



Avant



Après

LE MAROC CHOUCHOU DES TÉNORS

Après DHL et Chronopost, c'est UPS qui pose ses valises au Maroc. Les trois grands de **la messagerie express** affirment vouloir faire du pays un hub pour l'Afrique. Mais le chemin n'en demeure pas moins caillouteux.

Sanae Raqui

UPS revient en propre au Maroc et met fin à 18 ans de partenariat avec Fath El Khouloud, son ancien partenaire marocain. En effet, la direction de la communication de la firme améri-

caine de messagerie express informe qu'une filiale à part entière a été ouverte au Maroc. Elle est opérationnelle depuis juin 2015. Gregg Svingen, directeur international des relations

publiques, précise dans un entretien accordé à *Economie&Entreprises* que «cette nouvelle installation représente une grande ambition pour le marché marocain, tournée vers le développement en Afrique». Une ambition que ne «partageait pas l'ancien partenaire», ce qui aurait causé la rupture du partenariat. Il s'agit, précisent les responsables du groupe, de «faire du Maroc un Hub international de logistique». M'hamed Aziz Bensouda, directeur général de l'antenne marocaine, explique que «le Maroc est le 2ème pays en Afrique où UPS s'installe en propre après l'Afrique du Sud». Pour réaliser ses objectifs de croissance, la firme a procédé à une augmentation de capital de 16,1 millions de dirhams, ce qui fait d'elle

La concurrence déloyale et l'absence de plateformes logistiques entravent le développement du secteur

la compagnie de messagerie express la plus capitalisée au Maroc. «Les accords de libre échange signés par le Maroc joueront un rôle dans le développement de notre activité en Afrique. On compte également sur le climat du business dans le pays qui est très robuste pour toucher d'autres marchés et permettre ainsi aux entreprises marocaines d'y accéder en faisant de l'export à travers notre réseau international», insiste Svingen. UPS rejoint ainsi les autres acteurs internationaux présents au Maroc, comme DHL ou encore Chronopost. Le pays fait partie d'une bagarre livrée au niveau planétaire où les prix sont l'arme qui fait le plus mal. D'où d'ailleurs une communication bien verrouillée sur les coûts de revient, parts de marchés, et autres indicateurs financiers!

Des obstacles à dépasser

Les opérateurs sont en revanche plus bavards quand il s'agit de détailler ce qui ne va pas! Dans ce sens le Top Management de Chronopost, Filiale de Barid Al Maghrib et de Geopost Intercontinental, pointe du doigt l'existence de «certaines difficultés qui entravent la dynamique du secteur de transport international express». Il s'agit notamment de «la concurrence déloyale que

crée le secteur non formel dans une activité aussi organisée et réglementée qu'est le transport international express. Mais aussi l'orientation vers de nouveaux relais de croissance qui exige des expertises pointues mais qui sont souvent rares sur le marché». Un discours assez suffisamment galvaudé depuis quelques années! L'absence d'offres de plateformes logistiques adaptées à l'activité du transport international, représente également pour ces opérateurs un obstacle significatif d'où le fait qu'ils investissent eux-mêmes dans la création de plateforme logistiques. Ceci est le cas notamment de DHL Express Maroc. En 2013, ce dernier a investi dans une plateforme à Nouaceur pour un investissement s'élevant à plus de 80 millions de dirhams. La plateforme est aujourd'hui érigée en hub régional. La compagnie a également renforcé sa flotte par le premier avion cargo Airbus A300 d'une capacité de 60 tonnes afin de se connecter à l'Afrique sans passer par les hubs européens. DHL compte ainsi accompagner le développement des PME/PMI qui ciblent l'Afrique. Le spécialiste de la logistique et de la messagerie express dessert aujourd'hui des pays comme le Sénégal, le Gabon, le Ghana, le Nigeria, la Mauritanie, la Côte d'Ivoire, le Niger... DHL emploie un effectif de 300 employés au Maroc et revendique près de 58% de parts de marché.

De son côté Chronopost a mis en place une plateforme nationale de traitement pour accompagner la croissance de son trafic export et import dans la zone industrielle SAPINO, toujours à Nouaceur.

Des services novateurs

«L'offre de service de messagerie express professionnelle évolue. La clientèle passe de la formule traditionnelle avec cargo et stockage à des modules Just in time», souligne un opérateur. Avec son avion dédié, DHL Express dispose d'un avantage certain. L'opérateur, qui se veut «provider of choice», assure des connexions avec plus de 220 pays.

Afin de mieux attaquer le marché, le spécialiste de la logistique a revu son offre «Import Express» en 2014. Grâce à ce service, les marchandises peuvent être réceptionnées du monde entier en 24 heures. Le paiement, lui, s'effectue en monnaie locale. Pour plus de traçabilité, le suivi des expéditions peut également s'opérer en ligne. De son côté, Chronopost s'appuie sur le réseau Geopost bien implanté à l'international et a construit une plateforme dotée d'un magasin sous douane offrant une réelle proximité pour l'accomplissement des formalités douanières à l'export comme l'import. L'entreprise a adopté une stratégie de développement sur la période 2013-2017 visant à consolider la dynamique de croissance enclenchée depuis l'année 2012 et poursuivre la mise en place de projets structurants lui permettant d'améliorer ses performances opérationnelles et sa productivité et devenir un hub international pour l'Afrique de l'Ouest. Avec l'arrivée d'UPS en propre, la concurrence va se corser davantage. Il reste à espérer que l'offre exportable marocaine suivra pour doper davantage les échanges et profiter des connexions globales que ramènent ces géants mondiaux de la logistiques. ■

sraqui@sp.ma