

Afrique Les entreprises françaises sont en train de perdre du terrain en Afrique au profit de leurs homologues issues des pays émergents comme la Chine, le Brésil etc. Pour redresser la barre, les patrons français entendent mettre le positionnement stratégique du Maroc en jeu pour séduire davantage. PAR ROLAND AMOUSSOU

Comment les entreprises françaises comptent utiliser le Maroc pour reconquérir des parts de marché

Les entreprises françaises sont en perte de vitesse en Afrique, leur terrain de jeu exclusif jadis. Le Maroc, quant à lui, monte et ne cesse de monter en puissance sur le continent d'année en année. Dans le secteur bancaire, les banques marocaines sont en train de damer le pion à leurs homologues de l'Hexagone, autrefois bien implantées dans l'espace francophone africain. En témoignent les statistiques du rapport d'activité 2016 des 131 banques opérant dans l'espace UEMOA (Union économique et monétaire Ouest-africaine) en Afrique de l'Ouest. Lesdits chiffres montrent, en effet, que les trois groupes bancaires figurent dans le top 5 des établissements ayant dominé le secteur, avec des parts de marché cumulées de 28,8%. Les entreprises de l'Hexagone ont perdu beaucoup de terrain ces dernières années, pendant que celles des pays comme la Chine, la Turquie, le Brésil, le Maroc et autres ont su s'imposer. Aujourd'hui, il est donc question de revenir dans la course. Et pour ce faire, les entreprises françaises comptent utiliser le Royaume, qui jouit d'une bonne réputation sur le continent, pour renforcer leur positionnement en Afrique de l'Ouest et en Afrique centrale notamment. «Aujourd'hui, lorsque vous produisez au Maroc pour aller vendre en Afrique de l'Ouest, votre produit a plus de chance de trouver preneur que lorsqu'il vient directement de la France, parce que l'Africain subsaharien se dit si ça marche au Maroc, ça doit marcher aussi chez moi. La politique menée par le Royaume ces dernières années lui a permis de tisser un lien fort avec cette partie du continent», analyse un chef d'entreprise français.



Gérard Wolf, Vice-président du Medef.

Intérêts communs

Aujourd'hui, chefs d'entreprises français et marocains œuvrent de concert pour identifier des synergies. Ceci passe par l'organisation de plusieurs rencontres comme les séminaires, les forums comme celui qui a eu lieu le 16 novembre dernier à Skhirat ayant réuni pas moins de 400 hommes d'affaires marocains et français en marge de la visite officielle du Premier ministre Français, Edouard Philippe au Maroc, les 15 et les 16 novembre. Pour Gérard Wolf, Vice-président du Medef (patronat français) à l'international, les attentes des entreprises françaises est de savoir comment elles vont se développer, ensemble avec leurs homologues marocaines, dans le Royaume et sur le reste de l'Afrique. «Nous avons des liens très anciens avec les entreprises marocaines et nous devons faire fructifier davantage ses liens. Nous y sommes prêts», assure-t-il. Le Vice-président du Medef estime que ce travail va passer par une nouvelle méthode de travail. «Il faut que nous soyons plus forts sur la co-construction, la colocalisation et dans la manière avec laquelle nous allons partager la valeur créée. Les entreprises marocaines et françaises doivent aller ensemble sur l'Afrique, notamment sur les marchés sur

LE CHIFFRE

800

C'est le nombre d'entreprises, filiales d'entreprises françaises ou de sociétés à capitaux français, qui opèrent au Maroc.

lesquels nous avons des approches complémentaires. Le Maroc et la France ont des histoires communes avec certains pays africains, que cela soit en Afrique francophone ou en Afrique anglophone. Si nous mettons nos efforts ensemble, nous allons gagner des marchés», concède Gérard Wolf. Pour Dorothée Pineau, Directeur général adjoint du Medef, un accent particulier doit être mis sur le digital en vue de favoriser l'émergence de startup de part et d'autre. «Le mot d'ordre, c'est l'investissement ensemble en Afrique avec nos homologues marocains. Nous devons travailler ensemble sur le numérique, l'agroalimentaire, et les infrastructures», soutient-elle. Même son de cloche aussi du côté de Christian Le Roux, Secrétaire général du groupe M2I. «La dynamique économique du Maroc aujourd'hui sur le continent est formidable. Le pays a mis en place une vraie stratégie pour attirer les investisseurs, et il y a aussi des industriels locaux motivés. L'ambition du groupe M2I est de se positionner au Maroc pour pouvoir attaquer le marché subsaharien», conclut-il. Pour rappel, le Maroc est le premier partenaire commercial de la France en Afrique et 800 entreprises, filiales d'entreprises françaises ou de sociétés à capitaux français, opèrent dans notre pays. De même, 38 entreprises du CAC 40 sont présentées dans le Royaume. ■