

# Latitude internationale

accompagner votre entreprise sur les marchés extérieurs

## Banque de l'Economie

Le nouvel esprit d'entreprise

à l'essentiel

n°6 - juin - juillet 2010



DOSSIER

## Éditorial

Le Maroc est un pays de traditions où la modernité s'impose progressivement grâce à une politique de développement des infrastructures (télécommunications, routes, TGV, port de Tanger Med,..), même si l'agriculture, le textile, le tourisme et la production de phosphates demeurent encore les principaux secteurs de l'économie marocaine.

Les gouvernements du défunt souverain Hassan II et de son fils le roi Mohamed VI ont fait le choix de l'ouverture économique et politique à l'échelle internationale, avec la signature de plusieurs accords de libre-échange avec l'Union Européenne, les Etats-Unis, les autres pays arabes et la Turquie.

Malgré la persistance de fortes inégalités sociales, d'une grande disparité entre les régions et de certaines faiblesses structurelles, la politique de soutien au développement a permis une croissance moyenne du PIB d'environ 5 % par an au cours de la dernière décennie.

Le système bancaire est sain et a été relativement bien préservé de la crise financière mondiale, compte tenu de sa faible exposition à l'international.

Le Maroc attire ainsi de nombreux investisseurs étrangers et se situe aujourd'hui au 5<sup>ème</sup> rang des pays africains pour le volume des IDE. Certains secteurs ont bénéficié du plan de soutien gouvernemental à la croissance sous la forme

d'allègements de charges (textile, cuir, automobile) ou d'avantages fiscaux (tourisme).

L'ouverture économique et la pratique usuelle du français dans ce pays accueillant ne doivent cependant pas occulter le fait que les affaires ne se traitent pas de la même manière qu'en France.

Notre Groupe dispose au Maroc d'une équipe dont le savoir-faire est fondé sur une connaissance approfondie des pratiques sociales et culturelles, des secteurs économiques, des circuits commerciaux et du système bancaire.

Notre Groupe est également actionnaire de la Banque Marocaine du Commerce Extérieur (BMCE Bank) avec laquelle il a noué un partenariat privilégié.

Nos spécialistes en France et au Maroc sont à votre disposition pour vous aider à réaliser vos projets. Ils ont l'ambition de vous conseiller efficacement et de vous faire gagner un temps précieux en vous guidant dans votre démarche à l'international.

Je vous invite donc à prendre contact avec votre chargé d'affaires qui, en concertation avec nos équipes à l'international, vous proposera les solutions les mieux adaptées à votre problématique.

**Thierry Delarue**

Directeur des Activités Internationales

indicateurs

29,2 Mds EUR

Volume d'échange avec l'Union Européenne



## DOSSIER

- Échanges commerciaux
- Indicateurs
- Secteurs porteurs
- Aborder le marché marocain
- Système bancaire et moyens de paiement

### REPÈRES

- **1<sup>ère</sup> réserve** mondiale de phosphates
- **1<sup>er</sup> producteur** d'engrais phosphatés
- **Les échanges avec l'UE** représentent un volume total de **29,2 milliards d'euros**

### CHIFFRES 2009

- 5,2 %** Taux de croissance
- 87,1 Mds USD** de PIB nominal
- 2 724 USD** par habitant
- 1,0 %** Inflation
- 2,2 %** du PIB de déficit budgétaire (15,9 Milliards Dhs)
- 23 Mds USD** Réserves de change (7 mois d'importations)

# Le Maroc

## Un pays émergent

**Des institutions financières aux investisseurs privés, les avis sont unanimes pour dire que les finances sont saines et l'environnement favorable aux affaires.**

Le Maroc compte 32 millions d'habitants, dont la moitié a moins de 24 ans. La diaspora, essentiellement européenne, représente 3,5 millions de personnes.

Ce pays jeune et dynamique, affiche régulièrement depuis 10 ans une croissance de son PIB supérieure à 4 %.

C'est une monarchie parlementaire, gage de stabilité politique.

Le pays s'étale en longueur avec deux façades méditerranéenne et atlantique de 3500 km.

Le phosphate, première ressource naturelle, représente les premières réserves mondiales avérées.

En 2009, le pays a bien résisté à la crise avec un taux de croissance de 5,2 % grâce au dynamisme de la demande interne et à la bonne tenue du secteur agricole. Par ailleurs, l'impact direct de la crise financière a été limité en raison de la solidité du système bancaire, solvable et liquide.

En revanche, les secteurs tournés vers l'export, comme le textile, l'aéronautique, l'automobile, et l'électronique ont souffert de la baisse de la demande mondiale.

L'État dispose d'une marge de manœuvre satisfaisante pour soutenir la croissance tout en préservant sa situation financière. Ainsi, la dette souveraine du Maroc est notée « BBB- » par l'Agence Standard & Poor's, en « grade d'investissement », depuis mars 2010.

Les atouts du Maroc sont notamment sa proximité géographique avec l'Europe (son premier client) et la pratique courante de 2 langues européennes (le français et l'espagnol) par la majorité de la population locale.

Enfin, notons que le Maroc offre de belles opportunités en matière de coût sur un nombre important d'activités industrielles.

Fort de ces constats, le Maroc a créé en 2009 un Plan de développement des métiers exportateurs, baptisé « Plan Emergence », afin de focaliser les efforts de relance industrielle sur les filières pour lesquelles le pays possède des avantages compétitifs sur des sites dédiés, à savoir : la sous-traitance aéronautique et automobile, le secteur agricole (Plan Maroc Vert) et le domaine de la pêche (Halieutis).

**Sous-traitance aéronautique et automobile :** Le pays est devenu un site reconnu dans le monde entier : Renault est en train de construire une usine de 400 000 véhicules / an à Tanger.

**Plan Maroc Vert :** La priorité est donnée à l'affranchissement et à la modernisation de l'agriculture pour favoriser la naissance d'un véritable pôle agro-industriel. C'est pourquoi le gouvernement marocain a lancé en 2008 le Plan Maroc Vert qui vise à multiplier la valeur ajoutée du secteur agricole par 2,5 d'ici 2020.

**Halieutis :** La mer n'a pas été oubliée avec ce plan qui base son action sur trois axes : l'exploitation durable des ressources, la recherche de la performance et de la qualité et le renforcement de la compétitivité. ■

**« Qualité, Compétitivité, Performance »**

# La **BECM** pour vous au Maroc



## parcours

**Mahmoud BELHOUCINE**  
Marié, 68 ans, 2 enfants  
**Directeur du bureau**

### Formation

- Ingénieur chimiste
- IAE de Lyon.

### Carrière

Expérience industrielle,  
bancaire, économique  
et juridique :

- **Pétrole** (raffinerie SAMIR).
- **Maritime** (directeur d'une société de remorquage).
- **Promoteur d'investissement** dans le transport de gaz liquide (achat du 1<sup>er</sup> butanier marocain).
- **Agro-alimentaire** Président délégué de la conserverie GEO.



« Un accompagnement  
sur mesure »

#### Debout :

Karim RAOUI,  
Jamila CHAÏB,  
Rachid MEROUAN

#### Assis :

Naïma AÏN,  
M. Mahmoud  
BELHOUCINE,  
Salima EL BAZ  
Absente de la photo :  
Nisrine MESMOUDI

#### ► contacts

Pour rencontrer le directeur  
du bureau de représentation,  
contactez votre chargé d'affaires  
en agence.

### Missions :

#### ● Assistance dans la réalisation de vos projets commerciaux et industriels au Maroc

Aborder le marché marocain peut paraître facile, toutefois, il est indéniable qu'il ait de multiples spécificités :

Le bureau de représentation de Casablanca a de nombreuses expériences d'assistance réussie depuis sa création en 1987.

Il a ainsi accompagné de nombreuses entreprises dans leurs démarches de prospection à l'étranger, soit par le biais de prestations standards, soit via AIDEXPORT, notre filiale d'expertise à l'international.

#### ➔ Évaluation des marchés :

Analyses de marchés qui permettent à nos clients d'avoir une idée concrète des potentialités pour leurs produits (environnement, concurrents, distribution, importations, prix, questions spécifiques, manifestations commerciales, associations professionnelles), quel que soit leur domaine d'activité : pompes centrifuges, micro-stations d'épuration, poudre de céramique pour orthodontie, logiciels destinés aux opticiens, profilés en aluminium, formation spécialisée, ...

#### ➔ Recherche de partenaires :

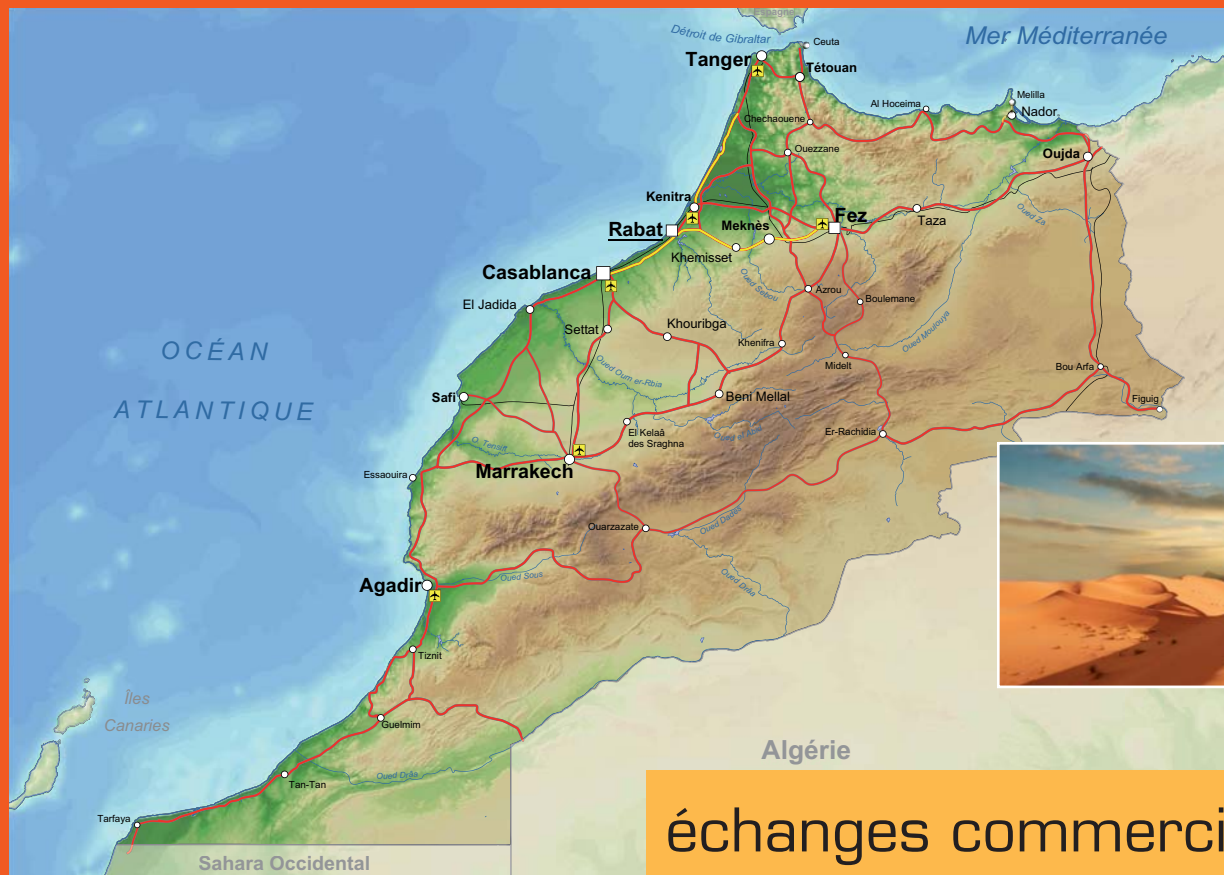
Recherche de clients potentiels sur la base d'un cahier des charges du client. Ces recherches peuvent également concerner des fournisseurs, des distributeurs et se finalisent par un programme de rendez-vous sur place.

#### ➔ Assistance diverse et / ou complexe :

Le bureau se charge de prestations « à la carte » qui vont de l'étude approfondie de la concurrence à l'assistance à l'implantation : aide à la formalisation du projet, réalisation du business plan, faisabilité du projet, recherche de locaux, aide à la création de sociétés, présélection du personnel, référencement auprès d'organismes, recherche de partenaires, assistance à l'encaissement de créances, ...

#### ● Facilitation des opérations auprès des banques locales, notamment auprès de la Banque Marocaine du Commerce Extérieur (BMCE), dont le capital est détenu à 25 % par notre Groupe

Ainsi nous vous assistons pour ouvrir des comptes auprès des banques locales, plus particulièrement sur la BMCE et vous guidons pour la recherche de financements... ■



## échanges commerciaux

### ► Les relations avec la France en 2009

La France reste le premier fournisseur et le premier client du Maroc, bien que l'on constate une érosion régulière de ses parts de marché.

- Au terme des deux premiers mois de l'année 2010, le solde de la balance commerciale s'est amélioré de 1,7 milliard de Dhs, résultat d'une forte progression des exportations par rapport aux importations. Ainsi, les échanges commerciaux entre le Maroc et la France représentent 10 817,5 MDhs, soit 18,2 % du total des transactions commerciales du Maroc avec l'étranger, faisant ressortir un déficit de 2 311,7 MDhs en faveur de la France.

- La France demeure un des premiers investisseurs étrangers au Maroc avec plus de 500 entreprises dont 400 filiales. 38 des entreprises cotées au CAC 40 sont également présentes au Maroc.

### ► Les relations avec les autres pays

Le Maroc s'est ouvert sur le monde en passant de nombreux accords bi et multilatéraux qui ont renforcé sa compétitivité. Première destination touristique, le Maroc est aussi le premier pays d'accueil de la diaspora marocaine. Il y a une communauté française importante, en activité ou en retraite.

## indicateurs

### Les points forts

- Pays francophone.
- Infrastructures importantes (routes, autoroutes, aéroports, ports,...).
- Fiscalité attrayante.
- Grand réseau de PME-PMI.
- Main-d'œuvre ayant un bon niveau de formation.
- Coût de main-d'œuvre attractif.

### Les points faibles

- Déficit en formation adaptée dans quelques spécialités.
- Difficulté d'accès au financement pour les PME-PMI.
- Transformation des produits agricoles peu développée.
- Encore des lenteurs administratives.
- Croissance fortement dépendante du secteur primaire, notamment agricole.

## secteurs porteurs

### A l'import :

- ▶ Agriculture
- ▶ Équipements et infrastructures
- ▶ Textile (tissus)
- ▶ Assainissement
- ▶ Cosmétiques
- ▶ Biens d'équipement
- ▶ Machines, équipements industriels

### A l'export :

- ▶ Tourisme
- ▶ Équipement automobile
- ▶ Aéronautique
- ▶ Phosphates
- ▶ Mines

## aborder le marché marocain

- ▶ Soyez patient, rigoureux et restez professionnel !
- ▶ Pour une première fois, il faut utiliser des canaux professionnels et ne pas essayer de se « débrouiller » seul, en jouant sur du relationnel multiple non adapté (amis ou connaissances vivant en France) qui ne sont pas au fait d'un environnement économique dynamique.
- ▶ Une première mission de prospection sur le marché marocain ne peut suffire. Il faut avoir du souffle ; si des potentialités sont perceptibles, garder le contact, revenir en profitant de la proximité géographique du Maroc car le marché est ouvert et la concurrence y est vive.
- ▶ Les Marocains, via les chaînes satellitaires ou les relations familiales en France, suivent l'actualité et connaissent

les positions politiques de la France sur les grands problèmes internationaux. Il ne faut pas être fermé à la discussion sur ces grands sujets.

- ▶ L'hospitalité marocaine est légendaire, cependant, votre interlocuteur appréciera que vous lui rendiez l'invitation afin que toute négociation se déroule dans un équilibre total.
- ▶ La proposition commerciale doit être dès le départ acceptable afin d'éviter de sombrer dans un marchandage qui deviendrait insupportable.
- ▶ La société française doit déléguer au Maroc des technico-commerciaux expérimentés, (hommes ou femmes), capables de gérer les besoins dans leur ensemble, avant d'arriver à la négociation-vente pure et simple.

## le système bancaire et les moyens de paiement

- ▶ Le système bancaire marocain est de niveau comparable à celui des banques européennes et les moyens de paiement internationaux les plus usités (crédoc, Lettre de Crédit stand-by, avances, acomptes, ...) sont largement connus et pratiqués.

- ▶ Attention cependant : les entreprises françaises oublient parfois que, même si les relations courantes sont facilitées, le Maroc ne fait pas partie de la zone euro et il y a, au Maroc, une réglementation des changes. N'hésitez pas à prendre conseil avant de vous engager.



- Population : 31 millions d'habitants, dont 56 % en ville
- Capitale : Rabat
- Villes Principales : Fez, Agadir, Tanger, Marrakech, Rabat, Casablanca
- Superficie : 710 850 km<sup>2</sup>
- Monnaie nationale : Dirhams (1 EUR = 11,35 MAD environ)

### POUR EN SAVOIR PLUS

Vous souhaitez conquérir et développer des marchés, la BECM vous accompagne dans votre stratégie commerciale sur un ou plusieurs pays et trouve des partenaires industriels et commerciaux. Renseignez-vous auprès de votre **chargé d'affaires** en agence. Vous pouvez également consulter notre site : [www.becm.fr](http://www.becm.fr)

## NOS CLIENTS TÉMOIGNENT...

## Développer l'export en direct.

La société **PLASTIQUES de l' AISNE**, cliente de notre Groupe, est une entreprise familiale dirigée par **M. et Mme NOLLET** et leurs deux fils, spécialisée dans la chaudronnerie et la tuyauterie plastique. Ses clients travaillent dans les secteurs du traitement de l'eau, du traitement de surface, du traitement de l'air et de l'agro-alimentaire. **M. Sébastien NOLLET**, leur fils revient d'une mission commerciale au MAROC et témoigne.

**E**n mars dernier, Monsieur Sébastien NOLLET a été invité par son chargé d'affaires à rencontrer M. Mahmoud BELHOUCINE, directeur du bureau de représentation du Groupe à Casablanca, à l'occasion d'une journée pays Maghreb.

Ce rendez-vous a été révélateur, il lui a permis de prendre conscience que le Maroc pouvait présenter des opportunités dans le secteur d'activité de la société PLASTIQUES DE L' AISNE.

« Le directeur du bureau de représentation marocain a confirmé être en mesure de nous organiser un programme de rendez-vous avec des clients potentiels, à l'issue d'une recherche de contacts préalable. Nous avons alors décidé de nous rendre au Maroc, pour rencontrer ces sociétés.

Lors de la mission, nous avons pour objectif de comprendre la culture, le fonctionnement du pays, les circuits de distribution et d'évaluer le potentiel local. En visitant d'importantes sociétés locales, publiques et privées, nous avons eu un aperçu intéressant du potentiel global et constaté que le degré d'exigence de qualité était très fort. Nous avons également découvert que le secteur du traitement de surface est en pleine expansion au Maroc. Nous avons compris que nous avons un réel atout par rapport aux plasturgistes locaux, à savoir, l'apport d'une réelle valeur ajoutée en matière d'engineering et de process de fabrication.

Au retour de la mission, nous avons constaté qu'il fallait relancer de nombreuses fois avant de voir une affaire déboucher. En effet,



« les négociations qui durent » font partie intégrante de la culture marocaine. C'est un paramètre important à connaître car le relationnel et le sens du contact sont très importants au Maroc.

Le Bureau de représentation nous a accompagnés dans toutes nos démarches auprès des sociétés rencontrées. Nous tenons à féliciter l'équipe, pour la qualité du ciblage et pour sa connaissance du tissu économique et industriel marocain. L'intervention du bureau et l'organisation logistique nous ont fait gagner un temps précieux.

La mission a duré 3 jours durant lesquels nous avons rencontré 9 clients, basés à différents endroits du Maroc. Nous recommandons donc vivement aux exportateurs français souhaitant se développer sur place d'être accompagnés lors de leurs rendez-vous, par les experts du bureau de représentation.

Dans tous les cas, nous allons relancer très régulièrement les contacts identifiés afin de ne pas laisser retomber l'intérêt des sociétés que nous avons rencontrées et nous prévoyons, d'ores et déjà, de recourir aux services du Groupe à l'international pour prospecter les marchés voisins que sont la Tunisie et l'Algérie ». ■

« Potentiel global et degré d'exigence qualité forts ».

Maroc



## ► FICHE D'IDENTITÉ

**SOCIÉTÉ**  
**PLASTIQUES DE L' AISNE**

- **Création : 1996**
- **Effectif : 40**
- **Activité :**  
chaudronnerie  
et tuyauterie plastique
- **CA : 5,5 M€**  
dont 5 % en indirect  
sur Chypre, Tunisie  
et Royaume uni
- **Site internet :**  
[chaudronnerieplastique.fr](http://chaudronnerieplastique.fr)

## SOLUTIONS



- Éclairage marché
- Liste travaillée
- **Recherche de contacts**
- **Mission commerciale de prospection accompagnée**
- Ciblage export multipays
- Approche commerciale
- Recherche de partenaires commerciaux ou industriels
- Assistance à l'implantation

## ► contactez-nous

Pour rencontrer le directeur du bureau de représentation, contactez votre chargé d'affaires en agence.

## NOS CLIENTS TÉMOIGNENT...

## Trouver le meilleur produit, original et innovant.

IMAGIQUE, cliente de notre Groupe, représentée par sa dirigeante **Dominique Malfettes**, est installée à ISTRES. Elle est spécialisée dans la communication par l'objet (sur supports textile, papier ...), la reprographie (à partir de papier recyclé) et la dématérialisation d'archives. La société conçoit, fait fabriquer et commercialise des gammes de produits issus du développement durable (T-shirts, calculatrice à énergie hydraulique, stylos, clés USB...)

IMAGIQUE agit en faveur de l'environnement. C'est ainsi que Dominique Malfettes a signé un contrat avec la société CONIBI, pour la collecte, la valorisation ou l'élimination de déchets industriels.

La Société est en cours d'une certification pour l'environnement « IMPRIM VERT ».

Dans ce contexte, IMAGIQUE a gagné la confiance de grands donneurs d'ordre et compte parmi ses clients aujourd'hui: ALSTHOM, CYCOFOS (GROUPE SUEZ), SNECMA, SPSE, AREVA, DUMEZ MEDITERRANEE, LYONDELL.

Soucieuse du respect de l'environnement mais également soucieuse du bon rapport qualité-prix, Dominique Malfettes voulait cibler le Maroc afin de valider et vérifier la qualité des supports textiles. Elle s'est adressée à sa banque qui l'a mise en relation avec le bureau de représentation du Maroc.

Sa démarche sur place visait à rechercher des fournis-

seurs ayant un lien avec la fabrication d'objets publicitaires, la sérigraphie, la tampographie et la broderie.

Dominique Malfettes a établi un cahier des charges précis, nécessaire au bureau de représentation pour l'accompagner dans ses démarches. Des sociétés locales ciblées ont répondu à ce cahier des charges et un programme de rendez-vous a été organisé du 29 au 31 mars 2010.

« Il y a un fort potentiel notamment sur le textile, nous avons rencontré des fabricants qui

nous ont présenté des produits de qualité à des prix très intéressants. Nous avons eu en retour quatre devis, dont trois semblent favorables à notre demande (il s'agit de grandes quantités). A ce jour, nous attendons toujours les devis pour des quantités moyennes.

En rencontrant ces sociétés, nous avons pris conscience que les interlocuteurs rencontrés étaient à l'écoute; cependant, nous avons également constaté qu'il fallait être sur place pour suivre la production et veiller à ce que les délais soient respectés.

Dans tous les cas, l'assistance du Bureau de représentation a été précieuse et nous a permis de gagner du temps puisque la prospection et les rendez-vous avaient été pris en amont.

Nous n'avions plus qu'à faire nos demandes en direct aux différents fournisseurs. Notre déplacement a ainsi été optimisé.

A ce jour nous ne sommes pas en mesure de quantifier les retombées. Nous pensons pouvoir travailler avec au moins deux fournisseurs. Nos projets devraient se concrétiser dans les six mois à venir.

Cette expérience fut enrichissante dans la mesure où aucune démarche similaire n'avait été menée au préalable; nous suivons les contacts et espérons pouvoir engranger les fruits de notre prospection. ■



« Un fort potentiel notamment sur le textile ».



► FICHE D'IDENTITÉ

#### SOCIÉTÉ IMAGIQUE

- **Création:** 1993
- **Effectif:** 5
- **Activité:**  
reprographie,  
gestion électronique  
de documents,  
communication par l'objet,  
édition.
- **Spécificité:** la société axe  
sa stratégie sur le respect  
de l'environnement  
(utilisation de papier  
recyclé, d'encre végétales...)
- **CA:** 600 000 €

#### SOLUTIONS



- Éclairage marché
- Liste travaillée
- **Recherche de contacts**
- **Mission commerciale de prospection accompagnée**
- Ciblage export multipays
- Approche commerciale
- Recherche de partenaires commerciaux ou industriels
- Assistance à l'implantation

#### ► contactez-nous

Pour rencontrer le directeur du bureau de représentation, contactez votre chargé d'affaires en agence.

Maroc

# Financement Assurance Prospection

Rencontrez votre chargé d'affaires pour faire financer votre prospection à l'étranger...

## Quelques rappels sur l'Assurance Prospection Coface

Vous avez eu recours ou vous souhaitez bénéficier du contrat d'ASSURANCE PROSPECTION COFACE dans l'optique de couvrir votre risque d'échec commercial.

La COFACE prend en compte un budget de dépenses éligibles, au titre de cette prospection, budget que vous allez utiliser par exemple, pour refaire de nouvelles plaquettes commerciales, élaborer un nouveau site internet (traduit en anglais), faire appel à des experts pour mieux appréhender un marché et cibler des clients potentiels (avec l'appui, notamment de nos bureaux de représentation à l'étranger...).

Vous allez donc contracter ces dépenses durant une année, à concurrence du budget que la COFACE a accepté et vous percevrez une indemnité provisionnelle (représentant un pourcentage du montant de votre budget), à l'issue de cette même année.

## Pouvez-vous prétendre à un financement auprès de votre banque pour faire face à ces dépenses nouvelles ?

La réponse est « oui », il s'agit du Financement Assurance Prospection (FAP), mis en place dans l'attente du versement de l'indemnité provisionnelle, à l'issue de l'exercice.

### Comment obtenir ce financement auprès de ma banque ?

Votre chargé d'affaires vous guide pour informer la COFACE de vos projets et de l'intervention de votre partenaire bancaire pour financer vos dépenses de prospection.

Pour proposer ce financement, l'établissement bancaire doit avoir été signataire d'une convention partenaire avec la COFACE, ce qui est le cas de notre Groupe, dans la mesure où nous avons été l'un des premiers établissements bancaires à signer la convention de partenariat avec la



COFACE et à présenter 60 % des dossiers FAP.

Les conditions d'octroi de ce financement sont souples. Il est garanti à 100 % par l'État dans la majorité des cas (montant du budget COFACE allant jusqu'à 100 K€).

### Notre Groupe vous accompagne en amont et en aval de votre projet :

- **En amont**, en facilitant vos démarches de prospection ; en effet, les bureaux de représentation du Groupe effectuent des démarches pour le compte de votre entreprise, dans le pays concerné, selon la prestation proposée et retenue.

Il est à noter que le montant de ces prestations ne doit pas représenter plus de 30 % du montant du budget de dépenses octroyé par la COFACE et vous devez impérativement vous déplacer dans le pays prospecté, pour prétendre à une prise en charge.

- **En aval**, en finançant ces dépenses.

**Contactez votre chargé d'affaires,**  
il sera votre guide pour mener à bien vos projets !



Banque de l'Économie  
Le nouvel esprit d'entreprise

n° 6 - juin - juillet 2010

Directeur de la publication : Thierry Delarue - Rédactrice en chef : Danièle Luczak

Comité éditorial : Nadège De Cauwer, Jean Lhermite

Crédits photos : © Thinkstock

Réalisation : Mistigris communication

Impression : GRLI INTERPRINT - Dépôt légal : juin 2010.

### ► contactez-nous

Pour en savoir plus,  
contactez votre chargé d'affaires  
en agence.