

EVÉNEMENT

Maroc-Chine

Un partenariat stratégique se met en place

• La visite officielle démarre demain

• Plusieurs accords bilatéraux seront signés à cette occasion

• Le Maroc redessine les contours de sa politique étrangère

APRÈS la tournée dans les pays du Golfe, le Souverain entame une visite officielle en Chine qui démarre demain, à l'invitation du président XI Jinping. SM le Roi aura des entretiens avec le président chinois. Les deux chefs d'Etat doivent superviser une cérémonie de signature de plusieurs accords bilatéraux. La coopération économique entre les deux pays est arrivée à un nouveau stade. Le

but est d'institutionnaliser des relations qui existent. Le lancement d'un partenariat stratégique devra combler la modicité du cadre juridique liant les deux pays. Le Maroc et la Chine avaient signé un accord de coopération économique et technique en 2009 et une convention de non double imposition (2002), mais sur le terrain il y a eu peu de résultats.

Cette visite, avec celle de l'Inde, confirme les axes de la nouvelle politique étrangère du Maroc. Au niveau des chancelleries étrangères, ce déplacement royal sera diversement commenté. En tout cas, Pékin figure parmi les puissances émergentes. Et à ce titre, elle a besoin d'une présence plus conséquente en Afrique. Le Maroc est déjà positionné sur les radars internationaux comme une plateforme d'échanges entre l'Afrique et les différentes puissances. Rabat essaye de ne pas se limiter aux alliances classiques comme avec les USA ou la France pour nouer des partenariats avec la Russie,



la Chine et prochainement l'Inde. Dans cette lancée, il s'agira également de fortifier les relations avec les partenaires en prévision du dossier du Sahara. «Le Maroc doit revoir sa politique au niveau de la continuité de la Minurso, particulièrement dans sa composante civile, souligne Mohamed Amrani Boukhoubza, professeur à l'Université Abdelmalek Saâdi de Tanger. Même si la Chine entretient des

pays ont atteint 27 milliards de DH, le niveau le plus élevé jamais enregistré avec nos partenaires. A fin novembre 2015, les volumes des importations et des exportations avoisinent respectivement 27,7 milliards de DH et 2,027 milliards, soit un solde déficitaire de l'ordre de 25,7 milliards de DH. Le Maroc importe de la Chine des voitures de tourisme, des tissus synthétiques, des appareils télépho-

Coopération culturelle

LA civilisation chinoise est de plus en plus diffusée à travers le monde. Les universités les plus classées au niveau international lui ouvrent les portes. «Les universités marocaines doivent s'y mettre. La langue chinoise y est très peu enseignée. Comme la politique de diversification est menée par le Roi, il faudra penser à l'intégration de la culture chinoise dans notre formation universitaire», conseille Mohamed Amrani Boukhoubza. □

relations très anciennes avec l'Algérie, elle cherchera ses intérêts avec des Etats stables où elle peut investir, dit-il.

Outre des ministres comme Salaheddine Mezouar et Mohamed Bousaid, la délégation qui accompagne SM le Roi comprend également Abdellatif Zaghoun, DG du groupe CDG, ainsi que d'autres opérateurs économiques, conduits par Miriem Bensalah-Chaoune, présidente de la CGEM. Il s'agit notamment de Hassan Ouriaghli, président de la SNI, Mohamed Hassan Bensalah, patron d'Holmarcom, Abdeslam Ahizoune (Maroc Telecom) et Hachmi Boutgueray (Anouar invest). En 2014, les échanges commerciaux entre les deux

niques, des machines et des récepteurs TV ainsi que du thé. Quant à la Chine, elle importe du Maroc des engrais, des minerais de plomb, de zinc et de manganèse, des déchets de cuivre... D'autres niches peuvent être explorées. Quant aux investissements directs chinois, ils ont atteint, à fin septembre 2015, 246,1 millions de DH, en progression par rapport à 2014 (202,6 millions de DH) et 2013 (52,7 millions de DH). □

M. C.



Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com



ÉVÉNEMENT

Investir en Chine

Bien comprendre les codes

• Le rituel de la carte de visite, la ponctualité, le cadeau... les fondamentaux

• Les spécificités culturelles et la dimension infra-verbale

Les investisseurs se plaignent souvent du peu d'opportunités et de la complexité du business en Chine. Pourtant, certains arrivent à s'en sortir. De l'avis de spécialistes, partir à la conquête de l'Empire du milieu ne s'improvise pas. Au-delà des barrières réglementaires, un certain nombre de bonnes pratiques s'imposent. Tarik Bennouna, directeur général de MIM Consulting Group, cabinet spécialisé dans le développement des relations commerciales entre le Maroc et les pays d'Asie, livre une lecture sur les

pratiques indispensables et les prérequis au doing business en Chine.

■ Les bonnes pratiques pour optimiser son business

Compte tenu des spécificités du marché asiatique, la maîtrise des codes d'affaires est un élément-clé dans l'aboutisse-

ment des discussions avec un partenaire chinois. Pour percer sur ce marché à fort potentiel, il faut veiller à respecter:

- **La ponctualité.** Pour les Chinois, se présenter à l'heure lors d'un rendez-vous est une preuve de respect.

- **Code «Guanxi»:** C'est ce que l'on entend par la notion de réseau. Pour être accueilli à bras ouverts, il faut être intro-

deux mains. Quand on vous en tend une, ne la mettez pas immédiatement dans votre poche. Cela risque d'être très mal pris. Prenez le temps de la lire attentivement puis déposez-la délicatement sur la table et laissez-la visible durant toute la rencontre.

■ Tâter le terrain avant de franchir le pas

Trouver le bon partenaire en Chine n'est pas du tout chose aisée. C'est une conséquence logique de la taille de ce marché et de la multitude d'acteurs, mais surtout de la particularité des codes des affaires. Afin de réussir les premiers contacts, il est recommandé de faire appel à des experts présents sur le terrain. Ceux qui y vont pour la première fois font généralement appel à des consultants justifiant d'une expérience et d'une maîtrise de divers aspects de ce marché gigantesque. Il est aussi préconisé de procéder à des due diligences très poussées avant de concrétiser un partenariat et ce, dans le but de s'assurer de l'expertise des partenaires identifiés. Une fois le partenaire repéré, tout le défi est de construire une relation de confiance sur le long terme. □

A. I. L.

Valoriser le made in Morocco

AVEC un marché de près de 1,4 milliard de consommateurs, la première puissance économique mondiale est incontournable. L'usine du monde est aussi une opportunité de croissance pour de nombreux pays. Avant de pouvoir positionner les produits made in Maroc, l'opérateur devrait construire et imposer l'origine Maroc en tant que label de qualité et de raffinement.

Le Maroc dispose d'un good will en termes d'image. Selon l'expert Bennouna, il va falloir capitaliser sur les produits et mettre en avant ceux dont on peut se prévaloir d'un avantage compétitif. Il s'agit en priorité des produits à base d'argan, des agrumes, de l'huile d'olive, des produits artisanaux, ou encore la ressource halieutique. □

duit au préalable. Il s'agit d'une sorte de caution.

- **Cadeau:** Il est également appréciable de se présenter, lors d'un rendez-vous, muni d'un présent.

- **Le rituel de la carte de visite** reste le plus marquant. Bien qu'il paraît protocolaire, l'échange de cartes de visite est une tradition très appréciable en Chine. L'idée est d'offrir une expérience remarquable à la personne rencontrée. Vous devez donner votre carte de visite avec vos

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com