

Comment la France compte séduire les investisseurs marocains

Investissement. Business France veut positionner le marché français sur la carte des ambitions des entreprises marocaines. Cette structure vient de lancer une offensive qui vise à convaincre les hommes d'affaires marocains d'investir dans l'Hexagone. PAR **ROLAND AMOUSSOU**

C'est une large offensive que vient de lancer Business France sur le Royaume. Cette structure qui aide les entreprises françaises à exporter, et les entreprises étrangères à s'installer en France, veut convaincre les investisseurs marocains de passer à la vitesse supérieure sur le marché français. En effet, même si les échanges commerciaux entre le Maroc et l'Hexagone ont beaucoup progressé ces dernières années (La France étant le deuxième partenaire commercial du Maroc, après avoir tenu le premier rang pendant plusieurs années), il n'en demeure pas moins que du côté des businessmen, la tendance reste encore timorée. On ne compte que quelques centaines d'entreprises marocaines sur le marché français (et la majorité sont des auto-entrepreneurs) contre un millier de firmes à capitaux français, dont 750 filiales de grandes entreprises françaises installées au Maroc. Business France entend donc inviter les investisseurs marocains à saisir les opportunités qu'offre le marché français, en vue d'intensifier le business. «Je pense qu'il faut arriver à dépasser le fait de dire que c'est contre-intuitif qu'une société marocaine investisse en France. Il y a des entreprises extrêmement innovantes au Maroc, et dans leur développement global, ce serait une opportunité pour elles de baser une de leurs filiales en France pour rayonner sur l'ensemble de l'Europe et bien d'autres pays», explique Stéphane Lecoq, directeur de projets pour la zone Maghreb chez Business France. «Il y a également un certain nombre de groupes familiaux marocains dans des



Stéphane Lecoq, directeur de projets pour la zone Maghreb chez Business France.

activités manufacturières qui peuvent bénéficier de sociétés à reprendre en France. Cela pourrait leur donner un point d'appui pour mieux aborder le marché européen», poursuit-il.

Placer la France dans le viseur des investisseurs marocains

Selon le responsable de Business France, l'idée est déjà de réussir à donner envie aux entrepreneurs marocains d'investir en France, et non pas uniquement dans la zone Afrique subsaharienne. Soulignons toutefois, que certaines entreprises marocaines ont déjà fait le pari du marché français et que cela leur réussit bien. Parmi elles, on peut citer l'entreprise Intelcia, spécialisée dans l'externalisation de la relation client, qui dispose déjà de cinq sites dans l'Hexagone, avec plus de 1.000 emplois. HPS et le groupe Phonéo disposent également de filiales en France. Dans l'industrie, on note la

présence de Jet Contractor qui a réussi quatre reprises d'activité en 2013. Il va sans dire, que la liste n'est pas exhaustive. Pour Stéphane Lecoq, plusieurs secteurs en France sont porteurs pour les entreprises marocaines. «Il y a des secteurs très forts comme les centres d'appels nearshoring où le Maroc est particulièrement bien présent. On a également le secteur des IT, de l'agroalimentaire, de l'industrie en fonction des opportunités ou encore la santé. Les secteurs sont extrêmement variés», soutient le directeur de Projets pour la zone Maghreb. Dans son sillage, Business France veut également entraîner les start-ups innovantes du Royaume. Selon l'organisme français, elles peuvent, ainsi, avoir accès à des dispositifs qui sont complémentaires à ceux qui existent déjà au Maroc, afin de soutenir leurs efforts en termes d'innovation. Pour réussir son challenge, Business France initie plusieurs actions. Après une première rencontre, début octobre à Casablanca, avec des entrepreneurs ou représentants de sociétés potentiellement intéressés par l'export, il est maintenant question de multiplier ces réunions, et surtout de ne pas se concentrer uniquement sur Casablanca. «L'idée de venir régulièrement au Maroc. Je viendrais certainement quatre à cinq fois dans l'année. Et nous allons étendre nos actions à d'autres villes comme Tanger ou Tétouan, Fès, Meknès, Agadir, Marrakech qui regorgent également d'intéressantes entreprises. Il est important pour nous de pouvoir positionner la France par rapport à leur stratégie de développement en Europe», estime Stéphane Lecoq. ■