fonds de roulement : Besoin de financement lié aux opérations d'exploitation (achat, production, ventes)

3. Le fond de roulement : est une variable essentielle mettant en évidence la politique de financement d'une entreprise. Il permet de vérifier l'équilibre de sa structure financière. Son excédent va financer une partie du besoin en fonds de roulement et le reliquat sera attribué à la trésorerie.

4.Capacité d'autofinancement (CAF) : Ensemble des ressources financières générées par les opérations de gestion d'un organisme et dont il pourrait disposer pour couvrir ses besoins financiers.

5. Effet de levier : Effet sur la rentabilité financière d'un recours plus ou moins important à l'endettement, à partir d'une rentabilité économique donnée

6. Retour sur investissement : Processus de récupération des capitaux investis dans un projet, grâce à l'excès des gains sur les coûts.

Notions économiques

1. Amorçage : Première phase officielle de financement d'une startup. À ce stade, une entreprise recueille habituellement des fonds pour la validation de principe et/ou la construction d'un prototype.

2. Chiffre d'affaires (CA) : montant total des factures émises sur des tiers par une entreprise. C'est le total des ventes de biens ou de prestations de services effectuées au cours d'une période donnée.

3. Startup : Jeune entreprise innovante à fort potentiel de croissance, nécessitant un investissement important pour pouvoir financer son développement rapide.

4. CAPEX : (capital expenditure), correspond au total des dépenses d'investissement (corporel et incorporel) consacrées à l'achat d'équipement professionnel.

5. Étude d'impact : Analyse des contraintes extérieures de tous ordres (géographiques, sociologiques, économiques, sanitaires, juridiques, environnementales, écologiques, etc.) auxquelles doit répondre

6. Étude de marche : Analyse de l'offre et de la demande, pour un produit ou un service qu'on envisage de fournir

Notions managériales :

1. Cadre logique : Matrice qui représente la logique d'intervention, les hypothèses, les indicateurs objectivement vérifiables et les sources de vérification d'un projet

2. Indicateur de performance : Indicateur permettant de vérifier les changements intervenus en cours d'action ou les résultats obtenus par rapport à ce qui était planifié.

3. Jalon (Milestone) : Repère prédéterminé et significatif dans le cours du projet. En général, le jalon est lié à un événement ou à une étape, et marque la limite d'une phase ou d'un ensemble de tâches

4. Lean : Méthodologie visant à éliminer les tâches sans valeur ajoutée les pertes, à simplifier les processus en augmentant la fluidité, la flexibilité, l'agilité, avec pour objectif d'accroître la valeur pour le client (valeur définie par le client) et de contribuer ainsi à l'amélioration des performances de l'entreprise

5. Management de projet : Planification, organisation, suivi, maîtrise et compte rendu de tous les aspects d'un projet et de la motivation des personnes impliquées pour atteindre les objectifs du projet

6. Tableau de bord prospectif : essentiel au pilotage de la stratégie d'une entreprise. Ce tableau de bord prospectif la décline en une série d'indicateurs destinés à mesurer la performance de l'entreprise.

Notions comptables

1. Bilan : Le bilan est la mise en rapport des actifs et des passifs à un jour donné. De cette manière, le bilan documente le patrimoine actuel et le capital d'une entreprise. Le bilan respecte toujours « l'équation de bilan », selon laquelle actifs et passifs sont toujours égaux.

2. Compte de résultat : le compte de résultat est un des tableaux figurant dans les comptes annuels. Il récapitule et compare le chiffre d'affaires et les charges de l'exercice. La différence présente un bénéfice ou une perte de l'exercice c'est-à-dire le résultat de l'exercice. Ce tableau permet de constater que l'entreprise est rentable c'est-à-dire qu'elle dégage des profits ou non.

3. Plan comptable : est la codification légale des comptes, utilisée par toutes les entreprises avec plus ou moins de détails en fonction de leur taille.

4. Plus ou moins-value : La plus ou moins-value est égale à la différence entre le prix de cession du bien et sa valeur nette comptable. Cette dernière est égale à la différence entre la valeur d'inscription à l'actif et les amortissements passés. Si cette différence est positive, on parle de plus-value, si elle est négative, de moins-value.

5. Charges fixes et charges variables : L'activité d'une entreprise génère nécessairement des charges. Mais ces charges n'ont pas tous le même comportement : certains augmentent en parallèle de leur production

alors que d'autres restent relativement stables peu importe la production. On distingue donc les charge fixe et charge variables :

6. Seuil de rentabilité : le moment où l'entreprise devient rentable

Notions RH

1. Recrutement : est la recherche d'une adéquation entre les besoins de l'entreprise et les compétences d'un individu.

2. Gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC) : une méthode pour adapter – à court et moyen termes – les emplois, les effectifs et les compétences aux exigences issues de la stratégie des entreprises et des modifications de leurs environnements économique, technologique, social et juridique.

3. Flexibilité : anticiper et adapter ses ressources aux évolutions du micro-environnement comme du macro-environnement.

4. Rémunération : La rémunération a une double dimension :

c'est un coût pour l'entreprise (on parle de charges de personnel) ;

mais c'est en même temps un facteur de motivation pour le salarié. Le salaire est donc l'équilibre résultant de ces deux forces : à la hausse pour le salarié, à la baisse pour l'entreprise

5. Leadership : la capacité d'un individu à mener ou conduire d'autres individus ou organisations dans le but d'atteindre certains objectifs. On dira alors qu'un leader est quelqu'un qui est capable de guider, d'influencer et d'inspirer.

6. Turn-over : (ou taux de rotation du personnel) est un indicateur utilisé pour évaluer le rythme auquel les employés quittent une entreprise. Il mesure précisément le renouvellement des effectifs de salariés prenant en compte les départs et les arrivées. Son analyse permet d'évaluer la capacité de fidélisation et de mettre en relief d'éventuelles faiblesses.

Notions marketing :

1. 4P : (aussi appelée Mix marketing) combine les 4 politiques suivantes : la politique de produit (Product), la politique de prix (Price), la politique de distribution (place) et enfin la politique de communication (promotion). Permet au chef d'entreprise à la fois d'avoir une réflexion globale et de ne négliger aucun point de sa stratégie commerciale.

2. Diagnostic : est une démarche visant à analyser la santé et la maturité du marketing et des ventes d'une organisation dans le but de l'aider à s'améliorer. L'objectif final, bien entendu, est de rendre l'entreprise plus performante en accentuant ses points forts et en corrigeant ses faiblesses.

3. Chaîne de valeur : est une méthode utilisée pour analyser les activités d'une entreprise afin d'obtenir un avantage concurrentiel et de le renforcer.

4. Méthode RFM : permet de segmenter les clients en plusieurs catégories homogènes. Ceci contribue à un meilleur ciblage des offres et favorise la fidélisation des clients. La stratégie publicitaire de l'entreprise ne sera pas la même pour un client qui a acheté une fois et un client régulier. Un client qui dépense peu ne bénéficiera pas de la même attention qu'un gros dépensier.

5. CLV : Est l'acronyme de Customer Lifetime Value. Il désigne un indicateur utilisé pour déterminer la valeur de la vie d'un client de votre entreprise. Pour cela, la CLV consiste en la somme des profits réalisés pendant la durée de vie de votre client moyen (c'est-à-dire pendant le moment où la personne est cliente chez vous).

6. Merchandising : distribution regroupe l'ensemble des techniques d'optimisation ayant trait à l'allocation des surfaces d'exposition des produits dans les points de vente et à la présentation de ces produits. L'objectif essentiel étant de maximiser les ventes ou les marges.



Guichet unique
d'investissement



Accompagnement
des investisseurs
et des entreprises



Règlement à l'amiable
des différends



Promotion territoriale
et impulsion
de l'investissement

fesmeknesinvest.ma

