

Innovation et entrepreneuriat : réalité et défi des PME Marocaines

BADI Ahmed¹, ZAMZAMI Meryem²

¹ *Sciences d'Économie et de Gestion, FSJES - SOUISSI - Rabat - Royaume du Maroc*

² *Sciences de Gestion, FSJES – AGDAL - Rabat - Royaume du Maroc*

PAPER INFO

Paper History

Received

Accepted Feb 2023

Keywords

Innovation

Invention

Entrepreneurship

Moroccan SMEs

Constraints

ABSTRACT

Today, entrepreneurship is essential to the economic development of any country, it is a means to ensure the capacity for innovation and conceptual competitiveness, and it contributes to the prosperity of its economy despite the many challenges it faces, new economic and social practices are emerging as part of the response.

In addition to innovative start-ups, revolutionary entrepreneurs, in the logic known as the "triple helix", many people create companies, not to innovate at the technological frontier, but more just to create their jobs, their activities have little impact on their future. The recognized importance of this phenomenon has led researchers to give them a specific name, necessarily entrepreneurs, to distinguish them from opportunistic entrepreneurs. For this reason, our paper aims to address the realities and challenges faced by Moroccan SMEs.

Introduction

L'innovation et l'entrepreneuriat sont des moteurs fondamentaux de l'économie de n'importe quel pays, car à travers eux les PME contribuent à l'évolution et marque la différence entre les régions d'un pays et un autre. Par ailleurs des difficultés rencontrent certaines PME qui empêche la production et l'innovation au sein d'eux. Et cela revient à le fait que certaines entreprises ne sont pas adaptées aux nouvelles technologies ou bien tout simplement, elle n'innove pas et une entreprise qui n'innove pas, c'est une entreprise qui est mort. Pour cela, la meilleure approche consiste à créer une nouvelle vision et une nouvelle démarche. Si en prend le cas de l'entrepreneur indépendant tel que James Dyson, le pionnier de l'aspirateur sans sac, ou Larry Page et Sergey Brin, les fondateurs de Google, sont des exemples typiques de l'approche entrepreneuriale de l'innovation. Cette section soulève quelques questions clé pour les entrepreneurs innovants et aborder la complexité des relations avec les grandes entreprises, des particuliers ont créé des entreprises à la recherche de solutions pour échapper à la précarité due au manque d'accès au marché du travail. Dans certains cas, nécessité et opportunité coexistent, donnant naissance à des entreprises leaders mondiales dans le domaine d'activité, comme l'actualité économique le prouvent encore au centuple, lorsque Schumpeter (1979) proclame la fin de l'entrepreneur. Le phénomène des fab.labs (ou fabrication labs en français) qui a commencé au début des années 2000, est très emblématique, une invention née dans un laboratoire universitaire du MIT.

Gates et S. Jobs ont inventé le micro-ordinateur, qui se présentait comme un moyen de briser la domination de l'informatique centralisée et interventionniste de l'époque, dominée par une poignée de grandes entreprises et

étroitement associée au complexe militaro-industriel qu'il dénonçait. L'époque de J.K. Galbraith (1968).

En outre, notre article est là pour présenter l'importance et le lien entre l'innovation et l'entrepreneuriat au sien des PME et la bonne stratégie à suivre.

Ce qui nous ramène à poser la problématique suivante quel sont les réalités et défis rencontre par les PME marocaines ?

1. Cadre général sur l'innovation

1.1. Approche conceptuelle sur l'innovation et l'invention

Parmi les questions qu'on pose de nos jours pourquoi on innover jusqu'à maintenant ?

D'après les recherches effectuées, on a constaté que l'innovation a une place très importante dans le développement des structures en secteur publique ou bien privé. Pour faire face à une concurrence toujours plus étalée et à des clients toujours plus exigeants et informés, c'est pour cela, on va procéder à faire la différence entre l'innovation et l'invention.

1.1.1. Définition de l'innovation

L'innovation est l'acte d'innover, c'est-à-dire d'introduire quelque chose de nouveau en termes d'usages, d'habitudes, de croyances, de systèmes scientifiques, etc. Ont outre l'innovation est une évolution majeure d'un produit, d'un service ou d'un procédé de fabrication qui apporte quelque chose de nouveau. Inconnu ou utilisant une nouvelle technologie.

Ainsi, par exemple, une innovation pourrait être :

- Nouveau produit ou service
- Optimiser l'aménagement de l'atelier pour réduire le temps de production ou les déchets
- Une nouvelle façon de vendre
- Une nouvelle façon de communiquer
- Nouvelles méthodes de production.

1.1.2. Définition de l'invention

Une invention est le fruit de son imagination. Cela inclut la création d'un nouveau concept, produit ou service. Ainsi, la présente invention incorpore des principes créatifs pour la première fois. Il précise les découvertes scientifiques et technologiques qui répondent à une problématique donnée. Une invention n'a pas nécessairement de marché existant, elle peut ne pas se développer ou n'avoir aucun intérêt commercial. Cependant, il faut savoir qu'une invention doit être protégée contre le vol, ce qui signifie que toute invention doit faire l'objet d'une demande de brevet.

Voici deux exemples d'inventions de grande envergure qui font désormais partie de notre quotidien :

- En 1454, Johannes Gutenberg invente l'imprimerie occidentale moderne. Auparavant, ce sont les Chinois qui se sont les premiers intéressés au procédé d'impression pour simplifier l'usage des idéogrammes. Au XV^e siècle, Johannes Gutenberg accéléra la vitesse de reproduction de l'imprimerie grâce à deux inventions : l'imprimerie mobile à caractères métalliques et la presse à main. Johannes Gutenberg, est mort en 1468 et n'a jamais profité de son invention. Mais à la Renaissance, ils ont permis la diffusion rapide des connaissances et des idées.
- L'invention de la télévision est elle-même le résultat d'une série de découvertes et d'inventions : photoconductivité du sélénium, systèmes à balayage rapide, cellules photovoltaïques, tubes

cathodiques. Enfin, en 1926, l'Écossais John Logie Baird joue la première image publique à la télévision.

1.2. Différences entre invention et innovation

Selon les recherches de l'économiste et professeur des sciences politiques M. Joseph Schumpeter a fait la distinction entre invention et innovation. Pour lui, inventer signifie découvrir de nouvelles connaissances scientifiques et technologiques. L'innovation, quant à elle, désigne « toute commercialisation de nouvelles combinaisons résultant de nouveaux matériaux et composants, introduction de nouveaux procédés, ouverture de nouveaux marchés ou introduction de nouvelles formes d'organisation ».

L'innovation n'est pas seulement une nouveauté, mais une amélioration qui mène au succès de l'entreprise. Pour résumer : inventer, c'est créer avec imagination, et innover, c'est transformer avec esprit. Les entreprises qui inventent sont différentes des entreprises qui innovent. L'entreprise qui l'a inventé a apporté quelque chose de nouveau. Les entreprises innovantes comptent sur l'invention.

Généralement, les inventions émanent des chercheurs, alors que les innovations seront plus entrepreneuriales. En fait, une invention désigne une idée isolée qui satisfait un besoin. L'innovation est quelque chose de nouveau avec des implications commerciales.

Tableau comparative entre l'invention et l'innovation

Base de comparaison	Invention	Innovation
Sens	Invention se réfère à la survenue d'une idée pour un produit ou un processus qui n'a jamais été faite auparavant.	L'innovation implique la mise en œuvre d'une idée de produit ou de processus pour la toute première fois.
Qu'est-ce que c'est ?	Création d'un nouveau produit.	Ajouter de la valeur à quelque chose qui existe déjà.
Concept	Une idée originale et son fonctionnement théorique.	Mise en pratique de la nouvelle idée.
Compétences requises	Compétences scientifiques	Ensemble de compétences marketing, techniques et stratégiques.
Se produit quand	Une nouvelle idée frappe un scientifique.	Un besoin est ressenti pour un produit ou une amélioration du produit existant.
Préoccupé par	Produit unique ou processus.	Combinaison de divers produits et processus.
Activités	Limité au département R & D.	Réparties dans toute l'organisation.

1.3. Formes d'innovation et Étapes du processus d'innovation

1.3.1.1. Formes d'innovation

Il existe cinq :

1. Innovations de produit :

Un nouveau produit qui grâce à la technologie apporte des fonctionnalités nouvelles au client, exemple : Vélo tapis roulant, etc...

2. Innovations de service :

Grâce aux technologies ou grâce à une nouvelle approche de la relation avec le client, le service se trouve étendu et renouvelé, exemple : Le vélib' (Janvier 2007. Un nouveau service innovant déployé à Paris : le Vélib'. Adopté par les Parisiens et les touristes : il deviendra vite une innovation).

3. Innovations de procédé :

Souvent invisible pour le client, l'innovation de procédé modifie la façon de fabriquer le produit et permet par exemple d'atteindre des fonctionnalités jusque-là inaccessibles, ou de réduire les coûts de fabrication (techniques, savoir-faire etc.), exemple : Procédé de fabrication des voitures.

4. Innovations Marketing :

Il s'agit de modifier la façon de mettre en valeur le produit pour lui vendre Commercialisation de loisir de voyages par les grandes surfaces, Web marketing, télé services, Centres d'appel, ...

5. Les innovations organisationnelles :

Cette forme d'innovation touche le management et la façon de piloter une entreprise.

1.4. Étapes du processus d'innovation :

- Étape 1 : Favoriser une véritable culture de l'innovation :

Un bon processus d'innovation implique la mise en place de certains changements dans votre organisation, favorisant une véritable culture de l'innovation.

- Étape 2 : Identifier les objectifs d'innovation :

Le processus d'innovation va également de pair avec la définition d'objectifs clairs. Ils détermineront les grandes lignes directrices à suivre, et tous les suivants suivront ces lignes directrices.

- Étape 3 : Commencez à recueillir des idées :

Lorsque les idées sont là, il convient par la suite de les analyser scrupuleusement (avec l'aide des experts de l'entreprise notamment) pour déterminer lesquelles seront portées en projet. Ces analyses prennent en compte différentes composantes, dont : les besoins du marché, la faisabilité technique, la viabilité.

- Étape 4 : Analysez et qualifiez ces idées

Lorsque les idées sont là, il convient par la suite de les analyser scrupuleusement (avec l'aide des experts de l'entreprise notamment) pour déterminer lesquelles seront portées en projet.

Ces analyses prennent en compte différentes composantes, dont : les besoins du marché, la faisabilité technique, la viabilité.

- Étape 5 : Transformez les meilleures idées en projets

Une fois, les meilleures idées retenues, il est temps de les transformer en projets.

Cette étape s'avère primordiale, puisque la partie opérationnelle est tout aussi importante (si ce n'est même plus !) que la phase d'expression des idées.

- Étape 6 : Mesurez les performances de vos innovations

En innovation, avancer à l'aveugle n'a aucun intérêt.

Pour cela, il faut définir des indicateurs de performance pour piloter au mieux le processus d'innovation et voir si on atteint nos objectifs.

- Étape 7 : Utilisez des outils appropriés

Plus qu'une étape, l'utilisation d'outils appropriés conditionne la réussite de votre processus d'innovation.

Vous l'aurez compris, la synergie entre tous les acteurs de l'entreprise est de mise. Cette recommandation est d'autant plus vraie dans des organisations qui gagnent en importance et en complexité, voire opèrent de manière multisite.

1.5. Enjeux de l'innovation

Si on prend le cas des défis de l'innovation dans les entreprises, on peut les diviser en deux catégories : les défis économiques et les défis sociaux.

Problème économique : dans un monde en mutation, l'innovation est au cœur de la performance socio-économique.

Problème social : de nos jours, les entreprises doivent aussi innover en matière de RSE. Mettre ces problèmes au centre de leur attention peut révolutionner les processus et les environnements de travail.

2. Cadre général sur l'Entrepreneuriat

En économie, l'esprit d'entreprise et l'innovation sont indissociables. De fait, l'innovation est le moteur de l'entrepreneuriat. On distingue plusieurs étapes dans l'innovation, dont la base est l'idée, lorsqu'elle devient une réalité, on parle de solution, et puis il y a la transformation qui correspond à la création de l'entreprise. Dans le cadre de l'entrepreneuriat, il est toujours question d'un entrepreneur vu comme une personne innovante capable notamment d'analyser son milieu et d'y apporter sa part, un passionné avec une vision à long terme et ayant le goût du risque. L'entrepreneur est le véritable acteur du processus entrepreneurial, divers auteurs ont étudié les caractéristiques de ce dernier en premier lieu, car il est le déclencheur de l'événement (l'acte entrepreneurial). Dans ce chapitre, nous allons présenter la définition, les types et les méthodes d'un entrepreneuriat réussi.

2.1. Approche conceptuelle de l'Entrepreneuriat

Au sens strict, l'entrepreneuriat est l'acte de créer de la richesse et/ou de l'emploi en créant ou en reprenant une entreprise.

Dans le sens le plus large, l'esprit d'entreprise consiste en la capacité de mettre en pratique une idée, de créer un projet, qui peut aboutir, entre autres, à une création d'entreprise, mais également à l'intrapreneuriat (la capacité collective et structurelle de favoriser et de soutenir à tous les niveaux de l'entreprise la prise d'initiative.) ou encore à une plus grande aptitude à l'emploi (Pouvoir se développer de façon indépendante au sein du marché du travail, pour concrétiser de façon durable, à travers l'emploi, le potentiel que l'on a en soi...).

2.2. Différentes formes d'Entrepreneuriat

2.2.1. Créer son entreprise en franchise

Le franchisage est une méthode de commercialisation faisant intervenir deux parties principales : le franchiseur et les franchiseés. Elle consiste pour le franchiseur (une entreprise) à accorder à des franchiseés (d'autres entreprises indépendantes, tant sur le plan juridique que financier) la reprise d'un concept, la commercialisation de produits ou de services en contrepartie de rémunérations financières.

Le franchisé peut ainsi profiter de la visibilité de la marque du franchiseur, de ses compétences, de son image de marque, de sa réputation préalablement acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché.

En échange, le franchisé paie un droit d'entrée à la signature du contrat puis des redevances durant la collaboration.

2.2.2. Créer une entreprise par essaimage

On parle d'entreprise créée par essaimage lorsqu'un employeur aide ses employés à devenir des entrepreneurs. Il existe trois sous-catégories d'entrepreneuriat par essaimage :

L'essaimage à chaud (ou social) : permet à l'entreprise " essaimée " de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en œuvre une politique de restructuration ;

L'essaimage à froid (ou actif) : porte sur les salariés porteurs d'un projet de création d'entreprise ;

L'essaimage stratégique : permet la mise en œuvre d'une politique économique gagnant/gagnant d'externalisation d'une activité.

C'est une option à envisager si vous êtes salarié, d'autant plus que vous bénéficiez de l'appui d'experts pour une collaboration fructueuse entre les différentes parties prenantes.

2.2.3. Reprise d'entreprise

Elle est une forme d'entrepreneuriat visant à la reprise d'une activité ou une entreprise existante. Le créateur est alors une personne physique ou morale nommée repreneur. Cela peut être une ou des personnes reprenant une PME, une start-up voire une grande entreprise. La question se posera très tôt pour le repreneur, à moins que l'exploitant ne soit un entrepreneur individuel : créer une nouvelle société et déposer de nouveaux statuts ou reprendre la société en cours ? Tout dépend de la situation. Pour ce qui est des relations avec les clients et les fournisseurs, le message de continuité est généralement un avantage important. L'acheteur n'aura pas besoin d'équilibrer les comptes débiteurs et créditeurs afin de ne pas mettre en péril les avantages éventuels.

2.2.4. Intrapreneuriat

Il s'agit d'un type d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En l'occurrence, on encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein de l'entreprise. Cela représente pour l'entrepreneur une opportunité d'apprentissage, et de découverte, avec une prise de risque moindre. Il continue à évoluer dans le cadre de l'entreprise, mais avec une restriction de sa liberté d'action plus ou moins importante. Du côté de l'entreprise, les avantages résident principalement dans l'innovation et dans l'aspect "ruche dynamique", en particulier dans les structures de services.

2.2.5. Créer une entreprise en EX-NIHILO

Il s'agit de la forme d'entrepreneuriat la plus populaire chez les jeunes porteurs de projet. Elle est basée sur la concrétisation d'une idée " nouvelle " pour un investissement initial nul ou négligeable (aucune reprise, aucun achat de fonds de commerce ou de franchise...). Cette forme d'entrepreneuriat peut être motivée par une innovation, une adaptation à des problèmes vécus quotidiennement par le porteur de projet ou encore l'identification au sein du micro-environnement d'un changement favorable à une entreprise.

Lorsque le porteur de projet souhaite se lancer à son propre compte et après avoir travaillé pour une entreprise, celui-ci doit faire en sorte que l'obligation de loyauté vis-à-vis du précédent employeur soit bien respectée, conformément aux clauses de son contrat de travail. En effet, il arrive que certains salariés signent des contrats incluant une clause qui interdit de lancer une activité en concurrence pendant une période déterminée.

2.3. Compétences clés pour un entrepreneuriat réussi

Il y a 5 compétences qui feront un grand entrepreneur on trouve :

2.3.1. Leadership

En tant qu'entrepreneur, il faut pouvoir contrôler le flux des activités et de son entreprise tout en conservant l'autorité pour maximiser la productivité. Cependant, être en mesure de comprendre, inspirer et motiver les employés permettra non seulement d'avoir une équipe productive, mais également de générer un bon climat de travail. Le fait d'être un leader pourra permettre d'identifier les talents de chaque employé et, conséquemment, augmenter les performances de chacun.

2.3.2. Étude de marché

La réalisation d'une étude de marché est essentielle. En effet, elle permet d'obtenir des informations précieuses sur le secteur d'activité dans lequel opère l'entreprise et, en outre, elle aide à élaborer un plan d'affaires convenable. En menant une étude de marché, l'on apprend aussi à connaître les nouvelles tendances, les taux de croissance, les concurrents potentiels, la clientèle et bien d'autres éléments nécessaires à la bonne marche de l'entreprise.

2.3.3. Planning stratégique

La planification stratégique est un élément essentiel que l'on doit développer avant de créer son entreprise. Grâce à elle, les chances de succès seront accrues et les erreurs critiques qui pourraient ralentir le lancement et le développement de l'entreprise seront évitées.

2.3.4. Communication efficace

Le renforcement des compétences en communication et le fait d'être constructif dans ses propos vont permettre de créer des relations durables à différents niveaux (fournisseurs, employés, clients, investisseurs...). Ceci aura également pour effet d'améliorer les revenus et de capter une clientèle qui a un réel intérêt pour les produits ou services que propose l'entreprise.

2.3.5. Négociation

L'amélioration de ses compétences en matière de négociation est indispensable au succès de l'entreprise. Elle se traduira par la capacité de "gagner" les conversations avec les partenaires et d'obtenir les meilleures affaires.

3. Innovation et Entrepreneuriat au Maroc

Depuis plusieurs décennies, l'innovation et l'entrepreneuriat ne cessent de s'affirmer comme un vecteur de croissance et un créateur essentiel d'emplois et de richesses. C'est dans cette perspective que le Maroc a récemment intensifié ses efforts pour encourager les initiatives entrepreneuriales de toute sorte à travers de grands projets structurants ayant un impact significatif sur la croissance économique.

Dans ce contexte, il nous semble très intéressant de se pencher sur l'histoire de l'entrepreneuriat et de l'innovation au Maroc premièrement puis de voir l'importance occupée par les PME au Maroc et notamment les contraintes qui freinent l'évolution des PME dans les différents secteurs du pays.

3.1. Histoire de l'entrepreneuriat et l'innovation au Maroc

Les années 2000 ont vu un début de lancement modeste de l'entrepreneuriat innovant au Maroc à travers des initiatives prises par des animateurs d'émissions télévisées telles que "Entreprendre", "Challenge". Il est seulement dans les années 2010 que l'Université a commencé à promouvoir les actions d'entrepreneuriat enseignées et apprises aux jeunes étudiants.

Parmi les exemples, l'Université Hassan II a reçu un financement de l'UE ainsi que l'appui de l'ONUDI dans le cadre du projet Tempus "UNCHAIN" ; la Chaire universitaire sur l'innovation visant à établir une chaire d'innovation, dont le titulaire est le Professeur Mohamed TAHIRI. Cette dernière a permis de mettre en place un système de motivation qui incite à la fois les étudiants et les chercheurs à diffuser leurs idées et leurs innovations, à prendre part à des concours, à déposer leurs propriétés intellectuelles à l'Office Marocain de la Propriété Intellectuelle et à promouvoir la pertinence et l'application de leurs recherches.

Par ailleurs, le ministère du commerce et de l'industrie a apporté son soutien financier au projet de création de "cités de l'innovation". Les deux premières cités ont été créées par l'Université Mohamed V de Rabat et

l'Université Cadi Ayyad de Marrakech. En 2013, l'Université Sidi Mohamed ben Abdellah les a rejointes et l'Université Hassan I de Settat est arrivée plus tard, en 2015.

Ce sont ensuite l'université Hassan II de Casablanca et l'université Ibnou Zohr d'Agadir qui sont entrées dans la caravane de l'innovation et de l'entrepreneuriat. A partir de 2012, plusieurs promoteurs de l'innovation et de l'entrepreneuriat se sont manifestés comme le CNRST qui a instauré un centre d'incubation et d'essaimage, de même que la fondation OCP qui a aménagé un incubateur au sein de la Faculté pluridisciplinaire de Khouribga, à savoir l'association R&D Maroc et qui organise annuellement un prix aux jeunes chercheurs ainsi qu'un prix aux inventeurs indépendants, à noter l'organisation internationale Bidaya qui a ouvert un centre d'incubation pour les projets innovants en entrepreneuriat social à Casablanca, à relever l'ONG Injaz Al Maghrib qui soutient des jeunes étudiants et élèves dans la création de startups innovantes, le Career Center qui, sous l'égide de l'USAID, collabore avec différentes universités marocaines pour le renforcement des capacités et des soft skills.

En 2017, les investissements de la Banque mondiale dans le domaine du financement des projets de création de startups et d'essaimage à travers les mécanismes "Innov Idea", "Tatwir" et "Innov Invest" ont atteint la somme de 10 millions de dollars mis à la disposition de Tamwilkom (ancienne Caisse Centrale de Gestion) afin de soutenir au mieux les jeunes talents désireux de se lancer dans l'entrepreneuriat durable et innovant.

3.2. Innovations entrepreneuriales au Maroc

Le Maroc a connu une croissance significative de l'entrepreneuriat ces dernières années, avec l'émergence de nombreuses innovations entrepreneuriales dans divers domaines, dont le tourisme, l'agriculture, la technologie à savoir les domaines de la fintech, de la santé numérique et de l'intelligence artificielle dans l'éducation par la mise en place de plateformes de cours en ligne, d'outils de gestion de l'apprentissage, etc.

Par ailleurs, le Maroc a été marqué ces dernières années par le lancement de plusieurs politiques et initiatives visant à accélérer la croissance économique, notamment par la mise en place de mécanismes propices à la création d'entreprises et la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes. Des avancées significatives ont été réalisées dans ce domaine, contribuant ainsi à la croissance du PIB national au cours des deux dernières décennies. Le Maroc a lancé un programme appelé "Intelaka" qui a apporté un fort soutien à l'entrepreneuriat à travers ses composantes de financement et de soutien. L'objectif de ce programme est de travailler sur le développement de l'entrepreneuriat, notamment chez les jeunes. Toutefois, il convient de noter que l'acquisition de cet état d'esprit ne se fait pas du jour au lendemain. Elle a nécessité une vision intégrée visant à stimuler la création d'entreprises et d'emplois, avec un impact significatif sur l'économie nationale. Même si la crise pandémique a freiné l'élan du programme Intelaka depuis sa mise en place, la marge de progression est énorme étant donné le public cible du programme, composé de près d'un million de bénéficiaires.

Toujours dans ce contexte, l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPPT) s'associe à l'Université Mohammed VI Polytechnique (UM6P) pour lancer le Programme d'Innovation Entrepreneuriale (PIE).

Le PIE est un programme éducatif innovant qui a pour objectif de proposer une nouvelle approche de la formation et du support à l'entrepreneuriat. Celui-ci est lancé, dans un premier temps, dans des régions pilotes Souss-Massa, Oriental et Laâyoune-Sakia El Hamra en 2021-2022 avant d'être élargi à toutes les régions, indiquent les deux organisations. Il a comme objectif de renforcer les compétences des étudiants stagiaires pour entreprendre. Axé sur l'apprentissage basé sur l'expérience, il privilégie l'état d'esprit entrepreneurial et met l'accent sur la perception des opportunités, sur la prise de risques, et sur la découverte de nouvelles idées. Pendant la formation, le stagiaire doit élaborer un business plan, diriger son projet, prospecter des clients, créer de nouveaux produits, réaliser du marketing stratégique, etc. Le principal objectif du programme est de contribuer à la sensibilisation à l'importance de l'esprit d'entreprise en tant que compétence essentielle pour les jeunes. Sur un plan plus général, le PIE tend aussi à mettre un terme aux croyances erronées et aux stéréotypes sur l'esprit d'entreprise, précisent les deux parties.

3.3. Particularités des PME au Maroc

3.3.1. Définition de PME au Maroc

La PME est, selon l'article 1 de la loi 53-00 formant la " Charte de la PME " du 23 juillet 2002, considérée comme étant une entreprise directement dirigée et ou administrée par ses titulaires, copropriétaires ou actionnaires et qui n'est pas elle-même détenue à plus de 25 % du capital ou des droits de vote par une entreprise, ou encore conjointement à plusieurs entreprises. En outre, les PME sont tenues de respecter les 2 conditions mentionnées ci-dessous :

- **disposer d'un nombre de salariés permanents qui ne doit pas excéder 200 personnes,**
- **avoir accompli, sur les deux derniers exercices, soit un CA hors taxes inférieur à 75 millions de DH, ou un bilan total inférieur à 50 millions de DH.**

3.4. Importance des PME au Maroc

Conformément à la Fédération des PME (affiliée à la CGEM), les petites et moyennes entreprises marocaines représentent 95 % du secteur économique du pays, dont 72% dans le commerce et les services. Elles employaient en 2002 déjà plus de 50 % des salariés du privé et fournissaient 31% des exports du pays ainsi que 51 % des investissements privés nationaux. En revanche, bien qu'elles assurent près de 40 % de la production nationale, leur part dans la valeur ajoutée du pays n'est que de 10 %.

3.5. Contraintes à la création et au démarrage des PME

Importants acteurs pour l'économie du Maroc, ce sont les PME qui connaissent de nombreuses difficultés qui freinent leur montée en gamme. Dans ce contexte, et selon le président de la Fédération des PME, en avril 2004, parmi les 70 000 PME affiliées à la Caisse nationale de sécurité sociale (CNSS), uniquement 40 000 ont présenté un bilan à la direction des impôts sur le revenu ainsi que 1 500 remplissent toutes les conditions requises pour être financées par les voies bancaires traditionnelles.

3.6. Contraintes liées à l'environnement

Tous les entrepreneurs débutants ont en effet du mal à s'y retrouver dans toutes les procédures officielles et à trouver des informations fiables. Aussi, les difficultés de la création restent présentes lors du démarrage et se multiplient même. Ces difficultés sont de nature financière, technique, administrative, commerciale, humaine et juridique.

3.7. Contraintes administratives

Ce sont les défis et les complications coûteuses de la lenteur administrative qui témoignent de ces problèmes. Les jeunes prometteurs sont particulièrement touchés par ces problèmes lorsqu'ils décident de lancer une entreprise. Selon un jeune prometteur, il ne faut que huit jours pour créer une entreprise aux États-Unis. À cet égard, au Maroc, les principaux problèmes sont la faiblesse de l'administration, les procédures d'enregistrement et d'autorisation. De nombreux entrepreneurs ont des projets de création d'entreprise, mais une fois les premières démarches administratives entamées, la lourdeur de celles-ci achève de les décourager et quelques-uns d'entre eux retournent s'expatrier.

3.8. Contraintes financières

En fait, les montants insuffisants des prêts, ainsi que les garanties exigées par les banques, ont un effet dissuasif sur de nombreux entrepreneurs potentiels. La plupart d'entre eux se plaignent de l'attitude peu entreprenante des banques, qui n'accordent que des prêts assortis d'énormes garanties. Tout entrepreneur est confronté à la complexité de l'obtention d'un capital adéquat à des conditions favorables pour démarrer son activité. De plus, le manque de capital et surtout l'incapacité à financer les besoins accrus de trésorerie lors de chaque phase d'expansion constituent également un obstacle au développement de l'entrepreneuriat au Maroc.

3.9. Contraintes commerciales

Plusieurs jeunes prometteurs ne mènent pas une étude de marché avant de lancer leur entreprise. En effet, la prospection des clients et l'estimation du marché relèvent de l'observation et du bon sens du dirigeant. Leurs compagnies produisent souvent uniquement un produit et celui-ci n'est pas forcément innovant sur le marché

national. En ce qui concerne les problèmes relatifs à la situation économique, le marché et les problèmes de marketing forment le principal des défis commerciaux. Le faible pouvoir d'achat au Maroc, le manque d'études de marché et la rareté des actes commerciaux restent, à en croire les jeunes entrepreneurs, à la base des problèmes commerciaux de l'entreprise. La nouvelle entreprise fait face à des risques qui naissent de la mauvaise connaissance du marché par son dirigeant.

3.10. Contraintes humaines et sociales

Ils concernent l'absentéisme, la qualification, la sous-performance et la participation du personnel. Ces problèmes découlent du retard pris par les conditions de travail dans de nombreuses entreprises, notamment en ce qui concerne les salaires et les avantages sociaux. Les salaires accordés par une grande entreprise peuvent être deux fois plus élevés que ceux accordés par certaines petites ou moyennes entreprises pour le même poste. Il est constaté aussi que certains entrepreneurs créent leur entreprise au Maroc grâce à l'existence d'une main d'œuvre bon marché. Ce qui est vulnérable. Les entrepreneurs octroient par ailleurs une place importante dans la non-disponibilité de la main d'œuvre formée, tandis que d'autres donnent une place assez importante au non-rendement. Enfin, outre les problèmes sociaux, les infrastructures et les services publics sont onéreux pour certains.

Conclusion Générale

On peut donc dire que l'innovation et l'invention ne sont pas la même chose, car ce sont deux concepts différents. Ces deux activités nécessitent un investissement substantiel dans le processus de recherche. De plus, l'invention consiste à découvrir quelque chose de nouveau dans le monde, tandis que l'innovation consiste à introduire un moyen efficace d'utiliser, de produire ou de distribuer quelque chose.

Une différence importante entre l'invention et l'innovation est qu'il s'agit d'une idée qui a fait ses preuves.

L'innovation, en revanche, signifie que l'idée doit non seulement être éprouvée, mais aussi économiquement viable et répondre à un besoin précis.

L'entrepreneuriat est désormais une question majeure pour pratiquement la totalité des États. Les divers bénéfices que celui-ci procure expliquent pourquoi il fait l'objet d'un intérêt de plus en plus marqué. Au-delà de sa participation à la création de l'emploi et au renouvellement du tissu économique, il intéresse également les individus qui y trouvent des sources de satisfaction dans des situations entrepreneuriales.

Outre l'innovation et l'entrepreneuriat au Maroc représente un véritable effet de levier au niveau du développement socio-économique. Or, le développement des petites et moyennes entreprises fait face à des obstacles internes et externes qui freinent leur avancement. En effet, la réalisation de quelques mesures d'encouragement à l'entrepreneuriat au niveau régional et national peut redonner aux PME la part qui devrait leur revenir au sein de l'économie nationale.

Pour conclure, l'innovation et l'entrepreneuriat au Maroc soulèvent trois dilemmes fondamentaux : vaut-il mieux proposer des technologies ou répondre au marché, ou bien se focaliser sur les innovations de produit ou les innovations de procédé, et se concentrer sur l'innovation technologique ou sur l'élaboration de nouveaux modèles économiques ?

Mais le plus grand défi ce relève à résider dans la promotion du développement des PME existantes et inciter l'émergence de l'esprit d'entreprise. C'est pourquoi il est important d'accorder une attention particulière aux facteurs clés de succès de l'entrepreneur le démantèlement tarifaire ont outre son impact direct sur la diminution des recettes de l'Etat, fragilisera la protection de l'entreprise marocaine dont la mise à niveau devient de ce fait impératif. Cependant « la mise sous le code de cette charte PME par le fait que le contenu, réforme ce qu'elle prévoit, est en quelque sorte prématuré pour le rapport à la réalité sur le terrain l'urgence aujourd'hui consiste d'abord à mettre à niveau les entreprises ayant de songer à créer des structures d'accompagnement.

Références

- [1] AFTISS, A. (2020). « L'entrepreneuriat au Maroc : les contraintes et les conditions de développement ».
- [2] A. Bachar, K. Touili, Maroc entrepreneurial quelle place sur le plan continental, (2018)
- [3] A. Chelly, Entrepreneuriat Et Innovation, (2008)
- [4] A. Osterwalder, Y. Pigneur, F. Etienne, A. Smith, Cinq mythes sur l'innovation et l'entrepreneuriat, (2021)
- [5] Boumaiza, Wafa. (2015) « Innovation et Entrepreneuriat ».
- [6] C. Landecy, Quelle est la différence entre invention et innovation, (2022)
- [7] C. Mayoukou, C. Ratsimbazafy, Entrepreneuriat et Innovation, (2015)
- [8] D. E, L'entrepreneur, l'innovation et la croissance de son entreprise, (2019)
- [9] Energie Mines, Histoire de l'entrepreneuriat et l'innovation au Maroc, (2020)
- [10] ESAM, Quelles sont les différentes formes d'entrepreneuriat
- [11] E. Gonzalez, Un entrepreneur doit-il être innovant pour réussir, (2014)
- [12] K. Khalta, Entrepreneuriat au Maroc, une évolution importante mais qui reste insuffisante, (2021)
- [13] Leseco.ma, OFPPT-UM6P nouveau pas pour l'entrepreneuriat au Maroc, (2021)
- [14] L. Lievens, L'entrepreneuriat
- [15] Orif. Entrepreneuriat Et Innovation, (2015)
- [16] Pearson, Les choix stratégiques Chapitre 9 Innovation et Entrepreneuriat, 392
- [17] P. E, Définition innovation, (2021)
- [18] S. Boutillier, Entrepreneuriat et innovation Context et concept, (2017)