

Conjoncture

LE MENSUEL DES DÉCIDEURS



L'INVITÉ DE CONJONCTURE
ABDOU DIOP



Agroalimentaire

Une filière et des produits
à redynamiser



Séminaire International
de la Médiation



5^e édition du Cfia
Maroc



La CFCIM se mobilise
pour la COP22 !



L'actualité vue par le
Service économique de
l'Ambassade de France

DANS UN MONDE QUI CHANGE, L'IMPORT / EXPORT N'EST PLUS UN CASSE-TÊTE



SOLUTIONS COMMERCE INTERNATIONAL BMCI

PROFITEZ DU RÉSEAU DES 101 TRADE CENTER
BNP PARIBAS POUR DEVELOPPER VOTRE BUSINESS
A L'INTERNATIONAL.

BMCI.MA



BMCI
GROUPE BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change



Editorial

Agroalimentaire, une filière et des produits à redynamiser

«Valoriser l'offre marocaine à l'export»

Jean-Marie GROSBOIS
Président

L'agriculture est l'un des fleurons du Maroc. La filière agroindustrielle en découle naturellement, mais, au regard de son incroyable potentiel, elle n'est pas encore suffisamment valorisée et exploitée. Aujourd'hui, c'est toute une industrie qui se mobilise pour innover, créer de la valeur ajoutée et rendre ainsi l'offre agroalimentaire marocaine encore plus compétitive à l'international.

Fédérer les acteurs du secteur agroindustriel et mettre en avant les solutions les plus innovantes et performantes, tel est l'objectif du Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire (CFIA) Maroc qui se déroulera du 27 au 29 septembre prochain au Centre International de Conférences et d'Expositions de Casablanca. Après le succès de ses quatre premières éditions, ce salon, spécialement pensé pour répondre aux besoins des professionnels du secteur, revient cette année avec pour thème : « Maroc, hub vers l'Afrique ».

Depuis longtemps, les pays d'Afrique subsaharienne sont en effet une destination privilégiée pour les produits agroalimentaires marocains. D'autres entreprises du Royaume, les banques notamment, ont réussi à s'y implanter et à s'y développer. Comme le souligne notre invité du mois, Abdou DIOP, Président de la Commission Afrique et Sud-Sud de la CGEM et Executive Partner du Cabinet Mazars, le Maroc doit, à présent, déployer une stratégie d'envergure pour concrétiser son ambition, à savoir devenir la plateforme africaine de référence pour les investisseurs.

L'agenda de cette rentrée 2016 sera également marqué par le premier Séminaire International de la Médiation, organisé par le Centre de Médiation pour l'Entreprise (CME) de la CFCIM, en partenariat avec l'OMBUDSMAN du Groupe OCP, le jeudi 22 septembre prochain à partir de 8 h 30 au Hyatt Regency de Casablanca. Médiateurs marocains et internationaux se retrouveront, à cette occasion, pour échanger et débattre autour du rôle de la Médiation dans le développement des entreprises.

Enfin, à l'approche de la COP22, la CFCIM poursuit sa mobilisation et lance différentes initiatives, dont l'annuaire des solutions vertes, désormais accessible sur son site internet.

Nous sommes, d'ailleurs, fiers d'avoir reçu, pour six de nos projets et événements, les labels « Project » et « Event » décernés par le Comité de Pilotage de la COP22.

Bonne rentrée à toutes et à tous !



Conjoncture est édité par la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc ► 15, avenue Mers Sultan - 20 130 Casablanca. Tél. LG : 05 22 20 90 90. Fax : 05 22 20 01 30. E-mail : conjoncture@cfcim.org. Site Web : www.cfcim.org ► **Directeur de la publication** Jean-Marie Grosbois ► **Rédacteur en chef** Philippe Confais ► **Président du Comité de rédaction** Serge Mak

► **Secrétaire de rédaction-journaliste** Nadia Kabbaj ► **Relecture et correction** Esther Boulanger ► **Directrice Communication** Wadad Sebti
► **Ont collaboré à ce numéro** Marie-Cécile Tardieu, Laurence Jacquot, Société de Bourse M.S.IN, Rachid Hallaouy, Jean-Yves Arrivé, Bruno Igounenc, les administrateurs et collaborateurs de la CFCIM ► **Crédits photos** CFCIM, Fotolia, Ambassade de France, DR ► **Conception graphique** Sophie Goldryng
► **Mise en page** Mohamed Afandi ► **Impression** Direct Print (Procédé CTP) ► ISSN : 28 510 164 ► Numéro tiré à 13 500 exemplaires.



PUBLICITÉS **Mariam Bakkali** Tél. : 05 22 93 11 95 - 05 22 93 81 28 GSM : 06 61 71 10 80 mariam.bakkali@menara.ma
Anne-Marie Jacquin Tél. : 05 22 30 35 17 GSM : 06 61 45 11 04 jacquin_annemarie@yahoo.fr
Nadia Kaïs Tél. : 05 22 23 66 61 GSM : 06 69 61 69 01 kais.communication@gmail.com





3 AGROPOLES POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES PROFESSIONNELS DEL'AGRO-INDUSTRIE

OFFRE DE LOTS DE
TERRAINS INDUSTRIELS VIABILISÉS

AGROPOLIS
AGROPOLE DE MEKNÈS

Localisation : à 5 mn de Meknès
56 lots déjà vendus

MEDWEST
AGROPOLE DE BERKANE

Localisation : à 10 mn de Berkane
35 lots déjà vendus

AGROPOLE
SOUSS MASSA

Localisation : à 10 mn d'Agadir
25 lots déjà vendus



**MEDZ, LEADER AU MAROC DANS L'AMÉNAGEMENT
ET LE DÉVELOPPEMENT DE ZONES INDUSTRIELLES**



Nous concevons



Nous améageons



Nous construisons



Nous commercialisons



Nous gérons



14 Zones Industrielles

Sommaire

ActusCFCIM

- 6 EFA : une rentrée placée sous le signe de la COP22
- 8 Vie associative de la CFCIM
- 10 Séminaire International de la Médiation
- 11 Interview de Larbi El Hilali, OMBUDSMAN du Groupe OCP
- 14 Interview de Mohammed Fikrat, Président de la FENAGRI
- 18 Mission UrbAquitaine

EchosMaroc

- 22 L'invité de Conjoncture : Abdou Diop, Président de la Commission Afrique et Sud-Sud de la CGEM et Executive Partner du Cabinet Mazars
- 24 Service économique de l'Ambassade de France
- 26 Indicateurs économiques et financiers

Cap sur la COP22

- 28 La CFCIM se mobilise pour la COP22 !



ZOOM

Agroalimentaire, une filière et des produits à redynamiser

- 34 L'agroalimentaire, un secteur stratégique trop peu valorisé ?
- 38 Interview de Hammad Kassal, Économiste et Opérateur dans le secteur de l'agroalimentaire
- 40 Un marché régional très concurrentiel
- 42 Comment promouvoir l'offre agroalimentaire à l'export ?
- 43 Interview de Youssef Barradi, Directeur Marketing et Développement Stratégique du Groupe Lesieur-Cristal



Regardsd'experts

- 46 **Management** Améliorer le climat social pour gagner en productivité et améliorer le bien-être au travail
- 47 **Management** Dirigeants, remplacer la puissance par la présence ?

On en parle aussi...

- 54 **L'association du mois : L'association Espoir Maroc organise le Forum Emploi Handicap Maroc**



EFA : une rentrée placée sous le signe de la COP22



Ecole Française
des Affaires

Depuis sa création, l'École Française des Affaires (EFA) a pour ambition de transmettre des valeurs citoyennes à ses étudiants et de former des gestionnaires à l'esprit solidaire. La tenue de la COP22 au Maroc, en novembre prochain, n'est qu'une occasion supplémentaire d'ancrer les fondements du développement durable auprès des EFAistes et de les sensibiliser à la situation climatique et environnementale de notre planète. Pour cette nouvelle rentrée scolaire 2016-2017, l'EFA a ainsi mis en place plusieurs actions concrètes en vue d'impliquer directement les élèves dans la démarche RSE de la CFCIM de les associer à sa mobilisation pour la COP22. Ainsi, les projets humanitaires menés par les étudiants de première année



seront réalisés au profit de différentes associations œuvrant pour la protection de l'environnement et le développement social. D'autres projets sont également programmés pour cette rentrée, notamment l'organisation d'un ensemble de conférences et d'ateliers animés par des experts reconnus dans ce domaine. Dans cette même optique, les contenus pédagogiques des modules « Culture générale » et « Anglais » aborderont cette thématique.

Enfin, cette rentrée est marquée par une grande nouveauté. L'EFA met à disposition de ses étudiants et de ses collaborateurs un bus scolaire gratuit. Objectif : encourager l'utilisation des transports en commun et limiter les rejets de gaz à effet de serre et la pollution de l'air. Une action symbolique qui, à sa mesure, contribuera à changer les mentalités. *

CEFOR Entreprises - Programme des séminaires de formation du 15 septembre au 15 octobre 2016

Optimiser la gestion de trésorerie

Durée : 2 jours

Date : 15-16 septembre 2016

Objectifs : évaluer les enjeux de négociation bancaire, évaluer le risque bancaire de l'entreprise, optimiser les prévisions, financements et placements, la gestion quotidienne et la trésorerie groupe, piloter la fonction trésorerie par le tableau de bord, etc.

Maîtriser la gestion de vos commandes export et import

Durée : 2 jours

Date : 20-21 septembre 2016

Objectifs : s'assurer d'une parfaite maîtrise de tous les aspects logistiques d'une commande, connaître la réglementation du pays client, obtenir et rédiger les documents export et import, résoudre un litige avec son transitaire, évaluer le coût réel d'une opération, etc.

Gérer et manager un entrepôt logistique

Durée : 2 jours

Date : 22-23 septembre 2016

Objectifs : construire une organisation focalisée sur les attentes du client, la qualité de service et les délais, améliorer la productivité et le service client de son entrepôt, établir un diagnostic et bâtir un plan d'actions avec toutes les parties prenantes, etc.

Leadership personnel et performance collective

Durée : 2 jours

Date : 27-28 septembre 2016

Objectifs : oser exercer son leadership, faire mieux fonctionner son équipe, accroître la responsabilisation des collaborateurs, créer un climat de confiance, favoriser l'adhésion sur les projets, décider mieux, etc.

Santé - Sécurité : les points clés de la réglementation

Durée : 2 jours

Date : 29-30 septembre 2016

Objectifs : avoir une connaissance actualisée du cadre législatif, recenser les principales obligations applicables à l'entreprise et y répondre, déterminer les points-clés pour l'application opérationnelle, etc.

Management opérationnel

Durée : 2 jours

Date : 4-5 octobre 2016

Objectifs : développer les réflexes de son équipe et de chaque collaborateur sur le terrain, pour un management opérationnel performant au quotidien, adopter la bonne posture managériale, au bon moment, avec la bonne personne et en toutes circonstances, etc.

Recouvrement de créances

Durée : 2 jours

Date : 6-7 octobre 2016

Objectifs : connaître le marché et l'environnement des affaires, créer et organiser sa fonction de crédit management, mesurer son risque client, maîtriser les étapes du risque client, se familiariser avec la technique de gestion des flux de l'entreprise, etc.

Mesurer la satisfaction de vos clients

Durée : 2 jours

Date : 11-12 octobre 2016

Objectifs : savoir établir un diagramme des besoins des clients, construire et exploiter une enquête de satisfaction, traiter efficacement les réclamations clients, etc.

Gestion du temps et des priorités : outils et meilleurs pratiques

Durée : 2 jours

Date : 13-14 octobre 2016

Objectifs : s'approprier les méthodes et les outils nécessaires pour une organisation et une gestion optimale du temps de travail, savoir dire non et faire respecter ses priorités, modifier son rapport individuel au temps (messages contraignants, temps subi, temps maîtrisé), etc.

Le CEFOR entreprises se tient à votre disposition pour toute information complémentaire, notamment pour étudier avec vous la réalisation de vos formations Intra- entreprise.

► Pour toute autre information et inscription, votre contact :

Rédouane ALLAM – Formation et Partenariats

rallam@cfcim.org / cefor@cfcim.org

Tél. : 022 35 02 12 GSM : 06 67 03 03 25 Fax : 022 34 03 27

COMMERCE INTERNATIONAL

DÉCOUVREZ LA BANQUE RÉFÉRENCE !

100%*

DE PROMESSES TENUES

Ouverture d'un crédit documentaire import sous 4 heures** 🔍

Traitement d'une opération de remise documentaire import à J 🔍

**si vous êtes abonnés à Cdm e-Trade. À condition que le dossier client soit complet, son compte suffisamment provisionné et autorisé et la demande reçue avant 15h.

*Valables pour l'ensemble des opérations documentaires (remise documentaire, crédit documentaire à l'import et à l'export).

Vous souhaitez gagner en efficacité sur vos opérations à l'international ?

Le Crédit du Maroc vous propose le **meilleur service** grâce à un traitement de l'ensemble de vos **opérations à l'international** avec :

- Les **meilleurs délais** de traitement de la place
- Une **qualité de service** optimale :
 - Des notifications gratuites et en temps réel
 - L'envoi instantané des pièces justificatives
- La réalisation de bout en bout de vos opérations à distance
- Un accompagnement sur-mesure par une équipe de spécialistes à votre disposition

ISO 9001

BUREAU VERITAS
Certification



L'impression 3D : des applications à l'infini

Le 20 juillet 2016, la Délégation Régionale de la CFCIM à Tanger a organisé un petit-déjeuner d'information sur le thème « La Fabrication additive ou l'impression 3D », animé par Mouhcine Riani, Gérant de la Société Sara Technologies. 25 personnes ont participé à cette rencontre qui s'est déroulée à l'hôtel Hilton Garden Inn Tanger City Center.

Aujourd'hui, quasiment tout peut être fabriqué grâce à une imprimante 3D, des prothèses médicales aux objets les plus usuels. Un secteur a tout particulièrement bénéficié de ces avancées : l'industrie. « Depuis quelques années, l'impression 3D s'est démocratisée en Europe et aux États-Unis et son coût est devenu plus accessible », explique Mouhcine Riani. « Les applications sont aujourd'hui très nombreuses. Dans l'industrie, l'impression 3D permet de gagner un temps considérable et facilite la prise de décision. Par exemple, un prototype peut être réalisé en quelques heures, au lieu de quelques semaines auparavant. » Autre avantage de l'impression 3D : la pièce est créée à l'identique, à partir du modèle virtuel, avec une grande précision. « Au Maroc, l'impression 3D commence à



être intégrée aux cursus des écoles d'ingénieurs. Les architectes l'utilisent également de plus en plus pour réaliser leurs maquettes », remarque Mouhcine Riani. L'impression 3D a donc de beaux jours devant elle et va, à l'évidence, révolutionner profondément les process de fabrication, de la conception à la production, en passant par le contrôle qualité. *

De nombreux outils à disposition des entrepreneurs marocains



Afin de dresser un panorama global des outils dont disposent les jeunes entrepreneurs, la CFCIM a organisé, le 27 mai 2016, un petit-déjeuner d'information sur le thème « Devenir entrepreneur au Maroc : focus sur les outils et les accompagnements disponibles ». La réunion a été animée par Houda Berrada, Membre du Bureau du Réseau Entreprendre Maroc et Directrice Associée de NOK SARL, Abdellah El Fergui, Président de la Confédération Marocaine des TPE-PME et Mounir Zraïdi, Responsable du Développement de Maroc PME. *

Les secrets de la transmission d'entreprise

LA CFCIM A ORGANISÉ, LE VENDREDI 3 JUIN 2016, un petit-déjeuner d'information sur le thème « Les clés d'une transmission d'entreprise réussie au Maroc ». La rencontre a été animée par Salwa Mikou, Expert-Comptable, Commissaire aux Comptes et aux Apports, Gérante du Cabinet Atlantic Experts Comptables, Abdellah Oualdelmeskine, Directeur Chargé de Missions de la Société d'Aménagement Zenata et Claude Volatier, Gérant du Cabinet A & A Africa. Une vingtaine d'adhérents ont participé à cette réunion qui a pris la forme d'un atelier pratique interactif.

Rencontres Africa 2016

Le 2 septembre 2016, la CFCIM a organisé un petit-déjeuner d'information sur les Rencontres Africa 2016, animée par Jean-Marc Pons, Chef de la délégation Maroc d'Africa 2016. Pour rappel, il s'agit de la plus importante manifestation économique sur l'Afrique organisée en France, qui se déroulera les 22 et 23 septembre au Palais d'Iéna à Paris. Les Rencontres Africa 2016 sont organisées par Classe Export, sous le haut parrainage du Ministère français des Affaires Étrangères et du Développement International et du Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique de la France, en collaboration avec AfricaFrance, et le Conseil Économique, Social et Environnemental (CESE). « Ces rencontres internationales ont pour objectif de faciliter

les échanges, de faire naître de nouvelles formations, de créer des emplois, en plaçant l'homme au centre des préoccupations, et de favoriser les coopérations industrielles et économiques et le transfert de savoir-faire. » a expliqué Jean-Marc Pons. L'évènement réunira plus de 860 dirigeants d'entreprise, financiers et décideurs politiques. Le programme inclut 10 conférences plénières sur des thèmes majeurs tels que la ville durable en Afrique ou le développement des compétences, ainsi que 20 colloques et ateliers en groupe restreint de 40 participants pour approfondir des sujets opérationnels comme le financement des infrastructures ou les partenariats publics privés. Enfin, des rendez-vous B to B seront proposés aux participants. *



JOURNÉE DE LA FAMILLE EN ENTREPRISE ou « FAMILY DAY »

Concept

Les petits aiment visualiser là où leurs parents partent le matin. Quant aux collègues, ils ne se voient plus comme de simples salariés, mais aussi comme des hommes et des femmes, des mères et des pères.

Le Family Day

est une journée exceptionnelle dans la vie d'une entreprise. Originale et adaptable à toutes les tailles d'entreprises, le Family Day est l'occasion de faire découvrir aux enfants l'univers professionnel de leurs parents de manière ludique et conviviale. Le temps d'une journée, des activités, des ateliers, et un goûter seront mis en place pour faire de cette journée un moment de partage inoubliable entre parents et enfants.

Intérêts & enjeux

Un véritable atout pour votre entreprise :

- La conciliation entre vie professionnelle et vie familiale est un enjeu crucial pour les salariés parents
- Le regard qu'ils portent sur l'entreprise et le monde du travail doit être un sujet de préoccupation et d'action pour l'ensemble des employés

Approche

Experte depuis plus de 30 ans dans l'organisation d'animations enfantines, La Franchise française **A La Ribambelle** vous propose une approche ludique et pédagogique pour votre entreprise quelque soit votre secteur d'activité.

Nous nous engageons à personnaliser votre événement, de manière à ce que celui-ci soit en parfaite adéquation avec vos attentes et votre cœur de métier, fondement même de cette journée d'exception.

Notre équipe mobilise son expérience et son savoir-faire pour vous proposer une offre sur mesure qui passe par différentes étapes :

- La visite des locaux (prise en compte de l'espace dédié à l'événement)
 - La réalisation d'un devis en adéquation avec vos attentes et votre activité
 - L'organisation de l'événement le jour J
- Petit ou grand événement notre équipe fera en sorte que ce jour reste mémorable.



A LA RIBAMBELE Casablanca
Directrice d'agence : Mme Audrey Barbier Lahlou
ribambellecasablanca@gmail.com
Tél : 05 22 25 77 74 - 06 63 79 68 89
Facebook : A la Ribambelle Casablanca
www.ribambelle.fr

Séminaire International de la Médiation

Le Centre de Médiation pour l'Entreprise (CME) de la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) organise, en partenariat avec l'OMBUDSMAN du Groupe OCP, son premier Séminaire International de la Médiation. La rencontre se déroulera le jeudi 22 septembre 2016 à 8 h 30, à l'hôtel Hyatt Regency à Casablanca et portera sur le thème « La Médiation, levier innovant pour le développement des entreprises ».

Encore peu connue il y a quelques années, la Médiation est un outil de plus en plus souvent utilisé par les entreprises pour le règlement amiable de leurs litiges commerciaux. Alternative aux procédures judiciaires, la Médiation offre de nombreux avantages : rapidité, maîtrise des coûts, confidentialité, etc. Elle permet, en outre, de préserver la qualité des relations entre les partenaires une fois le litige résolu. Enfin, la solution construite à l'issue du processus de médiation n'est jamais imposée aux parties, qui peuvent, si elles le souhaitent, choisir la voie judiciaire à tout moment. Ainsi, la Médiation couvre non seulement le domaine juridique, mais aussi de nombreux aspects de la vie de l'entreprise : gouvernance, politique commerciale, innovation, RSE, etc. Axé principalement sur le volet business de la médiation, ce Sémi-

naire International de la Médiation inclura deux principaux temps forts. L'assemblée plénière se déroulera au cours de la matinée et sera animée par des experts internationaux de la Médiation (Maroc, États-Unis, France, Sénégal, Liban, etc.). Deux panels sont notamment programmés autour de thèmes d'actualité : « La dimension internationale de la Médiation : expérience, fonctionnement et formation » et « L'apport de la Médiation dans la gouvernance de l'entreprise : enjeux de durabilité et intérêts économiques ». L'après-midi sera, quant à elle, consacrée aux tables rondes durant lesquelles les principaux Médiateurs du Maroc présenteront leur action et leur écosystème. *

Contact

Khalid IDRISSE, Secrétaire Administratif et Financier du CME

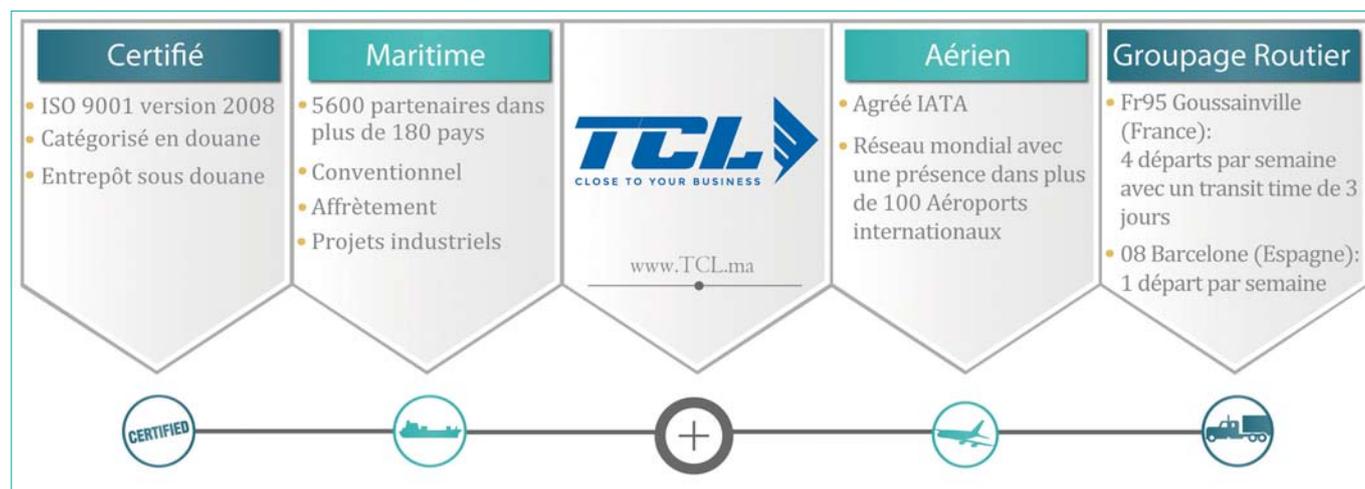
Tél. : (+212) (0) 5 22 43 96 04/38

Fax : (+212) (0) 5 22 27 13 28

Email : kidrissi@cfcim.org

Le Centre de Médiation pour l'Entreprise de la CFCIM

Le Centre de Médiation pour l'Entreprise (CME) de la CFCIM accompagne depuis 2009 les entreprises dans le règlement amiable des conflits commerciaux. Fruit du partenariat entre la CFCIM et le Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris (CMAP), le CME propose une assistance technique pour la mise en place et le suivi des processus de médiation. Le CME organise également des sessions de formations certifiantes, animées par des Médiateurs agréés par le CME et le CMAP. Dans le cadre du Club de la Médiation, des réunions d'information accueillent bimestriellement Directeurs Juridiques, Directeurs Administratifs et Financiers, Directeurs des Ressources Humaines, ainsi que les Médiateurs agréés CME et CMAP autour de thématiques concrètes.



« La médiation est un outil important pour améliorer le climat des affaires »



Interview de Larbi El Hilali, OMBUDSMAN du Groupe OCP

Pourquoi le Groupe OCP a-t-il créé le bureau de l'OMBUDSMAN ? Quel est l'apport d'une telle entité pour les grands groupes ?

Le Groupe OCP vit depuis une dizaine d'années au rythme d'un large programme de transformation. Cette transformation se concrétise à la fois par le développement d'un programme d'investissements d'une ampleur inédite et par l'impulsion d'une nouvelle culture d'entreprise, marquant ainsi une ouverture de plus en plus importante envers nos écosystèmes. En 10 ans, le nombre de nos partenaires et sous-traitants a considérablement évolué. Des centaines, voire des milliers, de PME créent de la valeur grâce à la commande OCP. Des efforts conséquents ont été consentis ces dernières années, chacun en conviendra, pour assurer au plus grand nombre un accès aux marchés OCP et une simplification des procédures de paiement. Naturellement, comme toute entreprise de la taille du Groupe OCP, des problèmes peuvent subsister dans un certain nombre de cas.

La création du bureau de l'OMBUDSMAN s'inscrit donc dans une logique d'amélioration continue des interactions et des relations avec notre écosystème.

En s'affirmant comme un trait d'union entre le Groupe OCP et ses partenaires, le bureau de l'Ombudsman se veut un espace ouvert, à l'écoute de tous. Nous œuvrons au quotidien pour rapprocher les points de vue, concilier les positions des uns et des autres et souvent, dissiper de possibles incompréhensions et malentendus. L'une de nos principales missions est d'appuyer et d'aider les PME partenaires à trouver des solutions justes et équitables en cas de mésentente avec le Groupe OCP. Nous sommes aussi porteurs d'une mission de conseil dans le sens où, avec le recul nécessaire, nous pouvons émettre des recommandations au Groupe OCP quand il subsiste des préoccupations relatives à ses politiques ou procédures afin

que ces dernières tiennent compte non seulement de l'intérêt du Groupe, mais aussi de l'intérêt de ses partenaires et de ses parties prenantes externes.

De fait, la philosophie du Bureau de l'Ombudsman est de veiller, par la médiation et la recommandation, à ce que l'écosystème global du groupe OCP soit pérenne et qu'il ne puisse pas être freiné ou perturbé par des dysfonctionnements ou des incompréhensions entre les parties.

Selon vous, quels sont les enjeux et les perspectives de la médiation au Maroc ?

Il existe aujourd'hui une prise de conscience manifeste chez les acteurs économiques de l'utilité, de l'importance, des gains économiques et du gain de temps que peut apporter la médiation. De plus en plus de secteurs et d'entreprises se dotent d'organes dédiés à la médiation, tandis que d'autres l'envisagent. Par ailleurs, la CFCIM a eu l'excellente initiative de créer le Club de la Médiation et on voit bien que les principales entreprises marocaines, dans la diversité de leurs activités, y sont représentées. L'enjeu est d'une grande importance : l'amélioration continue du climat des affaires et de la confiance entre différents acteurs est sans doute l'un des axes majeurs du développement du Royaume et de son positionnement sur le marché international. La médiation est un outil important pour y parvenir et optimiser les interactions entre les opérateurs, notamment les donneurs d'ordre et les PME.

Quelles retombées attendez-vous du Séminaire International de la Médiation ?

Avec nos partenaires du Club de la Médiation de la CFCIM, nous avons voulu faire de cette journée une référence incontournable des acteurs de la médiation au Maroc. La programmation est à la hauteur des défis que nous souhaitons relever en tant que praticiens de la médiation. Beaucoup de travail reste à accomplir pour la promotion de la médiation au Maroc, mais l'engouement des acteurs participants à cette journée nous encourage à œuvrer ensemble pour enraciner cette bonne pratique. C'est enfin une occasion de s'enrichir aux contacts des uns et des autres et d'apprendre des différentes expériences notamment mondiales. *



Premier Séminaire International de la Médiation au Maroc



« La Médiation, levier innovant pour le développement des entreprises »

Jeudi 22 septembre 2016 à 8 h 30 - Hôtel Hyatt Regency - Casablanca

« Une entreprise apaisée, c'est une entreprise qui se développe harmonieusement »



Interview de Patrice Mouchon,
Président du Centre de Médiation et d'Arbitrage de la Chambre de Commerce Franco-Arabe

Quel est votre regard sur le développement de la médiation au Maroc ces dernières années ?

Le Centre de Médiation et d'Arbitrage de la Chambre de Commerce Franco-Arabe, qui existe depuis 1970, dispose d'un système de médiation tout à fait original privilégiant la co-médiation et l'interculturalité.

L'interculturalité est, en effet, au cœur de notre approche. Nous pensons que pour mener une médiation franco-arabe, les co-médiateurs doivent avoir une connaissance suffisante de la culture du pays et de l'entreprise concernée par le conflit à régler.

Au sein de notre Conseil Scientifique, le Maroc est représenté par Maître Zineb Hamzi qui est un Médiateur reconnu internationalement.

Récemment, à l'occasion d'un colloque organisé à Paris par le CMA de la CCFA, elle a très justement souligné qu'il existait au Maroc un phénomène de judiciarisation du droit assez fort, avec comme conséquence que, la Médiation est encore perçue comme un processus de règlement de conflits mineurs.

Cela a également été le cas en France et en Europe, même si la médiation y est plus avancée, mais il s'agit d'un processus à évolution lente. Le Maroc est un des pays arabes les plus ouverts à la médiation. En effet, un certain nombre de centres de médiation et d'arbitrage y ont été créés. Ce nombre est plus important que la moyenne des autres pays arabes, à égalité avec le Liban, qui s'efforce également de promouvoir la médiation.

Au Maroc, on peine à sortir du règlement des conflits par les juridictions étatiques, mais j'ai l'impression que beaucoup d'opérateurs voient l'avantage d'entrer dans cette voie alternative de règlement des conflits. On peut néanmoins constater qu'il existe encore une confusion entre négociation, conciliation et médiation. Le processus de médiation et le rôle réel du médiateur ne sont pas encore bien connus. Mais les mentalités évoluent et des initiatives telles que le CME de la CFCIM sont tout à fait importantes, pour la promotion de cet outil.

De quelle manière la médiation peut-elle soutenir le développement des entreprises ?

Dans le cadre du règlement des différends internes ou externes à l'entreprise, la médiation va permettre aux deux parties d'être acteur de la résolution de leur différend. Alors que, dans le cadre d'une conciliation, la solution vient du conciliateur.

Le médiateur n'impose pas de solution.

Autre atout de la médiation, lors d'un conflit interne ou externe à l'entreprise, elle permet, par un médiateur neutre, impartial et indépendant, qui n'est ni un arbitre, ni un conciliateur, ni un négociateur, de faciliter une écoute active des parties et de les aider à reformuler clairement leurs préoccupations, pour contribuer à favoriser l'émergence de la solution.

La confidentialité est également très importante dans ce processus. Lorsque l'on aboutit à une solution satisfaisante pour toutes les parties, on restaure non seulement le dialogue, mais aussi un partenariat, qui avait été rompu, entre deux entreprises, par exemple. Dans ces conditions, une fois que la situation est éclaircie, on peut envisager de nouveau un fonctionnement normal et préserver le futur des relations. Or, une entreprise apaisée, c'est une entreprise qui se développe harmonieusement. En effet, dans les entreprises où naissent des conflits entre personnes ou services, ils peuvent être lourds de conséquences, ce qui nuit incontestablement au développement et à la rentabilité de celle-ci.

La médiation est, par exemple, tout à fait indiquée pour des entreprises en cours de réorganisation, afin de se dégager de situations complètement bloquées, telles que des grèves, des occupations ou encore des rapports de violence.

Si ces blocages durent plusieurs semaines, voire plusieurs mois, cela peut avoir des conséquences terribles pour l'entreprise, sa rentabilité, ses résultats financiers et mettre en péril l'ensemble des emplois, notamment ceux que l'on souhaitait préserver au départ.

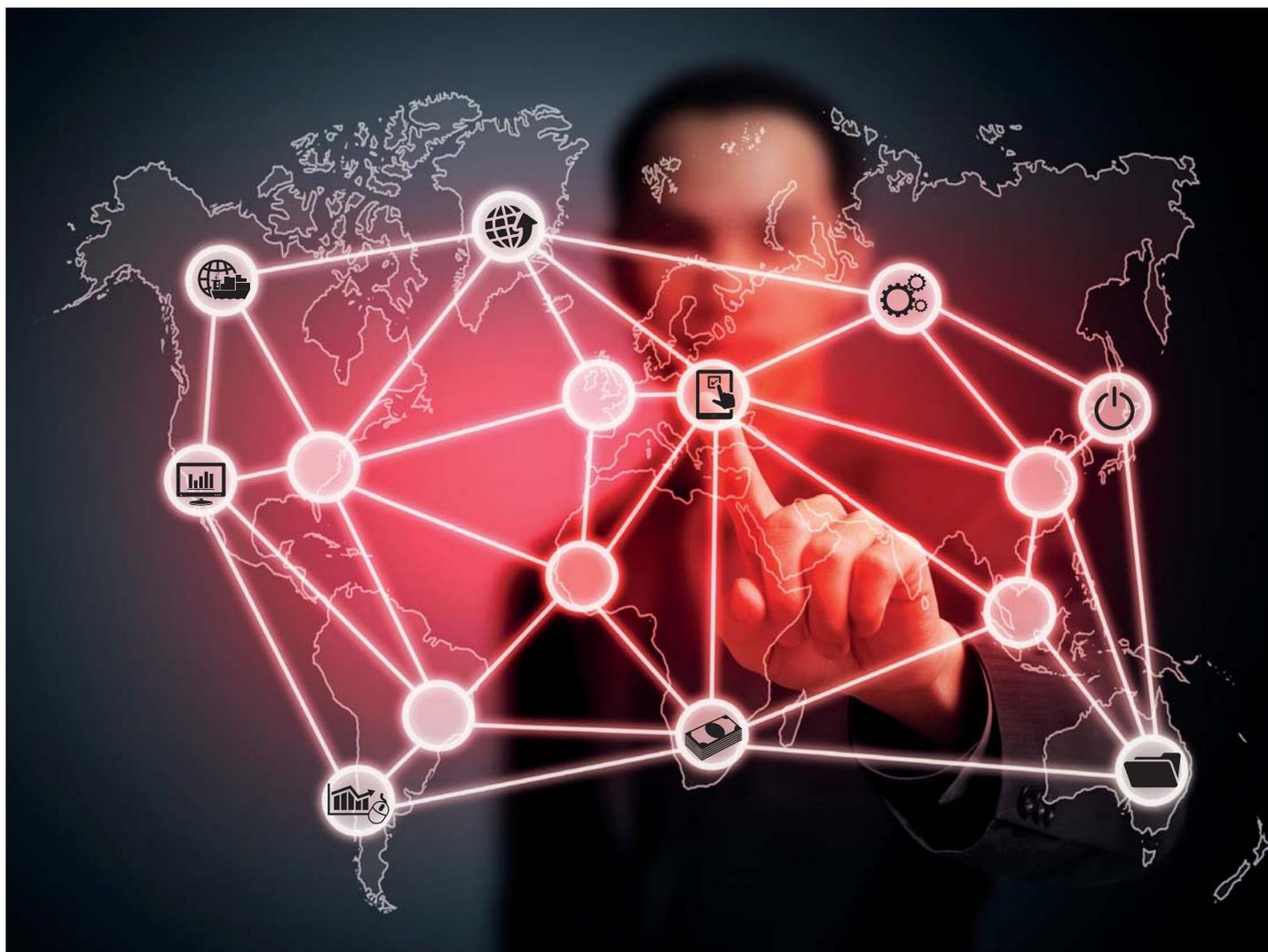
C'est une des raisons qui devrait conduire à être extrêmement proactif dans l'introduction d'un processus de médiation et par la désignation par les parties d'un médiateur.

En conclusion, la médiation restaure l'autorité du chef d'entreprise, permet d'apaiser le climat social et libère la parole grâce à l'écoute et au dialogue. Que ce soit pour les conflits internes ou externes, nous ne sommes plus dans des rapports de force, mais dans une logique de « soft power » qui permet de gagner du temps et de l'argent, face à des situations qui peuvent potentiellement s'enliser pendant plusieurs années. *

PORTNET, LA GESTION OPTIMALE DE VOS OPÉRATIONS D'IMPORT-EXPORT

Société Générale, votre partenaire à l'international, vous invite dès à présent à utiliser Portnet pour la domiciliation de vos titres d'importation et vous accompagne dans vos démarches de souscription.

Pour en savoir plus, consultez www.portnet.ma



Votre entreprise a une dimension internationale ?
Notre expertise n'a pas de frontières !

يدنا في يدك
الشركة العامة
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Trade Center International
05 22 77 91 40

5^e édition du CFIA Maroc

Placée sous l'égide du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et du Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Économie Numérique, la 5^e édition du Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire (CFIA) Maroc, organisée par la CFCIM et GL events, se tiendra du 27 au 29 septembre 2016 au Centre International de Conférences et d'Expositions de Casablanca. Rencontre avec deux opérateurs du secteur.

« De réelles opportunités existent aussi bien sur le marché local qu'à l'export »



Mohammed Fikrat,
Président de la FENAGRI
(Fédération Nationale de
l'Agroalimentaire) et PDG
de COSUMAR

De quelle manière peut-on accélérer le développement de l'industrie agroalimentaire au Maroc ? Comment encourager l'investissement et la recherche et développement ?

Tout d'abord, permettez-moi de rappeler que l'industrie agroalimentaire est un secteur stratégique pour le pays, pleinement ancré dans son développement socio-économique. Les dernières statistiques montrent qu'il représente près du tiers de l'ensemble du tissu industriel marocain avec un chiffre d'affaires global de 116 milliards de dirhams, une valeur ajoutée de 30 milliards de dirhams et 143.000 emplois. Ceci dit, le potentiel de développement de l'Industrie Agroalimentaire (IAA) marocaine est loin d'être épuisé et de réelles opportunités existent toujours, aussi bien sur le marché local qu'à l'export. Dans cette optique, plusieurs leviers peuvent être mis en œuvre tels que la mise à niveau de l'outil productif, la mise à niveau des circuits de distribution, la poursuite de l'évolution de la réglementation, la fiscalité et l'encouragement des efforts de formation. L'investissement dans l'IAA devrait être ainsi relancé de manière efficace. L'IAA doit également bénéficier de programmes d'aide à l'innovation et à la R&D ainsi que d'un système de formation adapté et de partenariat scientifique et technique répondant aux besoins spécifiques des différentes filières.

À noter que nous travaillons actuellement sur le contrat-programme du secteur agroalimentaire en étroite collaboration avec les pouvoirs publics. L'ensemble de ces leviers sera décliné en mesures et plans d'actions pour les cinq prochaines années. Enfin, certains défis tels que la lutte contre l'informel restent à relever. Le phénomène touche de plein fouet bon nombre de nos branches d'activité et absorbe une grande partie du potentiel de développement du secteur. En outre, l'entrée en vigueur des accords de libre-échange a eu pour effet d'accélérer les impor-

tations, avec des effets néfastes sur la balance commerciale des produits agroalimentaires.

Quelles sont les actions menées en ce sens par la FENAGRI ?

Les chantiers structurels cités plus haut nécessitent une étroite concertation entre opérateurs privés et pouvoirs publics. La FENAGRI est ainsi impliquée dans un processus de concertation permanent avec les partenaires institutionnels pour définir les plans d'actions prioritaires et les moyens de les mettre en œuvre. Par ailleurs, la FENAGRI déploie pour ses membres un ensemble de services afin de les aider à mieux appréhender l'évolution de leur environnement.

La FENAGRI peut proposer, aux industriels qui le souhaitent, un certain nombre de formations sur des thématiques précises telles que la réglementation et la normalisation. La FENAGRI réalise également des études sur des thématiques d'intérêt pour le secteur. Nous publions tous les mois sur notre site une note reprenant l'actualité réglementaire du secteur (note de veille juridique), ainsi qu'une note de veille du commerce extérieur. Pour terminer, nous travaillons aujourd'hui pour redynamiser le Centre Technique des Industries Alimentaires (CETIA), qui est un outil à disposition des industriels pour les accompagner dans leurs processus de R&D, innovation et développement des procédés.

Où en est le Maroc en matière de contrôle qualité des produits agroalimentaires ?

Le Maroc a toujours disposé d'une réglementation sanitaire pour la plupart des produits agroalimentaires. Toutefois, avec la loi 28-07 promulguée en 2010, cette réglementation a connu des évolutions majeures ces dernières années. Beaucoup de pratiques et de normes internationales ont été adoptées et rendues obligatoires, y compris pour les produits écoulés sur marché local.

En soi, cette loi est une excellente chose pour tirer le secteur vers haut. Mais nous ne devons pas oublier que la majorité du tissu est composé de PME qui ont besoin d'un accompagnement pour pouvoir se mettre à niveau. De même, il y a lieu de revoir le système de contrôle des produits alimentaires importés, à l'image des exigences de contrôle imposées à nos produits à l'export. *

► Propos recueillis par Nadia Kabbaj

L'ÉVÉNEMENT TECHNIQUE DE L'AGROALIMENTAIRE

5^{ÈME}
ÉDITION



- 5 000 VISITEURS
- 250 EXPOSANTS
- 27 PAYS

- ÉMISSIONS TV
- TROPHÉES DE L'INNOVATION
- RENDEZ-VOUS B TO B

Contact :
Annabelle NÉNOT-SOUGRATI
anenot@cfcim.org
Tél. : +212 (0)5 22 43 96 05

SOUS L'ÉGIDE :

Royaume du Maroc
Ministère de l'Industrie,
du Commerce, de l'Investissement
et de l'Économie Numérique



المملكة المغربية
وزارة الصناعة
والتجارة والاستثمار
والاقتصاد الرقمي

ROYAUME DU MAROC



Ministère de l'Agriculture
et de la Pêche Maritime

ORGANISÉ PAR :



CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC

INGRÉDIENTS & PAI
ÉQUIPEMENTS & PROCÉDÉS
EMBALLAGES & CONDITIONNEMENTS
QUALITÉ & HYGIÈNE
STOCKAGE & MANUTENTION

WWW.CFIA-MAROC.COM

« Nos industriels doivent se tourner davantage vers l'export »



Mehdi Anbaoui,
Directeur Commercial
AFE Distributions

Quel est votre regard sur le développement de l'industrie agroalimentaire au Maroc, notamment en ce qui concerne l'innovation, la R&D ?

Je dirais que nous sommes à la pointe de la technologie : les industriels sont aujourd'hui bien équipés. Beaucoup d'investissements dans les domaines de l'innovation ont été fait lors de la dernière décennie. Concernant la R&D produits, notre industrie agroalimentaire se situe dans la norme, dans les standards internationaux. Certains secteurs tels que l'industrie laitière n'ont rien à envier à leurs homologues occidentaux. Ceci dit, nous remarquons un ralentissement de l'activité en raison de la crise et de la baisse de consommation.

Pourtant, on entend souvent dire que les produits marocains ne sont pas assez valorisés, notamment à l'export, et sont exportés en vrac.

Oui, en effet c'est un problème de fond. Nous devons mettre en place des mécanismes, des systèmes de subvention à l'export, faute de quoi nos produits en eux-mêmes ne seront pas compétitifs. Tous les acteurs, public et privés, doivent trouver un terrain d'entente pour lancer la machine. C'est en valorisant les produits que nous exportons, tout en restant compétitif, que nous pourrions un jour rivaliser avec d'autres pays comme la Turquie.

Selon vous, quels sont les besoins du secteur agroalimentaire ? Faut-il y investir davantage ?

Je dirais qu'il y a trop d'investissements actuellement et que le marché marocain commence à devenir un peu trop étroit. Donc, nos industriels doivent se tourner davantage vers l'export. Cer-

tains organismes comme Maroc Export se chargent de faire la promotion des produits marocains. Mais nos produits, qui sont pourtant de bonne qualité, ne sont pas compétitifs à l'export. Beaucoup de pays, à l'image de la Turquie, de la Tunisie ou encore de l'Union européenne, subventionnent leurs produits à l'international. Malheureusement, nous ne sommes pas dans ce cas. Nous exportons des produits primaires, sans transformation, en raison de nombreux facteurs : coût de l'énergie, fiscalité, etc. Une économie ne devrait pas compter que sur des subventions, directes ou indirectes d'ailleurs. Mais ces dernières sont primordiales pour « passer un autre cap ».

Quels sont les segments les plus porteurs dans l'agroalimentaire ?

Certains segments sont beaucoup plus dynamiques que d'autres. Si je prends le cas de l'industrie des jus, le marché était en forte croissance il y a quelques années, actuellement, nous sommes face à un ralentissement peut-être en raison de la disponibilité et du prix des fruits. Mais la situation fluctue selon les années. Le ralentissement a également touché la biscuiterie. Je dirais que tous les secteurs suivent globalement sur la même tendance, mis à part certains industriels qui innovent davantage que d'autres.

Quels sont vos projets et perspectives ?

Nous distribuons des ingrédients pour l'industrie agroalimentaire, notamment pour les produits laitiers, la biscuiterie, la chocolaterie, etc. Nous travaillons actuellement sur un projet de mise en place d'une unité de transformation dans la zone industrielle de Aïn Sebaâ. Nous allons commencer à importer des matières premières et réaliser la formulation et le conditionnement localement, et ce, afin de réduire les coûts. Le CFIA Maroc est une occasion de présenter les produits de notre société, de rencontrer nos clients, car tous les professionnels de notre branche seront présents. Nous souhaitons, en particulier, présenter deux nouveautés et j'espère que nous remporterons un prix. *

► Propos recueillis par Nadia Kabbaj



L'équipe de CFIA venue présenter le forum à l'occasion d'une rencontre organisée en juillet 2016 par la Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Dakar.

NORD DRIVESYSTEMS | Systèmes d'entraînement intelligents

SYSTÈMES D'ENTRAÎNEMENT COMPLETS ÉLABORÉS DE A À Z PAR NOS SOINS



Les normes de qualité les plus strictes sont appliquées lors de la production de nos composants d'entraînement. C'est pour cette raison que nous avons développé notre propre réseau d'usines de production de moteurs, de réducteurs et de systèmes électroniques d'entraînement.

www.nord.com



NORD Réducteurs

Bureaux de Liaison Maroc

1100, Boulevard Al Quods, Casanearshore 1

Sidi Maarouf, 20 270 Casablanca MAROC

Tél. +212 (0) 5 29 04 42 92, Fax +212 (0) 5 29 04 42 01

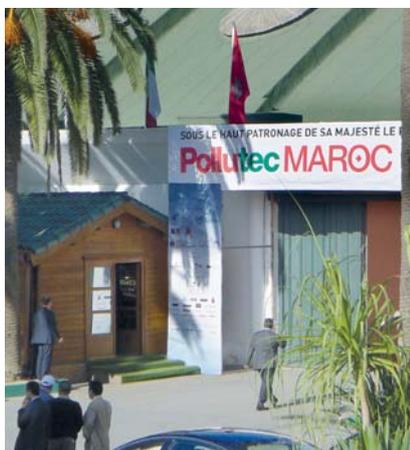
demande-info-export@nord.com

Member of the NORD DRIVESYSTEMS Group



Pollutec Maroc 2016

La 8^e édition du Salon Pollutec Maroc se déroulera du 5 au 8 octobre 2016 à l'Office des Foires et des Expositions de Casablanca (OFEC). 260 éco-acteurs marocains et internationaux opérants dans le secteur des technologies vertes et près de 6 000 visiteurs professionnels sont attendus pour cette édition orientée business. Le programme de l'évènement est particulièrement riche : expositions, rendez-vous d'affaires, accueil de délégations Africaines, ateliers exposants, forums etc. Parmi les temps forts de l'évènement, la remise des Trophées Pollutec Maroc, ainsi que le 5^e Symposium « Territoires Durables » sur le thème « Déchets et Changements Climatiques », préparé et animé par le Ministère délégué auprès du Ministre de l'Énergie, des Mines, de l'Eau, et de l'Environnement, l'Association pour le Développement Durable, l'Ecologie et la Préservation de l'Environnement (ADEPE) et l'ADEME. Organisé par Forum 7



et Reed Expositions, Pollutec Maroc a reçu le label COP22 et se positionne ainsi comme un évènement incontournable « pré-COP ». Comme chaque année, la CFCIM et Business France mettront en place le Pavillon France qui accueillera 60 entreprises opérant dans les secteurs de l'eau, des déchets, de l'air et de l'énergie (équipements, services et solutions innovantes). Des programmes de rendez-vous B to B qualifiés seront proposés aux entreprises participantes.

Éric Cecconello élu Premier Vice-Président de CCI France international



LORS DE LA DERNIÈRE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE CCI FRANCE INTERNATIONAL, qui s'est déroulée le 27 juin 2016 à Paris, Éric CECCONELLO, Trésorier de la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM), a été élu Premier Vice-Président de CCI France International.

Les énergies renouvelables à l'honneur lors de la Mission UrbAquitaine

Placée sous le thème des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique, la Mission UrbAquitaine se déroulera du 26 au 28 septembre 2016 à Rabat et Casablanca. L'objectif est notamment de promouvoir auprès des donneurs d'ordre marocains l'offre UrbAquitaine-Energie. Pour rappel, UrbAquitaine est un cluster créé par la CCI International Aquitaine, avec le soutien du Conseil Régional d'Aquitaine et de partenaires.



Il accompagne un collectif régional d'entreprises possédant un savoir-faire dans huit grands domaines (construction et éco-construction, aménagement urbain, génie civil, ville intelligente, eau, air, déchets et énergie/électricité/éclairage). À l'occasion de cette mission, la

CFCIM accueillera une délégation de 10 entreprises françaises implantées en Aquitaine. Spécialisées dans l'énergie, l'électricité et l'éclairage, ces entreprises viendront ainsi à la découverte des opportunités du marché marocain, présenteront leurs technologies et examineront les possibilités de synergies à mettre en place avec les acteurs locaux. Au programme : un séminaire, des tables rondes, des rendez-vous B to B et des visites de site.

Afterwork CFCIM : networkez en toute convi- vialité !

Le succès ne se dément pas pour les afterworks CFCIM ! Depuis le lancement de l'opération en mars 2016, les participants sont de plus en plus nombreux à chaque édition. Au total, ce sont près de 340 participants, opérant dans environ 60 secteurs d'activité, qui ont pu échanger leurs cartes de visite et, pour certains, engager des partenariats, voire signer des contrats. À chaque édition, une dizaine de collaborateurs et administrateurs de la CFCIM sont présents afin d'assurer



les mises en relation. Rendez-vous chaque premier lundi du mois dans les endroits les plus tendance de Casablanca !

Mission multi- sectorielle région Auvergne- Rhône-Alpes

LA CFCIM ACCUEILLERA, DU 19 AU 20 OCTOBRE 2016 À CASABLANCA, 10 entreprises de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cette mission de prospection B to B multi-sectorielle est organisée par CCI International Rhône-Alpes et CCI International Auvergne. Les entreprises participeront à un séminaire, des visites de sites et des rendez-vous B to B qualifiés.



LE SOMMELIER DE RACINE

• VINS •

D'EXCEPTION

DÉCOUVERTE, CONSEILS, CADEAUX

*UN CHOIX DE PLUS DE 500 RÉFÉRENCES DE VINS, CHAMPAGNES
ET SPIRITUEUX DE LUXE. UNE SÉLECTION RIGOREUSE DES GRANDS CRUS,
MARQUES ET PRODUCTEURS DE FRANCE ET DU MONDE ENTIER*

*13, Rue Bab El Irfane - ex Ader (à côté du Stade Vélodrome)
Casablanca - Tél.: 05 22 95 00 24
Horaires d'ouverture : Du Lundi Au Samedi
De 11h À 13h30 - De 15h À 19h45*

Développement à l'international

La CFCIM vous accompagne sur les salons professionnels

Élevage

SOMMET DE L'ÉLEVAGE
Du 5 au 7 octobre 2016
Clermont-Ferrand
www.sommet-elevage.fr



La 25^e édition du **SOMMET DE L'ÉLEVAGE** se déroulera du 5 au 7 octobre 2016 à Clermont-Ferrand et réunira une nouvelle fois plus de :

- 1 400 exposants en provenance de 35 pays
- 175 000 m² d'exposition
- 85 000 visiteurs
- 2 000 animaux et 70 races
- Plus de 50 visites d'élevage et de sites agro-industriels

Secteurs présents :

- Équipement pour l'élevage : abreuvoirs, revêtements de sols, ficelles, filets, bâches, films plastiques, traçabilité...
 - Matériel d'élevage : éclairage des bâtiments, clôture, isolation, traitement des déjections animales, stockage des aliments, nettoyage et désinfection, pesage, outillage...
 - Fourniture pour l'élevage : aliment du bétail, compléments nutritionnels et minéraux, énergie, génétique, produits phytosanitaires, produits vétérinaires...
 - Machinisme agricole : traitement des cultures, distribution d'engrais, distribution de l'alimentation animale, irrigation, travail du sol, broyeurs, débroussailluses, pneumatiques, levage et manutention, tracteurs, transport des animaux, etc.
 - Service pour l'élevage : environnement, conseil, assurances, banques, informatique, gestion, organismes de recherche, laboratoires d'analyse, organismes professionnels...
 - Eau : forage, drainage, traitement...
- De nombreux concours nationaux ou interrégionaux, présentations animales, ventes aux enchères, démonstrations viendront également rythmer les 3 jours du salon :
- Concours bovins viande
 - Concours bovins lait
 - Concours ovins
 - Concours équins

Contact : Nadwa EL BAINE
Tél. : 05 22 43 96 23
Email : nelbaine@cfcim.org

Agroalimentaire

Du 16 au 20 octobre 2016
Paris Nord Villepinte, Paris
www.sialparis.fr



SIAL, Salon International de l'alimentation

- 6 500 exposants venus de 104 pays
- 250 000 m² d'exposition
- 155 000 visiteurs venus de 194 pays
- 20 secteurs de la filière alimentaire

20 secteurs produits :

- Boissons
- Produits de la mer
- Charcuterie
- Produits diététiques, compléments alimentaires
- Conserves
- Produits laitiers
- Épicerie fine
- Produits surgelés
- Épicerie salée
- Produits traiteurs et plats cuisinés
- Épicerie sucrée
- Viande
- Équipements
- Vins et spiritueux
- Fruits et légumes
- Volailles
- PAI, ingrédients
- Produits Bio
- Régions de France
- Pavillons nationaux

Évènements SIAL 2016

- SIAL Innovation
- World Tour
- La Cuisine
- SIAL TV
- Wine & Food Lab
- In-Food Centre

Contact : Nadwa EL BAINE
Tél. : 05 22 43 96 23
Email : nelbaine@cfcim.org

Hôtellerie - Restauration

Du 6 au 10 novembre 2016
Paris-Porte de Versailles
www.equiphotel.com



EQUIPHOTEL est le rendez-vous incontournable des acteurs du CHR

(Cafés, Hôtels et Restaurants) qui rassemble l'ensemble de l'offre du secteur de l'hôtellerie - restauration.

EQUIPHOTEL en quelques chiffres :

- 5 univers d'exposition pour répondre à chaque problématique métier
- 111 000 visiteurs professionnels issus des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration
- 1 600 exposants
- 30 secteurs d'activité répartis sur 5 pavillons
- Plus de 500 intervenants aux conférences et tables rondes
- 250 innovations
- 500 chefs, dont 150 étoilés

Le salon regroupe tous les produits, équipements et services destinés aux acteurs de l'hébergement et de la restauration hors foyer :

- Aménagement du bâtiment, architecture, revêtement extérieur
- Blanchisserie, linge et textile professionnel
- Grande cuisine
- Cafétérie, bar et boissons
- Chaînes hôtelières, conseil et audit
- Équipements et matériels de cuisine
- Mobilier indoor et outdoor, luminaire, décoration et arts de la table
- Produits d'accueil, hygiène et salle de bain
- Agencement, bien-être, remise en forme, spa, piscine et plein air
- Technologies et services
- Produits alimentaires

Contact : Nadwa EL BAINE
Tél. : 05 22 43 96 23
Email : nelbaine@cfcim.org

Sécurité, Prévention et Gestion des Risques

Du 7 au 9 novembre 2016
Paris-Portes de Versailles
www.expoprotection.com



Tous les deux ans à Paris, **Expoprotection** présente les derniers

produits et les solutions les plus innovantes pour prévenir les risques professionnels, naturels et industriels et les risques de malveillance et d'incendie

- 700 exposants professionnels
- 25 000 visiteurs attendus
- Plus de 120 conférences
- 300 innovations

L'offre est structurée autour de deux univers complémentaires :

1- Risques professionnels, naturels & industriels :

- Sécurité et santé au travail
- Vêtements professionnels
- Prévention des risques

2- Risques, malveillance et feu :

- Lutte contre la malveillance
- Lutte contre le feu

Contact : Nadwa EL BAINE
Tél. : 05 22 43 96 23
Email : nelbaine@cfcim.org

Missions de prospection B to B en Afrique



Missions de Prospection B to B en Afrique



Mission Multisectorielle à Douala, Cameroun, du 14 au 19 novembre 2016

Contact : Amal BELKHEMMAR
Chef de projet
Tél. : 05 22 43 96 31
Email : abelkhemmar@cfcim.org

WE ARE SIKA

WE ARE INNOVATION



SIKA MAROC

1976 CRÉATION
DE LA FILIALE
3 CERTIFICATIONS
ISO 9001 - 14001
OHSAS 18001
120 COLLABORATEURS
2 SITES DE PRODUCTION

7 MARCHÉS CIBLES

BÉTON
ÉTANCHÉITÉ
TOITURES
REVÊTEMENTS DE SOLS
JOINTOIEMENT ET COLLAGE
RÉNOVATION
INDUSTRIE

INNOVATION

DES DÉVELOPPEMENTS DANS NOS
LABORATOIRES R&D INTERNATIONAUX

- DES MORTIERS À FAIBLE
EMPREINTE CARBONE CONTENANT
DES DÉCHETS RECYCLÉS
- DES BÉTONS ÉTANCHES,
POUR FAIRE FACE AUX ALÉAS
CLIMATIQUES DE PLUS EN PLUS
NOMBREUX

BUILDING TRUST

DES SOLUTIONS INNOVANTES
DEPUIS PLUS DE

100 ANS

SYSTÈME DE MANAGEMENT INTÉGRÉ CERTIFIÉ
QSE



Sika Maroc S.A.

Z.I. Ouled Saleh, BP 191-27182
Bouskoura - Casablanca - Maroc
Tél.: +212(0)522 33 41 54
Fax : +212(0)522 59 07 99
info@ma.sika.com
<http://mar.sika.com>

BÂTIR LA CONFIANCE





« Il faut préserver et promouvoir la marque Maroc »

Interview de Monsieur Abdou Diop
Président de la Commission Afrique et Sud-Sud de la CGEM et
Executive Partner du Cabinet Mazars

Conjoncture : Depuis quelques années, le Maroc s'est positionné en tant que hub vers l'Afrique. Quel est l'enjeu des relations Sud-Sud pour le Maroc ?

Abdou Diop : Aujourd'hui, très clairement, le Maroc a besoin de diversifier ses marchés de destination pour plusieurs raisons. Premièrement, les marchés traditionnels commencent à atteindre leurs limites, soit en termes de potentiel de croissance, soit en termes de rentabilité. Deuxième raison, il existe des marchés à fort potentiel que le Royaume n'a pas encore eu vraiment le temps d'exploiter. Troisième raison, le pays bénéficie d'atouts auprès de marchés qui peuvent être importants demain et qui, aujourd'hui, ne sont pas tout à fait adressés. Il existe donc un besoin réel de diversification et la solution se trouve en grande partie dans les pays du Sud. Le Maroc doit ainsi revoir le mode de coopération avec les différents pays et s'orienter de manière très forte vers le Sud, c'est d'ailleurs ce qui est fait depuis une dizaine d'années. Ce ne sont pas forcément des marchés plus faciles ou plus accessibles, car l'offre marocaine y est parfois considérée comme encore jeune. Ce sont des marchés où le Maroc dispose d'atouts, des a priori positifs pas toujours mesurables. Dans beaucoup de pays d'Afrique, il y existe en effet un sentiment de proximité avec le Maroc, même si cela ne se traduit pas économiquement.

Quel bilan peut-on dresser de cette stratégie ?

Il n'est pas toujours facile de pénétrer dans certains marchés, car il existe une dimension culturelle à appréhender, une dimension logistique qui n'est pas évidente et, enfin, une méconnaissance du marché. Nous sommes partis d'un plan d'action sur les « champions nationaux » qui, ces dix dernières années, se sont positionnés, chacun dans

leur domaine. Les résultats les plus intéressants concernent le secteur financier. Les banques marocaines sont en effet devenues des établissements de référence sur le continent. Les entreprises immobilières ont, elles aussi, pu percer et décrocher des marchés assez intéressants. Parmi elles, certaines se sont lancées dans la cimenterie, Addoha notamment avec les Ciments de l'Afrique. Derrière, le secteur électrique a connu un développement très fort sur le continent.

Donc, il y a une présence intéressante, portée par des champions nationaux. Mais est-ce que les chiffres qui en découlent sont à la hauteur des attentes ? Oui pour le secteur bancaire et non pour le reste de l'économie. Actuellement, la part de l'Afrique dans l'économie marocaine est encore insuffisante. Or, nous avons beaucoup de PME très riches, c'est-à-dire qui disposent du savoir-faire exportable, des capacités humaines pour accompagner leur développement à l'international et qui peuvent accéder à des marchés porteurs. Mais nous devons avoir une stratégie réelle pour les inciter à se développer à l'international. Donc, le bilan est intéressant, mais encore insuffisant au regard du potentiel énorme qui se trouve dans les pays du Sud, en particulier l'Afrique centrale et surtout l'Afrique de l'Est qui est encore quasiment inexploité.

Malgré les régimes préférentiels dont ils bénéficient, les exportateurs marocains sont encore frileux : comment les encourager à se développer vers ces pays ?

Pour se développer à l'international, outre l'offre exportable et les ressources, une vraie volonté, une vraie stratégie sont indispensables. On ne peut pas suivre un phénomène de mode ou une logique de coût. Ainsi, le premier travail consiste à identifier ces entreprises qui ont une offre exportable. Ensuite, il s'agit d'identifier celles qui veulent réellement

se développer à l'international. Il importe de les accompagner et les aider à se structurer. L'Afrique, par exemple, représente 54 pays et englobe énormément de marchés : nous ne pouvons pas demander aux PME d'aller explorer n'importe quel pays. Afin de leur faciliter le choix, nous devons disposer d'outils d'intelligence économique et d'études. Il est en effet beaucoup plus rentable d'investir 10 millions de dirhams dans 20 études de marché sectorielles dans des pays bien précis plutôt que de donner un million de dirhams à 20 entreprises pour s'implanter à l'international. L'impact sera beaucoup plus important.

Enfin, il convient de consolider les accords de libre-échange. Sur l'ensemble des pays africains en dehors de l'UMA, le Maroc a signé seulement deux conventions de non double imposition, ce qui est totalement insuffisant par rapport à nos ambitions. Le Royaume gagnerait à adhérer à la CEDEAO, à la CEMAC ou à un certain nombre d'organismes communautaires, pour aboutir à un vrai positionnement et un vrai accord de libre-échange avec ces pays.

Les énergies renouvelables peuvent-elles constituer un nouvel axe de développement vers l'Afrique ?

Aujourd'hui, le Maroc est une vitrine mondiale des énergies renouvelables. Il reste désormais à construire un véritable écosystème autour de notre programme de développement des énergies renouvelables et, ensuite, nous pourrions exporter ces technologies à l'international. Grâce au succès de la centrale NOORI, nous bénéficions déjà d'une crédibilité. La COP est une bonne occasion de promouvoir l'offre marocaine en matière d'énergies renouvelables et de présenter les innovations des entreprises marocaines.

Comment la CGEM accompagne-t-elle les entreprises marocaines qui souhaitent se développer ou s'implanter en Afrique ?

Notre stratégie comprend plusieurs axes. Tout d'abord, nous suivons et coordonnons tout ce qui est déjà réalisé par nos entreprises sur le continent. La marque Maroc, qui a une grande histoire, reste une marque encore jeune en Afrique, elle est donc fragile. Notre rôle est de préserver cette marque en s'assurant que les accords et conventions signés sont bien respectés et que les entreprises implantées en Afrique sont de bonnes ambassadrices. Le 2^e volet de notre action consiste à mettre à la disposition des entreprises les outils pour accompagner leur développement à l'international : les formations sur l'aspect culturel, l'approche des marchés, les banques de projets, les études, etc. Le 3^e axe vise à faire avancer le cadre et identifier les freins qui bloquent les accords de non double imposition et les accords de libre-échange et à déterminer les pays prioritaires. En parallèle, nous organisons des missions et des forums, notamment dans le cadre des tournées

royales. Nous signons, en outre, des conventions avec le patronat africain pour plus de coopération et sensibilisons les entreprises pour la préservation de la marque Maroc. Par ailleurs, nous œuvrons pour faire en sorte que les acteurs du secteur privé africain puissent eux aussi venir investir au Maroc. Nous incitons nos membres à ne pas partir à l'international « en loup solitaire », mais à se regrouper en consortium pour proposer des offres combinées.

Pour construire des relations durables avec les pays africains, nous sommes convaincus que le Maroc doit travailler en partenariat avec les acteurs locaux, notamment à travers des joint-ventures, tout en s'appuyant sur les ressources humaines locales et en accompagnant le développement des écosystèmes locaux. L'objectif est de positionner de manière très claire le Maroc comme hub d'investissement vers l'Afrique et pas seulement vis-à-vis de nos partenaires du Sud, mais aussi vis-à-vis de nos partenaires traditionnels tels que l'Espagne, la France ou d'autres pays de l'Union européenne.



« Sur l'ensemble des pays africains en dehors de l'UMA, le Maroc a signé seulement deux conventions de non double imposition, ce qui est totalement insuffisant par rapport à nos ambitions. »

Justement, comment « vendre » ce positionnement auprès de nos partenaires traditionnels ?

L'Afrique est un environnement qui présente de nombreuses spécificités. Il s'agit de marchés éclatés : certains pays abritent à peine un million d'habitants. Nos banques savent, par exemple, faire le « grand écart » entre le gros client et le petit client, ce n'est pas le cas des banques suisses. Aujourd'hui, le business est aussi dicté par une connaissance culturelle. Or, cette proximité culturelle, cette flexibilité et adaptabilité que nous pouvons avoir avec le continent n'est pas la même que celle des Chinois, des Indiens, des Russes, des Français ou encore des Allemands. Enfin, géographiquement, le Maroc est un hub naturel, un carrefour entre d'un côté l'Europe, l'Amérique, l'Asie et de l'autre côté, l'Afrique subsaharienne. Tout un travail a été fait pour donner à ce hub un vrai contenu institutionnel, à travers Casa Finance City, et un accès logistique à travers Tanger Med, le hub aérien de Casablanca et le réseau autoroutier. Les problèmes vécus par certaines multinationales (tels que ceux rencontrés par Avera au Niger) peuvent être évités. D'où l'intérêt de passer par le Maroc pour s'implanter dans ces pays.

► **Propos recueillis par Nadia Kabbaj**

Mot de la Chef du Service économique de l'Ambassade de France



Marie-Cécile TARDIEU
► marie-cecile.tardieu@dgtrésor.gouv.fr

Deuxième rentrée au Service économique de Rabat. La première année fut dense en visites officielles et événements économiques. Cette nouvelle année s'annonce non moins passionnante.

Les élections législatives d'octobre vont sans aucun doute imprégner le rythme des activités économiques. Mais d'ores et déjà plusieurs rendez-vous bilatéraux sont fixés :

rencontre entre les comités français et marocain de lutte anti-contrefaçon (OMPIAC / CNAC) en septembre, rencontres avec des entreprises marocaines pour « investir en France » en octobre, Assises de la coopération décentralisée en décembre et plusieurs visites de haut niveau sont attendues. En cette rentrée, tous les regards se tournent vers Marrakech. Le compte à rebours de la COP22 est lancé. Le Service économique s'implique dans les sujets fondamentaux de la lutte contre le réchauffement climatique, comme la question du financement de la transition énergétique et appuie la participation des entreprises françaises à la Zone Innovations. Mais il s'engage également aux côtés de ceux qui défendent des idées novatrices comme la promotion du sport (surf, football, course à pied...), porteur de nouveaux comportements et d'opportunités économiques favorables au développement harmonieux des territoires (notamment océans et littoral) et du bien-être social. Frédéric Marchal, conseiller économique, vient de rejoindre l'équipe du Service économique. Il aura l'honneur et le plaisir de travailler au quotidien à renforcer la relation d'exception qui lie la France et le Maroc. ►

L'économie en mouvement

Un chiffre en perspective

123 millions d'euros

Au terme du premier semestre 2016, le solde du commerce bilatéral s'élève à 123 millions d'euros en faveur de la France

L'année en cours marque une embellie dans nos échanges commerciaux avec le Maroc. La France retrouve en effet, au terme du premier semestre 2016, un excédent commercial, qu'elle avait perdu en 2015. Cet excédent a notamment été possible grâce aux livraisons de matériel roulant, liées à la ligne à grande vitesse actuellement en construction et à la hausse de la demande marocaine en céréales.

A fin juin dernier, le solde des échanges commerciaux de la France vis-à-vis du Maroc est excédentaire à hauteur de 123 M EUR. Ce rebond s'explique par des exportations progressant plus vite (+25,4 % en g.a) que les importations (+6,6% en g.a).

Les exportations de la France à destination du Maroc se sont élevées sur six mois à 2 418 M EUR. En raison de la hausse de la demande marocaine, nos exportations de « produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture » ont atteint 481 M EUR (+152 %). Avec 450 M EUR, les « matériels de transport » sont le deuxième poste le plus dynamique (+58 %), notamment grâce aux « locomotives et autre matériel ferroviaire roulant » (+475 %) et aux véhicules automobiles (+13,2 %).

Les importations de la France en provenance du Maroc s'élèvent sur six mois à 2 295 M EUR. Les importations de véhicules automobiles ont été très dynamiques (+29 %). Un autre poste en hausse notable est celui des « produits des industries agroalimentaires » (+18 %). A noter cependant le recul des « produits chimiques, parfums et cosmétiques » (-56 %).

► christine.brodiak@dgtrésor.gouv.fr

La Chronique économique

Les groupes bancaires marocains poursuivent un déploiement rentable en Afrique subsaharienne

Au terme de l'exercice 2015, les activités africaines de BMCE Bank of Africa, Attijariwafa Bank (AWB) et des banques populaires ont contribué, respectivement, à hauteur de 31 %, 20 % et 8 % au résultat net. Une contribution appréciable puisque le résultat net, sur base sociale, de l'ensemble du secteur bancaire marocain a diminué de 6,5 % entre 2014 et 2015.

Le secteur a été précurseur de l'expansion économique du Maroc en Afrique. Après quelques incursions dans la décennie 1990, les grands groupes bancaires du Maroc ont effectué de nombreuses acquisitions à partir de 2003. Aujourd'hui, ils possèdent une quarantaine

de filiales dans 22 pays africains, en particulier dans l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA). Le développement africain des banques s'appuie également sur la dynamique de Casablanca Finance City (CFC), lancée en 2010 afin de promouvoir la capitale économique comme place financière régionale, à vocation africaine.

Le déploiement des banques marocaines dans cette région représente un levier de croissance, qui accompagne l'expansion de groupes marocains d'autres secteurs (télécommunications, immobilier, agroalimentaire, santé ...).

► aubin.weissmuller@dgtrésor.gouv.fr

Secteur à l'affiche

Réunion ministérielle du 5+5 tourisme - Visite au Maroc de M. Matthias Fekl

M. Matthias Fekl, Secrétaire d'État auprès du ministre des Affaires étrangères et du Développement international, chargé du Commerce extérieur, de la Promotion du tourisme et des Français de l'étranger, s'est déplacé au Maroc le 11 juillet pour participer à la 4^{ème} réunion ministérielle du Dialogue 5+5 sur le tourisme, organisée à Casablanca, sur le thème « Le tourisme et les changements climatiques ». Ont également assisté à cette réunion, les ministres du tourisme de la République de Tunisie, de la République du Portugal, la secrétaire d'Etat chargée du tourisme du Royaume d'Espagne et la Vice-Ministre de la République italienne, le Président de l'Autorité du tourisme de la République de Malte, le Directeur général de l'Office national du tourisme de Mauritanie, le directeur de la communication et de la coopération du Ministère algérien du Tourisme et le Consul général de Libye à Casablanca. L'UpM et l'OMT étaient également représentés.

A cette occasion, a été signée la Déclaration de Casablanca par laquelle les pays s'engagent à promouvoir un tourisme durable. Dans cette Déclaration, onze décisions ont été prises portant notamment sur le partage d'expertise et de bonnes pratiques et les échanges avec les bailleurs de fonds pour appuyer le financement d'actions et de stratégies visant l'atténuation ou l'adaptation aux changements climatiques dans ce secteur. Il est à souligner que, suite au déplacement au Maroc de M. Fekl en octobre 2015, le partenariat entre Atout France et la Société marocain d'ingénierie touristique (SMIT) avait donné lieu, le 2 juin dernier à Rabat, à un premier partage d'expérience en ingénierie touristique.

► laurence.jacquot@dgtrésor.gouv.fr

Relations France-Maroc

Déplacement au Maroc de M. Jean-Michel Baylet, Ministre de l'Aménagement du territoire, de la Ruralité et des Collectivités territoriales



Dans le cadre de son déplacement à Rabat le 26 juillet dernier, M. Baylet s'est entretenu avec son homologue, M. Driss Merroun, Ministre de l'Urbanisme et de l'Aménagement du Territoire. A cette occasion, les deux ministres ont signé un accord visant à renforcer les capacités administratives et techniques des pouvoirs publics marocains, collectivités territoriales, agences publiques et autres institutions œuvrant dans le domaine de l'aménagement du territoire et du développement territorial. Les thèmes prioritaires de cette coopération sont la contractualisation Etat-région, la promotion des territoires ruraux, l'observation des dynamiques territoriales. Dans ce cadre, des échanges d'expertise et d'expérience porteront sur des questions comme l'aménagement numérique, la planification stratégique, la prospective et l'innovation, ainsi que l'évaluation. La coopération sera mise en œuvre, côté français, par le Commissariat général à l'Égalité des Territoires (CGET) et, pour la partie marocaine, par le ministère dirigé par M. Merroun. M. Baylet a également rencontré le Chef de gouvernement, M. Abdelilah Benkirane. Le ministre français lui a notamment présenté l'approche que le Gouvernement français mettait en œuvre afin de réduire les oppositions entre ville et campagne et favoriser les complémentarités, notamment les contrats entre Etats et régions et la création des métropoles. Le ministre a fait remarquer combien le Maroc et la France étaient soumis à des problématiques similaires en matière de cohésion territoriale. Avec le ministre de l'Intérieur, M. Mohammed Hassad, en charge des collectivités locales, M. Baylet a évoqué les réformes en cours qui modifient l'organisation territoriale de la France et le rôle grandissant des régions. Les deux ministres se sont réjouis de la vigueur de la coopération entre collectivités locales, qui connaîtra en décembre à Marrakech un moment fort avec les 4^{èmes} Assises de la coopération décentralisée franco-marocaine.

► laurence.jacquot@dgtrésor.gouv.fr

Affaires à suivre



La société française TREVES TSC (Textiles & Seats Components) a conclu un accord avec la société marocaine de fabrication cotonnière MAFACO (filiale du groupe SAFARI, créée en 1948) pour la fabrication à Kenitra des composants de sièges en textile pour l'industrie automobile. Ce partenariat contribue au développement des deux écosystèmes industriels lancés par les autorités marocaines pour les secteurs automobile et textile, identifiés parmi les Métiers Mondiaux du Maroc ►►

Le groupe OCP a été autorisé à créer 14 filiales africaines qui devraient voir le jour en Côte d'Ivoire, Sénégal, Cameroun, Bénin, Congo, Nigeria, Angola, Tanzanie, Zambie, Zimbabwe, Mozambique, Ghana, Kenya et Ethiopie ►► Le Ministère de l'Équipement, du Transport et de la Logistique a lancé le 29 août un appel d'offres pour l'installation, la gestion, la maintenance et l'exploitation d'un réseau de 500 radars de contrôle de vitesse. Le budget estimé de ce marché est de 210 M MAD. Les entreprises intéressées ont jusqu'au 28 septembre pour déposer leur offre technique ►►

Le Groupe CMA CGM a mis en place une connexion directe entre les ports de Dakhla et de Tanger. Un navire battant pavillon marocain effectuera la rotation suivante toutes les deux semaines : Tanger Med – Algésiras – Casablanca – Agadir – Dakhla – Casablanca – Tanger Med.

Indicateurs économiques et financiers

Retrouvez chaque mois dans Conjoncture les principaux indicateurs économiques et financiers du Maroc.
Une rubrique réalisée par la société de Bourse M.S.IN.



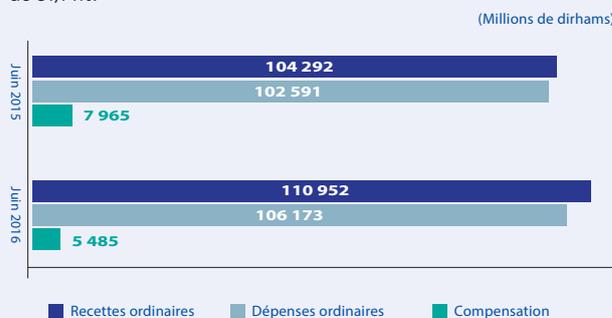
Balance commerciale

A fin juillet 2016, le déficit commercial a progressé de 7,49% par rapport à la même période de l'année 2015.



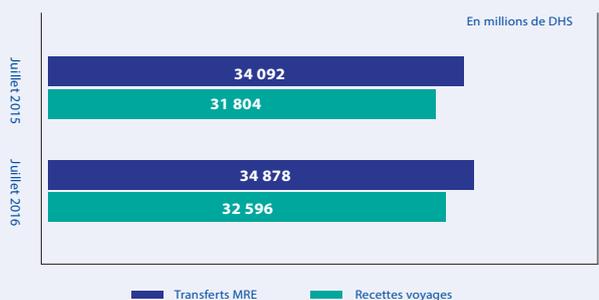
Finances publiques

A fin juin 2016, la charge de la compensation a enregistré une baisse de 31,14%.



Transferts des MRE & Recettes Voyages

Amélioration des Recettes Voyages et des Transferts MRE, respectivement, de 2,31% et 2,49% à fin juillet 2016.



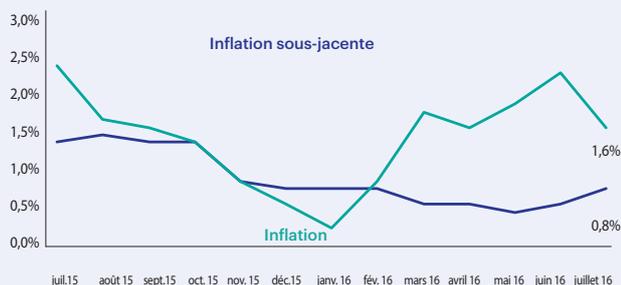
Inflation et inflation sous-jacente (en glissement mensuel)

Baisse de 0,2% de l'indice des prix à la consommation, résultant de la baisse de 0,4% de l'indice des produits alimentaires et de 0,1% de l'indice des produits non alimentaires.



Inflation et inflation sous-jacente (en glissement annuel)

En glissement annuel, l'inflation est revenue de 2,3 % en juin à 1,6 % en juillet. Ce ralentissement est lié à la décélération de 14,4 % à 8,5 % de l'inflation des produits alimentaires à prix volatils et à l'accroissement de la baisse des prix des carburants et lubrifiants de 4,9 % à 6,1 %.



Bourse de Casablanca

Au terme du mois d'août, le MASI a enregistré une baisse de 0,22%, ramenant sa performance depuis le début de l'année à 10,48%.



					Var %/pts
Balance des paiements	Importations globales (en mdh)	juillet 15/	223 674	234 346	4,77 %
	Exportations globales (en mdh)	juillet 16	41 947	29 394	-29,93 %
	Déficit commercial		-96 384	-103 601	7,49 %
	Taux de couverture (en %)		56,90 %	55,80 %	-
	Transferts des MRE (en mdh)		34 092	34 878	2,31 %
	Recettes voyages (en mdh)		31 804	32 596	2,49 %
Monnaie et crédit	Agrégat M3 (en mdh)	juillet 15/	1106 884	1161 845	4,97 %
	Réserves Internationale Nettes (en mdh)	juillet 16	199 655	243 245	21,83 %
	Créances nettes sur l'administration centrale (en mdh)		150 499	141 132	-6,22 %
	Créances sur l'économie (en mdh)		893 157	930 087	4,13 %
	Dont Créances des AID (en mdh)		779 701	800 612	2,68 %
	Crédits immobiliers (en mdh)		240 708	244 750	1,68 %
	Crédits à l'équipement (en mdh)		138 850	145 025	4,45 %
	Crédits à la consommation (en mdh)		45 992	48 251	4,91 %
Prix	Indice des prix à la consommation (100=2006)	juin 15/			
	Indice des prix à la consommation	juin 16	114,8	116,4	1,39 %
	Produits alimentaires		122,4	125,5	2,53 %
	Produits non-alimentaires		109,4	110,0	0,55 %
	Taux de change (prix vente)				
	1 EURO	juillet 15/	10,86	10,88	0,18 %
1 \$ US	juillet 16	9,86	9,83	-0,30 %	
Taux d'intérêt	Taux d'intérêt (en %)				Pb 100
	(13 semaines)	déc. 15/	2,51	2,00	-51,0
	(26 semaines)	juillet 16	2,55	2,12	-43,0
	(52 semaines)		2,57	2,24	-33,0
	(2 ans)		2,80	2,36	-44,0
Bourse Des valeurs	MASI (en points)	déc. 15	8 925,71	9 860,77	10,48 %
	MADEX (en points)	août 16	7 255,21	8 077,36	11,33 %
Activités sectorielles					
Télécom	Téléphone mobile (en milliers d'abonnés)		43 010	41 440	-3,65 %
	Téléphone fixe (en milliers d'abonnés)	juin 15/	2 336	2 134	-8,65 %
	Internet (en milliers d'abonnés)	juin 16	11 256	14 885	32,24 %
Trafic portuaire	(mille tonnes)	mai 15/	47 417	48 353	1,97 %
		mai 16			
Énergie	Énergie appelée nette (GWh)	juin 15/	16 577	16 949	2,24 %
	Consommation d'électricité (GWh)	juin 16	14 208	14 388	1,27 %
Industrie	Exportation de l'Automobile (en MDH)	juillet 15/	27 159	32 212	18,61 %
		juillet 16			
Mines	Chiffres d'affaires à l'exportation OCP (en mdh)	juillet 15/	25 368	23 356	-7,93 %
		juillet 16			
BTP	Vente de ciment (en milliers de tonnes)	juin 15/	7 337	7 461	1,69 %
		juin 16			
Tourisme	Nuitées dans les EHC (en milliers)	mai 15/	7 463	7 358	-1,41 %
	Arrivées de touristes y compris MRE (en milliers)	mai 16	3 531	3 482	-1,39 %

Énergie

Au terme du mois juin 2016, le volume de production électrique s'est amélioré de 0,3 %, en glissement annuel. Cette évolution s'explique par la hausse de la production privée et des énergies renouvelables, respectivement de 5,4 % et de 17,1 %, atténuée par une baisse de 9,8 % de la production totale de l'ONEE. Quant aux échanges d'énergie, le volume des importations a progressé de 13,7 % à la fin du premier semestre 2016. Ainsi, l'énergie nette appelée a augmenté de 2,2 %, comparativement à la valeur enregistrée fin juin 2015.

BTP

Fin juillet 2016, le volume de l'encours des crédits accordés au secteur immobilier a augmenté de 1,6 % pour atteindre 244,75 milliards de dirhams. Ce chiffre couvre une hausse de 2,8 % des crédits accordés à l'habitat et une baisse de 1,0 % de l'encours des crédits attribués aux promoteurs.

Échanges extérieurs

Fin juillet 2016, le déficit commercial s'est alourdi de 7,49 %, en glissement annuel, pour s'établir à 103,6 milliards de dirhams. Cette évolution résulte d'une hausse plus marquée des importations (+4,8 %). Par conséquent, le taux de couverture (TC) s'est replié de 1,1 point à 55,8 % en une année.

Financement de l'économie

Fin juillet 2016, la masse monétaire (M3) a progressé de 4,97 %, en glissement annuel, pour s'établir à 1161,8 milliards de dirhams. Cette évolution s'explique essentiellement par l'augmentation de la valeur des créances sur l'économie et des réserves internationales nettes.

Bourse de Casablanca

Au terme du mois d'août 2016, le MASI s'est établi à 9 860,77 points, affichant une performance YTD de 10,48 %. Au niveau sectoriel, les plus fortes performances mensuelles ont été enregistrées par les secteurs électricité (TAQA MOROCCO +15,1 %),ylviculture et papier (MED PAPER +11,29 %) et celui des ingénieries et biens d'équipement industriels (9,45 %). Les performances négatives du mois ont concerné, notamment, les indices des mines (-14,05 %), des équipements électroniques et électriques (-9,84 %) et des loisirs et hôtels (RISMA -3,6 %). Quant à la capitalisation boursière, elle s'est établie à 499,7 milliards de dirhams, en hausse de 10,23 % par rapport à fin 2015. À compter du 31 août 2016, l'indice MSCI Frontier Market Morocco a intégré TAQA MOROCCO.

La CFCIM se mobilise pour la COP22 !

À l'approche de la COP22, la CFCIM lance de nouvelles initiatives et se mobilise pour ce rendez-vous crucial. À ce titre, ce sont six projets et événements, initiés par la CFCIM, qui ont obtenu les labels « Project » et « Event », décernés par le Comité de Pilotage de la COP22.

Afin de sensibiliser, d'informer et d'accompagner les entreprises qui souhaitent s'engager sur la voie du développement durable, la CFCIM a lancé un cycle de rencontres et d'échanges entre adhérents et principaux opérateurs œuvrant dans le secteur de l'environnement et du développement durable. Ces rencontres ont un triple objectif : permettre aux entreprises d'adapter leurs solutions et produits aux besoins des principaux donneurs d'ordres (État, collectivités territoriales, entreprises privées, etc.), faire connaître aux donneurs d'ordres les solutions et innovations existant sur le marché et, enfin, créer des synergies entre entreprises.

6 projets et événements organisés par la CFCIM ont ainsi été labellisés COP22, notamment les visites de site (tels que les stations d'épurations) et les déjeuners networking « CAP sur la COP22 » qui réunissent les acteurs de différentes filières autour d'une thématique environnementale. A ce titre, le prochain déjeuner networking « CAP sur la COP22 » sera organisé, en partenariat avec Casa Transport, le 21 septembre 2016 à la CFCIM et portera sur le thème « Mobilité et transport ». Autre événement ayant reçu le label « Event », « Les Entretiens de Rabat » qui se dérouleront au Palais Tazi à Rabat. Organisée par la Fondation des Entretiens de Royaumont, en partenariat avec la CFCIM, cette première édition marocaine réunira des personnalités d'influence, issues du monde politique, économique, social et intellectuel, autour de la thématique « Le Maroc, une chance pour l'Environnement ».



Projet phare lancé par la CFCIM en 2015, l'Ecoparc de Berrechid a quant à lui décroché le label « Project » COP22. Il s'agit du premier parc industriel d'Afrique intégrant, dans son aménagement, des préoccupations environnementales, économiques et sociétales. En décembre 2015, le projet a reçu la certification internationale HQE (Haute Qualité Environnementale) Aménagement, décernée par l'opérateur international CERWAY. La démarche HQE Aménagement consiste ainsi à choisir les solutions les plus appropriées en vue de minimiser les impacts négatifs et de maximiser les impacts positifs sur l'environnement. À terme, l'Ecoparc de Berrechid devrait générer près de 7 000 emplois directs et 3 000 emplois indirects.

Par ailleurs, la CFCIM a également reçu le label pour le projet d'annuaire en ligne qui regroupe les entreprises fran-



çaises et marocaines offrant des solutions liées au développement durable et à la lutte contre le dérèglement climatique. Un large panel de produits, solutions, innovations et technologies (existant ou en cours de développement) sera donc accessible sur cette plateforme web rattachée au site internet de la CFCIM : www.cfcim.org.

Enfin, tout ce programme initié par la CFCIM, qui a été baptisé « CAP sur la COP22 : la CFCIM et ses adhérents soutiennent la COP22 », a également reçu le label « Project » décerné par le Comité de Pilotage de la COP22. *

Contacts :

Charafa CHEBANI,
Directrice du Pôle CFCIM-Business France
cchebani@cfcim.org - +212 (0)5 22 43 96 33
Fatima-Ezzahra JAMIL,
Responsable du Pôle Promotion des Services de la CFCIM
fejamil@cfcim.org - +212 (0)5 22 43 29 80

La CFCIM accompagne les entreprises françaises durant la COP22 à Marrakech

La CFCIM, en collaboration notamment avec Entreprises France COP22, met en place un Espace Solutions France Maroc sur la Zone Innovation de la COP22. Entièrement dédié aux entreprises et organismes, cet espace se présente comme une plateforme opérationnelle d'information, d'échanges, de networking et d'affaires.



5^{ÈME} ÉDITION

27 - 29 SEPTEMBRE 2016
Casablanca

CENTRE INTERNATIONAL DE CONFÉRENCES
ET D'EXPOSITIONS DE CASABLANCA

Sous l'égide



Sponsor Officiel



L'évènement technique de l'agroalimentaire

Participez à la 5^{ème} édition du CFIA Maroc
pour développer votre business !

- 5 000 VISITEURS
- 250 EXPOSANTS
- 30 PAYS
- ÉMISSIONS TV
- TROPHÉES DE L'INNOVATION
- RENDEZ-VOUS B TO B

- ÉQUIPEMENTS & PROCÉDÉS
- EMBALLAGES & CONDITIONNEMENTS
- INGRÉDIENTS & PAI
- QUALITÉ & HYGIÈNE
- TRANSPORT, STOCKAGE & MANUTENTION

Organisateurs



www.cfia-maroc.com



INVITATION



5^{ÈME} ÉDITION

La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc et GL events
ont le plaisir de vous offrir ces invitations à la 5^{ème} édition du CFIA Maroc,
Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire.

Sous l'égide



Sponsor Officiel



www.cfia-maroc.com

Sponsor Officiel



L'évènement technique de l'agroalimentaire

Participez à la 5^{ème} édition du CFIA Maroc
pour développer votre business !

- 5 000 VISITEURS
- 250 EXPOSANTS
- 30 PAYS
- ÉMISSIONS TV
- TROPHÉES DE L'INNOVATION
- RENDEZ-VOUS B TO B

- ÉQUIPEMENTS & PROCÉDÉS
- EMBALLAGES & CONDITIONNEMENTS
- INGRÉDIENTS & PAI
- QUALITÉ & HYGIÈNE
- TRANSPORT, STOCKAGE & MANUTENTION

Organisateurs



www.cfia-maroc.com



INVITATION

L'évènement technique de l'agroalimentaire

INVITATION

* Société :
.....

* Secteur d'activité :

Mr Mme Mlle

* Nom :

* Prénom :

* Fonction :

* Adresse :

.....

* Ville :

* Pays :

* Tél :

* Portable :

* Fax :

* E-mail professionnel :

.....

*Champs obligatoires

Pour gagner du temps, pré-enregistrez vous sur www.cfia-maroc.com



27 - 29 SEPTEMBRE 2016
Casablanca

**CENTRE INTERNATIONAL DE CONFÉRENCES
ET D'EXPOSITIONS DE CASABLANCA**



 **Nous contacter**

Annabelle NÉNOT-SOUGRATI
Tél : +212 (0)5 22 43 96 05
www.cfcim.org / www.cfia-maroc.com

Salon réservé aux professionnels, interdit aux enfants. Accès au salon sur présentation du carton d'invitation ou d'une carte de visite professionnelle.

L'évènement technique de l'agroalimentaire

INVITATION

* Société :
.....

* Secteur d'activité :

Mr Mme Mlle

* Nom :

* Prénom :

* Fonction :

* Adresse :

.....

* Ville :

* Pays :

* Tél :

* Portable :

* Fax :

* E-mail professionnel :

.....

*Champs obligatoires

Pour gagner du temps, pré-enregistrez vous sur www.cfia-maroc.com

La CFCIM lance un annuaire des solutions vertes

Dans le cadre de son programme mené dans la perspective de la COP22, la CFCIM a lancé un annuaire des solutions françaises et marocaines liées au développement durable et à la lutte contre le dérèglement climatique. Cette plateforme, www.cfcim.org/cop22, accessible depuis le www.cfcim.org, regroupe un large panel de produits, solutions, innovations et technologies (existants ou en cours de développement). Simple d'utilisation, elle permet, en quelques clics, de retrouver les entreprises spécialisées dans l'eau, l'assainissement, l'air, les déchets, les énergies renouvelables, l'écoconstruction, ou encore la ville intelligente. Le projet a reçu le label « Project » décerné par le Comité de Pilotage de la COP22. *



Une mobilisation de la société civile africaine

Depuis le 13 août 2016, le pôle Société Civile du Comité de Pilotage de la COP22 a organisé une série de rencontres avec des ONG, réseaux et coalitions dans divers pays du continent africain. Cette tournée a pour objectif de renforcer la mobilisation des acteurs non gouvernementaux, notamment dans le cadre de leur participation à la COP22. Dirigé par Driss El Yazami, le pôle Société Civile a pour mission de sensibiliser les acteurs non étatiques marocains sur les enjeux environnementaux, d'établir des partenariats forts avec la société

civile internationale et agir en faveur de dynamiques structurelles durables, portées par les acteurs non étatiques, qui se prolongent au-delà de la COP22. Le programme de cette tournée africaine est préparé en collaboration avec le Ministère des Affaires Étrangères et de la Coopération et bénéficie du soutien du réseau diplomatique marocain. La première phase de cette mission concerne l'Afrique du Sud, le Cameroun, l'Éthiopie, le Ghana, le Kenya, le Nigéria, l'Ouganda, la République Démocratique du Congo, le Rwanda, le Soudan, le Swaziland et la Tanzanie. *

La CFCIM signataire du Pacte Mondial des Nations Unies

DEPUIS JUILLET 2016, LA CFCIM EST SIGNATAIRE DES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES.

Ces principes sont tirés de : la Déclaration universelle des droits de l'homme, la déclaration de l'organisation internationale du travail, la déclaration de Rio sur l'environnement et le développement et de la convention des Nations Unies contre la corruption.

Les pays de l'UMA participent à un atelier de préparation à la COP22

Du 29 au 31 août, à Rabat, les pays de l'Union du Maghreb Arabe (UMA) ont participé à un atelier de préparation à COP22. Placée sous le thème « De l'Accord de Paris à l'action : la finance du climat au service du développement agricole durable », cette rencontre était organisée par l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO), le Secrétariat Général de l'UMA, et l'Institut National des Recherches Agronomiques (INRA). Elle a réuni des représentants des pays maghrébins

impliqués dans le processus de négociation dans le secteur agricole, des experts de la FAO, des représentants du Fonds Vert pour le Climat (FVC), des Points Focaux du Fonds pour l'Environnement Mondial (FEM), ainsi que des représentants des Ministères de l'Agriculture, de l'Eau et de l'Environnement. L'objectif de cet atelier était de renforcer « les capacités des États membres de l'UMA dans le domaine de la mise en œuvre des engagements du secteur agricole dans les "contributions prévues déterminées au niveau national" (CPDN). *



Avec Afriquia Gaz
développez vos performances
et soyez leaders dans l'économie d'énergie

ZOOM

- p. 34** L'agroalimentaire, un secteur stratégique trop peu valorisé ?
- p. 38** Interview de Hammad Kassal, Économiste et Opérateur dans le secteur de l'agroalimentaire
- p. 40** Un marché régional très concurrentiel
- p. 42** Comment promouvoir l'offre agroalimentaire à l'export ?
- p. 43** Interview de Youssef Barradi, Directeur Marketing et Développement Stratégique du Groupe Lesieur-Cristal

Agroalimentaire, une filière et des produits à redynamiser



© Fotolia

Si l'agriculture est un secteur vital pour l'économie du Maroc, l'industrie agroalimentaire peine, quant à elle, à jouer son rôle de relais de croissance, notamment à l'international. Peu transformée et peu valorisée, l'offre marocaine en produits agroindustriels s'exporte difficilement. Pire, elle est concurrencée sur son propre marché par les produits importés.

Grâce notamment au Plan Maroc Vert, la productivité agricole nationale a progressé ces dernières années. Des efforts restent toutefois à réaliser afin de moderniser l'appareil de production et redynamiser la recherche et développement dans le secteur agroindustriel.

Dossier coordonné par Nadia Kabbaj

L'agroalimentaire, un secteur stratégique trop peu valorisé ?

L'agroalimentaire (agriculture et industrie agroalimentaire) est l'un des moteurs de l'économie marocaine. Il représente environ 20 % du PIB et 20 % des exportations du Royaume. Son potentiel est loin d'être totalement exploité. Le secteur souffre en effet d'un manque de compétitivité à l'international, aggravant le déficit de la balance commerciale du pays. Après la mise en place du Plan Maroc Vert, comment le Maroc compte-t-il relancer la dynamique de ce secteur dans les années à venir ?



Véritable épine dorsale du tissu socio-économique marocain, le secteur agroalimentaire se caractérise par une grande diversité d'acteurs et de filières (céréalière, sucrière, laitière, agrumicole, avicole, maraîchère, viande, oléicole). Il joue, en outre, un rôle important dans le renforcement de la sécurité alimentaire nationale, la création d'emplois et les entrées de devises, à travers les exportations. Ainsi, la production marocaine couvre 100 % des besoins en viandes, fruits et légumes, 82 % en lait, 50 % en sucre, 60 % en céréales, ou encore 20 % en huiles. L'agriculture contribue à hauteur de 16 % du

PIB et emploie 40 % de la population active du pays. L'élevage occupe à lui seul 20 % de la population rurale active. L'agroindustrie représente, quant à elle, 4 % du PIB national, 30 % du PIB industriel et 25 % des emplois industriels du pays. C'est la seconde branche industrielle du pays après la chimie. Regroupant plus de 2050 unités (soit 26 % des établissements industriels du pays), l'industrie de transformation alimentaire génère un chiffre d'affaires annuel dépassant les 100 milliards de dirhams en moyenne et a permis la création de près de 110 000 emplois. Ce secteur est très lié aux performances de l'agriculture qui, elle-même, dépend fortement de la pluviométrie et du prix des intrants.

Des exportations à faible valeur ajoutée

Les exportations alimentaires marocaines, composées de poissons, fruits et légumes, huile d'olive, etc., ont atteint 44,9 milliards de dirhams en 2015, ce qui représente 20,6 % des exportations globales du pays et environ 23 % de la production du secteur. Les exportations sont constituées pour moitié de produits de l'agroindustrie.

Globalement, la structure des exportations montre la prédominance de trois segments qui contribuent à hauteur de 78 % du total des ventes : les produits halieutiques, les agrumes, la tomate et les légumes congelés.

En effet, la plupart des produits exportés par le Maroc sont à faible valeur ajoutée et n'ont subi qu'une simple transformation. Les produits de la mer représentent plus de la moitié des exportations de l'agroindustrie.

Selon une étude de la Direction Marocaine des Études et des Prévisions Financières (DEPF) couvrant la période 2007-2013, plus de 90 % des exportations de produits agroalimentaires prennent la destination de l'Union Européenne. Les principaux pays clients étant la France, qui totalise près de 38,9 % des exportations agroalimentaires marocaines, suivie de la Russie (14,6 %), de l'Espagne (13,1 %) et des Pays-Bas (9,9 %).

Plan Maroc Vert, un premier bilan positif

En dépit de son poids dans l'économie marocaine et sa part dans les exportations, le secteur peine encore à exploiter tout son potentiel. C'est pour donner un nouveau souffle au secteur agroalimentaire qu'a été lancé, en 2008, le Plan Maroc Vert.

Cette stratégie est articulée autour d'une approche globale qui couvre l'ensemble des acteurs, notamment les filières à fort potentiel. S'appuyant sur des investissements annuels évalués à 10 milliards de dirhams, cette stratégie se fixe des objectifs quantitatifs et qualitatifs. À titre d'exemple, pour ce qui concerne la filière agrumicole (l'une des plus importantes), l'objectif est d'atteindre une production de 2,9 millions de tonnes à l'horizon 2018, contre 1,3 million de tonnes lors du lancement du programme (2010). Les exportations d'agrumes devront, quant à elles, s'élever à 1,3 million de tonnes, contre 530 000 tonnes auparavant. Pour réaliser ces objectifs, les superficies réservées aux agrumes ont été augmentées de 105 000 ha supplémentaires. 85 % de la superficie globale dédiée à cette culture a été équipée de systèmes d'irrigation. Grâce à cette stratégie, à l'horizon 2018, la filière agrumicole devrait créer 34 millions de jours de travail/an et rapporter chaque année l'équiva-



© Fotolia

En raison des accords de libre-échange signés par le Maroc et de la faible compétitivité des produits marocains à l'international, les importations agroalimentaires ont tendance à croître beaucoup plus rapidement que les exportations.

lent de 8 milliards de dirhams en devises.

Conformément aux dispositions des contrats programmes signés entre l'État et les fédérations interprofessionnelles des principales filières de production, les investissements du secteur agroalimentaire sont subventionnés via des aides. Ces subventions ciblent en particulier l'irrigation, l'aménagement foncier, les équipements d'exploitation, la promotion des exportations, les unités de valorisation, les projets d'agrégation, etc.

Parallèlement, il a été prévu, dans le cadre du Pacte National pour l'Émergence Industrielle, de développer 8 à 10 filières agroindustrielles à fort potentiel, notamment à travers la création de plateformes dédiées (agropoles). L'objectif est de répondre à une demande en forte croissance, tirée par l'augmentation de la demande domestique (tourisme, changement des habitudes alimentaires, augmentation des revenus, émergence d'une classe moyenne, etc.). Outre le marché domestique, les performances du Plan Maroc Vert permettront d'accroître l'offre exportable aussi bien quantitativement que qualitativement.

Déficit de la balance commerciale alimentaire

Le Maroc est signataire d'accords de libre-échange avec de nombreux pays, dont les États-Unis, l'Union européenne, la Turquie, la Tunisie, l'Égypte, la Jordanie, les pays de l'AELE (Association Européenne de Libre-Echange), les pays arabes méditerranéens, etc. Ces accords ouvrent l'accès aux produits marocains à des marchés de plus d'un milliard de consommateurs. Chacun d'eux comporte un volet agricole s'articulant autour de l'administration et de la gestion des quotas, les mesures de sauvegarde spéciales, les mesures sanitaires



» et phytosanitaires, les règles d'origine, etc. En contrepartie, ceux-ci ouvrent également le marché marocain aux produits des pays signataires de ces accords. Or, comme les produits marocains sont globalement moins compétitifs que ceux des pays avec lesquels le Maroc a signé des accords de libre-échange, les importations agroalimentaires ont tendance à augmenter beaucoup plus rapidement que les exportations. Ce phénomène s'explique aussi par l'évolution des modes de consommation, du fait de l'urbanisation croissante de la population. De plus, les produits locaux exportés (légumes, fruits, etc.) étant généralement destinés à l'industrie agroalimentaire européenne sont peu valorisés comparativement aux produits importés. Cette situation a accentué le déséquilibre de la balance commerciale agroalimentaire. Entre 2007 et 2013, le déficit est ainsi passé de 8,3 milliards de dirhams à 16 milliards de dirhams. Il a toutefois baissé de moitié en 2014, s'établissant 8,8 milliards de dirhams. En 2015, la balance commerciale agroalimentaire est devenue excédentaire de 3,8 milliards de dirhams, une première depuis 2004 (année durant laquelle la balance avait enregistré un excédent commercial de 2,4 milliards de dirhams).

Qualité/innovation : le maillon faible

Outre les effets positifs du Plan Maroc Vert, cet excédent s'explique aussi par l'excellente campagne agricole 2014/2015. Grâce à une bonne pluviométrie, la hausse de la production céréalière record a en effet entraîné une baisse substantielle des importations de blé. Toutefois, l'excédent enregistré en 2015, suite à une conjoncture favorable, ne doit pas cacher la réalité du secteur agroalimentaire marocain qui souffre d'une faible compétitivité par rapport aux pays concurrents. Cet écart s'explique en grande partie par le fait que ce secteur est peu structuré et que de nombreuses entreprises nationales utilisent des procédés de production obsolètes. D'autre part, la recherche et développement (R&D) est encore peu développée dans l'agroalimentaire, ce qui limite toute innovation. Cette situation impacte la qualité des produits en réduisant ainsi leur chance d'accéder aux marchés étrangers, de plus en plus exigeants.

Pour écouler leurs produits à l'international, les entreprises exportatrices doivent disposer de départements qualité à même de veiller au respect de la réglemen-

L'essentiel des exportations du secteur agroalimentaire se fait sous forme de produits frais et en vrac. En effet, le simple emballage fait entrer le produit dans le champ de la TVA.



tation des pays d'importation relative à la sécurité sanitaire. Les difficultés de certains opérateurs à satisfaire aux critères de qualité et aux exigences sanitaires des pays industrialisés qui sont les principaux clients du Maroc limitent l'offre exportable marocaine.

Des procédures harmonisées ont été mises en place au niveau des différentes structures relevant de l'Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires (ONSSA). Le contrôle des produits est effectué par les Directions de contrôle de la qualité (Casablanca, Agadir et Tanger), ainsi que par les postes d'inspection frontaliers. Tous les produits soumis aux contrôles sanitaires et phytosanitaires à l'exportation doivent être accompagnés de certificats délivrés par les services officiels de l'ONSSA.

La fiscalité, obstacle à la transformation

Si l'industrie agroalimentaire ne s'est pas suffisamment développée, c'est également en raison de l'incohérence du système fiscal. En effet, les agriculteurs, qui bénéficient de l'exonération totale, sont peu enclins à passer à l'étape de la transformation qui est, elle, fiscalisée. Les agriculteurs évitent ainsi de se lancer dans la valorisation de leurs produits afin de ne pas subir une pression fiscale (taux d'IS de 30 %, taux marginal de l'IR de 38 % et TVA de 20 %) qui renchérit le prix de leurs produits. Ainsi, l'essentiel des exportations du secteur se fait sous forme de produits frais et en vrac, car, quel que soit le niveau de transformation (y compris leur simple emballage), les produits alimentaires entrent dans le champ de la TVA.

Tous ces facteurs expliquent pourquoi le secteur agroindustriel ne pèse que 4 % du PIB alors qu'il se situe autour de 15 % et 18 %, respectivement en Espagne et en France. À noter que, depuis le 1^{er} janvier 2014, la fiscalité agricole a été réformée, marquant ainsi la fin des exonérations pour les grands agriculteurs selon

un processus progressif qui s'étale sur la période 2015-2018. Sont concernés

en priorité les agriculteurs réalisant un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 35 MDH, puis ceux qui dégagent un chiffre d'affaires supérieur à 20 MDH (2016-2017) et, enfin, les agriculteurs réalisant un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 10 MDH (à partir de 2018). *

► Rachid Hallaouy

Le premier portail réservé aux **EXPORTATEURS** du Maroc



- 2.000 Exportateurs
- 1.200 Produits
- Multi-sélections
- Chiffres **AFRIQUE**

— Accès et inscriptions gratuits

www.kerix-export.net

www.kerix.net

Leader du **B2B**



kerix.net

www.kerix.net
L'annuaire des professionnels
du Maroc

eKipotel

www.ekipotel.net
Le guide d'achats : Collectivités,
Hôtellerie & Restauration.

Kerix-export

www.kerix-export.net
Les exportateurs du Maroc

Kerix Deal

www.kerixdeal.net
Les bonnes affaires «entreprise»

EXPO.ma
Maroc

www.expomaroc.ma
Le 1^{er} portail des salons
professionnels au Maroc

Maroc 1000

www.maroc1000.net
Les 1000 premières entreprises
du Maroc

« 25 acteurs génèrent 50 % du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires »



**Interview de Hammad Kassal, Économiste et
Opérateur dans le secteur de l'agroalimentaire**

Conjoncture : Quel regard portez-vous sur le secteur agroalimentaire ?

Hammad Kassal : Selon les informations disponibles, l'agroalimentaire représenterait 28 % du PIB industriel, 12 % des exportations et 28 % de l'emploi industriel. Ce secteur reste hétérogène et couvre des réalités disparates. Il n'a pas réussi, malheureusement, à jouer le rôle qu'il devrait jouer en matière d'accélération de la croissance économique et de modernisation de l'agriculture. L'agroalimentaire demeure fragile et la conjoncture météorologique continue à déterminer, en dernier lieu, son cycle économique.

L'industrie agroalimentaire n'attire pas les gros capitaux. Ces derniers se concentrent principalement en amont de la filière, à savoir sur l'agriculture. Le secteur se caractérise également par une faible productivité, une faible compétitivité, ainsi que par la prédominance des PME, spécialisées dans la petite transformation. Certaines filières sont dominées en majorité par le capital étranger et on constate l'absence quasi totale de grands groupes marocains dans les filières à forte valeur ajoutée. La balance commerciale agroalimentaire marocaine est en dégradation depuis 2000, atteignant un déficit de 24 milliards en 2014.

Comment ce secteur est-il organisé et structuré ?

Premièrement, l'industrie agroalimentaire se caractérise par la forte présence de petites unités très peu organisées et exerçant principalement dans l'informel. Deuxièmement, cette industrie présente une faible intégration de l'amont à l'aval, ainsi qu'une perte de valeur ajoutée. Je prends comme exemple le fait que l'on exporte de la tomate fraîche, c'est-à-dire de l'eau qui est rare et chère, et que l'on importe le jus de tomate. Troisièmement, un pan entier de l'industrie agroalimentaire est contrôlé par le capital étranger, surtout les filières stratégiques comme le sucre ou le lait. Nous sommes loin des objectifs de l'autosuffisance pour garantir une indépendance du pays par rapport aux lobbys internationaux. De plus, la recherche et développement de très haut niveau est pratiquement inexistante alors que, dans les années 1960-1970,

le Maroc exportait son savoir-faire dans certaines filières. Par ailleurs, des filières entières comme les épices ou les fruits secs (amandes, pistaches, raisins), entre autres, sont dominées par la contrebande. Cela représente la quasi-totalité des épices que consomment les Marocains et tout le monde est perdant : l'État, le consommateur et l'économie nationale.

Selon certaines études, l'industrie alimentaire est passée de l'excédent au déficit commercial en moins de 15 ans, qu'en pensez-vous ?

Le Maroc a signé, ces dernières années, des accords de libre-échange tous azimuts, en plus des accords qui le lient avec les pays arabes. Par conséquent, nous sommes devenus un grand supermarché et sommes déficitaires avec la quasi-totalité de nos partenaires commerciaux. Le manque de compétitivité de nos produits handicape notre capacité à les vendre à nos partenaires, et ce, d'autant plus que nos principaux compétiteurs fabriquent les mêmes produits à moindre coût et qu'ils les distribuent sur notre marché au coût marginal. À cela, s'ajoutent les subventions allouées aux pays exportateurs comme la Turquie et l'Égypte. Ainsi, le déficit commercial est le résultat de plusieurs facteurs, notamment : l'absence d'études d'impact avant la signature des accords de libre-échange, la faible compétitivité des produits marocains et la prolifération de la contrebande.

Qu'est-ce qui empêche le secteur de renouer avec une croissance dynamique et durable ?

Grâce au Plan Maroc Vert, l'amont de la filière est mieux organisé aujourd'hui et les subventions accordées par les pouvoirs publics ont permis l'investissement dans de nouvelles filières, mais certains freins continuent à limiter l'investissement dans la transformation à forte valeur ajoutée. À titre d'exemple, on peut citer le coût des intrants, la fiscalité, l'innovation et le faible budget alloué à la recherche et développement, la formation et le déficit de ressources qualifiées, mais aussi le prix du foncier, la prédominance de la petite distribution, sans oublier les délais de paiement qui épuisent la trésorerie des opérateurs. Tous ces facteurs parmi d'autres empêchent l'industrie agroalimentaire de devenir le levier par excellence d'une croissance forte et durable.

Quelle est la place de l'industrie alimentaire dans le Plan d'Accélération Industrielle ?

Le Plan d'Accélération Industrielle concerne toutes les filières et ne fait aucune distinction entre une industrie et une autre. Les moyens mis en place sont destinés à toutes les activités, mais le problème demeure lié à la profession elle-même qui ne parvient pas à se constituer en force capable de défendre audacieusement ses intérêts.

Y a-t-il une réflexion à mener sur notre modèle économique, plus orientée vers la demande que vers l'offre ?

Le modèle économique doit être le fruit d'une réflexion qui prend en considération les variables économiques, sociologiques, politiques et s'inscrit dans un projet sociétal. Quel Maroc voulons-nous pour les 20 prochaines années ? La question de la demande ou de l'offre en est une conséquence. Les moteurs d'un modèle de croissance sont les investissements, les exportations et la consommation. Or, les deux premiers sont pratiquement grippés et le troisième reste le seul moteur qui tourne grâce à des « produits dopants » tels que les crédits et les importations. Si l'on veut développer l'offre, il faut encourager et orienter les

investissements vers les secteurs productifs afin de satisfaire la demande intérieure et extérieure. Sauf qu'actuellement, le capital, qui est une denrée rare, est investi dans les secteurs spéculatifs tels que l'immobilier ou les services de base. Ainsi, pour satisfaire les besoins du marché on importe tout et plus encore facilement. Aujourd'hui, 25 opérateurs génèrent 50 % du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires et plus de 87 % des exportations sont réalisées par des PME.



« Certains freins continuent à limiter l'investissement dans la transformation à forte valeur ajoutée. »

Le Plan Maroc Vert et le Plan d'Accélération Industrielle constituent de sérieux leviers pour mettre le Maroc sur la voie de l'industrialisation. Toutefois, les acteurs doivent encore prendre conscience que le développement du Maroc passe d'abord par les industriels marocains. *

► Propos recueillis par Rachid Hallaouy



Conjoncture est désormais en ligne sur www.conjoncture.info !

Depuis le 8 septembre 2014, vous recevez aussi **Conjoncture express**, la newsletter hebdomadaire de Conjoncture.

Conjoncture, c'est **3 fois +** d'information de visibilité d'actualités



Votre revue mensuelle



www.conjoncture.info
le site d'information de la CFCIM



Conjoncture express
la e-newsletter hebdomadaire

Un marché régional très concurrentiel

Si l'agriculture marocaine est globalement performante, surtout quand la pluie est au rendez-vous, l'industrie agroalimentaire demeure, dans son ensemble, un système productif fragile et structurellement faible, surtout en comparaison avec certains concurrents tels que la Turquie. Grâce à un climat favorable, beaucoup de pays du pourtour méditerranéen ont, en effet, une vocation agroalimentaire et concurrencent ainsi directement le Royaume.



© Fotolia

Concurrente directe du Maroc, la Turquie se hisse au 7^e rang mondial des grands producteurs agricoles.

Depuis toujours, le pourtour méditerranéen est propice au développement de l'agroalimentaire. On y recense, entre autres, de grands pays de tradition agricole, dont l'Espagne et la Turquie. Cette dernière semble être un modèle et un concurrent redoutable pour le Maroc dont le secteur agroalimentaire accuse un certain retard (faible taux d'investissement, obsolescence technologique, innovation et process qualité insuffisants, etc.). Toutefois, certains pays ont mieux exploité leur potentiel que d'autres et, souvent, l'interventionnisme des pouvoirs publics contribue au développement du secteur.

Des filières à défendre

Au niveau du marché international des agrumes, le Royaume se positionne à 8^e place avec une part de marché d'environ 4 %, derrière l'Espagne (29 %), la Turquie (7,5 %) et l'Égypte (4,1 %). Pour ce qui concerne l'huile d'olive, le Maroc continue à céder du terrain : en 2012 il était le 10^e pays exportateur alors qu'en 2010, il occupait encore la 6^e place. La Tunisie se classe, quant à elle, 4^e exportateur mondial d'huile d'olive (derrière l'Espagne, l'Italie et la Grèce). Cette situation s'explique notamment par l'absence du Maroc sur des marchés importants comme le Brésil, le Portugal et l'Allemagne, l'huile étant exportée principalement vers les Etats-Unis, l'Italie et l'Espagne.

Malgré un potentiel exceptionnel, la production marocaine aquacole ne représente que 2,2 % de la production du pourtour méditerranéen. L'Égypte, l'Espagne, la France, l'Italie, la Grèce et la Turquie assurent presque 96 % de la production de la région.

Le modèle turc

La Turquie s'est illustrée en se hissant au 7^e rang mondial des grands producteurs agricoles. Contrairement au Maroc, le pays a su mettre l'accent sur le développement des industries de transformation. En effet, l'agro-industrie représente à peine 6 % du PIB marocain (contre 16 % pour l'agriculture), alors qu'en Turquie, celle-ci pèse 19,7 % du PIB (contre 7,1 % pour l'agriculture), ce qui met en lumière le degré de transformation atteint par ce secteur. La Tunisie fait mieux : presque 80 % des produits alimentaires qu'elle exporte sont transformés.

Si les exportations agroalimentaires marocaines se montaient à 4 milliards d'euros en 2015, celles de la Turquie s'élevaient à 16,8 milliards de dollars. Cette année-là, le pays a produit 28,5 millions de tonnes de légumes et 17,5 millions de tonnes de fruits. Les produits agricoles transformés dépassent les 55 % des exportations en Turquie, alors qu'ils représentent environ 25 % des exportations du secteur au Maroc, en raison notamment de leur faible valeur ajoutée.

Sur le marché de l'Union européenne, qui pèse 40 % de la demande mondiale, la Turquie accapare 44 % des importations de la zone, loin devant le Maroc (20 %), la Tunisie (6,8 %) et l'Égypte (6,3 %).

Subventions et avantages

Le poids grandissant de la Turquie s'explique aussi par l'interventionnisme du gouvernement turc dans le secteur agricole. Les mécanismes de soutien incluent des dispositions législatives assouplies, une structure fiscale extrêmement compétitive, une main-d'œuvre qualifiée et un certain nombre de mesures incitatives à l'investissement. Outre la protection du marché intérieur, la Turquie accorde des subventions agricoles (3,44 milliards d'euros en 2014, soit 8 % du PIB agricole) et des subventions à l'exportation (comprises entre 10 et 20 % de la valeur des exportations) qui ont concerné 17 produits agricoles en 2014.



© Fotolia

Pour sa part, le Maroc accorde également de nombreux avantages à son secteur agricole via des subventions pour l'irrigation et l'aménagement, l'équipement des exploitations, la promotion des exportations, le soutien aux projets d'agrégation, etc.

Avec le Plan Maroc vert, le Royaume devrait donner une nouvelle dynamique à son secteur agroalimentaire en contribuant au développement de nombreuses filiales et améliorant la compétitivité du secteur. Un accent particulier doit être mis sur la qualité des produits. L'offre marocaine doit ainsi se tourner davantage vers des produits à plus forte valeur ajoutée en vue de faire face à l'intensification de la concurrence. *

► Rachid Hallaouy



CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC

Rejoignez une communauté d'affaires
de près de 4 000 entreprises

Soyez les premiers informés et
bénéficiez d'un réseau relationnel efficace



Développez votre entreprise au Maroc,
en France et à l'international



Participez à tous nos événements professionnels
et concrétisez de nouveaux partenariats



Solutionnez vos litiges commerciaux et
accélérez vos recouvrements...



La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, votre « **business partner** »



www.cfcim.org



Comment promouvoir l'offre agroalimentaire à l'export ?

Dans le secteur agroalimentaire, l'offre export du Maroc est composée essentiellement de produits à faible valeur ajoutée tels que les légumes, fruits et produits de la mer. Si l'Europe demeure la principale destination de ces produits, de nouveaux marchés offrent aujourd'hui des opportunités intéressantes. Quels sont ces nouveaux marchés et quelles sont les mesures d'accompagnement mises en place par l'État marocain ?

L'Afrique reçoit désormais près de 15 % des exportations agroalimentaires marocaines

Les exportations agroalimentaires marocaines connaissent depuis 2000 un taux de croissance annuel moyen de 15 %. Les principaux produits exportés sont les légumes frais, notamment les tomates qui représentent une part importante des exportations, les fruits (melons, fraises, abricots, raisins.), les poissons et produits de la mer, ainsi que les produits des industries agroalimentaires (conserves de poissons, conserves d'olives, huiles d'olives, couscous, pâtes alimentaires, café et assimilés, etc.). Pour ce qui concerne les régions d'exportation, l'Europe demeure le principal débouché des produits agroalimentaires marocains. Ainsi, selon une étude du DEPF, sur la période 2000-2013, les exportations à destination de l'Europe, en valeur, ont reculé, passant de 82 % à 71 %, demeurant malgré tout significatives.

Soutiens de l'État et organismes de promotion

Afin d'encourager les exportations « Made in Morocco » dans un marché très concurrentiel, l'État accorde diverses subventions à l'exportation selon les produits, les destinations et les voies empruntées (maritimes, terrestre et aérien). Les exportations d'agrumes acheminées par voies maritime et terrestre et à destination de l'Ukraine, de la Chine et des pays du Golfe, bénéficient, par exemple, d'une subvention de 1000 dirhams/tonne depuis le 1^{er} septembre 2014 jusqu'au 31 août 2017. Pour les exportations de tomates hors Union européenne, une subvention de 500 dirhams/tonne est allouée aux exportateurs lorsque les quantités exportées dépassent les volumes atteints lors des campagnes de référence (du 1^{er} septembre 2000 au 31 août 2001). Pour l'huile d'olive, l'État accorde un soutien de 2000 dirhams/tonne exportée. Plusieurs organismes de promotion tels que

Maroc Export (Centre Marocain de Promotion des Exportations) ou l'Asmex (Association Marocaine des Exportateurs) sont en outre chargés de promouvoir les produits agroalimentaires marocains à l'international (information des exportateurs, organisation de missions de prospection, participation aux salons internationaux, etc.). Les banques marocaines contribuent également à cet effort en organisant des rencontres B to B en Afrique au profit de leurs clients entreprises afin de les aider à prospecter de nouveaux marchés.

Diversifier les marchés de destination

Aujourd'hui, les marchés d'Afrique subsaharienne et du Moyen-Orient s'ouvrent davantage aux exportateurs du secteur agroalimentaire. L'Afrique reçoit désormais près de 15 % des exportations agroalimentaires marocaines (contre environ 5 % en 2000), dont une large part (80 %) est constituée de produits transformés (conserves de poissons, farines, semoules, extraits et essence de café, beurre et fromage, confiserie et chocolaterie). On note aussi une hausse des exportations de produits agricoles : légumes et fruits frais (agrumes, tomates, etc.). Durant la période 2007-2013, les principaux clients africains des produits agroalimentaires marocains étaient la Guinée, la Mauritanie, l'Algérie, la Tunisie, le Sénégal et la Libye. Toutefois, ces exportations sont freinées par plusieurs contraintes : la multiplicité des frontières et des régimes commerciaux, le manque d'infrastructures logistiques et l'absence d'une ligne maritime directe. De même, des efforts sont faits pour exporter davantage de produits agroalimentaires dans les pays du Golfe. Le Moyen-Orient constitue un marché à fort potentiel, bien que l'Asie n'absorbe à ce jour que 8 % des exportations agricoles du pays. *

► Rachid Hallaouy

« L'innovation industrielle est au cœur de notre stratégie. »

Interview de Youssef Barradi, Directeur Marketing et Développement Stratégique du Groupe Lesieur-Cristal



Conjoncture : Comment se déclinent vos activités ?

Youssef Barradi : Lesieur-Cristal filiale opère sur l'ensemble des métiers des corps gras. La trituration des graines oléagineuses, le raffinage des huiles, le conditionnement d'une large gamme d'huiles de table et d'olives ainsi qu'une gamme de savons. Depuis bientôt 4 ans, nous opérons également sur d'autres catégories : la détergence, l'hygiène ménagère, l'hygiène corporelle (avec notre gamme de savons liquide et de gels douche), ainsi que sur le marché des sauces condimentaires. Nous exportons nos produits dans plus de 40 pays dans le monde, principalement en Afrique.

Quelle est la part de vos importations et de vos exportations ?

Nous importons principalement de la matière première brute. À titre d'exemple, nous importons aujourd'hui plus de 98 % de nos besoins en huiles brutes. Le reste est couvert par les productions de graines de tournesol au Maroc. Nous avons toutefois entamé un programme d'envergure avec l'aide du Ministère de l'Agriculture, dans le cadre du Plan Maroc Vert, et avec l'aide de notre actionnaire principal, le groupe Avril, afin de développer de manière significative la production locale de graines oléagineuses, notamment le tournesol et le colza. Cela devrait nous permettre, à terme, de réduire nos importations en ayant accès à de la graine locale et, indirectement, de développer l'agriculture locale. Pour ce qui concerne les exportations, nous exportons une large gamme d'huiles de table, d'olives et de produits d'hygiène. Nos exportations représentent aujourd'hui plus de 11 % de nos volumes de vente et nous comptons doubler cette contribution, étant donné que l'export sera un des leviers de croissance clés dans les années à venir.

Qu'en est-il de la dimension « écolo-industrielle » ?

Sur le volet écologique et environnemental, le site de

Aïn Harrouda est doté d'une unité de traitement de rejets industriels liquides mise en place depuis 2004 et agréée par le Secrétariat d'État à l'Environnement et à l'Eau. Une unité de production d'énergie propre permet, en outre, d'assurer en grande partie les besoins de l'usine en vapeur. Celle-ci a été approuvée par le Conseil National des Mécanismes de Développement Propre et présentée à la Commission des Nations-Unies dans le cadre des accords de Kyoto pour la cession des crédits carbone.

Quelle est la place accordée à l'innovation dans votre industrie ?

Elle est cruciale pour ne pas dire vitale. Les consommateurs évoluent, leurs habitudes d'achats et de consommation de même, il est donc important de pouvoir s'y adapter et y répondre. De plus, plusieurs marchés sont aujourd'hui libéralisés et ouverts aux autres groupes internationaux. Il est important de s'y préparer en amont et d'être capable de prévoir et d'anticiper les nouvelles habitudes de consommation. En ce sens, nous avons entamé un chantier majeur en 2011 qui consiste à mettre l'innovation au cœur de nos choix stratégiques. Cela a nécessité un changement de culture, mais aussi de « process », de façon de faire et de réfléchir. De nouvelles compétences ont été développées. Ceci nous a permis de lancer 12 innovations sur le marché national avec succès en seulement 3 ans. Mais nous ne comptons pas nous arrêter là. Plein de belles choses sont déjà dans le « pipe ». Pensez à des groupes comme Kodak, Nokia ou Eriksson. Il y a 10-15 ans, ces groupes étaient les fleurons de leurs pays et de leurs industries. Ils faisaient les beaux jours de leurs salariés et de leurs actionnaires. Aujourd'hui certains ont entièrement disparu et d'autres ont réduit sensiblement leur périmètre. Comme quoi, on n'est jamais « too big to fail ». L'histoire regorge d'exemples où le manque d'anticipation et d'innovation s'est traduit par une disparition pure et simple des acteurs. *

► Propos recueillis par Rachid Hallaouy

Le nouveau vin du nouveau Maroc

NÉ ET
ÉLEVÉ
AU MAROC
À L'AISE
PARTOUT
ROUGE
BLANC
ROSÉ
GRIS
ENVOUTANT
AMPLE INTENSE
CHALEUREUX TERRE
ÉLÉGANT GÉNÉREUX
SOUPLE ORIGINAL
PRESTIGE ÉCLATANT
FESTIF  FIN
PARTAGE DÉLICAT
ÉQUILIBRÉ MEKNÈS
EXPRESSIF SINCÈRE
CARACTÈRE

VOLUBILIA

Une Histoire ...

AGRÉABLE CONVIVIAL
SOBRE HARMONIEUX
AUTHENTIQUE

Regards d'experts

Des solutions concrètes pour toutes les problématiques qui vous concernent.

Chaque mois dans Conjoncture, retrouvez les précieux conseils de nos experts qui abordent de manière pratique des sujets techniques dans le domaine du juridique, du management, de la communication, des IT, etc.

Vous aussi, rejoignez la communauté des experts de Conjoncture !

Vous êtes adhérent et vous disposez d'une expertise ou d'un savoir-faire reconnu ?

La rubrique « Regards d'experts » vous offre la possibilité de publier vos contributions.

Les contributions à la rubrique « Regards d'experts » sont soumises à l'approbation du Comité de Rédaction de Conjoncture et peuvent faire l'objet d'une adaptation rédactionnelle. Sont exclus les contenus publicitaires et/ou à caractère promotionnel.



Contact : conjoncture@cfcim.org

- **Management** Améliorer le climat social pour gagner en productivité et améliorer le bien-être au travail
- **Management** Dirigeants, remplacer la puissance par la présence ?

Améliorer le climat social pour gagner en productivité et améliorer le bien-être au travail

Le climat social d'une entreprise est une réalité complexe et plurielle, qui est fréquemment assimilée « au degré de satisfaction régnant au travail à un instant donné ». Nous savons que de nombreux facteurs peuvent l'influencer. L'étude doit donc être menée de manière rigoureuse afin que les actions qui en découleront puissent porter leurs fruits.



Jean-Yves Arrivé, Président de Co'acting, spécialiste de l'accompagnement et du développement RH

Les multiples facteurs qui influent sur le climat social sont à la fois externes (état du marché de l'emploi, taux de chômage, cadre juridique, crise économique, etc.) et internes (bruit, luminosité, rémunération, mode de management, rythme de travail, qualité de la communication, nature de l'activité, etc.). Hubert Landier¹ a identifié parmi ces différents éléments ceux qu'il nomme les « irritants sociaux ». Ces dysfonctionnements quotidiens (tels que l'absence de marques de reconnaissance, des changements permanents d'organisation, des refus injustifiés, le manque de moyens matériels, etc.) entraînent le mécontentement progressif des salariés et, in fine, leur désengagement.

Avoir une bonne perception du climat de l'entreprise

Selon une nouvelle étude réalisée par la société américaine de sondage Gallup², 31 % des Marocains sont malheureux au travail et passent leur temps à faire savoir leur mécontentement. Une enquête CEGOS conduite en France a, quant à elle, mis en lumière des écarts de perception importants sur le climat social entre les collaborateurs et les DRH, ce qui signifie que les équipes de direction ont souvent du mal à percevoir objectivement le climat de l'entreprise.

Or, pour agir sur le climat social, il importe de mener en amont une évaluation très précise, inscrite dans une démarche rigoureuse et accompagnée d'une bonne communication en amont et en aval. Parce qu'ils dépendent des perceptions propres à chacun, les différents critères à prendre en compte rendent complexe toute évaluation.

La mesure du climat social, menée à travers de la collaboration entre une entité tierce (consultant ou équipe spécialisée) et les instances dirigeantes, peut apporter le recul et l'adéquation nécessaires à l'obtention de résultats fiables. Par ailleurs, se limiter à publier un baromètre annuel sans agir ne présente aucun intérêt mais plutôt le risque d'augmenter un peu plus le ressentiment des salariés.

« Pour agir sur le climat social, il importe de mener en amont une évaluation très précise. »

Choisir les bons indicateurs

Les organisations qui valorisent le dialogue interne, le bien-être et la qualité de vie au travail ont plus de chances d'attirer et de fidéliser les meilleurs collaborateurs. Elles peuvent ainsi renforcer leur image et assurer leur pérennité sociale et économique. Mais souvent, les entreprises se contentent pour toute évaluation de se référer à la liste des « critères évidents » (taux d'absentéisme, taux de rotation, taux de démission, taux de productivité, etc.). Ces chiffres sont toutefois moins pertinents qu'il n'y paraît. En période de crise, certains salariés ne restent pas forcément en poste par choix, et peuvent se désengager et influencer négativement sur le climat social. La problématique majeure de l'évaluation du climat social réside dans le choix des critères et dans la définition de ceux qui exercent le plus d'influence sur les attitudes et les comportements. Il faut donc couvrir l'ensemble des champs concernés.

Contrairement à ce que beaucoup de chefs d'entreprise pensent, une telle démarche n'est pas réservée aux grands groupes internationaux. Il existe des outils de qualité qui permettent d'évaluer le climat social d'une PME (même celles qui emploient 50 salariés) pour un coût modéré.

Pour qu'un travail sérieux et efficace soit engagé, l'équipe de Direction doit claire-

ment exprimer le sens d'une action visant à évaluer le climat social :

- Pourquoi maintenant ?
- Quelle concertation avec les salariés et les instances représentatives ?
- Comment garantir l'anonymat des réponses ?
- Quels engagements (transparence de la communication, mise en œuvre d'un plan d'amélioration, création d'un comité de pilotage et de suivi, etc.) ?

Au-delà de l'outil, c'est le sens de l'action mise en œuvre et portée par la direction, la qualité de la communication et le pilotage rigoureux du plan de progrès qui permettront une réelle amélioration du climat social de l'entreprise. Il s'agit d'un travail de longue haleine. *

1. Hubert LANDIER, expert dans le domaine du management humain de l'entreprise et des relations sociales, auteur du livre « Évaluer le climat social de votre entreprise ».

2. Étude Gallup menée dans 142 pays entre 2009 et 2012.

Dirigeants, remplacer la puissance par la présence ?

Ce n'est quand même pas mal de donner des ordres, se faire respecter d'un regard, raisonner à la vitesse de l'éclair, être plutôt résistant au stress et « emmener ses troupes au combat » pour gagner des parts de marché à grand renfort de communication volontariste. Mais êtes-vous sûr que cela suffise à motiver durablement vos collaborateurs et, in fine, à garantir l'efficacité de votre action ?



Bruno Igounenc,
Coach (certifié HEC), Fondateur et
Président du cabinet EXPERIS

Tout d'abord, abordons l'état d'esprit du dirigeant et ce qu'il induit. Créer ou gérer une entreprise nécessite généralement de sacrées qualités de combattant ! Mais comment passer de la compétition à la collaboration, gage de plus grande efficacité au travail, alors que l'on a soi-même l'esprit de compétition ?

Il est pourtant essentiel d'insuffler en entreprise un maximum de réflexes collaboratifs, plutôt que de laisser se développer une trop forte compétition, dégénérant souvent en défense de pré carré et jeux de coqs, et de récupérer au final, un ratio énergie dépensée/efficacité très moyen.

Passer de chef de guerre à chef d'orchestre

Pourquoi ne pas mettre en place, par exemple, des indicateurs originaux et qualitatifs visant à mesurer le niveau d'agressivité ou de collaboration, ou même de créativité ? On pourra aussi déployer des outils spécifiques permettant de travailler à la cohésion des équipes, basés très souvent sur la connaissance et la reconnaissance des différences, ou encore tester certaines postures à travers l'entraînement aux rôles délégués.

Mais, pour aller plus loin, si l'on estime que la vraie valeur de l'entreprise, son potentiel, repose sur la somme des talents motivés, alors il est temps de changer soi-même de registre et de passer de chef de guerre à chef d'orchestre !

Mais comment faire pour donner aux collaborateurs l'envie de nous suivre ? Bien sûr, ceux-ci sont très

différents les uns des autres, selon les générations, les formations, ou encore les aspirations. La quête de sens, certes partagée par tous, est bien plus présente chez les jeunes (générations Y et Z). Pour eux, le respect de la hiérarchie, de l'autorité et la fidélité à l'entreprise sont, à l'inverse, des valeurs bien moins essentielles.

Une trop forte compétition entre collaborateurs peut nuire à l'efficacité de toute l'équipe.

Réévaluer son attitude de dirigeant ou de manager

Comment inspirer un peu plus ses collaborateurs, et leur donner envie de gravir les montagnes ensemble ?

En fait, la recette est simple. Il suffit d'en faire à la fois moins (sur la puissance) et plus (sur la qualité de présence). Cette démarche peut être compliquée, car elle nécessite un travail sur soi. Mais de quoi parle-t-on au juste ?

Voici quelques pistes de réflexion, sans être exhaustif :

- Chercher à mieux se connaître, surveiller son égo, travailler l'humilité et ses capacités empathiques;
- Travailler son alignement personnel (physique, mental, émotionnel et spirituel);

- Savoir faire preuve de courage;
- Être sensible à son environnement (personnes et éléments du monde qui nous entourent).

Cela peut paraître banal ou, au contraire, inaccessible, mais ce travail sur soi, à réaliser seul ou avec un accompagnement, est essentiel pour se faire apprécier de ses équipes, mieux les motiver et, cerise sur le gâteau, s'épargner quelques ennuis de santé.

Si ceci vous paraît trop difficile, essayez déjà de donner un peu de présence « désintéressée » à vos collaborateurs. Il s'agit ici d'aller à leur rencontre et de s'enquérir simplement de leur état. Chacun le fera à sa manière, mais faites-le de manière sincère... ou ne le faites pas !

Rappelez-vous, dans votre histoire personnelle, comment une simple attention marquée, d'un supérieur, enseignant, mentor ou personne admirée, a pu booster votre confiance en vous et vous donner des ailes. Alors, améliorez votre qualité de présence, plutôt que votre puissance ! *



Le Coin des Adhérents

Les nouveaux adhérents

Adhérents Commerce

SOCIÉTÉS	ACTIVITÉ PRINCIPALE	VILLE	TÉLÉPHONE	TÉLÉCOPIE
Abdelali SOUNNI	Traiteur	CASABLANCA	05 22 22 26 37	05 22 22 91 45
AL RAYAN GLOBAL BUSINESS	Informatique - Communication - E-commerce	TANGER	05 39 38 63 55	05 39 30 18 51
ALFADL TRADE	Import-export	CASABLANCA	05 22 40 87 93	05 22 54 39 05
BIJOUTERIE ODIAM	Bijouterie et joaillerie	AGADIR	06 61 19 82 23	
ECODOC SA	Commercialisation et services de solutions d'impression industrielles, solutions de mise sous pli, solutions d'intégrité et d'intégralité, machine de tri de courrier et de colis, façonnage de chèquiers et solutions de cartes	CASABLANCA	05 22 27 31 67	05 22 27 32 40
EMMANUEL 4 EVER	Import-export - Négociant	CASABLANCA	05 22 66 57 73	
EPM MAROC TECHNOLOGY	Matériels et équipements industriels	TANGER	06 66 94 50 68	
EVANEGOCE	Importation et vente en gros de tissus d'ameublement	CASABLANCA	05 22 45 09 32	05 22 44 78 95
GALO GALO	Portes blindées et coupe-feu, chauffe-eau solaire	CASABLANCA	05 22 39 48 70	05 22 39 48 71
GANDIA FISHERIES SARL	Commercialisation en gros de poissons et produits de la mer	AGADIR	05 28 89 03 15	
GROUPE SMIDCOM	Agriculture	MEKNES	05 35 55 64 34	05 35 46 10 96
Hamid FAIZ	Tissus et habillement pour homme	CASABLANCA	05 22 45 17 22	05 22 45 06 28
HARAS AL BORAQ	Elevage de chevaux et de tout genre de bétail	CASABLANCA	05 22 91 43 91/92	05 22 91 47 56
HAYER FONCIERE	Promotion immobilière	CASABLANCA	05 22 94 54 54	05 22 94 54 00
HBS SECURITY	Distribution, intégration et vente d'équipements de sécurité électronique et automatisme	CASABLANCA	06 61 18 08 98	
HUILAROME	Cosmétique bio-naturelle	MARRAKECH	05 24 33 10 23	05 24 39 06 69
KHALID ANFRAD	Epicerie	AGADIR	06 93 02 39 91	
LAASSILATE VIANDE	Marchand de viande de volaille	CASABLANCA	05 22 93 30 30	05 22 93 10 11
LE FUMET DE L'ATLAS	Adjudicateur de pêche (pisciculture et aquaculture)	CASABLANCA	05 22 29 22 80	05 22 29 22 93
LINA INVEST	Restaurateur à la carte - Exploitant de maisons d'hôtes ou riads - Exploitant d'hôtels	MARRAKECH	05 24 44 11 00	05 24 42 20 91
LOOK O LOOK SARL	Café, salon de thé, traiteur	AGADIR	06 61 43 75 80	
MARIND	Import-export	CASABLANCA	05 22 24 82 68	
MAROC FER	Ferronnerie en gros	CASABLANCA	05 22 33 58 44	05 22 97 45 53
ME & A GROUP INTERNATIONAL	Boulangerie-pâtisserie	CASABLANCA	05 23 31 10 22	
Mohamed EL-MCHARQUI	Habillement - Prêt-à-porter	CASABLANCA	06 19 18 48 48	
NEW WATER TECHNOLOGIE	Marchand de machines, outils et matériel industriel - Import-export	MARRAKECH	05 24 35 62 84	
PALAIS YASSMINE	Import-export	CASABLANCA	05 22 81 19 87	
PARTNERS MAGHREB DISTRIBUTION	Commerce et distribution	CASABLANCA	05 22 95 07 28	05 22 02 34 62
Said AZIZI	Service téléphonique	MEKNES	05 35 53 36 63	
SINESET	Matériel informatique et infrastructures réseaux	CASABLANCA	06 12 91 92 82	05 22 98 82 17
SOLOC SECURITY SYSTEM	Commercialisation et fabrication de coffres-forts, armoires fortes, portes blindées et serrures électroniques	AGADIR	05 28 28 19 57	05 28 28 19 58
STE KHADIJA REGIONAL	Construction et travaux divers - Import-export - Gestion des déchets - Gardiennage et nettoyage	OUIDA	05 36 69 42 04	

SOCIÉTÉS	ACTIVITÉ PRINCIPALE	VILLE	TÉLÉPHONE	TÉLÉCOPIE
TAKBIR EQUIPE- MENTS ELEC- TRIQUES ET MECANIQUES	Importation et distribution de fournitures de bobinage et de matériel agricole	CASABLANCA	05 22 63 60 50	05 22 63 60 52
WINTO	Distribution des produits télécoms	CASABLANCA	05 22 27 96 96	

Adhérents Industrie

AIT MELLOUL ELEC- TROMECHANIQUE	Fabrication de machines d'automatisme - Travaux électromécaniques	AGADIR	05 28 24 44 82	05 28 24 85 45
ATLAS HANDASSA	Bâtiment - Travaux publics	MEKNES	06 61 44 04 94	05 35 40 45 06
GLOBAL MINES	Recherches et exploitation minières - Traitement de minerais	CASABLANCA	05 22 62 23 81/82	05 22 62 83 37
LEMAN INDUSTRIE	Injection plastique et découpage	CASABLANCA	05 22 67 33 10/11	
LMI-64	Isolation thermique - Menuiserie aluminium - Miroiterie - Façades vitrées - Solutions énergétiques - Développement durable	MARRAKECH	05 24 42 04 19	05 24 49 53 10
MECATAN	Fraisage, tournage, rectification	TANGER	05 39 33 20 09	05 39 94 72 72
MINOTERIE ACHARK	Exploitant de moulin industriel	OUIDA	05 36 68 08 50	05 36 68 35 09
NEOPOST INDUSTRIE	Solutions de traitement du courrier physique et numérique et du colis Neopost - Accompagnement des entreprises pour le traitement du courrier et solutions matérielles et logicielles multicanal	PARIS	00 33 1 45 36 61 74	00 33 1 45 36 30 03
NESTLE MAROC	Fabrication, importation, exportation et distribution de produits alimentaires	CASABLANCA	05 20 15 88 00	05 20 15 84 07
NOUVELLE SOCIETE DE TRAVAUX	Travaux de génie civil	MEKNES	06 61 65 76 63	
SGT INDUSTRIE	Construction métallique, chaudronnerie, tuyauterie - Ingénierie	CASABLANCA	05 22 67 36 93	05 22 67 36 83
SOBLTRAV SARL	Travaux divers	MEKNES	05 35 46 43 45	05 35 46 43 42
TOP TRUCK	Fabrication de bennes, remorques et carrosseries de véhicules	CASABLANCA	05 22 47 06 98	05 22 47 06 96

Adhérents Services

4 SPUB	Publicité - Communication - Confection de vêtements de travail	CASABLANCA	05 22 91 59 73	05 22 93 86 82
A.C.T.E INTERNA- TIONAL	Conseil, expertise, audit, formation professionnelle en global supply chain management	CASABLANCA	05 22 49 14 33	
ABBVIE BIOPHARMA- CEUTICALS GMBH	Information médicale, recherche scientifique, promotion de médicaments, solutions de santé	CASABLANCA	05 22 92 82 36	05 22 92 82 01
AFRIC MUNICH CARS	Importation de véhicules neufs et d'occasion, matériel de dépannage et assistance	RABAT SALE	06 61 14 24 23	
AFRICAPITAL CONSULTING	Assistance des entreprises à leur mise à niveau et leur accompagnement à la certification ISO - Formation professionnelle et audit	CASABLANCA	06 61 31 47 20	
AGRE-CONTROLE	Entrepreneur de surveillance et protection contre le vol	CASABLANCA	05 22 20 89 32	
AL DEVELOPPEMENT COMMERCIAL	Représentation de fabricants de pièces automobiles européens - Animation des réseaux de distribution au Maroc et en Algérie - Conseil en ingénierie automobile	CASABLANCA	05 22 20 36 60	
ASIA GARDEN	Création, installation, location et exploitation de tout fonds de commerce, de restauration et de tout genre	CASABLANCA	05 22 36 77 33	05 22 36 55 44
ASSURANCES MOHAMED V	Courtier en assurances pour entreprises	CASABLANCA	05 22 48 24 93	05 22 48 24 98
AYA CONSULT	Conseil en investissement et en stratégie	CASABLANCA	06 60 15 03 31	
B&S ASSOCIÉS	Editeur de sites web - Formation	CASABLANCA	05 22 99 64 04	
BDP INTERNATIONAL	Transport international	CASABLANCA	05 22 22 88 30	05 22 22 88 28
BP212.COM	Editeur et intégrateur de solution de gestion d'entreprise	CASABLANCA	05 22 54 19 59	05 22 44 51 34

Le Coin des Adhérents

SOCIÉTÉS	ACTIVITÉ PRINCIPALE	VILLE	TÉLÉPHONE	TÉLÉCOPIE
BUSINESS APPLICATIONS	Importation et exportation de logiciels et ingénierie informatique	CASABLANCA	05 22 46 07 20/23	
BUSINESS INGENIERIE DES NOUVELLES COMPETENCES	Matériel informatique et infrastructures réseaux - Etude, fourniture et installation	CASABLANCA	05 22 39 09 20	05 22 39 09 20
CABINET AISSE	Audit - Conseil - Formation	CASABLANCA	05 22 23 23 32	05 22 23 23 27
CAFE OHUIT	Café, restaurant et milk bar	CASABLANCA	06 68 74 04 97	
CAP MEDIATION	Organisation, restructuration et règlement des conflits inter-entreprises - Médiation	CASABLANCA	06 56 94 12 10	
COSMO SHIPPING & LOGISTICS	Transport maritime - Agent de COSCO	CASABLANCA	05 22 49 61 83	05 22 49 61 81
DIGITAL FACTORY	Agence digitale - Salons virtuels - Webinars - Développement d'applications web et mobile - Conception 3D	CASABLANCA	05 22 22 79 96	
DISTRIBUTION ET TRANSPORT EXPRESS	Transport routier	CASABLANCA	05 22 28 20 28	05 22 28 20 28
ELAM COMPETENCES	Training en hypnose et en programmation neurolinguistique	CASABLANCA	05 22 98 28 98	05 22 98 28 98
ELECTRO FIDEAL	Installation électrique	CASABLANCA	05 23 48 01 03	05 23 48 16 83
EXPROM FACILITIES	Maintenance multitechnique et multiservice, facility management	RABAT SALE	05 37 57 80 99	05 37 56 48 84
FACILITY MANAGEMENT PARTNER	Facilities Management : Multitechnique (Maintenance des bâtiments, CVC, Electricité, Sanitaire, Incendie), Multiservice (Propreté, Espaces verts, Logistique), Solutions Informatiques	RABAT SALE	05 37 26 43 43	05 37 26 46 48
FIMME	Fédération des Industries Métallurgiques, Mécaniques et Electromécaniques	CASABLANCA	05 22 35 13 03 / 07	05 22 35 12 38
FORMETRIS	Dispositifs d'évaluation performants pour mesurer et optimiser l'efficacité de la formation, pour piloter l'accueil des nouveaux talents	PARIS	0033 1 43 06 90 27	00 33 1 42 33 39 90
GENERATION SERVICE PRO	Gardiennage et nettoyage	CASABLANCA	06 61 18 56 64	
GROUPE EXPERT	Création des entreprises - Comptabilités - Audit et révisions comptables - Fiscalités et conseil juridique - Formation et recrutement	CASABLANCA	05 22 54 38 90	05 22 54 38 91
H-KMENUISERIE	Entrepreneur de menuiserie d'aluminium - Travaux divers	RABAT SALE	06 70 44 11 90	
Hamid GARTOUA	Cabinet d'avocat	CASABLANCA	05 22 86 21 19	05 22 86 11 25
HYDROSYSTEMES	Bureau d'études, traitement des eaux, station de pompage, télégestion, irrigation et import-export	CASABLANCA	05 22 32 15 37	05 22 32 15 18
ING LUXEMBOURG	Banque	CASABLANCA	00 35 2 44 99 67 00	00 35 2 44 99 93 32
INOVA CONSTRUCTION	Travaux de construction	CASABLANCA	06 61 10 57 54	
INTERCAM	Installation et réparation d'équipements de télécommunication - Vente et installation de matériels de communication et télécommunication	MARRAKECH	05 24 34 88 36	
ITSSERVICE MAGHREB	Matériel informatique et infrastructures réseaux - Intégrateurs de solutions informatiques	CASABLANCA	06 61 17 82 50	
JBS MAROC	Jardinage et bricolage	RABAT SALE	06 21 43 09 10	
LAZRAK MHAMMED PARTNER	Gestion et conseil en affaires	CASABLANCA	06 61 23 37 95	
LHAD TRANSIT	Transit	CASABLANCA	05 22 40 34 08	05 22 40 34 09
LICORNE	Organisme de conseil et de formation	CASABLANCA	05 22 99 19 11	05 22 99 25 52
LINSA OPTIQUE	Commercialisation des verres et montures de marque, montage et réparation	AGADIR	06 34 58 10 95	
MAITRE AVOCAT QAMOUM MOHAMMED	Avocat	AGADIR	05 28 23 35 63	
MAKKADINA	Groupe scolaire - Négoce	CASABLANCA	06 73 12 60 11	05 22 98 53 56

SOCIÉTÉS	ACTIVITÉ PRINCIPALE	VILLE	TÉLÉPHONE	TÉLÉCOPIE
MARCHAR LOGISTICS	Agence maritime	CASABLANCA	05 22 40 26 02	05 22 40 23 02
METROTEC SERVICES	Etalonnage, réparation et vente d'instruments de mesure pour les industries aéronautique, automobile, agroalimentaire et pharmaceutique	CASABLANCA	05 22 34 07 79	05 22 34 07 80
PASCAL JENIN DEVELOPMENT	Amélioration des performances commerciales et industrielles - Développement de produits nouveaux - Management de transition	CASABLANCA	06 68 42 52 03	
PRO ACT	Coaching	CASABLANCA	05 22 98 25 10	05 22 98 36 75
RAJAOU FLOUSKOU	Recouvrement de créances et conseil juridique	CASABLANCA	05 22 24 67 70	05 22 24 67 73
REACTION CONSEIL	Bureau d'études et conseil	CASABLANCA	05 22 25 92 59	
RESIDENCE CASABLANCA	Hôtellerie, restauration	CASABLANCA	05 22 97 20 52	05 22 97 39 01
SMITREL	Conception, étude, fourniture et installation d'équipement électromécanique, d'automatisme et de protection cathodique	CASABLANCA	05 23 28 69 79/31 05	05 23 28 71 13
SMYL	Restauration d'entreprises, scolaire, base vie - Gestion de restaurants - Catering - Traiteur	CASABLANCA	05 22 24 85 35	
SOCIETE COTE D'AZUR TRAVEL	Transport touristique	AGADIR	05 28 82 74 92	05 28 82 74 92
SOCIETE DE TRANSPORT PAR BUS	Transport de voyageurs	CASABLANCA	05 22 21 84 03	05 22 21 85 53
SOCIETE ECHAFI DE BATIMENT ET TRAVAUX PUBLIC	Bâtiment, travaux publics et génie civil	MEKNES	05 35 52 46 91	05 35 52 46 75
SOCIETE FIDUCIAIRE DU PROMOTEUR EN COMPTABILITE	Comptabilité, finance et fiscalité	AGADIR	05 28 84 67 95/96	05 28 84 67 97
SODEXO PASS MAROC	Emission de titre de services, chèque restaurant, chèque cadeau	CASABLANCA	05 22 95 80 95	05 22 98 88 73
SOMADU	Revente d'équipements pour les ateliers mécaniques (machines et outillage industriel) - Maintenance et équipements pour garages	CASABLANCA	05 22 34 12 47	05 22 34 09 31
STE UNION DES ASSURANCES DE TANGER	Agent général AXA ASSURANCE	TANGER	05 39 94 18 21	05 39 94 38 03
SYNDICAT D'INITIATIVE ET DE TOURISME DU GRAND CASABLANCA	Services pour le développement du tourisme à Casablanca et en région	CASABLANCA	05 22 20 21 93	05 22 27 17 08
TRAVO DECO AMIRO	Décoration - Travaux divers	CASABLANCA	06 61 65 27 43	05 22 47 22 11
TRILLIUM	Location de coursier	CASABLANCA	05 22 40 55 56	05 22 40 52 62
TWINFACE	Exploitation, création, gestion de restaurant et café	CASABLANCA	05 22 48 02 03	05 22 48 02 15
UP SKILL	Commerce et distribution - Conseil en informatique et management, développement web mobile - Marketing digital - Formation et recrutement	CASABLANCA	05 22 47 06 98	05 22 47 06 96
USIPROG MAROC	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de logiciels	CASABLANCA	06 61 65 23 10	
VALA NET WORD	Agence de production digitale, web, offshoring	AGADIR	05 28 21 30 45	
VALYANS INTELLIGENCE	Réalisation d'études (pays, produits, sectorielles, marché) - Services de veille et knowledge management	CASABLANCA	05 22 95 74 00	05 22 39 02 39
VOYAGE SUD OUEST	Agence de voyage	AGADIR	05 28 28 42 87	05 22 37 71 71
WAFDENTDI LABO	Confection de prothèses dentaires sur la base des empreintes transmises par les chirurgiens dentaires	CASABLANCA	05 22 98 35 91/92	

Le Coin des Adhérents

Agenda fiscal

Calendrier fiscal de septembre 2016

Impôt sur le revenu

1/ Revenus salariaux, traitements, indemnités et émoluments, pensions, rentes viagères : Versement par les employeurs et débirentiers des retenues opérées à la source le mois précédent.

2/ Versement des retenues opérées à la source le mois précédent sur les redevances, rémunérations, cachets et versés à des personnes non domiciliées fiscalement au Maroc.

3/ Versement de la retenue à la source sur les revenus des capitaux mobiliers et sur les intérêts et placement à revenus fixes du mois précédent.

4/ Déclaration pour restitution d'impôt auprès du receveur de l'administration fiscale de l'impôt sur les profits de cessions de valeurs mobilières.

5/ Perte de loyer : requête en réduction ou décharge.

6/ Versement de la retenue à la source sur les profits de cession de valeurs mobilières opérées par les intermédiaires financiers habilités teneurs de comptes titres, effectuée sur les cessions du mois précédent.

7/ Versement par les cliniques et établissements assimilés de l'IR retenu à la source sur les honoraires et revenus versés aux médecins non patentables.

Impôt sur les sociétés

1/ Versement par les sociétés des retenues effectuées le mois précédent sur les produits bruts versés à des sociétés étrangères non résidentes.

2/ Versement de la retenue à la source sur les revenus et profits des capitaux mobiliers du mois précédent.

3/ Versement par les sociétés des retenues opérées le mois précédent au titre des intérêts

et produits de placement à revenus fixes.

4/ Versement du 3^{ème} acompte au titre de 2016 (25 % de l'IS de 2015).

5/ Déclaration du résultat fiscal pour les sociétés non résidentes n'ayant pas d'établissement au Maroc, au titre des plus-values résultantes de la cession des valeurs mobilières réalisées au Maroc.

Taxe sur la valeur ajoutée

1/ Déclaration et versement avant le 20 du mois (avant la fin du mois pour les déclarations sur support magnétique) par les redevables soumis au régime de la déclaration mensuelle (chiffre d'affaires taxable supérieur ou égal à 1.000.000 de dirhams par an) ou sur option.

2/ Demande de remboursement (3^{ème} trimestre 2015).

Demandes d'emploi

Achats

59 - F. 27 ans - Master II Achats International (Kedge Business School Paris) - 5 ans d'expérience dont 3 ans dans les achats au Maroc et à l'international notamment dans l'industrie/travaux de construction - Trilingue anglais/espagnol/français + notions en arabe et mandarin - Cherche poste dans les achats.

Digital - Web

60 - H. 37 ans - BAC + 8 en Relations Internationales/Histoire - Expérience de près de 10 ans en tant que chef de projet web/ Management d'équipe Internet - Management d'équipes - chef de projet dans les domaines du web et du marketing digital - Mise en place d'outils de reporting/suivi et performances - Cherche poste de Manager/chef de projet dans une agence web sur Tanger.

Direction de Projet

61 - H. 35 ans - Master en gestion d'entreprise et administrative - Plus de 13 ans d'expérience dans le Facility Management - Direction de Grands Projets dans divers domaines (Industrie, Mines, Services, Maintenance et BTP), connaissance tech-

nique très large, connaissance des processus industriels - Recherche poste de Directeur.

Immobilier-Aménagement-Construction

62 - H. 53 ans - Ingénieur travaux publics et DESS en commerce extérieur - 30 ans d'expérience dont 20 ans en France - Direction générale (développement immobilier/marketing et design) - Management de grands projets de construction - Réalisation et exploitation d'hôtels de luxe - Développement de Projets de Partenariats Publics Privés - Conseils opérationnels aux dirigeants de l'aménagement et l'immobilier - Cherche poste - Étudie toutes propositions.

Organisation-Conduite du Changement

63 - F. 31 ans - Master Grande Ecole (Audencia Nantes) - 6 ans d'expérience en Audit et Conseil - Gestion de projet/PMO/ingénierie de processus/Définition de modèle organisationnel cible/gestion du changement - Trilingue arabe anglais français - Cherche poste de chef de projet en organisation.

Systèmes d'information

64 - H. 32 ans - Bac + 5 en systèmes d'information - Plus de 7 ans en SSII en France - Cherche poste en tant que consultant SI en entreprise ou en société de service sur Casablanca.

65 - H. 41 ans - MSC Consultant ERP (EPSI Paris) - Ingénieur 3IL (Limoges) - Maîtrise High Tech (Rabat) - Grande expérience dans les SI en France au sein de grandes entreprises/administrations - Cherche poste.

66 - H. 38 ans Ingénieur, ECE Paris 2003 - 10 ans Consultant Telcos en France et depuis 5 ans Chargé de déploiement projet, avant-vente et commercial au Maroc - Ouvert, disponible immédiatement - Étudie proposition et opportunité de carrière orientée Pre-sales & Sales- Projets et solutions/ Digitalisation, numérisation, intégration/ Wireless, Sécurité informatique et Authentification numérique/Smart Cities, Smart Buildings et IOT.

67 - H. 60 ANS - Doctorat en Informatique - Plus de 30 ans d'expérience (France, Qatar, Abu Dhabi, Maroc) - Consultant SI, finances - Propose ses services aux entreprises - Étudie toutes propositions.

Industrie chimique, agroalimentaire et pharmaceutique

68 - H-34 ans, Ingénieur Chimiste spécialisé en Procédés Industriels et Environnement, diplômé de l'École Nationale Supérieure de Chimie de Montpellier avec 10 d'expérience dans la gestion de divers projets industriels (gestion de la construction de nouveaux sites industriels depuis l'étude de faisabilité jusqu'au lancement de la production, développement process et nouveaux produits, extrapolation industrielle, gestion de production...) - Maîtrise des techniques de management de projet, des normes pharmaceutiques (Bonnes Pratiques de Fabrications) et d'installation des équipements - Recherche poste de responsabilité.

Divers

69 - F. 42 ans - BAC en lettres modernes et formation de coach aérobic - expérience dans la restauration, la gérance de boutique, la télévente (conseil aux particuliers) et la garde d'enfants - Bilingue français/arabe - Cherche poste stable - Étudie toutes propositions.

► Siham Hassini

Tél. : 05 22 48 93 17

siham.hassini@diplomatie.gouv.fr

Offres d'emploi

Établissement de luxe sur Marrakech pour son ouverture à fin d'été/début automne 2016 recherche son équipe Restauration et Bar :

- Directeur de la Restauration
- Chefs de Rang
- Serveurs
- Chef Barman
- Barman

- Serveurs bar
- Chef de partie
- Sous-chef de partie
- Tournant
- Pâtissier
- Plongeurs

Envoyer CV avec photo, lettre de motivation et prétentions à :
cv2016@gmail.com

Contacts CFCIM

Service Adhésions

- Séloua El Maataoui
Tél. : 05 22 43 96 11
selmaataoui@cfcim.org
- Wafaâ Laachir
Tél. : 05 22 43 96 48
wlaachir@cfcim.org
- Karim Batata
Tél. : 05 22 43 96 12
kbatata@cfcim.org

Service Visas

- Loubna Marill
Tél. : 05 22 43 96 47
lmarill@cfcim.org
- Chantal Maurel
Tél. : 05 22 43 96 17
cmaurel@cfcim.org

Promotion des Services de la CFCIM

- Fatima-Ezzahra Jamil
Tél. : 05 22 43 29 80
fejamil@cfcim.org

Service Emploi

- Siham Hassini
Tél. : 05 22 48 93 17
siham.hassini@diplomatie.gouv.fr

Appui aux Investisseurs et à la Création d'Entreprise

- Khalid Idrissi Kaitouni
Tél. : 05 22 43 96 04
kidrissi@cfcim.org

Pôle Salons et Évènementiel

- Hicham Bennis
Tél. : 05 22 43 96 27
hbennis@cfcim.org

Missions de Prospection en France et à l'International

- Nadwa El Baïne
Tél. : 05 22 43 96 23
nelbaine@cfcim.org

Pôle CFCIM Business France

- Charafa Chebani
Tél. : 05 22 43 96 33
cchebani@cfcim.org

Centre de Médiation pour l'Entreprise

- Khalid Idrissi Kaitouni
Tél. : 05 22 43 96 04
centredemediation@cfcim.org

Parcs Industriels

- Mounir Benyahya
Tél. : 05 22 59 22 04
parcsindustriels@cfcim.org

Campus de Formation

- TBS Casablanca**
- Patricia Bournet
Tél. : 05 22 35 02 12
contact@tbs-education.ma

Ecole Française des Affaires

- Amine Barkate
Tél. : 05 22 35 02 12
abarkate@cfcim.org

CEFOR Entreprises

- Laila Benyahya
Tél. : 06 67 03 03 25
lbenyahya@cfcim.org

Délégations Régionales

- Agadir**
- Fatima-Ezzohra Trissia
Tél. : 05 28 84 41 91
agadir@cfcim.org
- Fès**
- Khadija Quessar
Tél. : 05 35 94 30 36
fes@cfcim.org
- Marrakech**
- Siham Belain
Tél. : 05 24 44 94 91
marrakech@cfcim.org
- Meknès**
- Noura Moustir
Tél. : 05 35 52 22 10
meknes@cfcim.org
- Oujda**
- Abdenbi El Bouchikhi
Tél. : 05 36 71 05 71
oujda@cfcim.org
- Rabat**
- Bouchra Chliah
Tél. : 05 37 68 24 29
rabat@cfcim.org
- Tanger**
- Karima Khdim
Tél. : 05 39 32 22 22
tanger@cfcim.org
- Bureau de Paris**
- Faïza Hachkar
Tél. : 0033 1 40 69 37 87
paris@cfcim.org

On en parle aussi...

L'association du mois

L'association Espoir Maroc organise le Forum Emploi Handicap Maroc

Espoir Maroc est une association créée par des jeunes de la diaspora Marocains du Monde. Elle est présente aujourd'hui au Maroc et a pour vocation d'accompagner les différentes initiatives favorisant l'insertion et l'emploi des compétences, notamment au profit des personnes en situation précaire (femmes, migrants, personnes en situation de handicap, etc.)

Une des principales initiatives de l'association est le forum « Emploi Handicap Maroc », une rencontre visant à réunir dans un même espace les personnes handicapées, les professionnels de l'emploi, les entreprises et les institutions à la recherche de candidats dans différents domaines. L'objectif est notamment de favoriser l'intégration durable des handicapés, lutter contre la perception négative du handicap dans le milieu professionnel, faciliter l'échange entre les entreprises et les demandeurs d'emploi et, enfin, donner l'espoir d'une insertion professionnelle réussie aux handicapés ayant des compétences. La prochaine édition du forum sera organisée le samedi 1^{er} octobre 2016 à l'hôtel Sheraton Casablanca.

Les entreprises partenaires et participants seront accueillis au sein de trois espaces :

- l'espace Information (rencontre avec les acteurs de l'emploi et du handicap) ;
- l'espace Coaching (atelier CV et lettre de motivation, préparation à l'entretien d'embauche, etc.)
- L'espace Entreprises (rencontre avec des entreprises qui recrutent et les acteurs de l'entrepreneuriat).

► Contact :

Tél. : 05 37 68 05 85

GSM : 06 99 89 62 38

E-mail : info@handicapmaroc.com



ESPOIR MAROC HANDICAP MAROC
ملتقى الشغل لذوي الإحتياجات الخاصة
FORUM EMPLOI HANDICAP MAROC

Forum pour l'emploi des personnes handicapées
Réussir avec un Handicap

1 Octobre 2016

Organisé par ESPOIR MAROC
Sous l'égide du Ministère de l'Économie et du Développement

www.handicapmaroc.com



CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC

Rejoignez une communauté d'affaires de près de 4 000 entreprises

Soyez les premiers informés et
bénéficiez d'un réseau relationnel efficace



Développez votre entreprise au Maroc,
en France et à l'international



Participez à tous nos événements professionnels
et concrétisez de nouveaux partenariats



Solutionnez vos litiges commerciaux et
accélérez vos recouvrements...



La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, votre « **business partner** »



www.cfcim.org





Sucre ENMER

Le goût authentique

MOSATK

Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré ou trop salé et essayez de pratiquer régulièrement des activités sportives.



KOMPASS

Connects business to business

REJOIGNEZ
LE RÉSEAU **KOMPASS**

Partenaire
développement
des entreprises **BtoB**



Retrouvez les solutions Kompass
qui vous accompagnent dans :



- L'organisation de votre prospection grâce à des solutions business adaptées.
- Le développement de votre activité au niveau national et international.
- La qualification de votre cible de prospects et partenaires.
- La mise en relation avec les professionnels de votre secteur.

Pour plus d'informations, contactez-nous au 0522 777 100 - www.kompass.ma - commercial@kompass.ma