

L'EXTERNALISATION À MAURICE : NE PAS CONFONDRE AVEC OFF-SHORE

Paris le 13 juin 2008 – On parle beaucoup d'off-shore, ou d'externalisation, sans très bien se rendre compte de la réalité des opérations sur le terrain ou des implications géo-économiques rattachées au pays cible. Nous avons aujourd'hui l'occasion de donner un coup de projecteur sur une destination que l'on a plutôt l'habitude de considérer au moment des vacances et non dans un contexte de travail. Mais ne nous trompons pas, derrière le lagon et les cocotiers se trouve une véritable fourmilière prête à prendre sa part du gâteau de la délocalisation informatique mondiale.

Pour ce faire, le gouvernement mauricien n'a pas lésiné sur les moyens en mettant toutes les chances de son côté, tant sur le plan fiscal des entreprises que sur celui des particuliers, sans oublier les facilités administratives pour l'installation des familles et la création des sociétés. Mais, revenons au début de l'histoire écrite par Michel Brocq en 2001, au moment où il créa MB Conseils.

Externalisation ou Off-shore ?

Directeur chez Yoplait-Candia, directeur dans le groupe Dataid, chasseur de têtes chez LGP Conseil, Michel Brocq crée MB Conseils en juillet 2001, afin d'aider les PME françaises à externaliser vers Maurice tout particulièrement. MB Conseils est une société de droit français, dont le siège est à Paris. Elle se positionne en tant que prestataire informatique spécialisé dans l'assistance technique (délégation d'ingénieurs mauriciens et malgaches), le recrutement d'ingénieurs mauriciens et malgaches pour les sociétés françaises, l'externalisation des développements et de la maintenance des programmes informatiques en langue française. Pour Michel Brocq, l'off-shore et l'externalisation sont deux marchés totalement différents :

- L'Offshore est un marché des grands donneurs d'ordres (organismes financiers, assurance, etc.) et des grandes entreprises prestataires (SSII, éditeurs de logiciels, etc.) ;
- l'externalisation est un marché des PME utilisatrices (petites, moyennes ou grandes) et des SSII (petites et moyennes). Ces deux marchés sont régis par des règles de fonctionnement totalement différentes comme on peut le constater sur le tableau.

Créer une entreprise à Maurice

- Cadre légal régi par le Companies Act «Registrar of Companies », institution responsable du registre des sociétés et des commerces à Maurice.
- Actionnariat à 100% étranger autorisé.
- Pas d'obligation d'avoir un partenaire local.
- Pas de capital minimum requis.
- Réservation du nom de l'entreprise au préalable pas obligatoire.
- Constitution (statuts de l'entreprise) pas obligatoire.
- Une entreprise peut être de type : *Domestique* (au moins un des directeurs doit être résident à Maurice et l'entreprise a des activités commerciales à Maurice) ; *Global Business* (GBL1 ou GBL2).
- Une entreprise peut être créée et enregistrée en moins de 3 jours.

Fiscalité: Légère, Simple, Equitable

- *Taxes Directes* : Impôts sur les sociétés à 15% ; Impôts sur la personne à 15%.
- *Taxes Indirectes* : TVA à 15% ; Taxe douanière: 3 bandes tarifaires de 0%, 15% et 30% (équipement informatiques et télécoms à 0%).
- Taux d'enregistrement des titres de propriété à 5%.
- Taux d'enregistrement des transferts d'actions à 5%.
- Taxe aux collectivités locales: 100• - 400• dépendant de la catégorie d'activités et du nombre d'employés.

Politique Fiscale Libérale

- Pas de contrôle de change
- Libre circulation des flux monétaires
- Pas d'impôts sur les dividendes
- Pas d'impôts sur les plus-values
- Pas d'impôts sur la fortune
- Pas d'impôts sur les droits de succession pour les descendants directs
- Profits et dividendes rapatriables sans aucune restriction
- Roupie mauricienne (MUR ou Rs) convertible: 1 euro = Rs42, 1 USD = Rs27 (taux de change moyen)

Charges Patronales

- Charges patronales inférieures à 10% de la masse salariale :
- 6% - Plan national de Pension (National Pensions Scheme). *Paiement d'une rente mensuelle à la retraite.*
 - 2,5% - Fond d'épargne national (National Savings Fund). *Paiement d'un montant forfaitaire à la retraite.*
 - 1% - Taxe professionnelle pour la formation (Training Levy).

Au moment de sa création auprès du registre des sociétés, l'entreprise est aussi enregistrée auprès des autorités financières : Bureau des impôts ; Bureau de la TVA ; Service des Douanes ; Ministère de la Sécurité Sociale

| MARCHE DE L'OFF-SHORE | MARCHE DE L'EXTERNALISATION |
|---|--|
| Avoir une méthodologie internationale | Avoir une méthodologie propre à sa société |
| Être capable de gérer des projets de grande envergure | Pouvoir gérer des projets de taille humaine |
| Posséder des moyens financiers importants | Posséder des moyens financiers adaptés à la prestation |
| Détenir une trésorerie élevée | Détenir une trésorerie adaptée et maîtrisable |
| Implanter un centre de développement à l'étranger | Être partenaire avec des entreprises locales |
| Avoir une importante couverture juridique et financière | Avoir une couverture juridique et financière française |

Travailler et Résider à Maurice

Un unique permis intégrant à la fois un permis de travail et un titre de séjour, qui permet à certaines catégories de ressortissants étrangers de travailler et de résider à l'île Maurice:

- Catégorie *Investisseur* : doit investir dans une entreprise qui réalise ou réalisera un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 3 millions de roupies mauriciennes (~ 70000 €).
- Catégorie *Professionnel* : doit être en possession d'un contrat d'embauche en bonne et due forme par une entreprise locale et qui doit stipuler que l'employé touchera un salaire mensuel brut supérieur ou égal à 30,000 roupies mauriciennes (~ 700 €).
- Permis valide pour une période de trois ans.
- Suite à la réception d'un dossier complet avec toutes les

LE TRANSPROMO S'INVITE CHEZ LES DSI

MAURICE (SUITE)

pièces justificatives, le permis est émis au plus tard dans les trois jours qui suivent.

- Le/la conjoint(e) et les personnes à charge accompagnant le détenteur d'un « Occupation Permit » sont aussi éligibles à un permis de résidence.
- Les conjoints(tes) et étrangers possédant un Permis d'Occupation seront habilités à travailler au pays.

Résidence Permanente à l'Île Maurice

- Un investisseur est éligible au statut de résident permanent à l'expiration de son « occupation permit » après 3 ans, sous les conditions suivantes :
- L'entreprise de l'investisseur devrait avoir réalisé un chiffre d'affaires annuel de plus de 15 millions de roupies mauriciennes (~ 350 k€) au cours des trois premières années (soit équivalent à environ 1 M€ cumulé sur 3 ans).
- Le permis de Résidence Permanente sera valable pour une durée de 10 ans et est renouvelable.
- Un « résident permanent » peut résider, circuler, travailler et faire l'acquisition d'un bien immobilier résidentiel personnel, librement et sans aucune restriction.
- Le détenteur d'un « Occupation Permit » ou un « résident permanent » peut être fiscalement résident Maurice s'il a passé plus de 180 jours sur l'île pendant l'année fiscale.

Ressources Humaines

- Lois du travail flexibles.
 - Contrats de travail type CDI ou CDD.
 - Semaine de 40 à 45 heures.
 - 12-14 jours fériés en moyenne par an.
 - Charges sociales très faibles: moins de 10 %.
 - Contribution de 1% de la masse salariale pour la formation professionnelle.
 - Remboursement de la formation professionnelle à hauteur de 75%.
- Main d'œuvre très compétitive, avec salaires mensuels brut (approx.):
- Réceptionniste : 150 à 200 €
 - Secrétaire : 200 à 300 €
 - Technicien informatique : 200 à 400 €
 - Ingénieur Informatique: 600 à 1000 €
 - Comptable qualifié : 600 à 900 €
 - Manager : 800 à 1000 €

Paris le 30 juin 2008 - *Le Transpromo (contraction des termes Transactionnel et Promotion) est une approche ou une technique marketing, qui consiste à utiliser les relevés de compte ou autres documents de gestion comme supports marketing. Véritable tendance sur le marché, cette nouvelle méthode de communication s'impose à ce jour comme un vecteur de promotion incontournable et arrive progressivement dans le haut de pile des projets stratégiques des DSI. Jean-Jacques Joly, « Group Manager pour Exstream by HP » nous fait partager son expérience.*

Pour commencer, il convient de noter que l'impression promotionnelle transactionnelle n'est pas un produit. C'est un ensemble de bonnes pratiques qui permet aux entreprises d'améliorer les communications avec les clients en exploitant les informations dont elles disposent sur eux. L'objectif est de compiler sur un document important et lu par ses destinataires des informations dites de gestion, et espaces de promotion visant à informer ses clients, leur proposer de nouveaux produits et les fidéliser.

Transformer les documents

Les documents les plus lus sont bien entendus les factures et les relevés de compte. En moyenne, les clients consacrent 42 secondes à la lecture de leur relevés de compte. Très simple et pragmatique sur le papier, cette approche s'appuie sur une série de mécanismes avancés et plusieurs principes fondamentaux : la mise en page, les informations ou encore la diffusion. A ce stade l'on perçoit aisément le rôle joué par les technologies et les DSI dans la mise en œuvre d'un tel processus industriel. Un point intéressant de l'approche Transpromo tient à la composition et à la forme des documents. En effet, dans de nombreux cas, l'approche Transpromo a permis aux entreprises de moderniser leur communication et de transformer un document austère (facture) en un vecteur d'information plus convivial (association texte, image, couleur.). On notera d'ailleurs que, selon InfoTrends (2007), 10% des documents transactionnels au monde ont été imprimés en couleur variable cette année. Ce chiffre en augmentation devrait atteindre près de 33% d'ici 2010. Aux Etats-Unis, plus de 1,62 milliard de pages numériques Transpromo variables en pleine couleur ont été imprimées en 2007.

Quelle information et pour qui ?

Là encore, les réponses sont variées. Bien entendu, la grande majorité des informations présentent des services ou produits complémentaires proposés par les émetteurs des factures (extension de forfaits pour les opérateurs, nouveaux placements pour un groupe financier). Nouvelle approche directe des entreprises, le but recherché étant à la fois une rationalisation des coûts de publicité et l'assurance de gagner en visibilité. Placé sur le document de gestion, le message a nettement plus de chances d'être lu que s'il est sur un document séparé. On estime aujourd'hui que les 2 tiers des documents « marketing » passent directement à la poubelle. Mais au-delà de ce premier champ d'application, l'émergence de messages non directement liés aux produits commercialisés directement voit le jour. Ainsi de nombreux encarts partenaires émergent progressivement sur certains documents. Le but étant pour ces derniers de capitaliser sur la base client de leur partenaire et de proposer leur service de manière indirecte et cautionnée par leur partenaire. On notera que, pour l'émetteur des documents, cette pratique lui permet de maîtriser ses coûts de production en en faisant supporter une partie par ses partenaires annonceurs.

A la croisée des technologies

Au niveau technologique, le challenge est donc de compiler des données hétérogènes (données, images, textes...), de les associer puis d'éditer en masse de manière industrielle. Le Transpromo nécessite surtout une intégration avancée des différentes solutions du système d'information notamment de la solution éditrice avec les CRM (gestion de la relation client). A noter également que pour être pertinente l'approche Transpromo doit être personnalisée et prendre en compte les spécificités de chaque consommateur pour lui proposer des produits et services adaptés au plus proche de ses habitudes. Au croisement de deux univers (technologie et marketing), l'approche Transpromo devrait rapidement connaître une croissance exponentielle car fortement marquée par un caractère très opérationnel, synonyme d'optimisation de la relation client et de développement des parts de marché. La mise en œuvre de projets Transpromo est certes complexe, mais elle pourrait aider les entreprises à exploiter de nouveaux gisements de croissance.

Jean-Jacques Joly

i-L&S, lettre hebdomadaire, comporte 40 numéros par an. La rédaction ne garantit pas l'exactitude absolue, ni le caractère exhaustif des informations publiées. Directeur de la Publication : Roger BUI. Toute reproduction est strictement interdite. RCS Paris B 480 791 854. Dépôt légal 3^e trimestre 2008. Envoyez vos communiqués par email uniquement (rbui@ipresse.net).

Editeur : iPresse.net, 99 rue Brancion, 75015 Paris.

Cliquez : [Bulletin d'Abonnement](#) - Email : contact@ipresse.net - <http://www.ipresse.net>