

BEYOND NUMBERS

ENN INISIATIV MCB POU ENN MORIS PROSPER EK DIRAB

4

RAOUL GUFFLET :
« Le développement économique de Maurice passe par l'appui aux SME »



6

ÉCOSYSTÈME
Pour que SME devienne grande

7

FOCUS Digital Factory
Le paradoxe numérique



8

MADE IN MORIS
Faire la part belle au label



SMALL MEDIUM ENGAGED

SMALL MEDIUM PASSIONATE

SMALL MEDIUM ESSENTIAL

SMALL MEDIUM DARING

SMALL MEDIUM COURAGEOUS

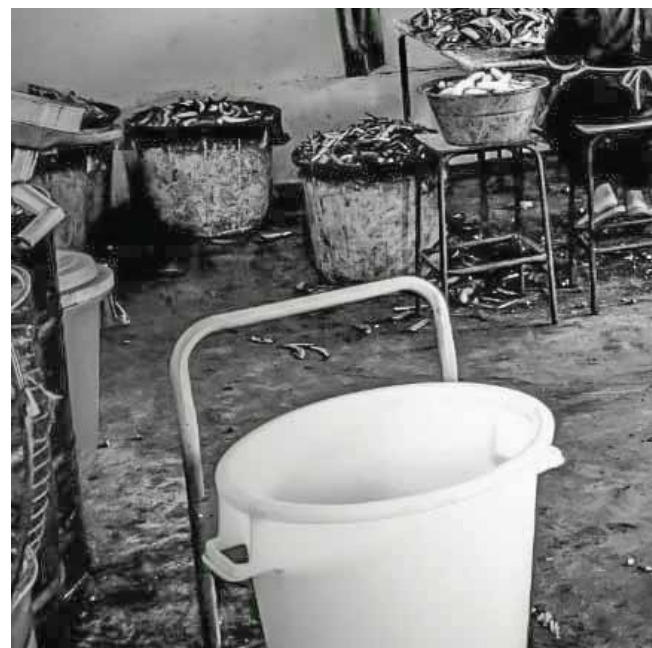
SMALL MEDIUM VITAL

LOKAL IS BEAUTIFUL SCHEME

Solutions spéciales **SME**

LOKAL IS BEAUTIFUL SCHEME

Le rôle des SME dans la création de richesse ne saurait être sous-estimé ; leur participation est essentielle à la dynamisation d'une économie locale durable et prospère. Ainsi, la MCB a élaboré une offre spécialement pour elles en réponse aux enjeux soulevés par le rapport *Lokal is Beautiful*.



Solutions **spéciales** SME

Imaginez votre compte en banque le jour où votre salaire est versé. Et imaginez les jours qui suivent quand ce même compte se vide, lentement mais sûrement, pour honorer vos dépenses. Une telle situation devient vite insoutenable s'il n'y a aucun changement qui s'opère ; soit vous vous assurez d'augmenter votre revenu ou vous réduisez vos dépenses. Idéalement, vous faites les deux.

Le même principe est applicable pour une entreprise ou un pays. Et c'est exactement ce qui est en train de se passer dans les comptes de Maurice.

Ce constat sans appel est posé par l'étude sur les fuites économiques commanditée par la MCB, intitulée *Lokal is Beautiful*. Les résultats détaillés ont été rendus publics en janvier dernier, au cours d'une conférence tenue au Caudan Arts Centre. Cet événement en deux parties faisait un constat de la situation avant de débattre de la manière la plus efficace d'apporter des solutions durables au problème avec les parties prenantes de l'économie mauricienne.

Après les discussions, l'heure est



maintenant aux actions. Comment augmenter notre richesse et en même temps, dépenser moins ? Le défi auquel la MCB a dû faire face était d'imaginer une manière cohérente de mettre en pratique les solutions déjà contenues dans le rapport (disponible sur : www.lokalisbeautiful.mu).

La solution proposée par les experts qui ont mené l'étude était la suivante : faire multiplier les sous qui entrent en

les faisant circuler localement. Cela veut dire booster l'économie locale en produisant plus, mais de façon durable. Mais pour ce faire, il faut toutefois que les sous passent un moment à Maurice au lieu de quitter le territoire aussitôt arrivés.

Ainsi, il faudrait investir dans de nouveaux secteurs ou de nouvelles manières de faire dans les secteurs existants afin de produire autant que possible ce dont on a besoin, que ce soit en termes de produits ou de services.

En d'autres mots, créer une île qui fabrique, qui est circulaire et qui est smart. Mais en ces temps où il y a un vrai problème de ressources naturelles et où le changement climatique guette, la fabrication ne se fait plus de la même façon. C'est-à-dire qu'il faut utiliser un maximum de matières recyclées dans la fabrication afin de générer moins de déchets, dépendre moins des ressources non renouvelables puisque non soutenables et le faire en utilisant la technologie de façon optimale. Le bien-être et la sécurité de l'employé prennent aussi un rôle plus important.

Dans cette optique de dynamisation de l'économie locale, tous les acteurs économiques seront appelés à jouer un rôle, mais les défis sont plus grands pour les petites et moyennes entreprises (SME), puisqu'elles ne disposent pas des mêmes ressources et facilités que les grandes.

C'est pourquoi la MCB a imaginé une offre adaptée aux SME pour les accompagner dans cette aventure de transformation. Cette offre s'appelle le *Lokal is Beautiful Scheme*, une facilité de financement à taux bonifié pour ceux qui veulent s'engager dans cette nouvelle ère de l'entrepreneuriat, ainsi que contribuer à une économie durable et prospère pour Maurice.

Mais pas que. Car outre le financement, une SME fait face à des défis propres à sa taille, notamment un manque de structure, un manque de réseau et un manque de projection sur l'avenir. Un vrai accompagnement aux SME passe donc par la création d'un écosystème qui leur permettra d'opérer de manière fluide (voir page 6).

Lokal is Beautiful Scheme

Le *Lokal is Beautiful Scheme* est une offre proposée uniquement aux SME afin d'accorder du financement à un plus grand nombre d'entrepreneurs et aussi d'encourager de bonnes pratiques au niveau des entreprises. Les bénéficiaires réduiront leur empreinte en ayant un business à impact positif. Le *Scheme* a aussi une dimension flexible notamment en termes de secteur et de sécurité. Cette flexibilité est essentielle pour la création de nouveaux modèles économiques basés sur des idées novatrices, et qui nécessitent souvent plus de temps pour leur mise en place.

- Le *Lokal is Beautiful Schemes* s'adresse à toutes les SME (avec un chiffre d'affaires de Rs 2 millions à Rs 50 millions) existantes (qui ont un minimum de 18 mois d'activité) et qui opèrent dans les secteurs suivants : manufacturier, agricole, agriculture bio, recyclage, gestion de déchets, services et technologie.
- Une fois jugée éligible, l'entreprise devra démontrer qu'elle est conforme aux six critères établis. Le taux d'intérêt du prêt est lié au nombre de critères respectés. Plus il y en a, moins le taux d'intérêt est élevé. La conformité sera déterminée par un questionnaire suivi d'une *site visit* à des fins de vérification.
- Il s'agit d'un prêt à taux bonifié – 5,75 % + 1 % ou 2 % selon le cas -, dépendant du nombre de critères respectés. Si l'entreprise satisfait un, deux ou trois critères, le taux directeur sera de 7,75 %. Si l'entreprise satisfait plus de trois critères, le taux directeur sera de 6,75 %.
- Pour les catégories FABRICANT et CIRCULAIRE, les entrepreneurs doivent, entre autres, démontrer que leurs opérations tiennent compte de la gestion énergétique et/ou des émissions de gaz à effet de serre, la gestion des ressources en eaux (*Water Management*), la gestion du matériel utilisé/des déchets, la diversité hommes-femmes dans leur personnel, la santé, la sécurité et le bien-être des employés et s'ils ont ou pas du personnel dédié au contrôle d'au moins un des critères.
- Afin de déterminer leur éligibilité au *Scheme*, les secteurs sont regroupés en trois catégories : FABRICANT, CIRCULAIRE et SMART.
 - **Fabricant** – les entreprises impliquées dans la transformation des matières premières pour créer des produits à valeur ajoutée.
 - **Circulaire** – les entreprises qui recyclent, réutilisent ou transforment des produits usés.
 - **Smart** – les entreprises qui créent de la valeur en utilisant la technologie, les plateformes peer-to-peer, le blockchain ou l'intelligence artificielle.
- Éligibilité : Dans les catégories Fabricant et Circulaire, pour être éligible, au moins 80 % du produit fini doit avoir été manufacturé localement. Et pour la catégorie Smart, le personnel de l'entreprise doit comprendre au moins 75 % de Mauriciens.
- Pour la catégorie SMART, les entreprises doivent démontrer si elles ont des mesures en place pour gérer leur consommation énergétique et/ou émissions de gaz à effet de serre, si elles prennent en compte la conscientisation écologique dans les activités ou services qu'elles offrent, si elles ont des mesures en place pour assurer la sécurité et la confidentialité des données, de même que la santé, la sécurité et le bien-être des employés. La diversité hommes-femmes dans le personnel sera aussi prise en considération.



AUJOURD'HUI, IL EST NÉCESSAIRE D'INVESTIR DANS DE NOUVEAUX SECTEURS OU DE NOUVELLES MANIÈRES DE FAIRE, AFIN DE PRODUIRE NOUS-MÊMES, EN PLUS GRANDE QUANTITÉ, CE DONT ON A BESOIN.

ÉditOriale

par Dominic Provencal, Deputy Head of Retail, MCB

SME, you are so beautiful!



Le constat suivant, nous l'avons fait ensemble, vous et nous, au cours des différents échanges que nous avons eus depuis quelques mois : Nous sommes en train de vivre une période de remise en question parce que les habitudes des clients changent. L'économie mauricienne et ses entrepreneurs sont à sonder de nouveaux *business models*, de nouvelles technologies, de nouvelles manières de faire, de nouveaux savoir-faire... parce que les marchés sont chamboulés et que notre système ne peut être durable si nous ne bousculons pas le statu quo.

Est-ce que ce constat paralyse les entrepreneurs ? Certainement pas !

Vous êtes 87 % à être optimistes quant à l'avenir de votre business et c'est sans doute ce qui fait votre vraie force : le fait d'y croire ! En effet, on oublie un peu facilement que la positivité est la pierre angulaire du succès. Elle insuffle de l'énergie aux idées, elle les transcende et leur permet de voir le jour contre vents et marées, au sein d'un parcours entrepreneurial souvent semé d'embûches et de désillusions.

En ces temps de remise en question, c'est justement cette résilience, née de votre optimisme qui ouvrira la voie à la transformation de votre entreprise en un business de bonnes pratiques et à impact positif.

Ceux qui choisissent de ne pas faire la transition le font à leurs risques et périls. Mais pour ceux, comme vous, qui regardent l'avenir avec optimisme, c'est un moment extraordinaire de possibilités.

La conquête de cet autre monde demande une nouvelle collaboration entre les différents acteurs de l'économie mauricienne. À la MCB, nous sommes conscients de la nécessité de prendre notre responsabilité. C'est ce que nous faisons en mettant à la disposition des entrepreneurs non seulement notre expérience – nos réussites comme nos échecs –, mais aussi nos données macroéconomiques, afin de stimuler l'entreprise.

Car cette nouvelle collaboration demande une nouvelle manière d'interagir avec les entrepreneurs, les partenaires et les institutions pour tous se fédérer autour d'un écosystème vif, contributif et résolument tourné vers l'action et les solutions.

Le rapport *Lokal is Beautiful*, lancé en janvier dernier, et les discussions qui ont suivi sur ce même thème ont suscité un tel engouement auprès de nos clients et partenaires que nous sommes plus que jamais motivés à en coécrire les actions.

Il est donc temps de dire stop aux discours et place aux actes. C'est en somme ce que nous essayons d'accomplir et ce que je vous invite à découvrir, en partie, dans cette édition.

Autant de raisons de regarder l'avenir avec encore plus d'optimisme !

UNE PUBLICATION DU GROUPE MCB

9-15 rue Sir William Newton
Port-Louis
media@mcb.mu
www.mcbgroup.com

Interview



Raoul Gufflet

Dans cet entretien franc et sans détours, le *Deputy CEO* de la MCB, Raoul Gufflet, dit que le capitalisme engendre des inégalités et parle de l'importance de redistribuer la richesse.

« Le développement économique de Maurice passe par l'appui aux SME »

Quelle est la philosophie derrière *Lokal is Beautiful* ?

Raoul Gufflet : *Lokal is Beautiful* (LIB), c'est avant tout la volonté de la MCB de renforcer son engagement social, mais avec un prisme économique. L'idée est essentiellement de se focaliser sur les SME et de se demander comment les accompagner à naviguer entre les multiples défis auxquels elles font face. De se demander comment essayer de créer, non pas l'autosuffisance, mais les conditions d'une économie locale, d'un tissu industriel qui soit dynamique, qui se diversifie et crée les conditions de la croissance économique. Une économie qui n'est plus autant dépendante des importations.

LIB s'intéresse également aux start-ups et devrait les encourager à se lancer dans un projet, quel qu'il soit.

L'économie locale a pendant longtemps été le parent pauvre du développement. Qu'est-ce qui a changé aujourd'hui ?

Ce n'est pas tout à fait vrai. Le développement de Maurice post-indépendance s'est principalement appuyé sur les produits de l'exportation, qu'il s'agisse de l'industrie de la canne, du textile ou du tourisme. Ces trois « piliers » de l'économie mauricienne post-indépendance étaient nécessaires parce qu'autrement, Maurice n'aurait jamais réussi à atteindre le niveau de développement qu'elle a atteint aujourd'hui. Et ces industries exportatrices ont créé de l'emploi, mais aussi des industries « satellites » fondamentalement locales.

Mais pendant longtemps trop petites et pas assez circulaires.

Aujourd'hui que le pays a atteint un niveau de maturité qui est reconnu internationalement, l'idée est désormais de se dire : regardons ce que l'on sait faire chez nous, regardons ce qui peut aussi être exporté, mais essayons de créer un branding local et faisons en sorte que les produits des exportations permettent par ricochet, de créer encore plus de dynamisme dans notre économie locale.

Rendons le mérite qui leur revient à des labels comme *Made in Moris* ou à l'*Association of Mauritian Manufacturers* (AMM), qui œuvre depuis longtemps pour la

promotion de la production locale.

À la MCB, nous disons : créons les conditions d'une inclusion économique qui va faciliter l'esprit entrepreneurial si présent chez les Mauriciens.

Oui mais pourquoi ce *shift* ?

Plutôt que de *shift*, je parlerais de recentrage. Le développement économique de Maurice sur les marchés historiques existants est arrivé à quasi-saturation. Il nous faut trouver de nouveaux paradigmes, de nouvelles niches.

Les conglomérats domestiques sont arrivés à la limite de leur capacité de développement sur le marché local et sont

désormais contraints de rechercher des opportunités de croissance sur les marchés étrangers. C'est une bonne nouvelle pour notre économie, car ils devraient permettre de créer les conditions de ce que nous avons appelé dans notre rapport *Lokal is Beautiful*, « l'effet multiplicateur » à Maurice.

Et c'est là, avec ces entreprises de plus petite taille, les entrepreneurs locaux et les SME, que nous pouvons, - devrais-je dire - devons vraiment déployer notre énergie, nos ressources, notre capital. Ce retour vers la promotion des économies locales, circulaires et inclusives est d'ailleurs, vous l'avez sans doute remarqué, une tendance mondiale.

Est-ce que ce message-là est passé ?

Tout ce que je peux dire, c'est que ce discours a été entendu par nombre de SME qui ont senti, suite au séminaire LIB en jan-

vier, qu'il y avait un véritable intérêt de la MCB de les accompagner.

Pour ma part, j'ai reçu beaucoup de sollicitations d'entreprises de toutes tailles et de tous les secteurs de notre tissu industriel. Et là, je ne parle pas que de la production locale pour la consommation locale, mais aussi pour l'exportation. Il y a beaucoup de SME qui attendent qu'on les accompagne et qu'on crée des conditions de leur développement, que ce soit en termes de financement, mais aussi et surtout, d'accompagnement. Quand je dis accompagnement, je pense également à la formation, à l'assistance, pour essayer de les guider parce qu'ils n'ont pas forcément l'infrastructure ni la taille critique pour se doter de moyens humains suffisamment qualifiés. Avec LIB aujourd'hui, nous venons leur dire : on va essayer de vous accompagner, de vous guider, pour-



quoi pas de vous « incuber » ? En résumé, de vous aider à mieux vous structurer. Et je crois que c'est là que la MCB va vraiment faire la différence.

On parle là de potentiellement changer l'orientation économique du pays...

L'idée, c'est de démontrer que le développement d'un tissu industriel local qui est constitué d'une pléiade de SME est le meilleur fondement pour passer le cap du *middle-income trap*. Parce que ce sont ces entreprises qui vont générer elles-mêmes, les conditions de leur croissance et de l'accès à une classe moyenne de plus en plus large, qui consomme et qui générera elle-même, les conditions de son développement durable.

Maintenant, trouvez-moi le chef d'entreprise à Maurice qui pourra dire que l'orientation économique du pays ne doit pas changer si nous voulons faire face aux nouveaux défis – qu'ils soient économiques, sociaux, démographiques, générationnels, digitaux ou environnementaux - qui pointent à l'horizon ?

Que dites-vous à ceux qui se posent la question de savoir si c'est le rôle d'une banque d'essayer d'influencer le développement économique du pays ?

C'est une excellente question à laquelle je réponds par une autre

question – « pourquoi est-ce que la MCB ne l'a pas fait de manière plus visible ? » Et c'est ça la vraie question.

Pourquoi aujourd'hui est-ce qu'une entreprise sociale et responsable est de plus en plus sollicitée ?

La réponse est parce que les gouvernements, quels qu'ils soient, où qu'ils se trouvent, ne peuvent gérer seuls les grands problèmes macroéconomiques. Les modèles de gouvernance nationaux ont montré, quasiment partout, leur limite. Cela à cause de la démographie, de comportements sociaux qui ont profondément changé, de nouvelles attentes de la population qui vit de plus en plus mal les inégalités. Et ça, ne nous leurrerons pas, est lié au développement du capitalisme. Churchill disait en parlant de la démocratie que c'était le plus mauvais système excepté qu'il n'y en avait pas de meilleur. Eh bien, moi je me permets d'oser l'appliquer au capitalisme !

Et pourtant, le capitalisme est grandement associé à la MCB !

Oui, sans aucun doute. Pour la majeure partie de la population, la MCB, c'est le système capitaliste par excellence. C'est l'entreprise profitable dont on attend la publication des résultats annuels avec anxiété. Anxiété positive j'ose espérer ! Mais reconnaissons-le, et n'en ayons pas peur, un pays en dévelop-

« Nous avons pris le parti, courageux, d'anticiper les attentes de la nouvelle génération, celle qui fera le succès de l'île Maurice de demain »

pement a besoin de ces groupes qui réussissent et sont profitables.

Ne nous voilons pas la face : une économie qui se développe a besoin d'un système bancaire, d'un système financier et d'un tissu industriel diversifiés, vibrants, dynamiques, qui soient solides et forts.

Mais une fois qu'on a dit ça, l'idée est de se dire, oui il y a du capitalisme, mais comment est-ce qu'on redistribue la richesse ? Prenez les modèles des pays scandinaves qui sont, comparativement à nombre d'autres pays de par le monde, « surtaxés ». Oui, les prélèvements directs sont très élevés. Mais leur réussite tient au fait qu'ils sont passés maîtres dans l'art de la redistribution de la richesse, en fonction de stratégies claires sur ce qui fera leur dévelop-

pement futur (infrastructures modernes, éducation, santé, culture, environnement, sport). Et cela, leurs concitoyens l'ont bien intégré, et en sont plutôt fiers.

Nous avons à Maurice, un modèle fiscal qui, pour la taille de notre économie, est à mon sens plutôt bien structuré. Il a d'ailleurs permis une diversification nécessaire et bénéfique de notre économie dans le BPO et les services financiers, pour ne citer que deux exemples et son positionnement actuel comme centre financier international.

Tout cela pour vous dire que le capitalisme crée la richesse. Cela ne fait aucun doute. Mais ce qui est important, c'est comment faire pour que ces richesses soient redistribuées dans

une économie circulaire dont bénéficiera le plus grand nombre avec, bien entendu, des mécanismes clairs et équitables d'accès à l'éducation et à la santé.

Je crois qu'il y a une vraie nécessité que les groupes à capital privé comme la MCB deviennent des acteurs beaucoup plus vocaux, beaucoup plus visibles sur ces problématiques qui ne sont plus seulement du ressort des États. Je crois que c'est là que le vrai succès d'une initiative comme LIB va se mesurer. Dans la capacité des entreprises privées de travailler de concert avec le secteur public qui va, lui aussi de son côté, créer les conditions de développement, et sans antagonisme avec ces mêmes initiatives privées.

Il y a justement aujourd'hui un désir de la MCB d'être plus qu'une source de financement pour ses clients et de s'impliquer davantage. Pourquoi ?

Oui, il y a un vrai engagement de la MCB, qui vient dire que nous allons nous engager, faire prendre conscience à nos concitoyens des vrais enjeux économiques, sociaux et environnementaux de demain.

Nous avons pris le parti, courageux, d'anticiper les attentes de la nouvelle génération, celle qui fera le succès de l'île Maurice de demain. Une île Maurice moderne, ouverte, multiculturelle, ouverte aux compé-

tences étrangères, soucieuse de la préservation de son patrimoine culturel et environnemental. Celui qui a fait son histoire et fera son attrait futur. En une phrase : une île Maurice fière de son passé et ambitieuse pour son avenir.

Pourquoi ?

Parce que je crois que ça fait partie de la responsabilité sociale d'une entreprise profitable, mais surtout consciente des enjeux de demain.

Je cite souvent Thomas Piketty, qui reste un économiste libéral, mais qui dit que le capitalisme ne peut que générer des inégalités qui vont aller en croissant. Il est donc clair que si on ne prend pas en considération les intérêts et les desiderata de cette frange de notre population qui vit le plus mal ces déséquilibres engendrés par le capitalisme - quels qu'ils soient – nous courons le risque de nous retrouver face à des mouvements contestataires comme il y en a de plus en plus de par le monde. Et avec une conséquence immédiate, à savoir une économie qui ralentit et dont les effets vont se ressentir à tous les niveaux de notre nation.

Et c'est là que *Success Beyond Numbers* prend toute sa substance. Excusez-moi de passer à l'anglais. *We have the numbers, we look beyond these, with only one objective: The long term success of Mauritius.*

Pour que SME devienne grande

Constamment sollicité, le petit entrepreneur n'est souvent pas équipé à faire face à tous les défis relatifs à son métier. Il en perd même la vue d'ensemble sur le secteur dans lequel il évolue. Et si on l'accompagnait dans ce cheminement ?

« Ne demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous – demandez ce que vous pouvez faire pour votre pays. » Cette célèbre phrase de John F. Kennedy a depuis été reprise par des politiciens à travers le monde, y compris ici à Maurice.

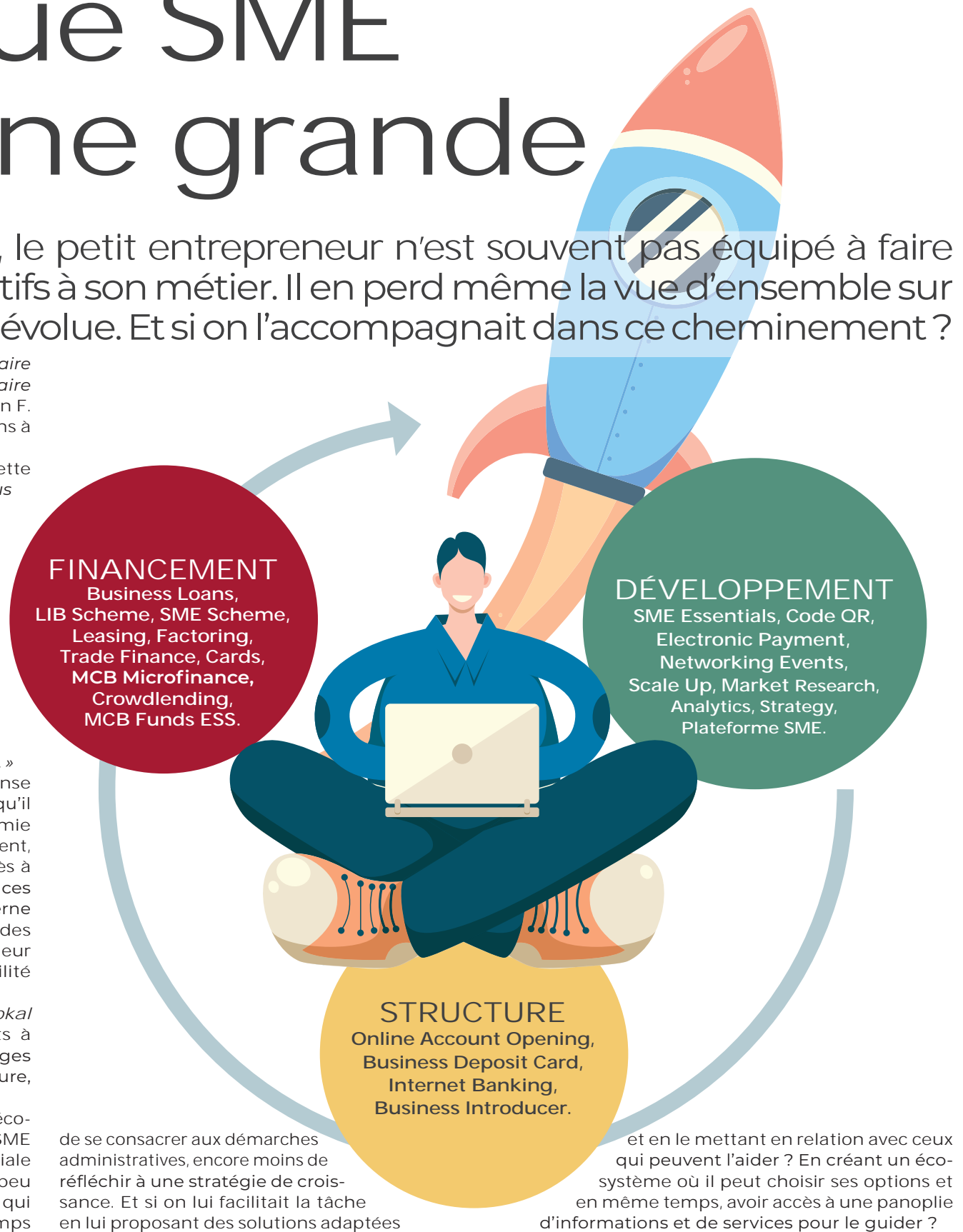
Mais à la MCB, c'est une adaptation de cette phrase qui fait le buzz. « Nous ne voulons plus que nos clients viennent juste nous demander du financement. Nous voulons qu'ils nous demandent ce que nous pouvons faire pour eux ! »

Quelle étrange ambition, venant d'une banque ! Oui et non, explique Jean-François Mootosamy, du *Retail Strategic Office* de la MCB. « Étrange parce qu'effectivement, quand nous parlons d'aller au-delà du financement du client, nous sommes en train de parler d'une opération non bancaire. Mais certainement pas étrange quand on connaît la position de la MCB sur sa responsabilité sociale. »

Cette responsabilité sociale vient en réponse à un besoin général – du pays d'abord, parce qu'il y a un effort à faire pour dynamiser l'économie locale en s'assurant que l'argent circule localement, mais aussi des entrepreneurs qui, outre l'accès à la finance, souffrent souvent des conséquences d'un business mal structuré. L'autre défi concerne le *networking* et l'isolation en conséquence des petits business, une situation qui handicape leur croissance et amène un manque de visibilité sur l'avenir.

Si l'aspect financier est couvert avec le *Lokal is Beautiful Scheme*, notamment des prêts à taux bonifiés avec des critères flexibles (pages 2 et 3), quid des trois autres aspects – structure, *networking* et visibilité sur l'avenir ?

La solution se trouve dans la création d'un écosystème avec l'entrepreneur au centre. Une SME mauricienne est souvent une entreprise familiale qui est dirigée par une personne, qui est très peu structurée, où tout repose sur l'entrepreneur qui est constamment sollicité et qui n'a pas le temps



Business Introducer

Le *Business Introducer* est une initiative de mise en relation des entrepreneurs et des firmes comptables (aussi des SME). Cette initiative vient après un constat : que beaucoup de SME ne possèdent pas de structure à proprement parler et que leurs comptes ne sont pas mis à jour. Si cette opération comptable artisanale a marché pour beaucoup jusqu'ici, il est clair que sans une bonne structure et des comptes proprement audités, les possibilités de croissance sont amoindries, car les chances d'obtenir un prêt bancaire diminuent si les comptes ne sont pas à jour. Ainsi, le programme *Business Introducer* de la MCB met les SME en relation avec des firmes comptables.

Code QR

Le code QR est un mode de paiement *cashless* et *cardless*, à travers le service mobile Juice. Il s'agit d'un *barcode* en deux dimensions que le commerçant affiche et que le client scanne avec son application Juice. Le paiement est effectué tout de suite sur le compte du commerçant, réduisant ainsi son fardeau administratif. Le code QR coûte moins cher que le terminal de point de vente (POS), qui n'est pas accessible à tout le monde. C'est un mode de paiement adapté aux petits commerçants, du maraîcher au boutiquier.

Business Deposit Card

Plus besoin de faire la queue pour déposer vos recettes sur votre compte. Grâce à la *Business Deposit Card*, vous pouvez effectuer vos dépôts à partir d'un ATM.

SME Essentials

SME deviendra grande quand elle aura réfléchi à une façon de travailler avec toutes les nouvelles technologies. Comme toute chose, cela s'apprend et c'est le rôle de *SME Essentials*, qui fait le lien entre l'entrepreneur et FRCI pour lui apprendre à manier les outils Microsoft et à utiliser le web de manière optimale

Online Business Account Opening

Ouvrir un compte Business n'aura plus lieu d'être un casse-tête. L'entrepreneur pressé pourra désormais le faire en ligne à travers un parcours client simplifié. Le tout en 24 heures !

Plateforme SME

Sera bientôt accessible aux SME une plate-forme qui fonctionnera un peu comme une place de marché. Elle prendra la forme d'un site opéré par la MCB, qui mettra son vaste réseau à la disposition des entrepreneurs. Une fois inscrits, ils pourront avoir accès à un nombre important de services offerts par des partenaires de la MCB. Tous ces services ont été pensés avec les besoins spécifiques des SME en tête. Par exemple, elles pourront avoir accès à des *newsletters* qui aideront à leur connaissance du marché, à des sessions de *networking* et de *capacity-building* et autres événements où les acteurs du monde des Petites et Moyennes Entreprises pourront se rencontrer, échanger ou collaborer. Par exemple, grâce à ce service de mise en relation, l'entrepreneur pourra discuter avec *Made in Moris* pour initier une discussion sur le rehaussement de la qualité de ses produits ou même, s'il le souhaite, avoir des indications précises sur la viabilité de son business, en travaillant avec Verde, autre partenaire de la MCB.

Digital Factory

Le paradoxe numérique

La digitalisation, à vrai dire, n'est qu'un outil pour faciliter la vie des gens. La preuve par quatre.

Ça vous fait penser à quoi quand on dit *Digital Factory* (DF) ? Incompréhension ? Incertitude ?

C'était probablement aussi le sentiment initial de cette centaine de petits entrepreneurs invités à tester le nouveau produit de la MCB chaque quinzaine sur trois mois. Le produit en question était l'ouverture d'un compte business en ligne.

Puisque cette opération a toujours été effectuée physiquement, c'est-à-dire que le client se rend en branche pour une demande d'ouverture de compte, l'idée de transformer l'expérience en parcours digital du début jusqu'à la fin n'est pas aussi simple qu'elle en a l'air, en particulier à cause du cadre légal relativement rigide qui régit les activités bancaires.

L'autre difficulté – la plus importante – a été de pouvoir rendre l'offre aussi simple que possible pour que tous les clients, quelle que soit leur tranche d'âge, puissent utiliser le service. Pas si simple !

Ainsi, explique Nadaraj Mathuvirin, responsable du projet *SME Account Opening Journey*, « nous avons contacté une cen-



Nadaraj Mathuvirin, responsable du projet *SME Account Opening Journey*.

taine de petits entrepreneurs, clients et non clients de la MCB, pour tester le produit. Nous avons pris en compte toutes leurs recommandations. À tel point, en fait, que je dirais que le produit tel qu'il est, a été élaboré par ces entrepreneurs !

Du jamais vu. Et c'est ça, la DF. Une

nouvelle façon de travailler qui utilise tous les bienfaits de la digitalisation avec pour seul but de faciliter la vie du client.

Allez, on reprend. Quand la DF a contacté les entrepreneurs pour tester le produit, l'idée était simplement de voir comment ils allaient réagir à cette nouvelle façon d'ouvrir un compte. Mais au cours des discussions, raconte Nadaraj, « on prend conscience du fait que l'ouverture d'un compte n'est qu'une condition préalable – un entrepreneur a certes besoin d'un compte en banque, mais il a surtout besoin de financement, de conseils, ainsi que de facilités bancaires et de paiement qui ne lui compliquent pas la vie. »

Ainsi, à partir de ces consultations, d'autres facilités ont été développées afin justement de créer un écosystème pour rendre la vie plus simple à l'entrepreneur et lui permettre de se concentrer sur ses activités.

« À la DF, nous avons une manière agile de travailler. C'est-à-dire qu'une équipe travaille sur un sujet en particulier – dans notre cas, l'élaboration d'un

parcours client pour l'ouverture d'un compte business. Dans notre équipe, nous sommes à huit – cinq développeurs de logiciel, un designer dont le job est de tout revoir du point de vue du client et deux personnes du business, c'est-à-dire du département qui s'occupe des SME afin d'assurer une convergence entre l'offre digitale et celle disponible en agence », explique Nadaraj.

Déjà dans la constitution même de l'équipe, il y a différentes compétences. Traditionnellement, celles-ci auraient été dans différents départements, ralentissant ainsi l'élaboration d'un tel produit à cause de formalités administratives relatives à la structure de l'entreprise.

À la DF, on ne s'encombre pas de ces obstacles. Les différentes compétences font partie d'une équipe, qui travaille avec des objectifs à court terme ; ils se renvoient toutes les deux semaines pour faire le point et généralement, avec une version du produit prête à être testée sur des utilisateurs. Le produit est ensuite adapté rapidement selon les recommandations des entrepreneurs.



Comme une lettre à la poste... mais en digital !

Avec l'ouverture de compte en ligne, ouvrir un compte Business n'aura jamais été plus facile. Tout se fera en ligne, de chez vous, avec un parcours client qui sera simplifié au maximum. À partir de la fin de septembre 2019, tous les comptes Business pourront être ouverts en ligne – que ce soit pour une *one-person business* ou une entreprise avec plus d'un directeur. Les demandes de chèquiers, de comptes additionnels en devises, ou encore de *Business Deposit Cards* seront aussi effectuées en ligne. Le produit étant toujours en cours de finalisation, dans un premier temps, une seule visite en branche sera requise, et ce pour la signature du contrat, mais très vite, le parcours entier deviendra *paperless*.

« L'idée, c'est de libérer le temps du client et du représentant de la banque. Toutes les formalités s'effectueront en ligne pour qu'à son arrivée en agence, le préposé, déjà en possession des informations nécessaires, sera plus apte à proposer des solutions et à dispenser des conseils au client plutôt qu'à discuter paperasse », explique Nadaraj. D'autres fonctionnalités seront ajoutées au parcours en ligne, une fois testées.



Avez-vous un compte Business ?

Bon nombre d'entrepreneurs n'ont pas de compte Business et préfèrent utiliser leur compte personnel pour des transactions commerciales. Et c'est un gros problème, affirme Nadaraj. « C'est important pour l'entrepreneur de réaliser que si nous n'avons pas de visibilité sur la santé de son business – et cette visibilité, nous l'avons à travers les chiffres –, nous ne pourrions pas le financer. Il est très important de ne pas mélanger les comptes business et personnel », dit-il.





Faire la part belle au label

Cinq ans depuis que le label *Made in Moris* existe, cinq ans qu'il a pu compter sur le soutien de la MCB. Avec le *Lokal is Beautiful Scheme*, ce partenariat est renforcé.

Saviez-vous que le label *Made in Moris* ne s'applique pas automatiquement à tout produit fabriqué localement ?

Eh non, il faut le mériter ! Jusqu'ici, soit cinq ans après le lancement du label, 95 entreprises sont enregistrées auprès de *Made in Moris*. Elles produisent 300 marques entre elles et le label est applicable à 3 000 produits (une marque peut avoir plusieurs gammes).

Alors, comment faire pour obtenir ce sceau qui, au fil des années, est devenu synonyme de confiance, de qualité, de traçabilité et de fraîcheur ? Il faut tout simplement être aux normes, explique Shirin Gunny, la *Chief Operations Officer (COO)* de *Made in Moris*.

Pour comprendre le pourquoi de ces normes, il faut d'abord comprendre le concept de *Made in Moris*, qui est un projet de société, explique Shirin. Tous ceux qui bénéficient du label en partagent les valeurs, dit-elle. Ces valeurs résident, entre autres, dans la qualité du produit fabriqué, la provenance des matières premières utilisées, le procédé de fabrication, le choix du fournisseur, une structure et des comptes transparents, mais aussi les conditions de travail des employés et la façon dont ils sont traités.

Si toutes ces conditions sont réunies, l'entrepreneur peut être fier du produit fini, ajoute-t-elle. Et c'est cette fierté que représente la certification *Made in Moris*. Êtes-vous prêts à relever le challenge ? Il suffit de contacter *Made in Moris* et d'avoir une discussion franche



Shirin Gunny est la *Chief Operations Officer (COO)* de *Made in Moris*.

sur les critères obligatoires avant de remplir quelques formulaires. S'ensuivra alors une visite de votre entreprise par le personnel de *Made in Moris* et SGS, partenaire stratégique du label basé à Genève, qui fournit des services d'ins-

pection, de vérification, de test et de certification. Cette visite de conformité de trois à cinq heures consiste en différentes catégories de questions pour attester de la qualité.

Après cinq ans à effectuer des visites d'entreprises, Shirin peut aujourd'hui, au bout d'une quinzaine de minutes, avoir une indication de la capacité d'une entreprise à obtenir sa certification. « *Les valeurs sont palpables, car c'est un état d'esprit, une attitude. En général, si quelqu'un adhère à ces valeurs, il passera le test* », explique la COO de *Made in Moris*.

La visite coûte Rs 6 600, pas grand-chose à vrai dire pour ce que c'est vraiment. Car s'il est établi que l'entreprise n'aura pas la certification, un rapport très détaillé lui sera tout de même remis, ce qui lui permettra de cerner ses forces et faiblesses à travers le pointage dans chaque catégorie. Ce rapport peut servir de ligne directrice si l'entrepreneur décide de se mettre aux normes.

Si l'entreprise passe le test de qualité, elle devra s'acquitter d'une cotisation annuelle dont le montant dépendra de son chiffre d'affaires. Celui-ci est de Rs 6 600 pour moins de Rs 10 millions par an. L'État subventionne cette cotisation à hauteur de Rs 5 000.

Bien évidemment, ces cotisations couvrent à peine les opérations de *Made in Moris*, qui arrive à garder la tête hors de l'eau grâce aux contributions annuelles de 20 grosses entreprises, basées sur leur chiffre d'affaires et au partenariat avec la MCB depuis la création du label il y a cinq ans. « *Franchement, sans la MCB, je ne sais pas si nous aurions tenu trois ans* », avoue Shirin.

Malgré toutes ces tracasseries, elle ne peut s'empêcher de voir le côté positif des choses : « *Les difficultés financières sont le revers, mais aussi la beauté de la médaille – cela fait de Made in Moris un projet inclusif. Grâce à 20 grosses entreprises, les petites peuvent bénéficier des mêmes avantages.* »



Pour la petite histoire

L'idée de créer un label *Made in Moris* émerge après l'annulation des tarifs douaniers sur les importations en 2012. La conséquence de cette décision est que les produits locaux n'ont dorénavant plus aucune protection et peuvent donc difficilement concurrencer ceux importés.

Chose qui alarme l'*Association of Mauritian Manufacturers (AMA)*, qui décide de se mobiliser pour sauver le savoir-faire mauricien et les quelque 210 000 emplois directs et indirects générés par l'industrie locale.

Sept ans après, le label *Made in Moris* est reconnu comme un sceau de qualité et ses valeurs sont celles auxquelles aspire le pays. Le succès est tel que la certification sera aussi appliquée aux services dans un proche avenir. Le statut de l'industrie locale connaît aussi une élévation, notamment depuis la campagne *Lokal is Beautiful* de la MCB, qui prône une économie circulaire où l'argent est redistribué et fructifié localement. « *Ce positionnement de la MCB est important, parce qu'au niveau des entreprises, le fait de savoir qu'il y a une banque qui non seulement nous accompagne dans cette démarche, mais s'engage aussi à revaloriser son territoire, est un signal positif qui les rassure* », affirme Shirin Gunny.

Les avantages d'être labellisé

Être labellisé, c'est d'abord avoir une certification qui garantit la qualité de votre produit et de sa fabrication. C'est aussi exister aux yeux du public grâce au réseau de *Made in Moris*, à des conseils en relations presse et à une présence sur les réseaux sociaux. C'est surtout appartenir à un écosystème où le plus petit va côtoyer le plus grand lors des événements de networking et autres. Là-bas règne l'entraide, car « *l'ADN Made in Moris veut dire qu'un entrepreneur est dans un mindset de générosité où il est prêt à prendre et à donner* », se félicite la COO.