

Promotion à l'export

Deux «champions» et un canard boiteux

• **La loi créant une super agence adoptée**

• **AMDI, Maroc-Export et OFEC sous le même toit**

• **La question de l'efficacité de la réforme reste entière**

LE projet de loi portant création de l'Agence marocaine de développement des investissements et des exportations (AMDIE) vient d'être adopté par la première Chambre du Parlement. Le texte entrera en vigueur trois mois après sa publication au BO. La super structure ciblée par le projet, tient en la fusion de trois organismes: l'Agence marocaine de développement des investissements (AMDI), le Centre marocain de promotion des exportations connu sous la marque Maroc-

Export et l'Office des foires et des expositions de Casablanca. L'objectif mis en avant par le ministère de l'Industrie et du Commerce est de «mutualiser les moyens tout en capitalisant sur les compétences».

L'idée de l'unification des organismes en charge de la promotion remonte aux années 1990. A l'époque, ses promoteurs visaient une réforme globale via l'intégration de tous les intervenants pour une meilleure

dédiés. «Et souvent sans coordination sur les données globales de l'économie nationale», constate un ex-responsable du CMPE. «Parfois, trois participants officiels circularisaient des chiffres contradictoires dans un même salon», révèle de son côté l'Association marocaine des exportateurs (Asmex). Le seul dénominateur commun tient au financement assuré par la taxe parafiscale, prélevée sur certaines importations. Malgré son montant en hausse soutenue, son utilisation n'a pas apporté les fruits escomptés. Pour la profession, on est toujours loin de la promotion de proximité que de nombreux pays à économie similaire, sinon moindre, ont déployé avec succès.

En attendant, le projet de loi crédite la future Agence de nombreuses prérogatives qui doivent en principe relever de la compétence du chef de gouvernement, notamment la gestion du foncier des zones industrielles. L'Agence aura toute latitude pour mobiliser le foncier y compris le recours à l'expropriation. Dixit l'article 4. □

Quatre organismes hors champ

LA promotion des produits agricoles, agroalimentaires (conserves végétales et animales) restera ainsi gérée par l'Etablissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (EACCE). L'Agence de développement agricole (ADA) aura encore la charge de promouvoir les produits du terroir. Pour ce qui est du secteur touristique, c'est l'Office national marocain. Il en est de même pour l'artisanat dont la tâche revient à la Maison de l'artisan.

En ce qui concerne l'Office des foires et expositions de Casablanca, un plan de mise à niveau est à l'étude depuis plusieurs années. Il prévoit notamment la réhabilitation de l'enceinte pour accueillir des manifestations internationales. Le projet cible également l'organisation de foires régionales. □

Ce qui peut se justifier pour l'AMDI et le CMPE, deux organismes structurés et rompus à l'international. Ce n'est pas le cas de l'OFEC «qui traîne des dysfonctionnements», reconnaît le département de tutelle.

synergie des efforts et surtout vendre une image de marque unifiée. Or, le projet actuel ne traite que partiellement le problème. Des pans entiers des secteurs exportateurs n'intègrent pas le périmètre de l'Agence. C'est le cas de l'agriculture, de l'agro-industrie, du tourisme et de l'artisanat. A ces quatre activités, quatre organismes y sont