

Internet & le commerce extérieur marocain

Internet et le commerce extérieur marocain



qu'aux exigences du marketing direct et relationnel⁽¹⁾. Parmi les acteurs de la vie économique, c'est l'exportateur qui devrait tirer le meilleur profit d'Internet parce que le réseau lui permet d'être à l'écoute du monde: exporter, c'est se confronter au dur métier de la vente en milieu hostile dans un environnement culturel et parfois linguistique différent.

Stratégie de l'information

LE lien entre mondialisation et Internet n'est plus à faire: toute présence sur Internet est, par définition, mondiale. Internet apporte une réponse tant à la nouvelle problématique de l'information

Le secret pour réussir à l'export n'est plus un secret, l'information variable, stratégique, est devenue disponible, à condition de savoir où et comment la sélectionner et la cibler.

Aujourd'hui, le point de départ est la réflexion interne de l'entreprise, ses objectifs et ses décisions stratégiques; la sélection de l'information se fait à partir de ces objectifs et devient une conséquence et non un préalable à leur fixation: la stratégie de l'information a changé, le marketing de la demande a cédé le pas au marketing de l'offre qui cherche à créer une demande non exprimée. L'enjeu n'est pas toujours de coller au marché, mais d'être le premier sur un segment de marché nouvellement créé. De plus en plus, l'affirmation du PDG de Sony, Akio Morita, se vérifie: «Les marchés sont faits pour être créés et non pour être étudiés.

Sur des marchés peu évolutifs où le raisonnement se fait

en termes de parts de marché, l'approche par les études de marché reste valable; en revanche, sur des marchés en perpétuel changement comme les produits de haute technologie, une démarche basée sur l'intelligence économique devient un impératif pour aider à la prise de décision. Elle con-

et de l'intelligence. Internet abaisse les barrières à l'entrée et favorise l'apparition de nouveaux entrants.

Il est vrai que la conquête de marchés et la recherche de débouchés sont une condition de la pérennité de l'entreprise. Mais si cette condition est nécessaire, elle n'est pas

Pour quoi faire?

L'INTÉRÊT d'Internet pour l'exportateur peut être apprécié à l'aune de deux applications:

- La collecte d'informations sur les marchés étrangers

- L'usage de l'information pour protéger l'exportateur

Dans quelle mesure les études de marché sont-elles encore nécessaires? Dans un environnement fortement évolutif, l'impératif n'est-il

pas d'avoir une véritable stratégie de collecte de l'information visant à cibler, obtenir et exploiter des informations vitales?

La démarche traditionnelle consistait à réaliser une étude de marché avant de décider d'exporter, autrement dit, l'entreprise partait du marché pour définir ses objectifs, la recherche d'informations pertinentes étant un préalable à la définition de ces objectifs. □

cerne toutes les dimensions de la veille: stratégique, technique, commerciale, marketing...

Il est à souligner qu'avec Internet, des mutations structurelles concernent:

- Le changement du processus de la création des valeurs et des richesses:

Une place beaucoup plus grande est accordée à l'innovation immatérielle, l'intelligence et l'imagination: Internet multiplie les opportunités d'innovation et sollicite le potentiel créatif de tous les individus. La nouvelle race d'investisseurs issus du Net a su mettre à profit le formidable bouleversement de nos relations avec le temps et l'espace et exploite parfaitement un fait majeur: la distance ne constitue plus ni une barrière, ni un coût.

- La décomposition des chaînes de valeur dans le sens d'une remise en cause des intégrations verticales tout au long des filières et ce, dans plusieurs domaines d'activités économiques. Chaque maillon de la chaîne peut devenir un marché et ces marchés ne sont plus protégés par les barrières traditionnelles, c'est-à-dire des investissements lourds et donc des coûts d'entrée élevés: on entre avec de l'imagination

suffisante car la pérennité de l'entreprise dépend également de sa capacité à se faire payer: exporter, vendre, c'est bien, se faire payer, c'est mieux.

Or, la mondialisation détermine de nouvelles conditions dans les échanges internationaux: le renforcement de la concurrence se traduit par des modalités et des délais de paiement préférentiels impliquant une aggravation des risques d'impayés.

Répondre à la montée des risques

La défaillance des entreprises, leur insolvabilité peut être liée à de nombreux risques: économiques, financiers, géopolitiques, catastrophiques, sans oublier les inquiétudes et les risques liés au terrorisme et aux menaces d'épidémies... Les statistiques d'évaluation de ces risques sont disponibles, la presse économique relate la défaillance ou la faillite d'entreprises souvent centaines.

Comment chercher?

L'assurance crédit constitue une réponse à cette montée des risques en sécurisant les

Internet & le commerce extérieur marocain (suite)

Internet et le commerce extérieur marocain

Par le Pr. Nezha LAHRICHI, président-directeur général de la SMAEX

opérateurs à l'export et ce, en appréciant la solvabilité de la clientèle étrangère par une analyse dynamique du risque en s'appuyant sur des agences de renseignements présentes à travers le monde.

Ces agences fournissent des informations portant sur la structure et l'antériorité de la société, sa situation financière, ses principaux indicateurs (chiffre d'affaires, résultats, éléments du bilan), ainsi que les expériences de paiement et les incidents éventuels; l'objectif étant d'anticiper les probabilités de défaillance des entreprises sans pour autant les priver de bonnes affaires indispensables à leur survie. La prévention est ainsi au coeur du métier de l'assureur crédit.

Au-delà de cet aspect préventif, le renseignement

commercial est un des maillons du système d'intelligence économique de l'entreprise et participe donc à sa stratégie de croissance.

Le renseignement va d'abord s'intéresser aux documents légaux et publics, disponibles auprès des greffes des tribunaux de commerce ou de l'Ompic à titre d'exemple. Mais l'exploitation de certains de ces documents, et notamment des bilans, permet au renseignement commercial d'alimenter des bases de données d'entreprises, apportant une valeur ajoutée.

En effet, la particularité du renseignement commercial est de procéder d'une méthodologie personnelle et professionnelle, tout en s'appuyant sur les techniques existantes: analyse financière, marketing,

droit commercial... Au cours de cette phase de collecte, il est fait appel à des techniques de questionnement et de recoupement auprès de réseaux propres aux sources d'information; il y a donc une phase orale qui succède à l'écrit pour avoir des réponses inédites, des informations ciblées et actualisées. Cette démarche donne au renseignement commercial une forte valeur ajoutée, nécessaire à l'analyse du risque.

Ensuite, il s'agit de mettre en perspective toutes les informations écrites et orales collectées et validées par le recoupement. Ceci requiert une démarche professionnelle de qualité et débouche sur un document de synthèse commissionnant une position destinée à

s'intégrer dans un processus de prise de décision.

L'aptitude du renseignement commercial à créer de la valeur ajoutée s'inscrit également dans sa capacité à appréhender l'immatériel: image, qualité... et de participer ainsi au processus de veille.

La Société marocaine d'assurance à l'exportation dispose d'une base de données comportant près de 15.000 acheteurs étrangers. Elle réalise la maintenance du fichier en assurant le suivi du risque sur chaque client étranger: les assurés sont ainsi informés de tout changement qui pourrait affecter leur poste client. Sa filiale «Re-cours», société d'informations commerciales, économiques, financières et de recouvrement

de créances, dispose d'une base de données concernant près de 15.000 entreprises marocaines dans divers secteurs de l'économie et dont les rapports sont établis au profit d'assureurs crédit étrangers.

En définitive, l'analyse du risque à travers le processus qui vient d'être décrit permet une démarche préventive quant à l'appréciation de la solvabilité de la clientèle et l'assainissement du poste client de l'exportateur. Mais si un défaut de paiement se produit, alors l'assureur crédit indemnise! □

(1) Le présent article est tiré d'une communication de l'auteur au cours de la journée de e-marketing, organisée le 8 juin dernier par la Fondation ONA à Casablanca.

Le portail de l'Asmex

Le portail de l'Asmex, "asmex.org", répond au souci d'appuyer les exportateurs et de leur fournir un éventail d'informations et d'outils. Plusieurs thèmes sont proposés:

■ Bases de l'exportation:

Ce thème permet de se familiariser avec l'environnement global de l'entreprise, d'élaborer et d'exécuter une démarche de prospection et d'exportation. Tous ces éléments trouvent leur explication à partir de quatre axes: marketing/approche des marchés, gestion juridique, logistique et financement.

■ Informations pays:

Ce thème permet d'approfondir la connaissance des marchés à l'export. Il permet d'appréhender, notamment, des indicateurs économiques, le règlement tarifaire et non tarifaire, les procédures du commerce extérieur, les circuits de distribution et ce, pour 87 pays actuellement.

■ Soutien aux exportateurs:

Ce thème renferme des informations pratiques et contribue à renforcer la connaissance du dispositif d'incitations aux activités orientées vers l'exportation; il inclut également des données sur les différents intervenants à l'export locaux ou étrangers.

■ Planning des événements:

Ce thème informe sur les salons nationaux et internationaux.

■ Outils et documentation:

Cette rubrique permet de découvrir des ressources pour les activités à l'international: annuaires, bases de données en ligne, études de marchés

■ Services personnalisés:

Des services adaptés aux besoins spécifiques à chaque entreprise et/ou membre au sujet d'un marché. □