

**Investissement** Nombreux sont, aujourd'hui, les opérateurs marocains qui souhaitent faire du business en Chine, un marché de 1,4 milliard de consommateurs. Il va sans dire, que ce marché constitue un important gisement pour les entreprises marocaines. Mais encore faudrait-il savoir comment s'y prendre pour maximiser ses chances. PAR R.A.

## Marché chinois : Encore du boulot pour les businessmen marocains

C'est un marché lointain, mais très porteur. D'ailleurs, ceux qui ont déjà franchi le pas en témoignent. «La Chine est un marché très prometteur. J'ai deux sociétés déjà là-bas en partenariat avec des investisseurs locaux», confie un entrepreneur marocain rencontré au China Trade Week (CTW-Morocco) qui s'est tenu à Casablanca du 16 au 18 décembre. Cette rencontre, qui en est à sa troisième édition cette année, représente en effet une importante vitrine pour les entreprises marocaines souhaitant explorer les opportunités de business en Chine. Car, plusieurs dizaines d'entreprises et de groupes chinois font le déplacement à chaque édition à Casablanca pour notamment découvrir le marché marocain, et aussi trouver de potentiels partenaires marocains. «Le Maroc est un marché qui nous intéresse. Nous sommes venus participer à ce salon pour mieux connaître le marché et aussi trouver des partenaires ici», confirme un exposant chinois dont l'entreprise opère dans les énergies renouvelables. Il faut dire que ces dernières années, un grand nombre d'entreprises et de groupes chinois ont jeté leur dévolu sur le Maroc. Avec l'installation du groupe PSA qui vient s'ajouter à Renault, l'industrie automobile marocaine attire de plus en plus de groupes chinois, notamment les équipementiers.

### De plus en plus de groupes chinois s'installent au Maroc

Atoccar, Regal, Nanjing Xiezhong, ZTT ou encore Citic Dicastal, la liste est longue. Citic Dicastal, par exemple, a annoncé un investisse-

ment de plus de 350 millions d'euros et a déjà entamé la deuxième phase de son projet au Maroc. Pour le conseiller économique et commercial à l'Ambassade de Chine à Rabat, Jing Ning, tout ceci constitue un bon signe. «Nous sommes ravis de voir qu'il y a de plus en plus d'entreprises chinoises qui viennent prospecter au Maroc et trouver des partenaires. Cette rencontre est une plateforme pour étendre davantage les opportunités d'affaires. C'est également une opportunité pour tisser des relations entre les peuples, parce que je pense que c'est ce qui est plus important», s'est réjoui Jing Ning, invité au China Trade Week (CTW-Morocco). Il va plus loin en expliquant que ce genre de forum permet de mobiliser les entreprises de part et d'autre pour non seulement faire du business ensemble, mais aussi contribuer à un futur plus radieux tant pour le Maroc que pour le continent africain. Il n'a pas manqué de préciser que l'ambassade de Chine à Rabat est disposée à fournir toute l'aide qu'il faut pour permettre aux opérateurs marocains de prospecter et trouver des opportunités en Chine, et vice versa. «Nous avons énormément de points communs avec la Chine. Rapprochons-nous de ce partenaire, car il y a beaucoup d'opportunités à saisir», a, de son côté, renchéri Mehdi Laraki, président du Conseil d'affaires Maroc-Chine (CGEM). «Nous voulons vraiment pousser les entreprises chinoises à trouver des partenaires au Maroc. Notre pays a de nombreux atouts pour se



**2,5  
MRDS DH**

**C'est la valeur totale des exportations marocaines en Chine en 2018**

développer et devenir un hub pour toute la région», a-t-il poursuivi. Pour sa part, Adil Lamnini, président de Made In Morocco et également président de l'Association professionnelle des marques marocaines abonde également dans le même sens. «Nous pouvons nous inspirer de la Chine. C'est un modèle qui peut servir l'écosystème marocain tant économique, commercial que technologique. Je pense que les entreprises et les startups marocaines ont de grandes opportunités à aller chercher chez les partenaires chinois», soutient-il. Pour rappel, la Chine est un important partenaire économique et commercial pour le Maroc. En 2018, le Maroc a exporté pour une valeur totale de 2,5 milliards de DH vers la Chine selon les données de l'Office des changes. Les exportations marocaines vers ce pays sont principalement des produits bruts d'origine minérale (Zinc, cuivre, phosphate, manganèse, granite...). ■

### CONNAÎTRE LES CODES CULTURELS EN CHINE, UN PRÉALABLE SINE QUA NON

Mehdi Laraki, qui connaît très bien le marché chinois, invite les chefs d'entreprise marocains à apprendre à communiquer avec les entreprises chinoises et surtout à s'intéresser aux codes culturels chinois avant même d'envisager d'investir ou de nouer des partenariats en Chine. «Il y a des codes qu'il faut respecter. Une fois qu'on applique ces codes, il devient plus facile de faire du business en Chine», a souligné le président du Conseil d'affaires Maroc-Chine.