

# SOCIOLOGIE

## « La rage de gagner »

*Sociologue, expert en management et en communication, Pr. Mohamed Hamadi Bekouchi est aussi un spécialiste des secrets de l'univers entrepreneurial. En sa qualité de consultant international, il conseille de grands dirigeants aux quatre coins du monde. Après son dernier succès « La Diaspora Marocaine », son nouvel ouvrage, « La rage de gagner » s'attaque au sujet passionnant et épineux du développement personnel, de l'intelligence collective et de l'épanouissement de l'entreprise marocaine. Rencontré au Maroc, en décembre dernier lors de la conférence sur les Intégrales de l'investissement, il a bien voulu nous accorder un entretien sur ce fruit de trente années d'expériences au Canada, en France, en Grande Bretagne, aux Pays Scandinaves, au Brésil et en Afrique du Nord.*

*Éclairage:*

**Face à des bouleversements et défis économiques mondiaux, poussant le Maroc à investir dans le développement humain, peut-on dire que votre livre : *La Rage de gagner*, tombe à pic ?**

Ce n'est pas un hasard, l'économie du marché, de surcroît, la flambée des prix du pétrole imposent à toute entreprise ou nation qui ont des ambitions et misent sur l'excellence de se renouveler et de générer de nouvelles forces, de nouvelles idées et de nouvelles pratiques culturelles et managériales.

Actuellement, quelle que soit le nombre de son personnel, sa situation géographique et son secteur d'activités, l'entreprise a pris, par la force des choses, une dimension internationale. Les frontières administratives sont remplacées par d'autres virtuelles où les laissés pour compte, individus comme entreprises et nations, sont nombreux et voués à subir la loi du talion.

**Les hommes et les femmes exclus ? À vous entendre il va falloir un nouveau genre de visa !**

Dans mon livre, je ne parle pas de visa mais de SMIC culturel. Désormais, il n'est plus question, pour pouvoir être performant et concurrentiel, au moins pouvoir survivre au niveau matériel, de savoir lire et écrire: La société des sciences et des techniques nécessite de la part de chacun et de chacune la maîtrise d'un métier, des formations qualifiantes et une culture générale, la connaissance au moins de deux langues, et suffisamment d'outils de nouvelles technologies de l'information. Et ce n'est jamais assez encore moins de se laisser s'endormir sur ses lauriers! En effet, il faut être capable de s'adapter à un monde en perpétuel changement. Malheu-



reusement par rapport à ces exigences de la société, on enregistre que 3 marocains sur 5 sont exclus de cette équation.

**Le Maroc est inondé de produits américains et européens, et de plus en plus, à 10 dhs made in china, et l'Inde commence aussi à pointer son nez ; Y a-t-il des options à un défaitisme et un étouffement économique annoncés ?**

Sans être l'inventeur de l'eau chaude, deux choix intrinsèques et foncièrement s'opposent, s'imposent à la société marocaine !

Un premier se rattache au tiercé perdant composé de la corruption, de l'incivilité et de l'analphabétisme, qui, franchement, ronge ; De ce fait, il désagrège le quotidien du citoyen Marocain.

Un second, consiste plus que de prendre conscience passivement :

C'est de s'engager pleinement et collectivement, main en main, en misant sur un tiercé gagnant, qui allie Travail, Richesse et Bonheur: Seule et unique voie pouvant ouvrir au Maroc et aux Marocains la porte de la galaxie des nations heureuses.

C'est clair, ce deuxième choix oblige tous ceux qui sont aux postes de commandes et de décisions d'être des leaders innovateurs et preneurs de risque et aimant, avant toute chose, « le Produit Maroc » et d'en être fier.

**En écrivant « *La rage de gagner* », vous avez certainement pensé aux publics visés...**

Tout au long de la rédaction de mon ouvrage, j'étais très attentif et soigneux pour offrir aussi, au-delà des concepts et questions et des interrogations traitées, un temps de plaisir au lecteur. D'où un souci de vulgarisation et de pragmatisme.

Je l'ai imaginé comme un carnet de route vivant et modulable pour toutes les catégories socio professionnelles. En d'autres mots, il concerne tout aussi bien les petites et moyennes entreprises que les grands groupes, les municipalités, les partis politiques et les syndicats.

Concrètement, il s'adresse aux cadres, aux chefs d'entreprises, aux étudiants, aux dirigeants politiques et associatifs et également aux investisseurs étrangers et à la diaspora et, plus généralement, à tous ceux qui sont à la recherche d'outils managériaux qui prennent en compte la sociologie et la psychologie marocaine.

Très souvent, ces groupes de croissance sont, chacun à son niveau, constamment confrontés au déficit d'ouvrages en sciences de mana-

(Suite de la page 18)

gement et de communication dans nos libraires et bibliothèques universitaires.

A ce titre, il est regrettable que les leaders Marocains : dirigeants de grands groupes industriels et décideurs politiques, par pudeur ou par négligence ou encore par paresse intellectuelle, ne fassent pas partager leurs *Success stories*: Les générations montantes sont avides d'informations et du savoir !

**On veut être patron de soi même et gagner beaucoup d'argent... N'est ce pas plus de l'ordre des fictions inachevées ou, pire encore, jamais entamées ?**

Tous, nous pouvons imaginer des projets de création d'entreprise avec un énorme paquet d'idées, au-delà de l'effet de mimétisme malappris de la téléboutique ou du café entre deux cafés... Le processus de conception d'entreprise est très émouvant, stimulant ! Cependant il est aussi complexe et douloureux ; une souffrance, à la longue positive !

Le match n'est pas gagné d'avance car il faut avoir la bonne idée, savoir l'exploiter au bon moment, comprendre les mécanismes et la culture administrative, déceler les rapports professionnels, s'offrir des réseaux et des affinités solvables, sélectionner les informations utiles, et puis trouver l'accompagnement financier et psychosociologique.

Nous sommes loin du fantasme et des logorrhées des libres penseurs: L'entrepreneur a besoin quelque part d'avoir la tête dans les étoiles pour développer l'aptitude nécessaire d'anticipateur et de créateur, et surtout d'être bien dans ses baquettes, c'est à dire, solidement ancré dans la réalité et être en permanence à l'affût !

Rien d'étonnant si aujourd'hui seulement 2% des jeunes marocains qui sont, à priori, attirés par l'entrepreneuriat... Malheur ! Quand on sait que plus de 95% du tissu économique marocain est constitué de Petites et Moyennes Entreprises ! On peut être vraiment inquiet sur le renouvellement et la vitalité du secteur.

**Que fait-on pour soutenir les jeu-**

**nes qui se lancent dans la création de leur entreprise ? Y'a-t-il de véritables structures d'accompagnement au Maroc ?**

Au-delà de la caricature médiatique temporelle, en théorie, il existe une panoplie d'armada de structure d'accompagnement et d'incubation pour la création d'entreprise (CJD, CRI, ANAPEC, différentes fondations et associations...). Toutefois, en pratique, il n'existe pratiquement aucun espace réservé à la création ou à l'épanouissement de projet d'entreprise de A à Z... Y compris au niveau de l'université (facultés, grandes écoles, écoles de commerce...).

En réalité, le jeune entrepreneur se retrouve livré à lui-même dans un monde peu scrupuleux et inattentif où personne ne semble comprendre sa langue, son émotivité et ses aspirations; Les banquiers semblent être étonnés par la réussite de projets ingénieux de portée internationale menés par des jeunes promoteurs avec peu de moyens.

Pour créer désir et aspirations chez les générations montantes, il est indispensable de mettre en œuvre des dispositifs *ad hoc* d'incubation de projet, réservant une place cen-

trale à l'écoute, au conseil et au suivi, des dispositifs qui soient souples, pratiques et attractifs.

Parallèlement, il faut au niveau régional créer des banques de données et de projets innovants, en d'autres mots, faciliter les rencontres entre professionnels et primo arrivants par le biais de réseaux locaux (en même temps, via la diaspora marocaine) qui regroupent plus de 250.000 cadres de haut niveau (Bureau International du Travail) intervenant dans les grandes multinationales, les centres de recherche, les universités, les grandes agglomérations urbaines européennes et américaines, les médias, les clubs sportifs et de loisirs de renommée internationale ...)

**Finalement, quels seraient les secrets de la réussite selon vous ?**

Sans être donneur de leçon ni d'ordre, une entreprise comme une nation est, avant tout, une affaire d'hommes et de femmes; d'intelligence collective.

Il n'y a pas de mystère: Patrons et collaborateurs sont condamnés à travailler heureux, la main dans la main, partageant les mêmes objec-

tifs, la même philosophie, la même éthique et les mêmes valeurs pour le bien personnel et celui de l'entreprise en visant toujours haut et loin.

Le second facteur se rapporte aux profondes motivations, aux fortes convictions et au sentiment d'appartenance organique des acteurs sociaux à leur entreprise.

Vient ensuite, l'institution de la formation à vie, la prise de risque, la capacité d'adaptation au changement, la recherche et le développement, l'anticipation et assimilation des nouvelles règles des communications et du management inter-culturel ...

Tout ceci ne saurait être possible sans l'exigence voulue et désirée de travailler beaucoup, travailler encore et travailler toujours.

Enfin de compte, une fois, patrons et collaborateurs ont bien intériorisé leurs rôles et leurs missions, ils s'épanouissent, ils pourront dégager des forces inestimables, certes, aller au bout du monde et crier victoire.

Propos recueillis par A. El Fouladi

### LA RAGE DE GAGNER

Force est de constater que l'entreprise marocaine est encore mal armée dans la guerre économique que se livrent les multinationales. Afin d'émerger dans les remous et les turbulences de la mondialisation, elle doit se mettre, très rapidement à niveau et répondre aux nouvelles exigences de la société des sciences et des techniques.

Information interactive et NTIC, motivation profonde et responsabilisation, formation à vie, gestion du savoir et des compétences, art de communiquer, management du temps, fortes cultures et hautes valeurs, transparence et dialogue social, intégration professionnelle des jeunes, prétendants à la création d'entreprise, délégation du pouvoir, prise de risque, bien-être et qualité de vie, recherche et innovation, sont autant de facteurs clés de succès dont il faut se doter, indubitablement.

Pour la première fois au Maroc, un ouvrage décapant, voire dérangeant, de par sa constance, de sa méthode multidimensionnelle et de ses concepts innovants et pragmatiques, ose une plongée dans les profondeurs du monde du travail, des rapports sociaux et professionnels. Le but étant d'aiguiller patrons et collaborateurs vers l'entreprise citoyenne... vers l'entreprise gagnante... L'idée maîtresse de la « Rage de gagner » s'articule autour de la création du bonheur.

**Auteur**  
Sociologue, expert en management et en communication,  
Pr. **Mohamed Hamadi Bekouchi** est aussi un spécialiste des secrets de l'univers entrepreneurial.  
En sa qualité de consultant hors gabarit, il a conseillé de grands dirigeants aux quatre coins du monde. Après son dernier succès « La Diaspora Marocaine », son nouveau ouvrage, « La rage de gagner » s'attaque au sujet passionnant et épineux de l'intelligence collective et de l'épanouissement de l'entreprise marocaine.  
Vice la tuteur de trente années d'expériences au Canada, en France, en Grande-Bretagne, aux Pays Scandinaves, au Brésil et au Maroc.

COLLECTION  
RECHERCHES  
COMMUNICATION

Mohamed Hamadi  
BEKOUCHI

# LA RAGE DE GAGNER

Patrons et collaborateurs

Comment créer  
du bonheur et de la richesse  
dans votre entreprise ?

2008 9941-26-008-4

Prix: 78 DH  
12 Euros