

FINANCEMENT ET SERVICES DE PROMOTION D'ENTREPRISE POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENARIAT

**Approches à la pérennité
d'un centre de promotion
d'entreprise : Expérience de
Enterprise Uganda**

11-15 décembre 2006



DÉFIS LIÉS À LA GESTION D'UN CENTRE PUBLIC DE PROMOTION DES ENTREPRISES

- 1) Positionnement vis-à-vis des clients pour présenter l'approche ;
- 2) Pression en faveur de la pérennité au sens restreint ;
- 3) Gestion des associés/formateurs externes pour contenir les pressions croissantes qui pèsent sur un personnel de base réduit ;
- 4) Les capacités des PME de payer les taux du marché sont réellement limitées et souvent il n'existe pas une réelle culture de rémunération de l'expertise ;
- 5) Maintien du niveau de participation des femmes ;
- 6) Nécessité d'être perçu comme agissant effectivement dans le sens de l'exercice de votre mission ; et
- 7) Démarches de facilitation onéreuses pour l'accès au crédit.

1. Qualité des adhérents et composition du Conseil d'administration

- ❑ Composition, calibre et stature publique ;
- ❑ Des individus désintéressés partageant une même mission ;
- ❑ EUg honoré de la participation d'éminents membres du secteur privé, du secteur bancaire et de l'administration ;
- ❑ Le président d'EUg est l'un des membres les plus respectés et les plus prospères du secteur privé qu'a jamais connus l'Ouganda.

2. Qualité et utilité des produits

- ❑ Novateur pour répondre aux besoins évolutifs des PME ;
- ❑ Assurer un dosage entre les produits d'entrée déficitaires MAIS efficaces et les produits rentables ;
- ❑ ETW, un produit qui connaît un succès au départ, mais n'est pas souvent rentable. C'est une porte d'entrée à l'EYB ; jumelage d'entreprise, etc, qui sont rentables ; et
- ❑ Priorité à la qualité et à la préservation des intérêts de parties prenantes clés nanties.

3. Adéquation et qualité du personnel

- ❑ Les ressources humaines, facteur clé dans les services professionnels ;
- ❑ Les SPE exigent une équipe dotée de compétences vastes dans le domaine des affaires, d'une grande intégrité, très dévouée et regroupant différentes fonctions, cohérente ;
- ❑ Le défi consiste à conserver une équipe polyvalente ; EUg a mis en place un environnement professionnel stimulant, des salaires compétitifs et une culture professionnelle ;
- ❑ Il est important de disposer d'une équipe compétente de formateurs/associés externes fidèles au Centre et à sa direction ;
- ❑ La direction DOIT communiquer, sans relâche.

4. Niveau d'appui à travers le don de lancement

- ❑ Un financement suffisant pour les 3 à 5 premières années important pour le positionnement et la consolidation de l'image du centre ;
- ❑ Veiller à attirer et retenir les personnes les plus douées, renforcer les capacités institutionnelles et élargir les connaissances du personnel sur les questions liées aux PME locales et internationales ;
- ❑ Le Gouvernement joue un rôle clé pour assurer que les donateurs reconnaissent la nouvelle entité ;
- ❑ L'approche nationale de financement collectif par les donateurs y contribue davantage grâce au soutien de l'État.

5. Avantages des alliances avec les parties prenantes clés des PME

- ❑ Parties prenantes : banques, TNC, missions diplomatiques, agences de promotion des exportations, centre de privatisation, programmes publics d'éradication de la pauvreté, ONG et associations du secteur privé ;
- ❑ Comprendre les intérêts acquis de chaque partie prenante et démontrer une capacité d'en tenir compte au plus haut point.
- ❑ Pourquoi des alliances de parties prenantes : un moyen de s'assurer des clients de qualité et un appui financier direct fondé sur des avantages mutuels ;
- ❑ La plupart des parties prenantes n'ont aucune compétence de base concernant les solutions de développement des PME autres que financières ; et
- ❑ Nombre de parties prenantes sont disposées à externaliser la fonction de développement des compétences commerciales des PME à un partenaire ayant fait la preuve de sa compétence.

6. Publicité à moindre coût et durable

- ❑ La visibilité est bonne pour le positionnement du Centre ;
- ❑ Le positionnement détermine les tarifs pratiqués et les alliances ;
- ❑ Canaux : participation aux forums des PME, séances de formation de haut niveau pour le secteur privé, émissions-débats ; rencontres du Rotary, sessions académiques ;
- ❑ Couverture par la presse, y compris les magazines ;
- ❑ Invitation de gens d'affaires, d'hommes politiques de premier plan ;
- ❑ Participation aux programmes gouvernementaux de lutte contre la pauvreté, etc.

7. Degré et qualité de la recherche

- ❑ Se tenir au fait des principales évolutions et des faits d'actualité ayant un impact sur les PME ou qui les concernent, au niveau national et à l'étranger ;
- ❑ Créer un réservoir d'informations faisant autorité sur les questions relatives au développement du secteur privé et être un point de référence primordial pour les universitaires, les pouvoirs publics, etc. ;
- ❑ Citer toujours des exemples récents pour appuyer les argumentations/thèses ;
- ❑ Le personnel doit reconnaître la nécessité d'un apprentissage continu, de l'encadrement, du partage des expériences et des leçons tirées.

8. Niveau d'engagement des autorités publiques

- ❑ Le soutien des pouvoirs publics est indispensable, sous forme de participation aux activités, de contribution directe en numéraires et de promotion du centre auprès des donateurs partenaires ;
- ❑ La mauvaise coordination au sein de l'administration peut présenter un inconvénient important car elle pourrait entraîner une répétition des efforts ;
- ❑ Exploiter les contacts du Conseil d'administration et les contacts personnels pour toucher les organismes publics indépendants pertinents afin de solliciter leur appui.

9. C'est un travail ardu !

- ❑ Un leadership visionnaire armé d'une forte conviction quant à la mission de l'institution, l'importance à accorder aux besoins de la clientèle ;
- ❑ Venir à bout de tous les doutes et du scepticisme par des résultats concrets
- ❑ Innover sans cesse : même les meilleurs D'AUJOURD'HUI peuvent faire mieux DEMAIN ; et
- ❑ Être toujours à l'écoute des clients internes et externes pour être toujours à la pointe.

Approches stratégiques spécifiques

- Proposition de fournir des solutions aux problèmes préoccupants relatifs au secteur privé, tels que la jeunesse, le genre, l'accès au crédit, les exportations ;
- Concilier les intérêts et les politiques spécifiques des pouvoirs publics et des bailleurs de fonds ;
- Cibler des produits qui génèrent des résultats pouvant faire l'objet d'un suivi accéléré.

Approches spécifiques (suite...)

- Concevoir des programmes pour attirer les acteurs du secteur privé dotés de ressources et ayant un intérêt acquis dans les PME ;
- Appuyer les propositions sur les programmes antérieurs ;
- Alliances avec des promoteurs stratégiques comme la Banque mondiale ;
- Mener une action de lobbying auprès des décideurs stratégiques.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.