



Le Made in Maroc séduit plus de 180 marchés

• Export: 22,3% du PIB

• Nouvelle cible: les PME/TPE

CHACQUE année, le Made in Morocco fait ses preuves à l'international. L'offre exportable se multiplie et pèse lourd dans l'économie nationale. A titre d'exemple, l'export a globalement atteint une part de 22,3% du PIB national en 2014! Une évolution de 7,3% par rapport à 2013. A présent, les exportations évolueraient deux fois plus vite que les importations. Voilà qui devrait rééquilibrer la balance commerciale. Le Maroc exporte de l'agriculture/pêche, phosphates et engrais, des pièces aéronautiques, du terroir, du textile, du service, de l'ingénierie... «L'offre exportable est présente sur 180 marchés dans le monde, avec des quotes-parts diversifiées», précise Zahra Maafiri, directrice générale du Centre marocain des exportations (Maroc Export). Sur ces marchés, 5.400 exportateurs marocains proposent 5.659 positions SH (systèmes harmonisés) exportées, en plus des services. De plus, l'an passé, 77% des entre-

prises traitant avec Maroc Export se disent satisfaites. Elles ont même affirmé que les activités promotionnelles organisées par le centre ont donné lieu à une croissance considérable de leur chiffre d'affaires. Si le centre a accompagné 250 entreprises à travers 130 actions promotionnelles en 2014, il compte en mener plus de 150 cette

Pêche et agroalimentaire hors zone

A partir de l'année prochaine, les activités pêche et agroalimentaire ne seront plus sous la tutelle de Maroc Export. Ces segments devraient, à l'avenir, relever du ministère de l'Agriculture et de la pêche maritime, lui-même, plus précisément sous l'aile de l'établissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (EACCE). L'enjeu étant de maîtriser toute la chaîne de ce secteur d'activité. Le Centre marocain de promotion des exportations n'a, cependant, pas de souci à se faire au vu des résultats en progression de l'activité exportable, notamment par le textile, l'automobile... □

année. Pour rappel, en 2013, le centre n'accompagnait que 84 missions, il s'agit donc d'une progression de 54% ! Malgré un chiffre croissant des événements organisés, l'enquête de satisfaction réalisée par Maroc Export explique que seules les grandes entreprises y sont généralement représentées. En effet, seules les firmes qui dépassent

les 40 millions de DH à l'export participent régulièrement à de telles opérations de prospection. Il faudrait donc davantage intégrer les PME/TPE, qui pourraient être séduites par un investissement très rentable. Pour rappel, chaque dirham investi par Maroc Export en rapporterait 98 (Voir aussi L'Economiste du 19 septembre 2015). De

plus, selon un constat du centre lors des déplacements nationaux et internationaux, les opérateurs marocains ne se connaissent pas forcément entre eux. Un maillage qui, pourtant pourrait les mener à collaborer notamment pour répondre avec la taille critique à des appels d'offres internationaux. Maroc Export ne compte pas s'arrêter en

si bon chemin. En effet, le centre a intégré une base de données de 400 projets. Elle concerne 13 pays africains, dans 16 différents secteurs... De plus, le Centre a pour objectif de consolider les marchés avec les partenaires traditionnels (France, Espagne, Angleterre, Allemagne...). «Nous comptons aussi diversifier ces marchés. A titre d'exemple, sur notre continent, le quart de notre activité sera assuré chez les pays voisins», explique Maafiri. Il faudra donc renforcer l'action promotionnelle sur les pays du Golfe, compte tenu de leur rôle stratégique. Enfin, le Centre a pour objectif de créer une nouvelle image de marque du Made in Maroc, en Chine. D'ailleurs, suite au salon Intertextile, Jay Zhang, directeur général de International business China import food limited a été séduit par le made in Maroc. De ce fait, le DG octroie un espace d'exposition et de vente Maroc de 319 m² au sein du magasin. Un espace promotionnel pendant toute une année. □

Sabrina EL-FAÏZ

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com