

Commerce extérieur

L'opportunité «guichet unique»

• **La simplification des procédures, un des leviers majeurs de la compétitivité**

• **L'ouverture, «pas un simple slogan» pour le Maroc**

• **Gain de temps et sécurité des recettes**

EFFICACITÉ, performance et crédibilité. Les mots vedettes de la Conférence internationale sur les guichets uniques, organisée au Maroc pour la première fois. La 5e édition, qui a pris fin hier à Marrakech, a réuni entreprises, experts et opérateurs économiques nationaux et internationaux autour d'une question cruciale à la bonne santé du commerce extérieur:

le guichet unique virtuel. La simplification des procédures étant en effet un des leviers majeurs de la compétitivité d'un Etat. «Particulièrement pour les pays en développement et africains», a souligné Mohamed Abbou, ministre délégué du Commerce. Les enjeux

d'une telle conférence ont donc été de définir une approche inclusive, de créer des espaces de concertation et de collaboration sans conflits de leadership, et d'adopter le meilleur modèle économique pour ces guichets uniques, histoire de satisfaire les am-

ments», rappelle-t-il, menant un travail de fond pour allier «un produit Maroc diversifié, aux infrastructures et à une administration douanière moderne». A l'instar des actuelles négociations avec la Russie pour faciliter les échanges d'informations avant même ceux de marchandises.

Une forte délégation des douanes marocaines était ainsi présente pendant ces trois jours de conférence pour participer activement à toutes les séances de travail, tenues à huis clos.

Partir à la chasse de tous les facteurs nécessaires à la compétitivité est le mot d'ordre. Tout comme s'attaquer à tous retards qui impactent la chaîne entière. Complexité des procédures, prédominance du flux papier, cloisonnement, manque de synchronisation... sont autant de freins à dépasser, sources de frais supplémentaires. Le guichet unique étant un passage obligé depuis les accords de l'OMC sur la facilitation des échanges. Car la compétitivité des produits, des services et des destinations requiert la mise en place de bases réelles de développement inclusif et durable à travers l'assainissement du climat des affaires et la promotion active des investissements.

Les tendances mondiales des investissements directs étrangers se font dans un contexte où les pays développés sont en crise, les pays émergents commencent à s'essouffler alors que l'Afrique présente, elle, de bonnes perspectives économiques. Un créneau à ne surtout pas rater. □

Stéphanie JACOB

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

PortNet, le «made in Maroc»

POUR trouver une bonne gouvernance du guichet unique marocain afin de simplifier et fluidifier les opérations du commerce extérieur, il aura fallu traverser un long processus de débats. Entre son ambitieuse vision et la facette portuaire, qui en est aujourd'hui le noyau dur, ce projet national a su jouer d'adaptations pour voir naître la structure indépendante PortNet, qui fait aujourd'hui le lien entre l'Etat, les banques, les transitaires, les organismes de contrôle, l'Office des changes, la douane, les exportateurs et importateurs. «Un parfait exemple de partenariat public-privé, essentiel à la facilitation du commerce et de la compétitivité» pour Virginia Cram-Martos de la Commission économique européenne de l'Organisation des Nations unies.

La barre des 25.000 usagers est franchie avec plus de 21.000 importateurs et exportateurs qui bénéficient, dans leurs démarches internationales, des services électroniques mis à disposition entre autres par 16 banques, 11 ports et plus de 7 administrations. □

bitions de développement de chacun.

Au Congo Brazzaville notamment, qui a mis en place son guichet unique en 2013, son ministre des Transports, Gilbert Mokoki, confirme une stratégie qui a déjà permis «un gain de temps et de sécuriser les recettes. Mais comme toute innovation doit être en perpétuel développement, nous réunir aujourd'hui est gage de progrès pour nous tous, sans question de monopole». Le Maroc, plaque tournante vers l'Afrique, a fait le choix de l'ouverture. «Il ne s'agit pas là d'un slogan, précise Zouhair Chorfi, DG de l'administration des douanes, mais bel et bien d'un engagement politique». «Fluidité et sécurité sont nos premiers engage-