

ENTREPRISE QUI ES-TU ?

Persone n'a jamais imaginé, ni décidé, d'imposer un système nommé Économie d'entreprise. L'Économie d'entreprise est sortie naturellement du besoin naturel de créativité de l'homme. Elle est, dans la sphère économique, la manifestation de l'ordre spontané qui émane des milliards d'actes individuels qu'accomplissent depuis « 3 millions d'années les 80 milliards de destins » selon le mot de Pierre Chauvu (...).

1. L'entreprise repose sur les trois composantes de la personnalité humaine :

- L'intelligence, la tête : c'est l'esprit créatif, l'innovation ;
 - L'action, la main : c'est le travail, le risque ; c'est la volonté de puissance ;
 - L'affection, le cœur, l'amour : c'est le besoin de servir l'autre ; c'est la confiance dans l'échange.
2. L'entreprise fait aussi appel à la naturalité des comportements humains :

- Elle mobilise et met au service du bien public le sens de la compétitivité, le sens de l'agressivité de l'individu.
- Elle est basée sur l'impératif territorial, ou sens du territoire, fondement naturel de la propriété.
- Elle est fondée aussi sur le sens du dépassement qui permet au meilleur de l'emporter grâce à la concurrence et à la compétition qui génèrent le sens de la responsabilité. Tout comman-

dement inclut nécessairement une responsabilité.

3. L'entreprise s'inscrit enfin dans la Biosphère, parmi les activités humaines, à l'intérieur de l'ordre économique.

L'entreprise, instrument de l'Économie d'entreprise, est un être vivant, sans cesse menacé de mort et en résurrection perpétuelle.

J.P. GARDINIER,
« Manifeste pour
une économie d'entreprise »,
Lettres du Monde, 1992

- a. De quels traits de la personnalité humaine l'entreprise se sert-elle ?
b. Justifiez l'idée selon laquelle l'entreprise serait un être vivant.

L'ENTREPRISE DANS LA SOCIÉTÉ TRADITIONNELLE MAROCAINE

L'entreprise a évolué dans son contenu et dans sa perception avec l'évolution de la société marocaine. Et malgré l'existence des textes juridiques qui essayent de délimiter cette notion sur sa triple facette, économique, juridique et sociale, on constate dans la pratique qu'il y a toujours au Maroc une tranche d'entrepreneurs qui continuent d'avoir l'instinct de l'entreprise traditionnelle, et ce malgré leur évolution dans le cadre d'une structure conçue conformément aux principes juridico-économiques et sociaux de l'entreprise moderne [...]. Si l'on fait abstraction de l'aspect juridique, qui définit l'entreprise en tant qu'entité morale, celle-ci a en fait toujours existé au Maroc en tant qu'entité économique. Nous trouvons de nos jours, partout à travers les régions du Maroc, des secteurs de certaines activités ancestrales, composés à la base par de véritables unités économiques. Un simple regard sur les structures urbaines de l'ancienne médina de

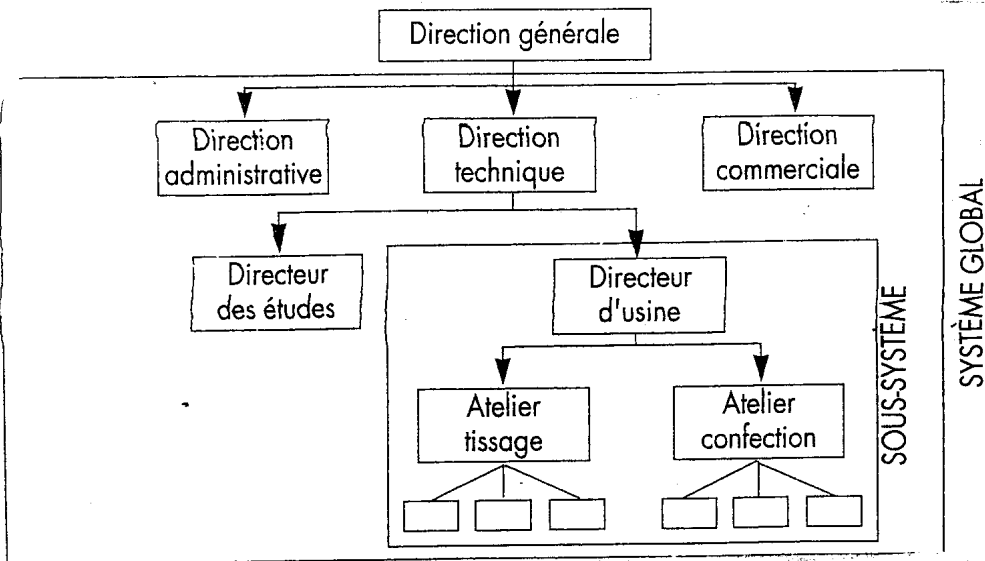
Fès, par exemple, nous révèle que des quartiers entiers portent à ce jour le nom du métier qui y était exercé, nous citons entre autres : « Al Haddadine », « Annaïjarine », « Al Fakharine », « Dar Dbegh », etc.

« Dar Dbegh », par exemple, est un véritable quartier industriel. Il est composé de plusieurs unités de production qui comptent parfois plus de dix personnes.

Chacune de ces unités est gérée par un « Maalem » (maître artisan), qui est à la fois le propriétaire du capital et le gérant. C'est sous sa responsabilité que tout fonctionne ; il est secondé par un « Sanae » (assistant) dans la direction de ses affaires.

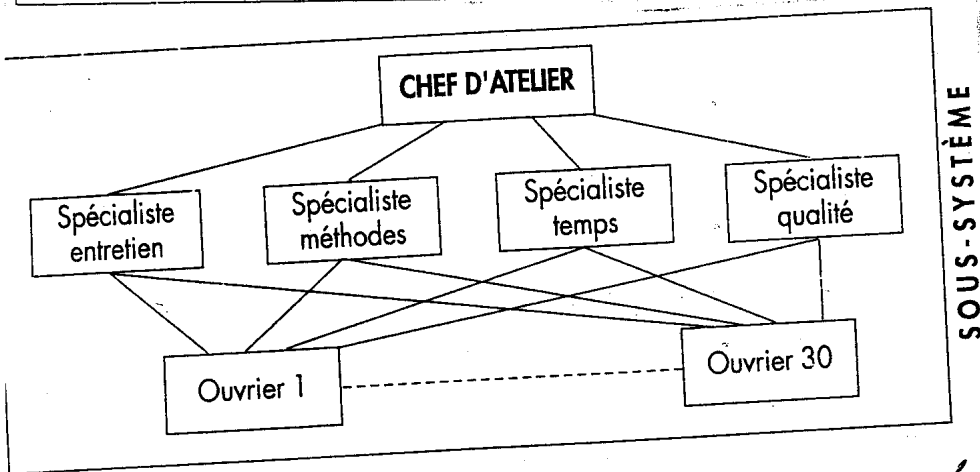
ZERHOUNI,
La Vie économique, 09/03/1990

- a. Identifier les caractéristiques de l'entreprise traditionnelle marocaine.
b. Comment est structurée ce type d'entreprise ?



TAF 1:

- 1° De quel structure s'agit-elle ?
- 2° Quelles sont les avantages et les inconvénients de cette structure ?



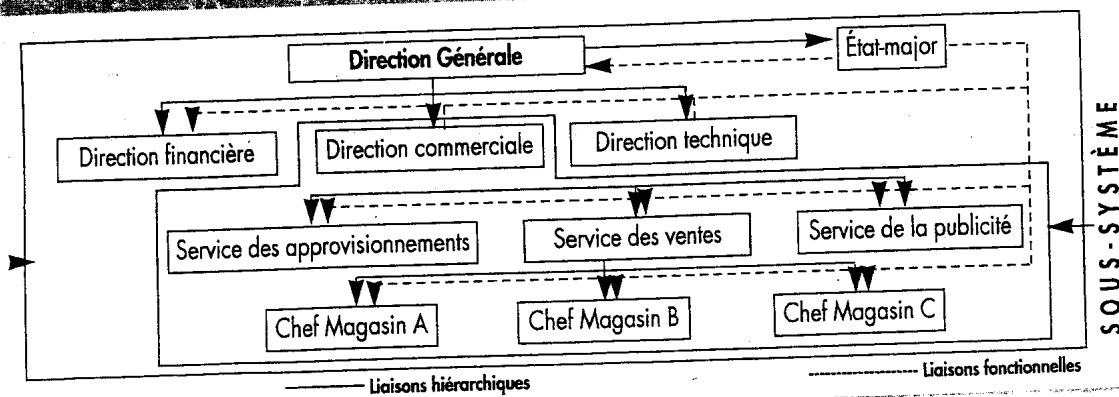
TAF 2:

- 1° Quelles sont les caractéristiques de cette structure ?
- 2° Quelles sont les limites de cette structure ?

3° Peut-on concilier l'unité de commandement et spécialisation ?

de commandement et spécialisation ?

ORGANIGRAMME DE LA STRUCTURE HIERARCHICO FONCTIONNELLE



TAF 3:

- 1° Donner la signification de:
 - a - État-major
 - b - staff and line
- 2° Quelles sont les avantages de cette structure ?

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

■ Un salon précurseur dans une conjoncture délicate

Le textile-habillement cherche son repositionnement dans les nouvelles donnes du marché mondial en supportant une hausse des prix des matières premières, en investissant malgré une baisse des exportations. VETMA se veut à l'avant-garde avec les collections printemps-été 1996.

VETMA 95, qui s'ouvrira du 13 au 15 avril à Hyatt Regency Casablanca, sur les collections printemps-été 1996, sera un des premiers salons de l'année dans le monde précurseur des tendances de l'année prochaine. L'AMITH (Association Marocaine des Industriels du Textile et de l'Habillement), organisatrice du salon, y a introduit, comme originalité dans cette 9^e édition, la formule « Espace » réservée à la promotion du jean, représentatif de l'intégration dans le textile-habillement. « Espace Jeans », avec son animation et ses défilés de mode, ses fournisseurs, confectionneurs et délateurs, occupera 30 % de l'exposition Vetma. 50 à 60 % des quelque 100 exposants forment le noyau dur (prenant part à chaque édition), 4 ou 5 stands sont traditionnellement ouverts à des participants étrangers, tisseurs, filateurs, services ou accessoires.

« Autre nouveauté du Salon, indique M. Mohamed Tazi, secrétaire général adjoint de l'AMITH, il inclura une table ronde maroco-britannique sur la coopération technique et commerciale, conviant une forte délégation britannique qui comprendra notamment les patrons de Mark and Spencer, de Fruit of the Loom, de Courtaulds... ». Ayant privilégié dans sa campagne de promotion à l'étranger le renforcement de sa présence dans les pays cibles (France, Portugal, Espagne, Italie, Angleterre, Allemagne, Bénélux, Autriche, Scandinavie, États-Unis), Vetma attend entre 600 et 700 visiteurs.

Les États-Unis, 2^e client

Côté sponsors, « aucun ne s'est manifesté à ce jour, si ce n'est le Cnpe (avec une contribution effective), et la Smaex (une promesse), les efforts les plus importants restant consacrés par l'AMITH, signale M. Tazi. Le budget de Vetma comporte 2,045 millions de DH de dépenses totales dont 1,535 million de promotion internationale ».

Fidèle à sa vocation de « vitrine » du textile-habillement, Vetma exprimera ses préoccupations actuelles. Une augmentation des prix des matières premières vient compliquer les circonstances de mutations qu'est en train de subir le secteur pour pouvoir se repositionner dans le cadre des nouvelles donnes du marché mondial. Elle s'explique, selon M. Tazi, par trois diffé-

rents facteurs. Vient en premier lieu le fait que la Chine passe ses dernières années au statut d'importateur de coton. Ensuite, la défection de quelques grands exportateurs, comme l'Inde et le Pakistan, serait aussi en cause.

Enfin, malgré la récolte record des USA (19 millions de balles une balle = 220 kg), la consommation mondiale plus forte que prévu alimente la hausse. « Cette flambée affecte principalement le coton dont le prix donne le coup d'envoi aux autres matières, dit M. Tazi. Les prix des matières à base de coton ont doublé en l'espace d'un an et demi, ceux des textiles en fibres artificielles et synthétiques ont augmenté de 50 à 70 %, ceux de la laine de plus de 50 %. Quant aux cips (fibre à base de pétrole), utilisées aussi dans d'autres secteurs (films photographiques, bouteilles en plastique), et l'ouverture de nouveaux marchés aidant, leurs prix ont grimpé de 70 à 100 % en l'espace d'une année ».

Ainsi l'augmentation de 16 % en valeur des importations marocaines est imputable pour une large part à la hausse des prix des matières premières.

Par contre, les exportations de textile et d'habillement ont enregistré une baisse de 5 %, « passant de 7,5 milliards de DH fin novembre 1993 à 7,2 milliards fin novembre 1994, ces chiffres n'intégrant pas le TPP (Trafic de Perfectionnement Passif), précise M. Tazi. La baisse la plus sensible s'observe au niveau de la confection (-6 %) ». Parmi la clientèle étrangère vient toujours au premier rang la France, mais, phénomène nouveau, elle est suivie par les USA (jeans, gros marchés), viennent ensuite l'Espagne, la Grande-Bretagne, puis l'Allemagne et le Bénélux.

Néanmoins, « les investissements renouent avec le cycle ascendant, note M. Tazi, alors qu'ils n'avaient cessé de dégringoler depuis 1991 ». Pour l'année 1994, les nouveaux investissements (projets visés conformes par le Ministère du Commerce et de l'Industrie) s'élèvent à 1,75 milliard de DH, soit une hausse de 18 % par rapport à 1993. Vetma mettra encore en valeur le produit fini. « Le Maroc continuera à avoir de la place en ce qui concerne le travail à façon, mais son avenir se trouve désormais dans le produit fini, dans les articles élaborés à forte valeur ajoutée, rappelle M. Tazi. Notre marché n'est plus demandeur de produits basiques, à forte concurrence asiatique, mais il exige de plus en plus de recherches au niveau des formes, des matières et des accessoires... ».

B.L., L'Économiste 24 mars 1995.

- TAF:
- 1/ Que signifie environnement ?
 - 2/ Énumérez les composants de l'environnement de l'entreprise ?
 - 3/ Quels sont, d'après le texte, les changements de l'environnement qui risquent d'affecter la vocation exportatrice de Vetma ?

4°) Comment agissent Netma et l'Amith face à ces changements de l'environnement ?

5°) Quelles sont les actions à entreprendre afin de rendre le micro et la macro environnement des entreprises de confection favorable à l'épanouissement de ce secteur ?