



## PRINCIPAUX INDICATEURS

**Population :** 31,5 millions d'habitants  
**PIB :** 670 Mds de DH, soit 59,7 Mds d'€ (2008)  
**Taux de croissance :** 5,8 % (2008), 6,7 % (prévision 2009)  
**Taux d'inflation :** 3,9 (2008)  
**Exportations vers la France :** 35,2 Mds de DH (2008)  
**Importations françaises :** 50,1 Mds de DH (2008)  
**Position de la France :** 1<sup>er</sup> fournisseur, 1<sup>er</sup> client, 1<sup>er</sup> bailleur de fonds, 1<sup>er</sup> investisseur.  
**IDE :** 27 Milliards DH (novembre 2008)

## PRESENTATION ECONOMIQUE DU PAYS

Cinquième puissance économique d'Afrique, le Maroc, au même titre que la Chine, l'Inde, le Brésil ou la Pologne, est un pays émergent dynamique. Durant les cinq dernières années, l'économie marocaine a été portée par une croissance moyenne de 5 % par an.

L'essentiel de l'activité économique se situe sur l'axe Casablanca - Tanger. Elle se concentre notamment sur :

- ▶ Casablanca (4 M d'hab.), capitale économique avec sa zone portuaire totalisant 60 % des échanges commerciaux et sa place financière comprenant 30 % du réseau bancaire. Côté industrie, la métropole est également en pôle position avec 38 % des établissements industriels employant 46 % de la population active du Maroc.
- ▶ Rabat (2,4 M d'hab.), est le grand centre politique et administratif du pays et concentre le Palais Royal, les instances gouvernementales ainsi que les ambassades.
- ▶ Tanger (2,5 M d'hab.), véritable plaque tournante du trafic maritime avec l'ouverture du port Tanger Med, la ville du détroit de Gibraltar dispose de 4 zones industrielles dont 1 zone franche.

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB (2008) :

- Secteur primaire : 13,4 %
- Secteur secondaire : 25,3 %
- Secteur tertiaire (hors administration) : 44,1 %

## LES TENDANCES DE L'ÉCONOMIE

Le Maroc a clairement fait le choix du mouvement et de l'ouverture. Mouvement tout d'abord avec la mise en place de réformes de fond nécessaires. Ainsi, les mesures liées aux privatisations et aux libéralisations systématiques, à la propriété intellectuelle, au droit des établissements, aux marchés publics ou encore aux mouvements de biens et de capitaux ont nettement amélioré le climat des affaires.

Puis l'ouverture du pays à travers les différents accords de libre échange (UE, USA, Agadir, Turquie, Ligue Arabe) et les démantèlements douaniers qui ont permis au Maroc de cibler un marché potentiel de plus d'un milliard de consommateurs dans 55 pays. Le Maroc devient également un partenaire privilégié de l'Union européenne puisque le pays bénéficie depuis le 13 octobre 2008 du «statut avancé», impliquant un renforcement des relations dans le domaine politique et une intégration progressive du Royaume dans le marché intérieur de l'Union. Le partenariat avec l'UE prévoit la mise en place d'une zone de libre-échange en 2012 et la fin du démantèlement progressif des droits de douane.

Ces facteurs ont permis l'accélération très nette de l'économie marocaine depuis ces dernières années largement soutenue par l'avènement d'une nouvelle génération de leaders politiques et économiques décidés à engager ces réformes structurelles. Le Maroc a su ainsi attirer de nombreux investissements étrangers (en moyenne 2 Mds USD par an sur les 5 dernières années) stimulés par les grands projets d'envergure programmés.

En 2008, le pays a enregistré de bonnes performances économiques malgré un contexte difficile entaché par l'augmentation des prix des matières premières et la crise des marchés financiers : une croissance économique de 5,8 %, une croissance des recettes fiscales de 20 %, un excédent budgétaire de 0,4 %, une inflation maîtrisée de 3,9 %. La croissance est également portée par le dynamisme intérieur et la consommation des ménages qui continue à montrer des signes de consolidation.

Néanmoins, de part sa dépendance au secteur agricole, le Maroc reste fortement tributaire des aléas climatiques, ce secteur contribuant pour 11 % à 18 % du PIB selon les années. Le pays enregistre également un déficit au niveau de sa balance des paiements de l'ordre de 3 à 4 % ainsi qu'un déficit commercial structurel.

En 2009, les conséquences de la crise internationale sur de nombreux pays partenaires du Maroc a eu un impact sur de plusieurs secteurs essentiellement orientés vers l'international, à savoir : le textile, l'automobile, l'électronique ou encore l'aéronautique. Plusieurs mesures ont été mises en place afin de soutenir ces industries.



## LES ECHANGES COMMERCIAUX FRANCO-MAROCAINS

Les échanges commerciaux entre le Maroc et ses partenaires ont progressé de 25 % en 2008. La France, en sus d'être le premier bailleur de fonds bilatéral du Maroc, est le premier partenaire commercial du pays en 2008 avec 15,6 % des échanges extérieurs marocains. Les échanges franco-marocains se sont élevés à plus de 85 Mds DH (environ 8 Mds €) en 2008. Les importations marocaines depuis la France représentent plus de 50 Mds DH et ont essentiellement concernés les biens intermédiaires (composants électroniques, tissus et produits sidérurgiques), les biens d'équipements (équipements de télécommunications, équipements informatiques, etc...), les biens de consommation (principalement des produits pharmaceutiques) et les produits agricoles (en particulier le blé).

Toutefois, en dépit de la progression régulière (+ 9,3 % en 2007 des importations du Maroc en provenance de la France), la part de marché de la France est en légère baisse, au profit des pays émergents tels que la Chine (5<sup>ème</sup> fournisseur du Maroc en 2007) ou la Turquie (10<sup>ème</sup> fournisseur), de pays producteurs de pétrole (la Russie, l'Arabie Saoudite, l'Iran) et de concurrents européens, notamment l'Espagne et l'Italie, détenant respectivement 10,1% et 6,5 % des parts de marchés.

Le premier client du Maroc est la France, puisqu'elle représente 23 % de ses exportations. Les produits principalement concernés sont le textile, les composants électriques et électroniques et les produits agroalimentaires (80 % des achats de la France).

Produits	Importations	Produits	Exportations
Composants électroniques	7,20%	Vêtements confectionnés	15,90%
Blé	5,60%	Composants électroniques	15,60%
Machines et appareils divers	3,60%	Fils et câbles pour l'électricité	10,50%
Voiture de tourisme	3,30%	Articles de bonneterie	10,10%
Fils et câble pour l'électricité	2,70%	Tomates fraîches	4,60%
Gaz de pétrole et autres hydrocarbures	2,60%	Engrais naturels et chimiques	3,20%
Appareils de coupure électrique	2,60%	Légumes frais, congelés ou en saumure	2,70%
Produits chimiques	2,40%	Fruits frais, congelés ou en saumure	2,40%
Médicaments	2,30%	Chaussures	2,10%
Voitures industrielles	2%	Conserves de légumes	1,50%
Matières plastiques industriels	1,90%	Poissons en conserve	1,40%

Par ailleurs, on dénombre près de 540 filiales françaises implantées au Maroc et plus de 320 sociétés à capitaux français ou détenues par une personne physique de nationalité française. La quasi-totalité des entreprises du CAC 40 et des grands groupes français sont présents dans le pays.

## LES SECTEURS PORTEURS

### Les opportunités pour les entreprises françaises

Les différents programmes de développement lancés par le Maroc offrent de nombreux relais de croissance pour les sociétés françaises. Parmi ceux-ci figurent notamment :

- ▶ Le secteur industriel : automobile, aéronautique, agroalimentaire, électronique, industrie mécanique
- ▶ Le secteur touristique
- ▶ Le secteur agricole
- ▶ Le secteur du transport
- ▶ Le secteur du BTP
- ▶ Le secteur énergétique : les énergies renouvelables

## NOUVELLE STRATEGIE INDUSTRIELLE – PLAN EMERGENCE

La stratégie industrielle marocaine a été lancée en 2005. Cette stratégie volontariste, baptisée « plan Emergence » ambitionne de redynamiser l'économie marocaine et se base sur deux piliers essentiels. D'une part le renforcement et la redynamisation du tissu industriel marocain ainsi que son accroissement concurrentiel et d'autre part une politique volontariste orientée vers de nouveaux secteurs prometteurs pour lesquels le Maroc dispose d'avantages compétitifs. Ainsi, sept secteurs considérés comme stratégiques et porteurs ont été ciblés. Orientés vers l'export, ces sept moteurs de croissance devraient représenter 70 % de la croissance industrielle au Maroc à partir de 2015, doper la croissance annuelle du PIB de 1,6 % (soit 90 Mds DH additionnels) et créer 400 000 emplois.

**Offshoring** : Positionnement sur le nearshore francophone et hispanophone – Ambitions : + 100 000 emplois - + 15 Mds DH en VA.

**Automobile** : Création d'une base industrielle autour d'un tissu d'équipementiers – Ambitions : + 70-80 000 emplois - +10 Mds DH en VA.

**Electronique** : Focalisation sur l'électronique de spécialité et intégré – Ambitions : + 10 000 emplois - +5 Mds DH en VA.

**Transformation des produits de la mer** : Valorisation industrielle et commerciale des pélagiques et développement des produits congelés – Ambitions : 35 000 emplois - + 3 Mds DH en VA.

**Aéronautique** : Offre intégrée – Ambitions : + 10 000 emplois - +3 Mds DH en VA.

**Textile et cuir** : Repositionnement sur le fast fashion et co-traitance – Ambitions : 50 000 emplois - + 5 Mds DH en VA.

**Agroalimentaire** : Développement de 8 à 10 filières à fort potentiel autour de projets intégrés – Ambitions : 6 000 emplois - + 5 Mds DH en VA.

La création de zones et plateformes industrielles dédiées, un cadre incitatif attrayant ainsi qu'un programme de formation intégré, spécialement conçus pour accélérer le développement de ces branches viennent renforcer la politique industrielle marocaine.

## LE SECTEUR TOURISTIQUE – VISION 2010

Erigé en priorité nationale dès 2001, le secteur du tourisme dans le cadre de la « Vision 2010 » ambitionne d'attirer 10 millions de touristes d'ici 2010 et de hisser la capacité nationale à 230 000 lits. Les investissements devraient atteindre plus de 9 Mds d'€ pour l'aménagement d'infrastructures hôtelières, d'animation et de stations balnéaires. Ces dernières seront mises en place dans le cadre du « plan Azur » avec la réalisation de six complexes et la création de 120 000 lits dont 85 000 lits hôteliers. Malgré l'avancée de certains projets, le programme dans son ensemble accuse un certain retard.

Pour mener à bien le programme de développement du tourisme, le Maroc a signé un accord avec l'UE permettant l'ouverture de son ciel. Par ailleurs, le Maroc souhaite également développer son tourisme interne dans le cadre du plan « Biladi » en créant une capacité d'hébergement minimale de 30 000 lits dont 11 000 en villages vacances familiaux et résidences touristiques et 19 000 lits en campings pour un investissement de 270 à 370 MDH par station. Enfin pour stimuler le tourisme urbain, le plan « Mada In » a permis la création des PDRT (programme de développements régionaux touristiques), contrats liant le gouvernement, une région, les collectivités et CRT (conseil régional du tourisme) sur dix ans.

## LE SECTEUR AGRICOLE – PLAN MAROC VERT

Le plan « Maroc Vert » prévoit de faire de l'agriculture un pilier de l'économie marocaine, avec l'augmentation du niveau de production de certaines cultures (olives, agrumes, maraichage et fruits), pour arriver à un PIB de 100 Mds de DH d'ici dix ans. Le plan vise une agriculture moderne et compétitive, tant dans les productions que dans les industries agro-alimentaires. Il vise également à accompagner la petite agriculture à travers l'intensification et la professionnalisation des petites exploitations agricoles dans les zones rurales difficiles pour valoriser les produits du terroir. Afin de renforcer ces projets, le plan s'appuie sur la refonte du cadre sectoriel, relatifs notamment aux politiques de l'eau, du foncier et de l'organisation interprofessionnelle.

Au total, le programme, prévoit la création d'un million d'entreprises, à travers 1 500 projets touchant 1 400 000 agriculteurs. Une enveloppe de 50 Mds de DH lui est consacrée, en plus de l'appoint du fonds Hassan II et d'investissements privés.

## INFRASTRUCTURE ET TRANSPORT

L'un des axes majeurs de développement du Maroc vise le renforcement et le développement de ses infrastructures : autoroutes (400 km entre 2008 et 2012), routes (construction de 2 000 km par an d'ici 2010), aéroports, ports (Tanger Med, Tanger Med II). Pour ce faire, le gouvernement envisage un renforcement de ses investissements entre 2008 et 2012. Au total plus de 11 mds d'€ seront consacrés à ces projets. Par ailleurs, dans le but de désengorger les principales villes du pays, 13 nouvelles villes verront le jour. Le pays a également lancé sa ligne à grande vitesse, dont la première phase reliant Casablanca et Tanger s'achèvera en 2013. Enfin, plusieurs villes à l'instar de Casablanca et Rabat ont d'ores et déjà lancé les travaux de construction de leur tramway.

## LE SECTEUR ENERGETIQUE

Pauvre en énergie fossile, le Maroc importe 97 % de ses approvisionnements en énergie pour satisfaire les besoins grandissants de son économie et de sa population (+ 8 % par en moyenne). Près de 70 % de l'électricité que le pays consomme est produite à base de charbon et de fuel importés. Les autorités marocaines ont ainsi porté leur choix sur une diversification des sources et des ressources. Selon leur faisabilité économique et technique, l'électronucléaire, les centrales aux schistes bitumeux, l'éolien, le solaire de puissance, le gaz et la biomasse occuperont une place importante dans le bouquet électrique au Maroc d'ici 2030. Ainsi dans le cadre de la stratégie énergétique du pays, ce sont plus de 90 Mds DH qui seront investis d'ici 2015.

## CONSEILS POUR UNE ENTREPRISE SOUHAITANT APPROCHER LE MAROC

### Liens naturels :

Les liens historiques rapprochant la France et le Maroc, ainsi que la langue, la proximité géographique et culturelle, sont autant de facteurs avantageux permettant la facilité des échanges entre entreprises françaises et marocaines.

Néanmoins, il est important de noter que les attentes des acteurs économiques marocains évoluent et s'orientent vers une culture de résultats, à savoir :

- ▶ Des produits, solutions et services innovants à forte valeur ajoutée ;
- ▶ Une expertise métier et des références ;
- ▶ Une approche commerciale efficace et réactive ;
- ▶ Une politique de prix adaptée ;
- ▶ Des produits et des services adaptés au marché ;
- ▶ Une relation de partenariat « gagnant-gagnant » ;
- ▶ Un transfert de technologie ;
- ▶ Une stratégie commune pour accéder à d'autres marchés, notamment africains ;
- ▶ Un engagement sur les résultats ;
- ▶ Une présence locale souhaitée.

### Bon relationnel :

Les relations humaines sont essentielles au Maroc et peuvent être la base d'un bon partenariat. Une présence régulière soutenue par une expertise sera fortement appréciée. Néanmoins, la patience, la persévérance, la prudence sont essentiels pour toutes négociations. Par ailleurs, une grande partie des entreprises fonctionne de manière patriarcale ainsi, le centre décisionnaire demeure du ressort du directeur général ou du propriétaire de la société.

## LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE AU MAROC

La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) est une association de droit marocain à but non lucratif, créée en 1913, dont le rôle est de promouvoir le développement des relations commerciales entre la France et le Maroc. Présente sur l'ensemble du territoire marocain grâce à ses délégations régionales dans les principales villes du Royaume, elle compte plus de 3 300 entreprises adhérentes, tous secteurs d'activité confondus. La CFCIM dispose également d'un bureau permanent à Paris. Par ailleurs, la CFCIM assure, pour le compte d'UBIFRANCE, l'appui commercial aux entreprises françaises qui souhaitent s'implanter et exporter.

Les métiers de la CFCIM s'articulent autour de 4 pôles :

- ▶ **Informier** : information ciblée sur mesure, dossiers thématiques, sectoriels et enquêtes, liste sectorielles de contacts professionnels, revue de presse quotidienne électronique, publications CFCIM-UBIFRANCE (S'implanter au Maroc, L'essentiel d'un marché, guides répertoires sectoriels), forums et rendez-vous techniques, forums en régions, conjoncture (revue mensuelle de la CFCIM), opportunités d'affaires, renseignement de notoriété.
- ▶ **Conseiller** : cellule d'accueil et d'appui à l'investisseur, domiciliation physique et accueil de VIE, aide au recrutement, assurance rapatriement, assurance santé recouvrement de créances à l'amiable, domiciliation postales, assistance à la présentation de visas d'affaires, location de bâtiments et terrains industriels.
- ▶ **Développer** : prospection au Maroc (test sur l'offre, programme personnalisé de rendez-vous d'affaires, études de marchés sur mesure), prospection en France et à l'étranger, organisation de salons professionnels (France Expo, Med-Allia, Kimia, Interagro, Marocotel, etc...).
- ▶ **Former** : Ecole Française des Affaires (formation Bac +2 en commerce et gestion), formation continue, programme CFCIM-ESC Toulouse (bachelor, master, MBA), formation à distance (CFCIM-CNAM).

**Pour plus d'informations, contactez :**  
**la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc**  
**15, avenue Mers Sultan**  
**20130 CASABLANCA**  
**Tél : (+212) 5 22 20 90 90 - Fax : (+212) 5 22 20 01 30**  
**@: [cfcim@cfcim.org](mailto:cfcim@cfcim.org) - Site: [www.cfcim.org](http://www.cfcim.org)**