

Conjoncture

LE MENSUEL DES DÉCIDEURS

L'INVITÉ DE CONJONCTURE
PIERRE GATTAZ



Commerce et distribution



La résilience
du marché
traditionnel



Saïd Ahmidouch, invité
du Forum Adhérents
de la CFCIM



Projets humanitaires
des étudiants de l'EFA



Partenariat entre la
Bourse de Casablanca
et la CFCIM



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

DES PROJETS À FINANCER ?

PME

CHOISISSEZ LE PARTENAIRE
QUI PERMET À VOS PROJETS
DE VOIR LE JOUR

REPUBLIK S



- ÉQUILIBRER VOTRE TRÉSORERIE : **CRÉDIT DAMANE EXPRESS**
- FINANCER VOTRE ACCÈS AUX MARCHÉS PUBLICS ET PRIVÉS : **AVANCE SUR MARCHÉS**
- SE DÉVELOPPER À L'INTERNATIONAL : **FINANCEMENT IMPORT OU EXPORT**
- FINANCER VOS INVESTISSEMENTS : **CRÉDIT MOYEN OU LONG TERME**

Tout ce qu'il faut savoir sur www.cdm.co.ma


 **RÉACTIVITÉ**

 **ACCOMPAGNEMENT**

 **FINANCEMENT**

Crédit du Maroc : Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance
au capital de 1 088 121 400 Dhs.

Siège social : 48-58, boulevard Mohammed V - 20 000 - Casablanca.

Service clientèle : Au Maroc : 05 22 477 477 - A partir de la France :  N° Azur 0 810 00 36 16

Site web : www.cdm.co.ma

 **مصرف المغرب**
CRÉDIT DU MAROC

— Le bon sens a de l'avenir —



Editorial

Commerce et distribution au Maroc

« La résilience du marché traditionnel »

Jean-Marie GROSBOIS
Président

Au Maroc, le marché du commerce et de la distribution a connu de fortes mutations ces dernières années. Les acteurs se sont structurés, les enseignes se sont modernisées, les modes de consommation ont évolué... Or, le développement rapide de la distribution moderne ne s'est pas fait, loin de là, au détriment du commerce traditionnel qui affiche un dynamisme constant, que ce soit en milieu urbain ou rural. La force du réseau traditionnel, c'est sa proximité, son sens du service au client et sa capacité à s'adapter aux évolutions du marché. La cohabitation des deux modes de distribution reste profitable à tous, pour peu qu'elle se déroule dans le respect des réglementations et de la concurrence.

Ce mois-ci, Conjoncture reçoit comme invité Monsieur Pierre GATTAZ, Président du MEDEF, en visite au Maroc à l'occasion notamment du Forum maroco-français organisé par la CGEM et le Club des Chefs d'Entreprise France-Maroc. Cette rencontre, à laquelle a participé une délégation d'une centaine d'entreprises françaises, a été placée au cœur de la COP22. Actuellement, le Royaume est en train de devenir une réelle locomotive pour tout ce qui a trait aux technologies vertes, en particulier dans le domaine des énergies renouvelables, du traitement des déchets, de l'assainissement ou encore de la gestion durable de l'eau. Les industriels et les collectivités sont de plus en plus sensibilisés à la question et il se crée, de ce fait, de formidables opportunités pour toutes les entreprises qui innovent dans le secteur environnemental.

La COP22 est donc un enjeu essentiel pour lequel la CFCIM compte se mobiliser activement dans les mois à venir, aux côtés de ses adhérents et de ses partenaires. Les différentes thématiques de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise feront ainsi l'objet d'une programmation spéciale, que ce soit à travers nos réunions d'information, nos supports de communication, nos rencontres d'affaires ou nos événements.

Enfin, les 20 et 21 avril prochains au Hyatt Regency à Casablanca, nous vous donnons rendez-vous pour Planète Entreprise, une rencontre à ne pas manquer pour tous les décideurs en quête des meilleures expertises. Elle réunira, en un même lieu, trois de nos événements phares : les business forums DEVCOM, SOLUTIONS RH et DIGITAL IT DAYS.



Conjoncture est éditée par la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc ▶▶ 15, avenue Mers Sultan - 20130 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 ▶▶ **Directrice Communication** Wadad Sebti ▶▶ **Ont collaboré à ce numéro** Marie-Cécile Tardieu, Laurence Jacquot, Société de Bourse M.S.IN, Soumayya Douieb, Nawal Ghaouti, Jean-François Levraud, Loris Marghieri, les administrateurs et collaborateurs de la CFCIM ▶▶ **Agence de presse** AFP ▶▶ **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 14 000 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 GSM : 06 69 61 69 01 kais.communication@gmail.com





Ecole Française
des Affaires



Isslam
Diplômée 2006
Chef d'entreprise



Construire son avenir en rejoignant l'EFA

Test d'admission : 21 mai 2016

2^{ème} session : 20 juillet 2016

L'École Française des Affaires lance sa 29^{ème} promotion, une opportunité concrète pour construire son avenir !

Prenez date pour les inscriptions à l'une de nos sessions de test d'admission :

- Session du 21 mai 2016
- Session du 20 juillet 2016
- Session du 17 septembre 2016

La préinscription peut se faire en ligne sur www.efa.ma ou à l'EFA sur le Campus de Formation de la CFCIM, boulevard Tarik El Ouahda, Aïn Sebâa, Casablanca.

À l'issue de leur formation, les lauréats de l'EFA reçoivent le diplôme de « Chargé de la Gestion et de l'Activité Commerciale de l'Entreprise » délivré par la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Seine-et-Marne.

Ce diplôme permet d'accéder à de nombreux métiers, dans des secteurs d'activités variés, qu'il s'agisse notamment de commerce, de distribution, de gestion, d'administration, de banques et d'assurances. Il permet également d'envisager une poursuite d'études au Maroc, comme à l'international.

www.efa.ma

Votre Contact :
Charif ALAOUI
calaoui@cfcim.org
05 22 35 53 53

Sommaire

ActusCFCIM

- 6 Projets humanitaires des étudiants de l'EFA
- 10 Saïd Ahmidouch, invité du Forum Adhérents de la CFCIM
- 12 La Bourse de Casablanca et la CFCIM signent une convention de partenariat
- 18 La CFCIM organise un petit-déjeuner d'information sur le salon Préventica

EchosMaroc

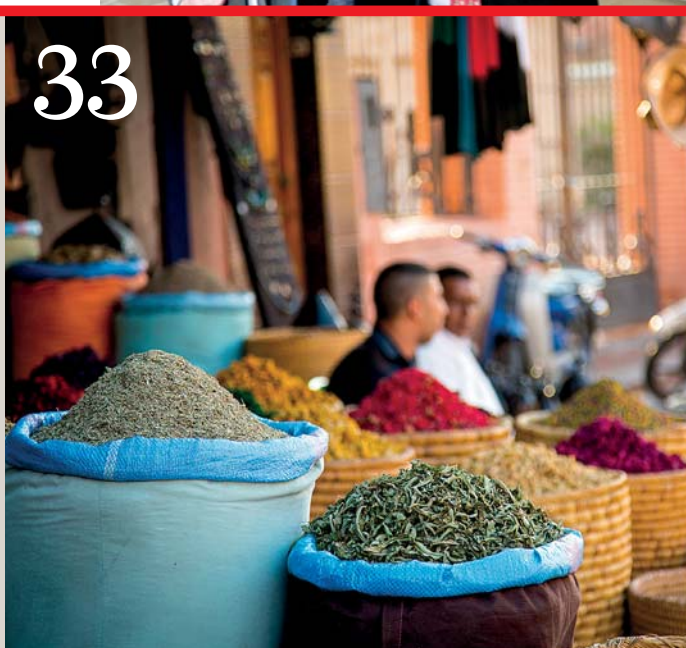
- 23 L'invité de Conjoncture : Interview de Monsieur Pierre Gattaz, Président du MEDEF
- 27 Déjeuner de travail à l'occasion de la visite de la délégation du MEDEF au Maroc
- 28 Service économique de l'Ambassade de France
- 30 Indicateurs économiques et financiers



ZOOM

Commerce et distribution au Maroc : la résilience du marché traditionnel

- 34 Traditionnel vs moderne : le statu quo ?
- 37 Interview de Chrystelle Ronceray, Directeur Général Adjoint de Label'Ve
- 38 GMS : Les prémices d'une nouvelle ère
- 40 Interview de Younes Anibar, Avocat et Vice-Président de l'association de protection des consommateurs de Casablanca
- 42 Interview de Mohamed Idrissi, Président de Mobilia



Regardsd'experts

- 46 **Juridique** La dissolution judiciaire d'une société : solution à la mésentente grave entre associés
- 48 **Juridique** Réforme du régime juridique de la VEFA : que faut-il retenir ?

On en parle aussi...

- 50 **Le Billet d'humeur de Serge Mak**
- 50 **L'association du mois : Association JIWAR Education et Développement**



Le partage, une valeur chère aux étudiants de l'EFA

Chaque année, les étudiants de l'École Française des Affaires mènent, dans le cadre de leur cursus, des projets humanitaires dont les recettes sont ensuite reversées à des associations. Ces projets sont réalisés de bout en bout par les étudiants, qui mettent ainsi leurs compétences professionnelles et leur créativité au profit d'une cause qui leur tient à cœur.

Cette année, deux opérations ont déjà vu le jour, encadrées par deux anciens étudiants de l'EFA, Mehdi Ghattas et Badii Hachguer, respectivement Directeur-Fondateur et Directeur Développement de l'agence événementielle E7 Productions. La première a consisté à organiser une soirée-spectacle sur le thème de la musique Chaâbi, animée bénévolement par des artistes reconnus (Five Stars, Lemrini, Serghini, Foulane, etc.). L'évènement, qui s'est déroulé le 3 mars 2016 au théâtre Mohammed VI de Casablanca, a permis de récolter près de 50 000 dirhams en faveur de l'association Idmaj œuvrant pour les enfants autistes. « Un mois avant l'évènement, nous avons passé une journée au sein de l'association afin de mieux connaître son fonctionnement. Le peu de temps que nous avons passé avec ces enfants autistes a boosté notre motivation pour aller jusqu'au bout de notre projet », indique Fatima-Ezzahra Ammoumou, Présidente du groupe en charge du projet.

La seconde opération, qui a eu lieu le 6 mars, visait à organiser



une chasse au trésor et une kermesse « Fun village » pour les enfants, au jardin Murdoch de Casablanca. Environ 70 000 dirhams ont été récoltés au profit de l'association Anaïs pour les personnes handicapées. « Nous avons été amenés, tout au long de ce projet, à chercher des sponsors, des exposants, à communiquer sur l'évènement, mais surtout à gérer la pression et surmonter les quelques désaccords inévitables que nous avons rencontrés », explique la Présidente du groupe en charge du projet, Sofia Jouahri.

Les Projets Entreprises, de la théorie à la pratique

La meilleure façon d'apprendre, c'est de mettre en pratique ses acquis théoriques. C'est pourquoi la préparation au monde de l'entreprise occupe une place essentielle au sein du programme pédagogique de l'École Française des Affaires (EFA). En deuxième année, les étudiants sont ainsi amenés à réaliser un « Projet Entreprise » qui consiste à lancer un produit ou service. Cette année, les étudiants ont travaillé sur le lancement de produits cosmétiques issus du terroir marocain. Pour mieux connaître les spécificités du secteur des cosmétiques et présenter une offre répondant aux attentes des consommateurs, ils ont tout d'abord effectué des recherches et réalisé des études de marché sur le terrain. Ensuite, les étudiants ont dû faire appel à toute leur créativité pour concevoir un produit, imaginer un nom et un emballage et lui trouver



un mode de distribution.

« Il s'agit d'une vraie mise en situation qui nécessite le déploiement de toutes les techniques et compétences apprises à l'EFA. Du marketing à la distribution, les étudiants imaginent toute une organisation et proposent une campagne de communication pour réussir le lancement et la commercialisation du produit qu'ils ont créé », explique Amine Barkate, Direc-

teur de l'EFA.

L'encadrement du Projet Entreprise est assuré par des professionnels du marketing, sur une durée de 4 mois. Les étudiants sont répartis en groupe de trois ou quatre personnes afin d'encourager le travail collaboratif et l'esprit d'équipe. Le 9 mars dernier, les créations des étudiants ont été présentées lors d'une exposition organisée au sein de l'École. Les meilleures ont été récompensées par un jury.

CEFOR Entreprises - Programme des séminaires de formation du 15 avril au 15 mai 2016

Élaborer votre plan de formation

Durée : 2 jours - Date : 19-20 avril 2016

Objectifs : identifier les besoins de l'entreprise, élaborer un plan de formation adapté à l'entreprise, maîtriser les différents dispositifs de formation professionnelle, ainsi que les circuits de financement, etc.

Développer son potentiel de Manager

Durée : 2 jours - Date : 21-22 avril 2016

Objectifs : comprendre le fonctionnement d'une équipe de travail afin de la rendre plus performante, anticiper et réagir avec rapidité et efficacité, cultiver la motivation et la performance au sein de son équipe pour atteindre ses objectifs, assumer et résoudre les situations critiques, etc.

Responsable Grands Comptes : vendre et négocier

Durée : 2 jours - Date : 29-30 avril 2016

Objectifs : construire sa stratégie de développement pour les grands comptes, élaborer un plan d'actions commerciales, mobiliser les équipes internes, construire un cadre de négociations, etc.

Coaching au profit des Directeurs et Responsables Financiers

Durée : 2 jours - Date : À partir du samedi 16 avril 2016

Objectifs : assurer un meilleur pilotage et une meilleure maîtrise de la fonction, maîtriser les outils nécessaires pour assumer ses responsabilités et s'imposer dans l'entreprise, développer une communication efficace avec son équipe et sa hiérarchie, « fast close » efficace, etc.

Coaching au profit des Directeurs et Responsables Contrôle de Gestion

Durée : 2 jours - Date : À partir du samedi 23 avril 2016

Objectifs : assurer un meilleur pilotage et une meilleure maîtrise de la fonction, mettre en place une démarche budgétaire et une dynamique de pilotage de la performance, optimiser les coûts, élaborer un business plan, etc.

Intégration du Risk Management dans les processus organisationnels

Durée : 2 jours - Date : 20 - 21 avril 2016

Objectifs : maîtriser l'approche d'intégration du « risk management » dans les processus organisationnels, optimiser l'intégration entre le Management de la Qualité, le management des risques et l'audit interne, élaborer la cartographie des risques, etc.

Logistique pour non-logisticien

Durée : 2 jours - Date : 4-5 mai 2016

Objectifs : collaborer plus efficacement avec l'équipe logistique et les clients internes, appréhender le rôle du fournisseur, des stocks, et de chacun dans la chaîne logistique, connaître les apports des systèmes d'informations pour les prévisions, la planification, la gestion des entrepôts et des transports.

► Pour toute information ou inscription, votre contact : Rédouane ALLAM, Formation et Partenariats Email : rallam@cfcim.org ou cefor@cfcim.org
Tél. : 05 22 35 02 12 - Gsm : 06 67 03 03 25 - Fax : 05 22 34 03 27

Le CEFOR Entreprises vous accompagne dans vos projets d'ingénierie de formation

Le développement des entreprises dans un contexte concurrentiel et en perpétuelle évolution exige un ajustement constant des compétences individuelles et collectives. Le CEFOR Entreprises vous apporte son appui et son savoir-faire pour mettre en place un dispositif de formation efficace et optimiser vos investissements en formation.

Nous crions avec vous des parcours de formation adaptés à vos besoins à travers les différents volets de notre mission (qui peuvent se décliner séparément) : identification de vos besoins en lien avec votre stratégie, élaboration de parcours de formation sur mesure, conception de séminaires et d'outils pédagogiques, création d'outils d'évaluation des résultats et suivi des actions.

Nous vous proposons également de former vos formateurs internes pour qu'ils assurent la qualité et l'homogénéité des formations dispensées à l'ensemble des salariés.

REKRUTE.COM

PREMIER SUR L'EMPLOI

153 CADRES RECRUTÉS
CHAQUE JOUR
SUR NOS PAGES

94% DE NOS UTILISATEURS
RECOMMANDENT
NOS SERVICES

[WWW.REKRUTE.COM](http://www.rekrute.com)

Réseaux sociaux : un canal d'expression à utiliser avec précaution

Sur les réseaux sociaux, la rumeur circule très vite et peut devenir rapidement incontrôlable. À l'occasion d'un petit-déjeuner d'information, organisé le 8 mars dernier au siège de la CFCIM, Raja Bensaoud, Directrice Générale du cabinet CAPSTRAT et Sylvain Alassaire, Gérant-Associé du cabinet ALASSAIRE JURICONSEIL, sont venus expliquer les enjeux, les risques juridiques et les bonnes pratiques relatifs à l'usage des réseaux sociaux en entreprise.

Aujourd'hui, les entreprises ont bien compris l'intérêt des réseaux sociaux pour renforcer leur notoriété et améliorer leur image de marque auprès des internautes. Pour autant, ont-elles réellement pris conscience des risques liés à la e-réputation ? Un « bad buzz » peut non seulement entacher l'image d'une entreprise, mais aussi engendrer des effets négatifs très concrets sur ses résultats.

De nouveaux enjeux

Selon l'ANRT, 11 millions de Marocains ont une page Facebook, soit 93 % des internautes. « Il existe un clair engouement des Marocains pour les réseaux sociaux », constate Raja Bensaoud. Dans un tel contexte, les rumeurs et bruits de couloir prennent une tout autre dimension. Baisse de chiffre d'affaires, crise médiatique, chute du cours de l'action..., les répercussions sont nombreuses pour des entreprises qui, parfois, ont mis de longues années à construire leur image et leur capital confiance auprès du public et de leurs partenaires.

Des risques en partie maîtrisables

En matière d'utilisation des réseaux sociaux, deux principaux risques ont été identifiés : la fuite d'informations sensibles et l'atteinte à la e-réputation. Intentionnellement ou non, les salariés peuvent en effet divulguer des informations stratégiques en rapport avec la base de données clients, les brevets industriels ou les secrets d'affaires. « Les salariés ne sont pas toujours assez bien informés des risques potentiels liés à leur présence et à leur prise de parole sur les réseaux sociaux.



Beaucoup ne connaissent pas les techniques pour sécuriser un compte et ne maîtrisent pas toutes les subtilités des paramètres de confidentialité », indique Raja Bensaoud. Le « spear phishing » ou « phishing ciblé » est d'ailleurs souvent facilité par toutes les informations que postent les collaborateurs sur les réseaux sociaux.

La e-réputation se fonde, quant à elle, sur deux éléments. La première composante, maîtrisable par l'entreprise, inclut tous les contenus liés à sa présence en ligne, à travers sa communication institutionnelle et commerciale ou la prise de parole de ses dirigeants. La seconde composante comporte tous les messages ou informations postés par les internautes, clients, fournisseurs ou salariés. Ces contenus, sur lesquels l'entreprise n'a aucun contrôle, peuvent la concerner directement ou indirectement, ainsi que ses marques, ses produits ou sa stratégie. De plus, l'internaute a tendance à confondre l'opinion d'un salarié avec celle de son employeur et, à ses yeux, la parole du salarié bénéficie d'une forte crédibilité.

Un cadre juridique général

Sur le plan juridique, beaucoup de questions

se posent. Faut-il tolérer, interdire ou encadrer l'usage des réseaux sociaux en entreprise ? Quels sont les textes applicables ? Comment concilier la liberté d'expression du salarié et ses obligations à l'égard de son employeur ? Quelles sont les sanctions en cas d'un usage inapproprié des réseaux sociaux ? « Au Maroc, il n'existe pas de règles spécifiques liées à l'usage des réseaux sociaux. Les textes applicables relèvent du droit commun », indique Sylvain Alassaire. Selon, lui « il est important de connaître ces textes en attendant des textes spécifiques régissant la responsabilité des utilisateurs des réseaux sociaux ». Par exemple, l'article 39 du Code du travail s'applique aux réseaux sociaux. Il décrit en effet un ensemble d'agissements considérés comme des fautes graves (tels que la divulgation de secrets professionnels, l'insulte grave ou l'incitation à la débauche) et pouvant constituer un motif de licenciement. Par ailleurs, les entreprises doivent se conformer à la Loi 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et doivent ainsi mettre en place toutes les mesures nécessaires dans ce cadre.

Informez les salariés sur les risques et les enjeux

Comme pour tout risque, la prévention est la meilleure stratégie à adopter. Il est donc important de ne pas entretenir le flou et de bien encadrer l'usage des réseaux sociaux en entreprise. Il s'agit notamment de sensibiliser les salariés sur les enjeux, de leur indiquer quelles données sont sensibles et de leur donner tous les outils pour leur permettre d'interagir en toute sécurité sur les réseaux sociaux. *

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



Saïd Ahmidouch, invité du Forum Adhérents de la CFCIM

Dans le cadre des « Rendez-vous CFCIM », Saïd Ahmidouch, Directeur Général de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS), a animé, jeudi 31 mars, un Forum Adhérents portant sur le thème « Réalisations et attentes des entreprises... et du pays : la CNSS à l'heure de la transformation ».



Apporter progressivement la couverture sociale à l'ensemble de la population marocaine. Un vaste chantier qui mobilise la CNSS depuis quelques années. Avec l'augmentation du nombre de bénéficiaires et l'afflux des dossiers, la CNSS modernise ses outils à l'instar des autres administrations marocaines et s'est engagée à améliorer les prestations aux affiliés.

État des lieux

Fin 2015, 3,1 millions de salariés étaient déclarés à la CNSS, contre 1,58 million en 2005.

« Ce n'est pas encore suffisant, car la

totalité des salariés n'est pas encore couverte. Selon les chiffres de 2014 du Haut-Commissariat au Plan, la population active s'élève à 11,81 millions de personnes, dont 1,17 million de chômeurs et 4,79 millions de salariés incluant 1,02 million de salariés du secteur public », indique Saïd Ahmidouch. « 500 000 à 600 000 salariés du secteur privé ne sont pas encore couverts. Nous avons bien progressé, mais il reste encore des progrès à faire. », ajoute-t-il.

Les non-salariés actifs représentent plus de 5 millions de personnes. Il s'agit de tous les travailleurs indépendants, artisans, commerçants, etc. « C'est un vrai problème pour le pays puisque la majorité de la population active est non salariée et ne dispose pas de régime de

couverture digne de ce nom », constate Saïd Ahmidouch.

Pour ces populations, il s'agit de mettre en place des régimes de couverture sociale adaptés et, surtout, d'en garantir la viabilité. « La méthode consiste à recenser, petit à petit, les différentes catégories socio-professionnelles, d'évaluer le niveau d'organisation de chacune de ces catégories et d'identifier les partenaires pour la CNSS. Une fois que les conditions sont réunies, c'est toute la catégorie qui devrait adhérer de façon obligatoire et collective au régime. C'est cela qui permet au régime de fonctionner. » explique le Directeur Général de la CNSS qui rappelle, par ailleurs, que la CNSS ne se finance que par ses cotisations.

Une meilleure couverture des assurés

Parmi les prestations lancées par la CNSS, il y a l'Indemnité pour Perte d'Emploi. « Je précise qu'il ne s'agit pas d'une assurance chômage, ce n'est pas la vocation de cette prestation. L'Indemnité pour Perte d'Emploi permet d'accompagner les salariés du secteur privé pendant une courte période, le temps de trouver un nouvel emploi », souligne Saïd Ahmidouch. Les prestations existantes ont, en outre, été améliorées, avec notamment la revalorisation des pensions minimales des allocations familiales.

Par ailleurs, l'AMO (Assurance Maladie Obligatoire) a été étendue à de nouveaux soins médicaux et à de nouvelles catégories socio-professionnelles (par exemple, les marins-pêcheurs artisans). Les soins bucco-dentaires sont désormais couverts et un système de tiers-payant a été mis en place avec les pharmaciens afin de rendre certains médicaments onéreux accessibles aux assurés les plus démunis (liste de 86 médicaments).

Pour les assurés ayant atteint l'âge de la retraite à partir de janvier 2000, sans avoir pu cumuler le nombre minimum de jours ouvrant droit à une pension de vieillesse, la CNSS propose un remboursement des cotisations salariales revalorisées.

Par ailleurs, depuis 1965, le Maroc a conclu 18 conventions internationales en matière de sécurité sociale, notamment avec la France, les Pays-Bas, l'Espagne, la Belgique, la Tunisie, l'Allemagne, etc.

Ces conventions permettent aux personnes, qui ont travaillé et cotisé de longues années à l'étranger, de bénéficier de leurs droits lors de leur retour au Maroc.

Amélioration des services aux affiliés

« Avant, la CNSS envoyait un seul relevé pour les opérations de l'année, mais qui ne reprenait pas forcément les éléments des périodes antérieures et cela a pu créer des surprises », explique Saïd Ahmidouch. Aujourd'hui, les entreprises bénéficient d'un relevé complet et peuvent ainsi connaître précisément leur situation vis-à-vis de la CNSS.

Autre avancée : le portail DAMANCOM pour les télédéclarations des salariés à la CNSS et le télépaiement des cotisations. Près de 100 000 entreprises ont adhéré au service de télédéclaration et 45 % d'entre elles utilisent le service de télépaiement. « Il n'y a aucun risque financier pour une entreprise à utiliser le télépaiement », insiste Saïd Ahmidouch. « Aucun paiement ne passe sans la validation effective de l'affilié. S'il y a le moindre incident, la CNSS s'engage à rembourser dans les deux jours qui suivent », ajoute-t-il. Une nouvelle version du portail DAMANCOM est en cours de lancement et offrira de nouveaux services aux affiliés.

Renforcement des contrôles et remises gracieuses

En matière de contrôle, les différentes administrations, telles que la Direction

Générale des Impôts ou l'Administration des Douanes, mettent désormais en commun leurs données et peuvent recouper les informations sur leurs dossiers. « La loi qui interdisait à la CNSS de partager ses informations avec les autres administrations a été modifiée. En effet, certains entrepreneurs profitaient du fait qu'il n'y ait pas d'échanges entre les différentes administrations pour rester dans un "angle mort" », indique Saïd Ahmidouch.

Par ailleurs, une opération lancée en mars 2015 et récemment achevée, a permis à 46 431 entreprises de bénéficier de remises gracieuses sur leurs pénalités. « Nous avons privilégié les créances anciennes de 2005 et des années antérieures. », précise Saïd Ahmidouch.

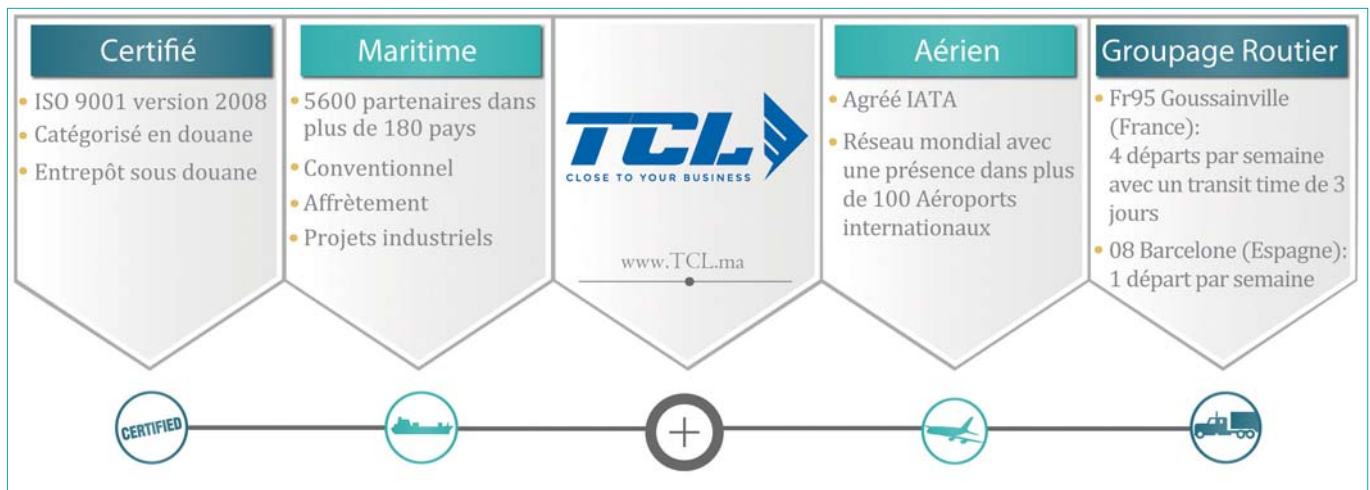
Mesures d'encouragement à l'emploi

Dans le cadre du programme TAHFIZ, les entreprises créées entre 2015 et 2019 bénéficient d'une prise en charge par l'Etat des cotisations sociales de 5 salariés. En outre, l'État prendra en charge les cotisations des stagiaires ANAPEC, qui ne bénéficiaient jusqu'alors d'aucune couverture.

Grâce à l'ensemble des mesures mises en place par la CNSS, le taux de couverture* est passé de 43 % en 2005 à 79 % en 2015. *

* Nombre de salariés couverts sur le nombre de salariés du secteur privé.

► Propos recueillis par Nadia Kabbaj



La Bourse de Casablanca et la CFCIM signent une convention de partenariat

Le 16 mars 2016, la Bourse de Casablanca et la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) ont signé une convention de partenariat qui scelle leur collaboration dans le domaine du financement des entreprises et de l'information économique et financière. L'objectif est notamment d'améliorer l'accès des investisseurs, les PME en particulier, au marché des capitaux. Différentes mesures sont ainsi prévues dans le cadre de ce partenariat (création d'une commission mixte, installation d'écran pour la diffusion de l'information boursière dans les locaux de la CFCIM, mise en place de formations pour les entreprises adhérentes, etc.). *



Les équipes de la Bourse de Casablanca et de la CFCIM réunies à l'occasion de la signature.



Signature de la convention entre la la Bourse de Casablanca et la CFCIM.



Karim Hajji,
Directeur Général de la
Bourse de Casablanca



De gauche à droite : M. Jean-Marie Grosbois, Président de la CFCIM, M. Karim Hajji, Directeur Général de la Bourse de Casablanca, M. Philippe Confais, Directeur Général de la CFCIM.

La Bourse de Casablanca a lancé un programme baptisé ELITE. Spécifiquement mis en place pour accompagner les PME sur le marché des capitaux, ce programme se déroule en trois phases. Lors de la phase de préparation, nous aidons les PME à se familiariser avec les concepts de base permettant à ces entreprises de se développer, à savoir comment élaborer une stratégie de développement, déployer une organisation adaptée, mettre en place une bonne gouvernance, réaliser un business plan et, in fine, comment concevoir une « equity story », c'est-à-dire une histoire pour convaincre les marchés de capitaux. (...) Au cours de la seconde phase, les entreprises vont être exposées à un écosystème composé d'avocats, d'experts-comptables, de consultants financiers, de banques... qui vont les aider à affiner leur « equity story ». La troisième phase est la phase d'appel aux capitaux au cours de laquelle l'entreprise va pouvoir lever des fonds, pas seulement auprès de la Bourse, mais aussi auprès des investisseurs en capital investissement, au niveau de la dette cotée et de tous les instruments financiers offerts par le marché des capitaux. L'idée c'est d'aider les PME à diversifier leurs sources de financement et à faire appel au marché des capitaux en tant que source alternative de financement. *



Jean-Marie Grosbois,
Président de la CFCIM

« L'idée de ce partenariat remonte en octobre, au cours d'une réunion de notre Commission Economique et Financière à laquelle nous avons convié Monsieur Karim Hajji. Nous avons alors convenu que nous pourrions envisager un partenariat. Aujourd'hui, ce partenariat s'est concrétisé par la signature de la convention avec la Bourse de Casablanca. Cette opération consiste d'abord à donner une vue et un éclairage pour les petites et moyennes entreprises adhérentes de la CFCIM sur les systèmes financiers qui peuvent exister au Maroc. Bien évidemment, c'est aussi une opportunité d'échanges commerciaux et d'échanges d'informations entre la Bourse de Casablanca et la CFCIM. ». *

La CFCIM lance ses premiers déjeuners networking en marge de la COP22

Le secteur de l'environnement et des technologies vertes est promis à un bel avenir au Maroc. En marge de la COP22, la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) lance une série de déjeuners networking portant sur des thématiques directement liées à l'environnement et au développement durable. La première rencontre, organisée le mercredi 16 mars au siège de la CFCIM, a réuni une quarantaine de participants autour de la thématique « La gestion des déchets au Maroc: exigences réglementaires et opportunités d'affaires ». Le déjeuner a été animé par Hassan Chouaouta, Président de l'Association Marocaine des Experts en Gestion des Déchets et en Environnement, Directeur Général du Bureau d'Études Techniques IMPACT PLUS.

La gestion des déchets, un enjeu environnemental de premier plan

« Au Maroc, le changement des modes de consommation génère plus de déchets et plus de pression sur l'environnement. Le pays produit aujourd'hui 7 millions de tonnes de déchets ménagers, 1,5 million de tonnes de déchets industriels, pratiquement 300 000 tonnes de déchets industriels dangereux et 9 millions de tonnes



de déchets de construction. Nous avons donc besoin de solutions pour pouvoir les gérer convenablement », constate Hassan Chouaouta. En 2006 le Maroc a adopté la Loi 28.00 qui définit notamment les différentes catégories de déchets, la responsabilité des acteurs institutionnels, ainsi que les autorisations et les conditions de transport des déchets dangereux. Depuis quelques années, le Royaume a accéléré le Programme National de Gestion des Déchets Ménagers en mettant en place des décharges contrôlées. Le Royaume valorise, en outre, de plus en plus les déchets, par exemple pour produire de l'énergie ou des biocarburants. « L'État a adopté une approche "filière" : c'est-à-dire qu'il faut trouver une solution pour chaque type de déchets. », précise Hassan Chouaouta. *

La CFCIM aux Rencontres Économiques de l'IMA

LE 30 MARS 2016, À PARIS, LA CFCIM a animé, à l'Institut du Monde Arabe (IMA), un atelier organisé dans le cadre des Rencontres Économiques de l'IMA. Dans ce lieu emblématique, se sont réunis divers acteurs économiques, politiques et diplomatiques autour du thème « Développer les échanges économiques avec le monde arabe et l'Afrique ». Après la table ronde, différents ateliers thématiques ont permis de petits groupes de travail d'approfondir les questions relatives au climat des affaires et aux secteurs porteurs de l'économie africaine. Aux côtés de Casablanca Finance City, la CFCIM a ainsi animé un atelier portant sur le rôle du Maroc en tant que hub vers l'Afrique. Cette rencontre économique a également été l'occasion d'annoncer l'organisation, au printemps 2017, de l'exposition « Yallah Africa ! ».



La CFCIM participe à une conférence de la Fondation Attijariwafa bank à l'ENCG de Settat

C'est pour mettre en avant tous les atouts et les pôles de compétences de la région Settat-Berrechid que la Fondation Attijariwafa bank a organisé, le 3 mars dernier, une conférence à l'ENCG de Settat. Cette rencontre, placée sous le thème « Settat-Berrechid : atouts économiques et pôles de compétences en synergie avec la Région Casablanca-Settat », a réuni plus de 300 personnalités du monde des affaires et universitaire. Elle s'est déroulée en présence de Khalid Safir, Wali de Casablanca-Settat, de Mustapha Bakkoury, Président de la Région et du Gouverneur par intérim de Settat, Mounir Hammou. Au cours de la conférence, plusieurs intervenants ont présenté les nombreuses potentialités offertes par la région, ainsi que sa future montée en puissance induite par le

processus de régionalisation avancée, notamment : Ahmed Nejmedine, Président de l'Université Hassan 1er, Mohamed El Kettani, Président Directeur Général du groupe Attijariwafa bank, Abdallah Chater, Directeur du Centre Régional d'Investissement Casablanca-Settat, Bouchra Rahmouni-Benhida et Chouaib Halifi, Professeurs à l'Université Hassan 1er. Mounir Benyahya, Directeur des Parcs Industriels de la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM), a, quant à lui, rappelé tous les atouts compétitifs de la région et présenté les avantages de l'offre de Settapark pour les investisseurs. Ce parc, réalisé par la CFCIM en partenariat avec l'État marocain, propose des terrains en location longue durée à tarifs très compétitifs, ainsi qu'un ensemble de services aux entreprises. *

La CFCIM accompagne une délégation de 88 adhérents au SIA à Paris

L Cette année, plus de 611 000 visiteurs ont parcouru les allées du Salon International de l'Agriculture (SIA) de Paris, qui s'est déroulé du 27 février au 6 mars 2016, au parc des expositions Paris Expo Porte de Versailles. La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) y a accompagné une délégation de 88 dirigeants et représentants de sociétés, associations et coopératives marocaines opérant dans divers secteurs d'activités, notamment l'agriculture, l'agro-industrie, l'élevage ou encore les services aux agriculteurs.

Lors de la dernière édition du SIA, les visiteurs ont eu l'occasion de découvrir une offre complète répartie à travers



quatre univers : l'élevage (bovins, ovins, caprins, volaille, etc.), les produits gastronomiques (produits français et internationaux), les cultures et filières végétales (jardinage, environnement, etc.) et les services et métiers de l'agriculture. L'édition 2016 a été marquée par le Concours Général Agricole qui a couvert plusieurs catégories : les animaux, mais aussi les produits du terroir. *

Afterwork CFCIM. Rencontrer ses futurs partenaires dans un cadre convivial et décontracté

LE 7 MARS DERNIER, LA CFCIM A LANCÉ UN NOUVEAU CONCEPT DE RENCONTRES NETWORKING : les afterwork.

Une cinquantaine d'adhérents a participé à l'évènement organisé au restaurant « Le Petit Rocher » à Ain Diab. C'est donc dans un nouveau cadre, moins formel et plus convivial, que les participants ont pu échanger leurs cartes de visite et étendre leur réseau relationnel.

Les afterwork auront lieu désormais le premier lundi de chaque mois, alors préparez vos cartes de visite pour le prochain rendez-vous !



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 Ifrane - 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

Soirée inter-entreprises à la Résidence Consulaire de Marrakech

Le 17 mars 2016, le Consulat Général de France à Marrakech, en partenariat avec la Délégation Régionale de la CFCIM à Marrakech, a organisé une soirée inter-entreprises à la Résidence Consulaire autour de deux thématiques : les nouvelles technologies et l'écodéveloppement. L'évènement, qui s'inscrit dans le sillage de la COP22, a réuni plus de 140 entreprises et 60 institutionnels. Il s'est déroulé en présence de Jean-François Girault, Ambassadeur de France au Maroc, Mohamed Moufakkir, Wali de la région Marrakech-Safi, Ahmed Akhichichine, Président du Conseil Régional et Mohamed Larbi Belkaid, Président du Conseil Communal de Marrakech.

Après les allocutions d'Éric Gérard, Consul Général de France à Marrakech et de Jean-Marie Grosbois, Président de la CFCIM, un référentiel des sociétés françaises et franco-marocaines ins-



tallées sur la région Marrakech – Safi a été présenté. Au cours de la rencontre, Ahmed Baroudi, Directeur Général de la Société d'Investissements Énergétiques (SIE) et Amine Homman Ludiye, Directeur Région Afrique du Nord d'ENGIE sont notamment intervenus, ainsi qu'un groupe d'entreprises françaises et marocaines venues présenter le concept de « Village Vert ». Marie-Cécile Tardieu, Chef du Service Économique de l'Ambassade de France au Maroc, a prononcé le mot de clôture de cette première partie de soirée. *

Le Président de CCI France en visite à Agadir

A l'occasion de la visite à Agadir d'André Marcon, Président de CCI France, la Délégation Régionale d'Agadir de la CFCIM, le Service Économique Régional (SER) de l'Ambassade de France au Maroc et le Consulat Général de France à Agadir ont organisé une rencontre avec les entreprises adhérentes de la région. L'évènement, qui s'est déroulé dans les locaux de la Délégation Régionale, a réuni près de 75 chefs d'entreprise, décideurs et journalistes.

La rencontre s'est notamment déroulée en présence de Marc Peltot, Consul Général de France à Agadir, Karim Achen-gli et Bachir Ahechmoud, Président



et Vice-Président de la Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services d'Agadir, Brahim Hafidi, Président du Conseil Régional, Touria Boudahoud, Vice-Présidente de la CGEM-Agadir, Saïda Lahlou Vice-Présidente de la Commission PME-TPE de la CGEM et de Mohamed El Moudène, Président de « Initiative Souss Massa ». *

La CFCIM anime un stand au SEWI

DU 10 AU 12 MARS 2016, À MARRAKECH, LA CFCIM était présente sur le site du « South Economic Women Initiative » (SEWI), une rencontre organisée par l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM) à l'occasion de la Journée internationale de la femme. La rencontre a réuni associations, chefs d'entreprise et chercheurs universitaires pour échanger et débattre autour du thème « Femmes et croissance : osons l'économie de l'immatériel ». Près de 200 femmes chefs d'entreprise marocaines et 50 entrepreneurs marocains résidant à l'étranger ont participé à l'évènement, ainsi que de nombreuses personnalités marocaines et internationales, issues du monde économique, politique et intellectuel.

La BERD présente ses offres aux PME marocaines

LE 15 MARS DERNIER, LA CFCIM a accueilli une réunion d'information organisée par l'Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Européennes au Maroc (EuroCham Maroc) sur le thème : « Activités de la BERD au Maroc : appui aux entreprises, financement de projets ». Laurent Chabrier, Chef du Bureau de la BERD au Maroc, a animé la rencontre. Depuis septembre 2012, la BERD (Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement) a investi au Maroc 766 millions d'euros dans 27 projets. 192 millions d'euros ont été dédiés aux lignes de crédit conclues avec des banques locales pour faciliter les échanges.

Mission Collective Bourgogne

DU 26 AU 28 AVRIL, LA CFCIM accompagnera 10 sociétés françaises dans le cadre de sa Mission Collective Bourgogne, organisée en partenariat avec CCI International Bourgogne. Le programme de la mission comprendra un volet dédié au secteur ferroviaire et un volet dédié au secteur industriel.

Salon de la Sous-traitance Automobile de Tanger

Du 20 au 22 avril 2016, la CFCIM met en place un Pavillon France au sein du Salon de la Sous-traitance Automobile de Tanger organisé par l'AMICA (Association Marocaine pour l'Industrie et le Commerce de l'Automobile). Découvrez la liste des exposants.

SCSE	La société SCSE propose une offre complète de service Supply Chain dans le secteur de la construction automobile, incluant notamment le reconditionnement, sous-assemblage, kitting, séquençement et inspection qualité.
NUMALLIANCE	NUMALLIANCE est spécialisée dans la construction d'équipements pour la mise en forme du fil, du tube et du feuillard métalliques.
MAROC DÉCOUPE LASER	MAROC DÉCOUPE LASER est un sous-traitant en tôlerie et construction métallique spécialisé dans la découpe laser, le pliage et la soudure.
GEFICCA	Implantée en France et en Tunisie, la société GEFICCA propose une offre complète de pièces technique en caoutchouc et plastique et dispose d'un bureau d'étude.
VERTEXI	VERTEXI est un bureau d'étude qui fournit une offre complète de prestations d'étude, de formation, d'expertise et de management spécialisé, articulé autour de deux pôles : pôle ingénierie et pôle informatique industrielle.
CRÉATIQUE TECHNOLOGIE	La société CRÉATIQUE TECHNOLOGIE assure la conception, la fabrication, l'installation et la maintenance de systèmes de tests des fonctions électriques et électroniques sur les véhicules terrestres, lors de leur phase d'assemblage.
CIS OPTIM'AXES	Société spécialisée dans la robotique, l'automatisme et l'informatique industrielle, CIS OPTIM'AXES intervient pour les secteurs de la plasturgie, cosmétique, automobile, connectique, pharmacie, agroalimentaire et tout type d'industrie de productions automatisées.
ACTII	ACTII est une entreprise spécialisée dans l'étude, la réalisation et la mise en service d'automatismes industriels.
JSA ENGINEERING	JSA ENGINEERING est une société spécialisée dans la conception et la fourniture de suspensions spéciales pour améliorer le comportement routier des véhicules utilitaires légers (correcteurs d'assiette pneumatique ou hydraulique, barre antiroulis, lames de renfort de suspension, etc.).

**Entreprise générale
de conduite
& Environnement**



**الشركة العامة
للقنويات والبيئة**



**Travaux de voirie
Travaux d'assainissement
Travaux d'eau potable
Travaux divers
Transport et traitement
des déchets
Environnement**



Contact :

Tél/Fax :
05 22 24 83 81

Email :
eenvironnement@gmail.com

La CFCIM organise un petit-déjeuner d'information sur le salon Préventica

Le 29 mars dernier, au Parc des Expositions de l'Office des Changes de Casablanca, la CFCIM a organisé un petit-déjeuner sur le thème des pollutions atmosphériques sur salon professionnel Préventica dédié à la santé et sécurité. La rencontre a été animée par Dominique Baricheff, Consultant Chargé de missions commerciales chez ARIA Technologies et Adnane Founoun, Ingénieur QHSE du Bureau Veritas Maroc. Cet événement s'inscrit dans la programmation des activités de la CFCIM, mise en place dans le cadre de son soutien à la COP22.

« **A**ujourd'hui, la pollution de l'air est le principal risque environnemental pour la santé dans le monde », indique Dominique Baricheff. Selon l'OMS, en 2012, la pollution atmosphérique a été à l'origine de 8 millions de décès, soit 12 % des décès dans le monde.

Les engagements des pays dans le cadre de la COP21

Au Maroc, un des principaux pays pollueurs en Afrique, les enjeux sont importants en termes de santé publique, mais aussi de développement. Le Royaume s'est ainsi fixé d'ambitieux objectifs. « Le Maroc s'est engagé, dans le cadre de la COP21 à réduire ses gaz à effet de serre de 13 % d'ici 2030. Ce chiffre pourrait monter à 32 % si, sur les 100 milliards alloués aux pays en voie de développement, 3 milliards reviennent chaque année au Maroc, soit 45 milliards au total sur la période 2015-2030 », explique Dominique Baricheff. « La COP22, organisée à Marrakech en octobre prochain, aura pour objectif de mettre en place un plan d'action pour tous les engagements pris lors de la COP21. », ajoute-t-il.

Quels sont les enjeux pour les industriels marocains ?

À leur niveau, les industriels marocains doivent également contribuer aux efforts du Maroc en matière de



maîtrise des rejets atmosphériques et, au minimum, se conformer aux réglementations en vigueur. De plus, réduire les rejets atmosphériques revient aussi à optimiser l'énergie et les matières premières. En outre, un industriel qui met en place un système pour maîtriser ses rejets atmosphériques prend ses responsabilités vis-à-vis de ses salariés et de la communauté.

Les outils de mesure des émissions industrielles

Plusieurs outils sont mis à la disposition des industriels qui souhaitent maîtriser leurs rejets atmosphériques, notamment l'étude d'impact, qui vise à évaluer le risque sanitaire sur le long terme, et l'étude de danger, qui, en cas d'accident, prévoit les différents scénarii. Aujourd'hui, il existe des systèmes qui permettent de suivre en continu le niveau de ses émissions (NOx, SO2, CO, HCl, PM, etc.). Les résultats peuvent ensuite être couplés aux données météorologiques et topographiques pour réaliser une modélisation de la diffusion des polluants. « En cas de pic

de pollution, ce dispositif permet d'agir sur la source de pollution et d'informer les autorités et les populations concernées », indique Dominique Baricheff. Il nous confie par ailleurs qu'Aria Technologies travaille actuellement sur un projet de mise en place d'un pôle de compétences dédié à la qualité de l'air sur un financement de la coopération française, en liaison avec l'École des Mines de Douai et l'École des Mines de Rabat. Si ce projet aboutit, il sera présenté à la COP22 à Marrakech.

Une mise à niveau réglementaire

« Au Maroc, nous avons un arsenal réglementaire assez important dans le domaine des rejets atmosphériques. Nous avons engagé les premiers pas et maintenant, avec l'arrivée de la COP22, nous sommes en train de passer à la 2^e vitesse », indique Adnane Founoun. Il ajoute : « Aujourd'hui, on ressent un réel engagement de la part des industriels marocains dans le domaine ». *

► Nadia Kabbaj

Chiffres-clés de la pollution atmosphérique au Maroc

- Coût de la pollution de l'air : 3,6 milliards de dirhams par an
- Multiplication par 2 des émissions de CO2 entre 1980 et 2010
- 100 à 150 morts pour 1 000 000 habitants selon l'OMS

Le nouveau vin du nouveau Maroc

NÉ ET
ÉLEVÉ
AUMAROC
A 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

Mieux cerner son marché grâce aux publications CFCIM-Business France

Avant de se lancer dans une nouvelle activité ou de se développer à l'export, il est indispensable de bien cerner son marché-cible. Afin de vous donner un état des lieux global des marchés qui vous intéressent, la CFCIM et Business France vous proposent les rapports sectoriels « Analyse et potentiel

de marché » régulièrement mis à jour. Vous y trouverez toutes les perspectives, ainsi que tous les facteurs-clés de succès propres à chaque marché, notamment sa segmentation, ses conditions d'accès, ses secteurs les plus porteurs, ou encore ses principaux acteurs. Retrouvez également les fiches

marchés, téléchargeables gratuitement sur www.cfcim.org. *

Votre contact : Nadia DAHBI,
Chargée d'informations
Tél. : +212 (0)5 22 43 96 07
E-mail : ndahbi@cfcim.org

Les publications CFCIM-Business France

- **Analyse et potentiel de marché :**
 - Le marché des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique au Maroc.
 - Le marché des transports ferroviaires et urbains au Maroc.
 - Le marché de l'industrie mécanique et métallurgique au Maroc.
 - Le marché du traitement de l'eau et des déchets au Maroc.
 - Le marché du machinisme agricole et des équipements pour l'industrie agroalimentaire au Maroc.
- **Guide des affaires au Maroc**
- **Synthèses réglementaires :**
 - Réglementation des produits cosmétiques au Maroc
 - Réglementation des dispositifs médicaux au Maroc
 - Réglementation des produits alimentaires au Maroc



Mission de prospection B to B multisectorielle à Dakar

Du 29 février au 5 mars dernier, la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) a organisé, en partenariat avec ASKA International, une mission de prospection B to B multisectorielle à Dakar, au Sénégal. Une dizaine d'entreprises issues de secteurs d'activité divers (énergie, agroalimentaire, TIC, bijouterie et BTP) ont participé à cette mission. Le premier jour, une réunion d'information a été animée par les autorités locales et ASKA International



Missions de Prospection B to B en Afrique

afin de présenter le marché sénégalais et les réglementations en matière d'import/export. Les adhérents ont ensuite participé à un programme personnalisé de visites en entreprises. Au total, près de 80 rendez-vous B to B ont été organisés. *



Meknès, la région agricole par excellence

La région de Meknès est connue pour ses larges étendues de terres fertiles et ses importantes réserves d'eau qui lui offre un potentiel agricole exceptionnel. Certains projets phares, tels que l'Agropole de Meknès ou la station touristique d'Ifrane y ont vu le jour. Depuis le dernier découpage mené dans le cadre du projet de Régionalisation avancée, la Préfecture de Meknès est désormais rattachée à la région Fès-Meknès. Selon le dernier recensement du Haut-Commissariat au Plan, la Préfecture abrite 835 695 habitants dont 18 % vivent en milieu rural et 82 % en milieu urbain.

Le Pavillon France au Salon International de l'Agriculture au Maroc
C'est la 8^e année consécutive que la CFCIM et Business France mettront en place le Pavillon France au sein du

Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) à Meknès, du 27 avril au 1er mai 2016. Le thème choisi pour cette 11^e édition est : l'« Agriculture résiliente et durable ». Un premier espace sera réservé aux visiteurs professionnels et un second au grand public. En 2015, le salon a accueilli 817 000 visiteurs et 1 090 exposants venus de 59 pays. Le Pavillon France accueillera ainsi 25 exposants qui proposeront leur savoir-faire et leur expertise dans différents domaines : élevage, machinisme agricole, agrofourniture, horticulture et pépinière. Des programmes de rendez-vous seront organisés sur place, entre entreprises françaises et opérateurs marocains. À l'occasion du SIAM, la CFCIM et Business France rééditent la publication « Le marché du machinisme agricole et des équipements pour l'industrie agroalimentaire au Maroc ».



La Délégation Régionale de Meknès de la CFCIM en actions

- Les 10 et 11 décembre 2015, les entreprises adhérentes de Meknès ont bénéficié de deux jours de formation au Lean Management organisés en collaboration avec l'Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise (ANPME) et le programme INMAA (Initiative Marocaine d'amélioration).
- Le 20 janvier 2016, la mission CAP AFRIQUE DU NORD a visité Meknès dans le but de découvrir le Plan Maroc Vert, ses concrétisations dans la région, ainsi que les opportunités de développement pour les entreprises françaises. Plusieurs sites ont été visités dans ce cadre, notamment le projet Agropolis de Meknès, les Conserves de Meknès ou encore les Celliers de Meknès.
- Le 5 avril 2016 un petit-déjeuner d'information portant sur le thème « Le temps partagé ou la mutualisation des ressources » a été animé par Jean-Luc Martial, Directeur-Cofondateur d'INSITU Maroc.

Contact

Délégué Régional : Jean-Michel CAPDEVIELLE

Chargée d'Affaires : Noura MOUSTIR

Adresse : Institut Français - Rue Ferhat Hachad

Tél. : (+212) (0) 5 35 52 22 10

GSM : (+212) (0) 6 78 44 07 52

Fax : (+212) (0) 5 35 52 22 10

nmoustir@cfcim.org

Seidor, le Leader Mondial en solutions SAP continu son expansion internationale



Seidor est un Cabinet de Conseil Multinational spécialisé en Technologies de l'information, Intégrateur et Distributeur de Solutions SAP. Avec plus de 30 ans d'expérience, Seidor a commencé son expansion en 2005 et est présent aujourd'hui dans plus de 23 pays, notamment au Maroc depuis Mai 2015, à travers sa filiale **Seidor Maroc**.

En effet, en plus de pouvoir offrir des solutions aux grandes entreprises, Seidor veut surtout conquérir le marché avec l'outil de gestion **SAP Business One**, un **software économique totalement intégré**, idéal pour les PME et filiales des grandes compagnies.

Mr. Pascual Blanco, Directeur Général de Seidor Maroc, déclare: «*Nous nous positionnons dans une enclave stratégique dans le continent africain, ce qui nous permet d'offrir un service des plus adapté aux nécessités spécifiques du tissu d'entreprises local. Nous sommes le troisième partenaire de SAP à niveau mondial, et notre objectif aujourd'hui est de devenir Partenaire SAP de Référence dans toute l'Afrique.*»



www.seidor.ma
info.ma@seidor.com

Développement à l'international

La CFCIM vous accompagne sur les salons professionnels

Multisectoriel



FOIRE INTERNATIONALE DE CANTON

Du 15 avril au 5 mai 2016
Guangzhou - Chine
www.cantonfair.org.cn

La Foire Internationale de Canton est une occasion unique de rencontrer un très grand nombre d'entreprises chinoises et de découvrir leurs dernières avancées technologiques. Répartie sur 3 phases, la Foire de Canton c'est au total :

- 20 000 exposants
- 150 000 articles exposés
- 1 160 000 m² de surface d'exposition

1^{re} phase du 15 au 19 avril 2016, durant laquelle la CFCIM accompagne ses adhérents :
Produits industriels sur 15 000 m² d'exposition dans les secteurs suivants : produits électroniques et électroménagers, quincaillerie, mécanismes et installations, véhicules et pièces accessoires, matériaux de construction, lampes et luminaires, produits chimiques

2^e phase du 23 au 27 avril 2016 :
Produits de consommation courante : cadeaux, décoration...

3^e phase du 1 au 4 mai 2016 :
Textile et produits divers : vêtements, chaussures, fournitures de bureau, bagages et valises, produits de loisirs, produits pharmaceutiques, produits alimentaires...

Contact : Nadwa el Baïne
Tél. : 05 22 43 96 23 ou 24
Email : nelbaine@cfcim.org

Imprimerie

SALON DRUPA
Du 31 mai au 10 juin 2016
Messe Düsseldorf
Düsseldorf - Allemagne
www.drupa.com



DRUPA est l'événement international le plus important au monde dans l'industrie de l'imprimerie et de la communication.

DRUPA en chiffres :

- 1 500 exposants venus de 50 pays
- 314 500 visiteurs de plus de 130 pays
- 19 halls d'exposition
- 160 000 m² de surface d'exposition

DRUPA 2016 se restructure et met l'accent sur les solutions innovantes d'impression et sur le cross média :

- Impression et mise en page (logiciel de publication, équipement et systèmes de production, machines d'impression, impression numérique...)
- Prémédia et Prépresse (équipement d'impression et finition, logiciel multimédia, e-book, tablette, façonnage, reliure, emballage...)
- Technologies du futur (impression électronique, impression 3D, équipement et processus, nanotechnologies...)
- Matériaux (papier, carton, films d'impression, polyester, PVC, encre, vernis, toner, produits chimiques, adhésifs, colles, machines à reliure, découpage, gaufrage...)
- Équipements et infrastructures (enrouleur, encrage, machines à laver les rouleaux, cylindres d'impression, mesure et contrôle, systèmes de couleurs, scanners, lasers...)

Contact : Khadija Mahmoudi
Tél. : 05 22 43 96 24
Email : kmahmoudi@cfcim.org

Missions de prospection B to B en Afrique



Missions de Prospection B to B en Afrique

Mission Multisectorielle à Accra, Ghana, du 24 au 29 mai 2016, organisée en partenariat avec Commerce et d'Industrie France Ghana

Le Ghana est en pleine transition économique avec un taux de croissance de 8% depuis 4 ans.

Mission Multisectorielle à Libreville, Gabon, du 15 au 20 octobre 2016

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



www.cfcim.org



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





« Il faut remettre l'entreprise au cœur du modèle économique et social »

Interview de Monsieur Pierre GATTAZ, Président du MEDEF

Conjoncture : Pourquoi avez-vous choisi de porter la voix des entreprises françaises ?

Pierre Gattaz : Parce que je souffre de voir les entreprises et notre pays à la traîne alors que nous avons des atouts fabuleux. Nous avons tout pour réussir et c'est la conviction de tous les acteurs économiques et chefs d'entreprise étrangers que je rencontre : un pays idéalement situé sur le plan géographique, un patrimoine culturel inestimable, un art de vivre envié. Et sur le plan économique, des filières d'excellence mondialement reconnues comme l'aéronautique, le spatial, la pharmacie, l'énergie, les transports, etc., des grandes entreprises du CAC 40, fers de lance de notre économie à l'exportation, des PME créatives et dynamiques, des ETI championnes du monde dans leur catégorie. Et surtout, une qualité de main d'œuvre plébiscitée. Malgré tout cela, nous sommes à la croisée des chemins. Soit nous persévérons dans notre politique d'imposition et de réglementation mortifère et nous dépérirons lentement mais sûrement, soit nous mettons en œuvre les changements structurels nécessaires pour répondre aux défis d'aujourd'hui et de demain et nous retrouverons une France conquérante et prospère qui redonnera du travail et du pouvoir d'achat aux Français. J'ai choisi de porter la voix de l'entreprise parce que je suis profondément convaincu que la France n'est pas condamnée au déclin et que seule l'entreprise est en mesure de relever les grands défis de la croissance et de créer des emplois.

En 2015, la France a renoué avec la croissance. Toutefois, l'effet n'est pas encore visible sur le taux de chômage ni sur l'équilibre de la balance commerciale. Selon vous, comment peut-on améliorer la compétitivité des entreprises françaises, notamment en matière de stratégie à l'export ?

Renouer avec la croissance est un bien grand mot : en 2015, elle s'élève à 1,1 % alors qu'elle est de 1,6 % dans

la zone euro. Ce taux est insuffisant pour créer de l'emploi. Et pourtant l'environnement conjoncturel est plutôt favorable avec une baisse des coûts de l'énergie, de l'euro et des taux d'intérêt. Pour que la croissance ait un impact sur l'emploi, il faudrait une vraie politique d'exportation fondée sur des produits innovants à des prix compétitifs. C'est la clé pour conquérir des marchés à l'international. Or, malgré le Pacte de responsabilité et de solidarité, les marges des entreprises sont encore trop faibles pour leur permettre d'investir et d'innover, et donc, de s'imposer sur les marchés internationaux. Les quelque 32,5 milliards d'euros du Pacte ralentissent, mais ne compensent pas la hausse des prélèvements obligatoires qui ont augmenté de 36 milliards entre 2010 et 2013. À cela s'ajoute un environnement social et réglementaire qui ne permet pas aux entreprises de faire jeu égal avec leurs concurrentes. Pour développer nos parts de marché à l'exportation, il faut mettre en place un environnement fiscal, social et réglementaire compétitif. C'est-à-dire une fiscalité stable et maîtrisée, une législation sociale et réglementaire simplifiée et prévisible. Il faut remettre l'entreprise au cœur du modèle économique et social.

Les 10 et 11 mars derniers, vous avez participé au Forum Maroc-France organisé notamment par la CGEM et MEDEF International. Quels seront les principaux axes de coopération entre les deux organisations patronales, en particulier dans la perspective de la COP22 ?

La coopération entre la CGEM et le MEDEF est historique et porte sur de nombreux aspects. Le premier accord de partenariat date de 1985, à l'époque où le MEDEF s'appelait encore le CNPF. Au niveau des relations entre les deux communautés d'affaires, le Club des Chefs d'Entreprise France-Maroc fait chaque année des recommandations pour améliorer les relations entre les entreprises des deux pays, notamment à la suite des rencontres



entre chefs d'entreprise français et marocains. Il est dynamiquement co-présidé par M. Mohamed El Kettani, Président-Directeur Général d'Attijariwafa bank et Mme Saïda Lamrani Karim, Vice-Présidente, Déléguée du Groupe Safari côté marocain et M. Xavier Beulin, Président du Groupe Avril et M. Jean-Paul Herteman, Président du Conseil d'Administration du CNAM côté français.

À l'occasion de notre dernière rencontre à Casablanca, nous avons signé trois « Memorandum of Understanding » destinés à renforcer nos liens dans les domaines du numérique (MOOC, accueil des start-ups marocaines en France et vice-versa, Université du Numérique), de la formation avec la Conférence des Présidents d'Université, la Conférence des Grandes Écoles et l'Association des Directeurs d'Université, en promulguant notamment la voie de l'alternance pour répondre à l'adéquation entre l'offre de formation et les besoins des entreprises et sur la question des villes durables dans la perspective de la COP22. Sur ce dernier point, nous avons en France, comme au Maroc, des entreprises innovantes, pionnières dans le domaine, qui peuvent, ensemble, mieux répondre aux défis des villes africaines. Cela permettra de valoriser les filières françaises et marocaines de la ville durable et de développer une offre nouvelle en Afrique. Une délégation de la Task Force Ville Durable de MEDEF International est d'ores et déjà programmée pour le mois de novembre 2016 à Marrakech. Alors que le Royaume est un leader dans les énergies renouvelables et le solaire en particulier, nous aurons également un tour de table de l'Alliance Solaire Internationale et de Terrawatt Initiative pour tester le marché africain et les différents acteurs (donneurs d'ordres africains, développeurs, financiers).

Quel est votre regard sur le partenariat économique qui lie la France et le Maroc ? Comment la France peut-elle regagner son rang de premier partenaire commercial du Royaume ?

Le partenariat entre la France et le Maroc est très intense. On peut rappeler que la France est le premier partenaire économique du Maroc, le premier investisseur, le premier bailleur de fonds et le premier pays de provenance des touristes et des transferts de fonds. Près de 750 entreprises françaises, dont 36 groupes du CAC 40, sont présentes au Maroc, ce qui représente 80 000 emplois dans le pays et 40 % des stocks d'IDE. Effectivement, notre position commerciale, elle aussi historiquement forte, est aujourd'hui fragilisée avec le renforcement de la place de nos concurrents et nous sommes aujourd'hui en deuxième place derrière l'Espagne.

Pour regagner notre première place, nous souhaitons encourager de nouveaux acteurs à travailler vers et avec le Royaume. Les quelque cent chefs d'entreprise qui composaient la délégation que j'ai eu le plaisir de conduire au Maroc couvriraient l'ensemble des

secteurs de l'économie. Il y avait des entreprises « habituées » du Royaume, mais je note aussi la présence de nombreuses nouvelles entreprises dans le secteur des NTIC ou des énergies renouvelables, deux secteurs dans lesquels le Maroc dispose d'un marché porteur et peut faire office de porte d'entrée vers l'Afrique !

Le Maroc bénéficie d'une société civile très dynamique et d'un environnement compétitif qui attirent de nombreux investisseurs grâce aux initiatives du Roi Mohammed VI qui a engagé la modernisation politique, économique et sociale du pays et du gouvernement dont nous avons pu rencontrer quelques représentants. Le MEDEF souhaite développer un partenariat durable avec le Maroc, notamment en matière de formation où les besoins sont importants. Une dizaine de représentants de grandes écoles, d'universités et d'instituts de formation professionnelle ont d'ailleurs fait partie de la délégation du MEDEF.

Enfin, je pense que notre chance est également de bénéficier en France d'une importante communauté d'origine marocaine. Celle-ci peut créer rapidement des passerelles entre les deux rives de la Méditerranée. Ils étaient nombreux dans notre délégation et sont les porteurs, naturels, de nouveaux courants d'affaires entre la France et le Maroc.



« Le MEDEF souhaite développer un partenariat durable avec le Maroc, notamment en matière de formation. »

De quelle manière les différents réseaux appuyant la présence française au Maroc peuvent-ils contribuer au renforcement des échanges commerciaux ?

Pour réussir dans un pays, il est primordial de s'inspirer de ceux qui y ont réussi. Je suis convaincu que c'est en échangeant leurs informations et leurs expériences que les entreprises françaises seront le plus efficaces et obtiendront le plus de résultats. Ces délégations collectives et multisectorielles où se côtoient TPE/PME et grands groupes permettent à chaque participant de gagner du temps et de conquérir de nouveaux marchés à l'international. En ce sens, les réseaux d'appui que sont la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc ou la Section Maroc de Conseillers du Commerce Extérieur de la France que nous avons tous deux rencontrés en mars à Rabat sont de formidables atouts : ils connaissent parfaitement le terrain, l'environnement des affaires et les décideurs locaux et sont capables d'accueillir un investisseur avec des solutions sur mesure.

► Propos recueillis par Nadia Kabbaj

Le Rendez-vous des Dirigeants

4 événements spécialisés associés le temps d'une date
20 - 21 avril 2016 - Hyatt Regency - Casablanca



Planète Entreprise

MANAGEMENT • OPTIMISATION • PERFORMANCE

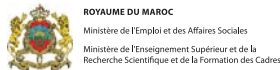
500 Speed-Demos® 36 Conférences 16 Émissions TV Trophées et Prix

Chaque dirigeant a des besoins spécifiques...
Venez constituer votre boîte à outils sur Planète Entreprise

Organisateur



Sous l'égide de



Inscription
ouverte
en ligne

www.planeteentreprise.com

20 - 21 avril 2016 - Hyatt Regency - Casablanca

INVITATION

DEVCOM

500 Speed-Demos® 36 Conférences 16 Émissions TV Trophées et Prix

Trouvez des solutions concrètes, orientées résultats sur Devcom

Organisateur



En partenariat avec



Sponsors Officiels



Inscription
ouverte
en ligne

4^{ème}
EDITION

www.devcom-maroc.com

20 - 21 avril 2016 - Hyatt Regency - Casablanca

INVITATION

Digital it. days

500 Speed-Demos® 36 Conférences 16 Émissions TV Trophées et Prix

Boostez votre compétitivité numérique et
découvrez un univers de solutions IT et digitales

Organisateur



En partenariat avec



Inscription
ouverte
en ligne

3^{ème}
EDITION

www.digital-itdays.com

20 - 21 avril 2016 - Hyatt Regency - Casablanca

INVITATION

SOLUTIONS RH

500 Speed-Demos® 36 Conférences 16 Émissions TV Trophées et Prix

Découvrez les dernières innovations en matière de gestion
des Ressources Humaines

Organisateur



En partenariat avec



Sponsor Officiel



Inscription
ouverte
en ligne

3^{ème}
édition

www.srh-maroc.com

20 - 21 avril 2016 - Hyatt Regency - Casablanca

INVITATION

Partenaires Médias



Le Rendez-vous des Dirigeants

4 événements spécialisés associés le temps d'une date
20 - 21 avril 2016 - Hyatt Regency - Casablanca

Nomenclature

- Services financiers
- Banques
- Assurances
- Fonds d'Investissement
- Bourse et Sociétés de Bourse
- Juridique
- Recouvrement
- Audit et expertise comptable
- Management, organisation et stratégie
- Qualité et certification
- Commerce international
- Immobilier professionnel
- Leasing et LLD
- Tourisme d'affaires
- Conciergerie
- Aménagement des espaces de travail
- Messageries et transports
- Institutionnels
- Autres expertises

Nomenclature

Performance Commerciale

- Motivation et dynamisation des équipes
- Leviers de stimulation et de rémunération en nature (chèques cadeaux, véhicules, cadeaux d'affaires, etc.)
- Organisation de séminaires, d'incentives et d'événements professionnels
- Primes et leviers promotionnels dédiés à la stimulation des ventes
- Formation et écoles spécialisées (développement commercial, marketing et communication)
- Innovations technologiques et de services
- Outils de productivité commerciale
- Solutions de téléphonie, de CTI et d'accueil client
- Solutions de mobilité pour force de vente
- Applications mobiles
- Renforcement de la performance commerciale
- Conseil en développement commercial
- Conseil en promotion des ventes
- Externalisation des forces de vente
- Externalisation de la réception/émission d'appels

Solution Marketing

- Marketing
- Conseil en marketing
- Etudes de marché
- Géomarketing, cartographie, géolocalisation, mapping
- Marketing opérationnel
- Marketing sensoriel
- Marketing direct et vente à distance
- Télémarketing
- Location, vente et mutualisation de fichiers
- Fabrication d'enveloppes, routage, mise sous enveloppe
- Traitement de données, restructuration, dédoublement
- Opérateur postal/opérateur de distribution d'imprimés sans adresse
- SMSing
- Marketing direct et opérationnel
- Street marketing

Communication d'Entreprise

- Communication

- Conseil en communication
- Média : presse écrite, télévision et radio
- Régies publicitaires
- Objets publicitaires
- PLV/signaletique/merchandising
- Packaging
- Affichage urbain
- Impression/fabrication de papier
- Conseil en RP
- Studio de création
- Photothèque – Banque d'images
- Annuaire professionnels
- Conseil en publicité
- Naming – Création de noms de marque
- Fournisseurs et services de contenu
- Événementiel
- Conseil en événementiel
- Standistes, stands parapluie et signalétique événementielle
- Matériel de sonorisation et d'éclairage

- Production audiovisuelle
- Incentives, lieux de séminaire ou d'expositions
- Catering

Web services

- Web-agency
- Web-design
- Conseil en référencement
- Loueur de fichiers d'e-mailing
- Hébergement – ISP
- Web marketing
- Mobile marketing
- Buzz marketing
- E-commerce
- Illustrations 3D
- Code 2D
- Web graphisme
- Social Media

Nomenclature

SYSTÈMES D'INFORMATION

- Société de Services en Ingénierie Informatique (SSII)
- Cabinet conseil en système d'information
- Conseil en green IT
- Conseil en management de services
- Éditeurs d'ERP
- Éditeurs de CRM
- Éditeurs d'outils décisionnels / BIRE
- Éditeurs de solutions ASP
- Éditeurs de SRM
- Infrastructure
- Intégrateurs d'ERP / CRM / BI / SRM
- ITIL
- Logiciels de virtualisation
- Monitoring

RÉSEAUX ET TÉLÉCOMS

- Aménageur numérique de très haut débit
- Fournisseur de solutions de visioconférence

- Fournisseur de terminaux IP
- Hébergeur
- Installateur de convergence IP
- Installateur de réseaux wifi
- Installateur de téléphonie mobile
- Opérateur de convergence IP
- Opérateur de téléphonie mobile

CLOUD COMPUTING

- Cloud computing
- Datacenter
- Développement
- Hébergement
- IaaS
- Infogérance
- Infrastructure
- Messagerie
- Mobilité
- PaaS

Poste de travail

- PCA
- PRA
- Réseaux
- SaaS
- Services managés
- Stockage
- Tests/Mesures
- Virtualisation

MOBILITÉ

- Applications mobiles et middlewares
- Distributeurs/Revendeurs
- Outils et terminaux
- Plates-formes de développement
- Portails mobiles et solutions
- ASP
- Sales Force / Force Field Automation
- Véhicules communicants
- Solutions de mobilité pour force de vente

DÉMATÉRIALISATION

- Conseil en dématérialisation
- Plateforme de travail collaboratif
- Solutions d'ECM
- Solutions de facturation électronique
- Solutions de GED
- Solutions de Web EDI
- Tiers certificateur de confiance
- Solutions de paiement

SÉCURITÉ

- Éditeurs, constructeurs, sociétés de conseils, prestataires de services, distributeurs en :
- Archivage des données
- Sauvegarde externalisée des données
- Logiciels de récupération des données
- Logiciels antivirus et antispam
- Sécurisation du poste de travail
- Sécurisation du système d'informations

TRAÇABILITÉ

- Éditeurs, fabricants, distributeurs en :
- Codes-Barres
- Géolocalisation
- Impression/Encodage
- Middleware et logiciels spécialisés
- NFC
- RFID
- Terminaux
- Traçabilité
- Vocal
- WiFi
- WMS

Autre

- Formation
- Institutionnel

Nomenclature

FONCTIONS TECHNIQUES ET ADMINISTRATIVES

- Gestion et planification des emplois et des compétences (GPEC)
- Systèmes d'Information de gestion des ressources humaines (SRH)
- Gestion des talents
- Gestion des salaires
- Développement de la rémunération
- Communication interne
- Systèmes de contrôle d'accès

FONCTIONS HUMAINES ET STRATÉGIQUES

- Formation du personnel :
 - Séminaires, congrès
 - Formation continue
 - Blended Learning / e-Learning

- Motivation / formation d'équipes
- Incentives / team building
- Recrutement / e-recrutement
- Travail temporaire
- Conseil en entreprise
- Conseil en ressources humaines
- Gestion des ressources humaines
- Outsourcing
- Audit RH
- Gestion des processus métiers
- Cabinet de recrutement
- Droit du travail (Conseil juridique et social)
- Santé et sécurité au travail
- Coaching / développement personnel

PRESTATIONS DE SERVICE

- Caisses d'assurance maladie
- Assurances
- Banque
- Organismes de séminaires et congrès
- Agences de voyage

AUTRES

- Relations sociales et syndicales
- Autres

Déjeuner de travail à l'occasion de la visite de la délégation du MEDEF au Maroc

Le 11 mars dernier, en marge du Forum franco-marocain de la CGEM et de la visite de la délégation du MEDEF, la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) et la Section Maroc des Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCEF) ont animé un déjeuner au Sofitel de Rabat. La rencontre portait sur différentes thématiques autour du climat des affaires dans le Royaume, du défi de l'emploi et de la formation et du « comment s'implanter au Maroc ». La déjeuner s'est déroulé en présence, notamment, de Pierre Gattaz, Président du MEDEF, Jean-François Girault, Ambassadeur de France au Maroc, Jean-Marie Grosbois, Président de la CFCIM, Lau-



M. Pierre Gattaz, Président du MEDEF et M. Jean-Marie Grosbois, Président de la CFCIM

rent Dupuch, Président du Directoire de la BMCI et Président de la Section Maroc des CCEF, Jean-Paul Herteman, Président du Conseil d'Administration du CNAM et Xavier Beulin, Président du groupe Avril, Co-Présidents du Club des Chefs d'Entreprise France-Maroc. *

L'ISCAE organise la 31^e édition du Carrefour du Manager

C'est un rendez-vous à ne pas manquer pour tous les jeunes lauréats et étudiants des écoles supérieures du Maroc à la recherche de leur premier emploi. Les 9 et 10 mars 2016, le Groupe ISCAE a organisé, en partenariat avec la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM), la 31^e édition du Carrefour du Manager placée sous le thème « Manager in Africa for Africa ». Une quarantaine d'entreprises étaient partenaires de l'événement (Groupe Attijariwafa bank, CDG, Lafarge Ciments, Méditel, Centrale Danone, Nestlé, CIH BANK, etc.).

Le Carrefour du Manager est également un espace d'échanges autour des sujets économiques d'actualité. Ainsi, plusieurs temps forts, réunissant experts, enseignants-chercheurs, diplômés et



étudiants, ont rythmé ces deux jours : ateliers-métiers, conférences thématiques, émissions TV, tables rondes, etc. À l'issue de cette édition, le trophée « Espoir » a été remis à l'étudiant de dernière année qui a présenté le meilleur projet professionnel. Pour les jeunes étudiants et diplômés, le Carrefour du Manager représente une excellente opportunité de se constituer un carnet d'adresses et de recueillir de précieuses informations pour mieux préparer leur avenir. *

4^e édition du Forum de la Mer



LA 4^E ÉDITION DU FORUM DE LA MER SE DÉROULERA DU 4 AU 8 MAI 2016 À EL JADIDA. À mi-chemin entre la COP21 et la COP22, ce rendez-vous abordera la thématique du changement.

Quel est l'impact du changement climatique sur les océans ? Que se passera-t-il si nous ne faisons rien ? Comment changer nos réflexes, nos comportements, nos modes de pensée, notre gouvernance ? Quelles solutions peuvent venir de la Mer ? Au programme : séances plénières, ateliers d'experts nationaux et internationaux, conférences et aussi projections de films, lectures publiques, activités culturelles, sportives, ludiques et éducatives. Autant d'animations qui inviteront les intervenants et le grand public à mieux comprendre les problématiques environnementales et à les inciter à agir à leur niveau. Lors de l'édition 2015, plus de 5 500 personnes ont participé gratuitement aux ateliers, conférences et activités.

5^e édition de l'International Marrakech Air Show

DU 25 AU 30 AVRIL 2016, LA VILLE OCRE ACCUEILLERA LA 5^E ÉDITION DE L'INTERNATIONAL MARRAKECH AIR SHOW. 15 000 visiteurs sont attendus pour cet événement dédié à l'industrie aéronautique et spatiale, ainsi que de nombreuses délégations internationales. Vitrine du savoir-faire marocain dans le domaine, le salon abritera une plate-forme d'opportunités d'affaires regroupant près de 200 exposants. Le samedi 30 avril, lors de la journée grand public, un grand show aérien sera organisé.

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



Marie-Cécile TARDIEU

marie-cecile.tardieu@dgtresor.gouv.fr

Marrakech. A l'initiative du Consul général de France à Marrakech et de la CFCIM, une rencontre a réuni le 17 mars plus de 140 entrepreneurs français de la circonscription de Marrakech sur le thème « éco-développement et innovation ». En présence de M. Baroudi, Directeur général de la Société d'investissements énergétiques (SIE), des témoignages ont illustré la forte implication du tissu entrepreneurial français au Maroc en

matière de développement durable. Ce même esprit de mobilisation a été porté par M. Gattaz, Président du MEDEF, qui a conduit début mars une imposante délégation de 100 entreprises et instituts de formation français pour des visites à Tanger, Casablanca, Kenitra et Rabat. La rencontre organisée par la CGEM le 10 mars à Casablanca sur le thème « Construire ensemble durablement » a confirmé l'engagement des secteurs privés français et marocains à travailler conjointement pour la préparation de la 22^{ème} Conférence des Parties à la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques (COP22) qui se tiendra à Marrakech (7-18 novembre 2016).

En matière de lutte contre le réchauffement climatique, la France s'est mobilisée de longue date aux côtés du Maroc. Ainsi, via l'AFD ou encore des prêts du Trésor, elle apporte un soutien aux politiques publiques marocaines comme aux projets urbains durables (tramways de Casablanca et Rabat, éco-cité de Zenata). Lors de sa visite au Maroc début avril, M. Alain Vidalies, Secrétaire d'Etat chargé des transports, de la mer et de la pêche a rappelé la contribution du secteur des transports au développement de modes de vie plus respectueux de l'environnement. Devant le Groupement des Industriels Ferroviaires au Maroc, il s'est félicité de la longue coopération franco-marocaine en la matière tout en soulignant qu'entre nos deux pays il n'y a « pas seulement la force de l'histoire mais aussi la force de la construction de l'avenir ».

L'économie en mouvement

Un chiffre en perspective

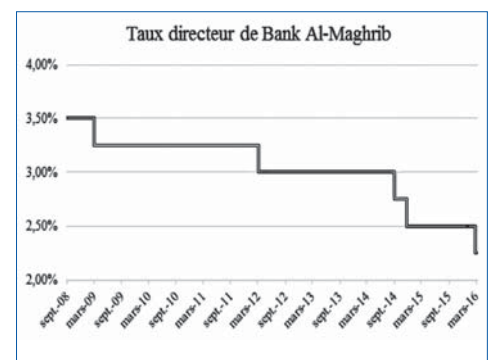
2,25 %

Baisse de 25 points de base du taux directeur de Bank Al Maghrib

Le Conseil de la Banque centrale marocaine, Bank Al-Maghrib (BAM), à l'occasion de sa première réunion de l'année, le 22 mars 2016, a abaissé le taux directeur de 25 points de base à 2,25 %.

Cette décision est la conséquence d'une révision à la baisse des prévisions économiques de BAM pour l'année 2016 qui table sur une croissance économique de 1 %, dont -13,8 % pour le PIB agricole et +2,9 % pour le PIB non agricole et un ralentissement de l'inflation à 0,5 %. Pour autant, la dynamique, déjà à l'œuvre en 2015, de réduction du déficit courant devrait se poursuivre en 2016 puisqu'il n'atteindrait que 0,1 % du PIB. Les réserves de change progresseraient pour atteindre 7 mois et 21 jours d'importations à fin 2016. Le déficit budgétaire se réduirait également en 2016 pour avoisiner 3,7 % du PIB.

A noter que le taux directeur était resté inchangé depuis l'année 2014 où BAM avait abaissé à deux reprises son taux directeur, une première fois en septembre, de 3 % à 2,75 % puis en décembre de 2,75 % à 2,5 %.



aubin.weissmuller@dgtresor.gouv.fr

La Chronique économique

Léger repli des recettes du secteur « Voyages » en 2015

Selon l'Office des Changes, le montant des recettes « Voyages », généré par l'activité touristique des non-résidents au Maroc, s'élève à 58,6 Mds MAD pour l'année 2015, suite à une baisse de 1,4 % par rapport à 2014 (59,3 Mds MAD).

En 2015, 10,18 millions de touristes ont visité le Maroc, selon les chiffres du Ministère du Tourisme (-1 % par rapport à 2014). Les ressortissants français représentent le marché émetteur le plus important avec 3 322 338 touristes (33 %), en baisse de 5 % par rapport à 2014. Se situent ensuite les Espagnols avec 2 130 942 touristes (21 %), en variation nulle de l'année précédente, les Allemands avec 615 573 touristes (6 %), en hausse de 8 % et les touristes du Royaume-Uni avec 659 310 individus (6,4 %), en augmentation de 6 %. Notons malgré tout que, en hausse de 3,7 %, la part des Marocains Résidents à l'Etranger (MRE) demeure la plus importante (49 %)

avec 5 025 058 visiteurs.

Toujours sur la même période, le nombre des nuitées des Etablissements d'Hébergement Touristique Classés (EHTC) affiche une baisse de 6,3 %, de 19 633 475 en 2014 à 18 396 518 en 2015. Les villes de Fès, d'Agadir et de Marrakech ont connu une baisse de la fréquentation avec, respectivement, -12 %, -7 % et -7 %. Notons une progression de l'afflux touristique de 18 % pour la région de l'Oriental Oujda-Saïdia. Sur l'ensemble du pays, le taux d'occupation des Etablissements d'Hébergement classés a diminué sur la période, de 44 % à 40 %.

Malgré des chiffres en baisse, le secteur du tourisme demeure très important au Maroc. Les seules recettes en devises ont représenté 6,0 % du PIB (2015) et constituaient 505 000 emplois directs (2014).

jules.porte@dgtresor.gouv.fr

Secteur à l'affiche

Création du Groupement des Industries Ferroviaires au Maroc

Association créée le 10 février 2016, le Groupement des Industries Ferroviaires au Maroc (GIFER MAROC) regroupe des entreprises exerçant, à titre principal ou accessoire, les métiers de l'industrie ferroviaire au Maroc : matériel roulant, ingénierie, câblage, maintenance, tôlerie, électronique, intériorisme. L'association compte à ce jour 20 membres, filiales de grands groupes et PME : Adelma, Adetel, Altran, Alstom, A2I, BM Electronic System, Bombardier, Cabliance, Comeca, Faiveley, Hiolle Industries, Liatech, LT Plus, MCDI, Powerex Maroc, SCIF, Stratiforme, Tolimar, Tronico Atlas et TFCM. A l'instar des écosystèmes développés avec succès dans les domaines de l'automobile et de l'aéronautique, le GIFER MAROC s'est donné pour mission de contribuer au développement d'un écosystème industriel ferroviaire au Maroc. L'association souhaite ainsi développer les synergies entre les acteurs du secteur ferroviaire, apporter son expertise à toutes les instances gouvernementales en vue de promouvoir les activités ferroviaires et consolider la compétitivité des entreprises du secteur, y compris à l'international, créer des centres de formation dédiés au secteur ferroviaire et établir des partenariats avec les universités, écoles d'ingénieurs et centres de formation et de recherche. Le 31 mars 2016, les membres du GIFER MAROC ont rencontré à Fès le Secrétaire d'Etat français aux Transports, à la Mer et à la Pêche, M. Alain VIDALIES, en présence des autorités locales et des représentants du Ministère de l'Industrie.

► aude.pohardy@dgtrésor.gouv.fr

Relations France-Maroc

Déplacement au Maroc du 30 mars au 1er avril 2016 de M. Alain VIDALIES, Secrétaire d'Etat chargé des Transports, de la Mer et de la Pêche



A l'occasion de son déplacement au Maroc du 30 mars au 1^{er} avril 2016, le Secrétaire d'Etat chargé des Transports, de la Mer et de la Pêche, M. Alain Vidalies, a rencontré ses homologues MM. Aziz Rebbah et Aziz Akhannouch avec lesquels il s'est convenus de la qualité du partenariat économique entre la France et le Maroc et de la nécessité d'approfondir notre coopération dans de nombreux domaines tels que le ferroviaire, le portuaire, le routier, l'aéroportuaire, la logistique, etc. En présence de M. Rabie Khlie, Directeur de l'ONCF, et de M. Guillaume PEPY, Directeur de la SNCF, M. Vidalies a célébré le 1^{er} anniversaire de l'Institut de Formation Ferroviaire à Rabat (IFF) qui forme les cheminots de l'ONCF et de la SNCF et bientôt des cheminots d'autres Etats africains. Le Ministre s'est également rendu à Kenitra sur la base travaux de la Ligne à Grande Vitesse où il a retrouvé les entreprises françaises participant à ce magnifique projet parmi lesquelles la SNCF, Systra, Egis, Cegelec, Ansaldo, Ineo, Colas Rail, Alstom, Geismar. Une visite de l'usine Cabliance à Fès, spécialiste du câblage ferroviaire, a été l'occasion pour le Ministre de rencontrer les autorités locales, les représentants du Ministère de l'Industrie et les membres du Groupement des Industries Ferroviaires au Maroc (cf. article du Secteur à l'affiche) qui lui ont présenté leur projet de développement au Maroc d'un écosystème industriel ferroviaire. Le Ministre a enfin pu mesurer le dynamisme de l'écosystème industriel aéronautique marocain lors de sa visite à Nouaceur de l'entreprise Aircelle, spécialiste des nacelles de moteurs d'avion, et de l'Institut des Métiers de l'Aéronautique (IMA) où il a rencontré certains membres du GIMAS (Groupement des Industries Marocaines Aéronautiques et Spatiales) qui se sont félicités de leur implantation et ont témoigné des perspectives du secteur au Maroc.

► aude.pohardy@dgtrésor.gouv.fr

Affaires à suivre



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) a obtenu son accréditation auprès du Fonds Vert pour le Climat (FVC). Le FVC a pour principal objectif de financer la lutte contre le changement climatique par le biais de projets de réduction des émissions de gaz à effet de serre et d'adaptation aux changements climatiques dans les pays du Sud. Il offre aux pays bénéficiaires un accès direct aux financements à travers les Entités Nationales de Mise en Œuvre (ENM). Cette accréditation confère ainsi à l'ADA, unique ENM au Maroc, l'accès direct aux financements du FVC sur la base de projets approuvés par ladite agence

►► Le gouvernement a lancé, le 30 mars dernier, la stratégie de formation professionnelle 2016-2021. L'ambition du plan, doté d'un financement de 66 Mds MAD sur cinq ans, est de former 10 millions de personnes à l'horizon 2021. Les populations en milieu rural et des quartiers défavorisés, les anciens détenus, les chômeurs non diplômés et les travailleurs non-salariés sont particulièrement ciblés

►► Le Conseil de gouvernement a adopté le projet de décret n° 2-15-184 portant création du Conseil national du tourisme. Placé sous la présidence du Chef du gouvernement, le Conseil constituera une instance de pilotage et d'évaluation de la stratégie nationale de tourisme dans le cadre d'un partenariat renouvelé entre l'Etat, le secteur privé et la société civile. Il sera également chargé de proposer les mesures nécessaires à la mise en œuvre des orientations générales de la politique nationale de développement du tourisme.

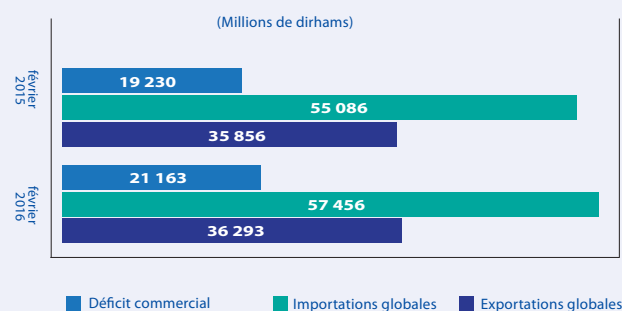
Indicateurs économiques et financiers

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

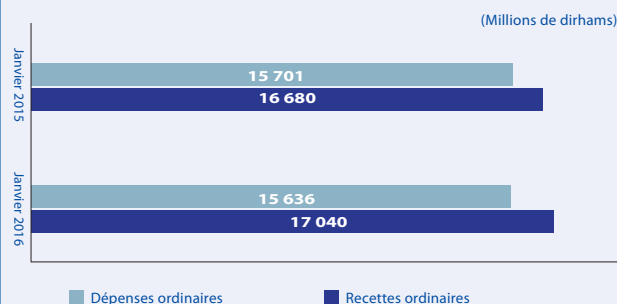


Balance commerciale

A fin février 2016, le déficit commercial a progressé de 10% par rapport à la même période de l'année 2015.

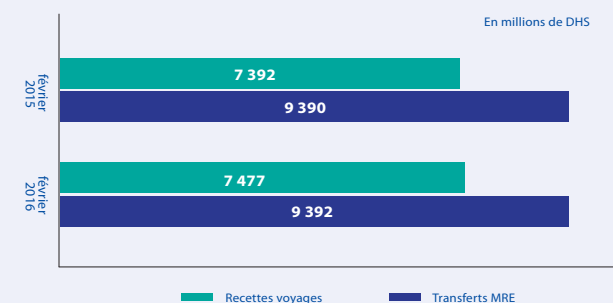


Finances publiques



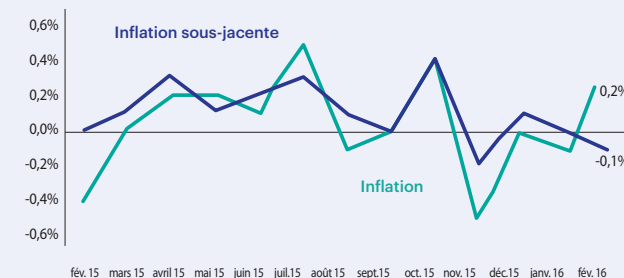
Transferts des MRE & Recettes Voyages

Amélioration des recettes voyages de 1,15 % à fin février 2016.



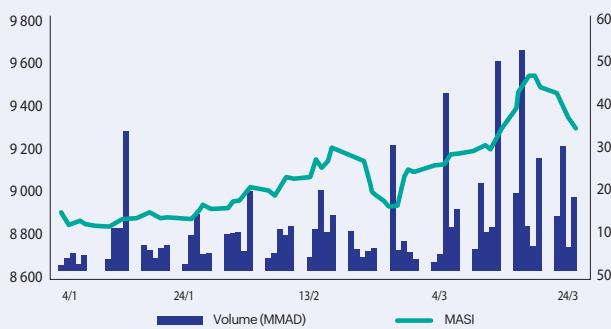
Inflation

Hausse de 0,2 % de l'indice des prix à la consommation, résultat d'une hausse de 0,4 % de l'indice des produits alimentaires et de la stagnation de l'indice des produits non alimentaires.



Bourse de Casablanca - Evolution du MASI de du volume Global (T1-2016)

Le Volume global réalisé durant le premier trimestre 2016 s'est établi à 7,6 milliards de dirhams.



					Var %/pts
Balance des paiements	Importations globales (en mdh)	fév. 15/	55 086	57 456	4,30 %
	Exportations globales (en mdh)	fév. 16	35 856	36 293	1,22 %
	Déficit commercial		19 230	21 163	10,05 %
	Taux de couverture (en %)		65,10 %	63,20 %	-
	Transferts des MRE (en mdh)		9 390	9 392	0,02 %
	Recettes voyages (en mdh)		7 392	7 477	1,15 %
Monnaie et crédit	Agrégat M3 (en mdh)	jan. 15/	1 063 843	1 116 409	4,94 %
	Réserves Internationale Nettes (en mdh)	jan. 16	183 655	229 476	24,95 %
	Créances nettes sur l'administration centrale (en mdh)		146 854	149 521	1,82 %
	Créances sur l'économie (en mdh)		876 867	889 781	1,47 %
	Dont Créances des AID (en mdh)		765 474	768 420	0,38 %
	Crédits immobiliers (en mdh)		238 293	240 913	1,10 %
	Crédits à l'équipement (en mdh)		144 170	145 089	0,64 %
	Crédits à la consommation (en mdh)		44 075	46 433	5,35 %
Prix	Indice des prix à la consommation (100=2006)	jan. 14/ fév. 15			
	Indice des prix à la consommation		115,0	115,3	0,26 %
	Produits alimentaires		123,5	123,2	-0,24 %
	Produits non-alimentaires		108,9	109,6	0,64 %
	Taux de change (prix vente)				
1 EURO	fév. 15/	10,85	10,90	0,46 %	
1 \$ US	fév. 16	9,56	9,81	2,62 %	
Taux d'intérêt	Taux d'intérêt (en %)				Pb 100
	(13 semaines)	déc. 15/	2,51	2,48	-3,0
	(26 semaines)	fév. 16	2,55	2,51	-4,0
	(52 semaines)		2,57	2,56	-1,0
(2 ans)		2,80	2,63	-17,0	
Bourse Des valeurs	MASI (en points)	31 déc. 15	8 925,71	9 327,98	4,51 %
	MADEX (en points)	31 mar. 16	7 255,21	7 610,53	4,90 %
Activités sectorielles					
Télécom	Téléphone mobile (en milliers d'abonnés)		44 115	43 080	-2,35 %
	Téléphone fixe (en milliers d'abonnés)	déc. 14/	2 488	2 222	-10,69 %
	Internet (en milliers d'abonnés)	déc. 15	9 969	14 471	45,16 %
Trafic portuaire	(mille tonnes)	déc. 14/ déc. 15	115 108	110 168	-4,29 %
Énergie	Énergie appelée nette (GWh)	jan. 15/	2 744	2 786	1,53 %
	Consommation d'électricité (GWh)	jan. 16	2 301	2 332	1,35 %
Industrie	Exportation de l'Automobile (en MDH)	fév. 15/ fév. 16	8 111	8 964	10,52 %
Mines	Chiffres d'affaires à l'exportation OCP (en mdh)	fév. 15/ fév. 16	5 367	4 922	-8,29 %
BTP	Vente de ciment (en milliers de tonnes)	fév. 15/ fév. 16	2 221	2 398	7,97 %
Tourisme	Nuitées dans les EHC (en milliers)	déc. 14/	19 633	18 397	-6,30 %
	Arrivées de touristes y compris MRE (en milliers)	déc. 16	10 283	10 177	-1,03 %

Énergie

Fin janvier, le volume de production électrique a baissé de 0,6 % en raison d'un repli de 3,9 % de la production privée conjugué à une hausse de 11,1 % de la production de l'ONEE. Cette diminution a été compensée par la dynamique des échanges de l'énergie électrique, dont les importations ont augmenté de 18,6 %.

BTP

L'encours des crédits immobiliers a augmenté de 1,1 % au terme du mois de janvier, atteignant ainsi plus de 240 milliards de dirhams. Ce chiffre couvre une hausse de 5,5 % de l'encours des crédits à l'habitat et une baisse de 10,6 % de l'encours des crédits aux promoteurs.

Échanges extérieurs

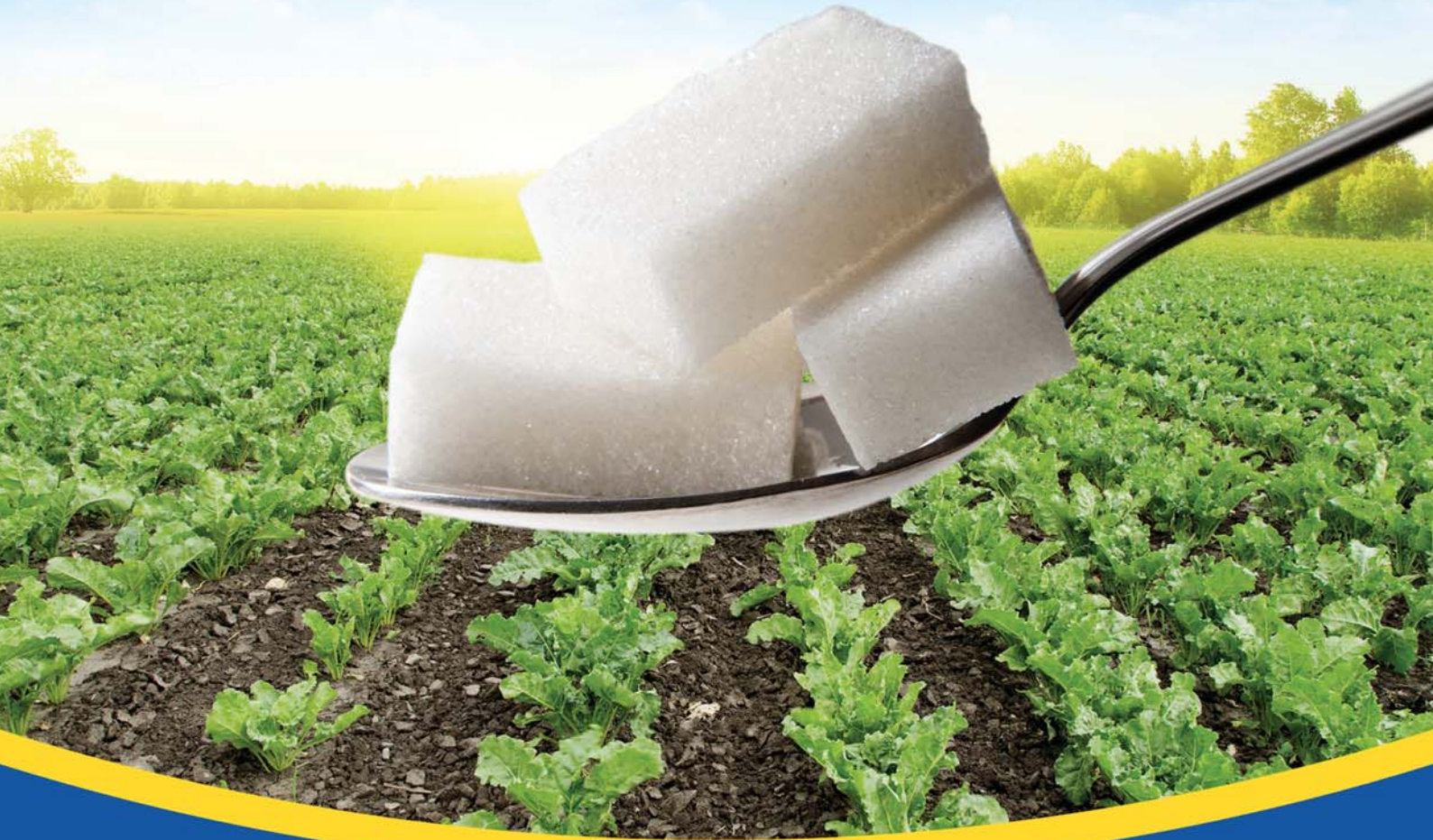
À fin février, le déficit commercial a augmenté de 10,1 % pour s'établir à plus de 21 milliards de dirhams. Le taux de couverture a atteint 63,2 %, contre 65,1 % un an auparavant. Cette évolution s'explique par une hausse de 4,3 % de la valeur des importations alors que les importations ont progressé de seulement 1,2 %.

Les exportations du secteur automobile ont augmenté de 10,5 %, grâce à l'activité de construction (+20,3 %) et au segment câblage (+1 %). Les exportations des secteurs aéronautique et électronique ont, pour leur part, enregistré des hausses respectives de 7,7 % et 4,5 % pour atteindre près de 1,3 milliard de dirhams chacun.

Bourse de Casablanca

Au terme du premier trimestre, la performance YTD du MASI s'est affichée à 4,51 % pour s'établir à 9 327,98 points. Par secteur, les plus fortes performances trimestrielles ont été enregistrées par l'immobilier (+37,31 %, portée par ADDOHA +43,34 %), du transport (+18,8 %) et celui des loisirs & hôtels (RISMA, +17,91 %). La plus forte contre-performance a concerné le secteur des équipements électroniques et électriques (NEXANS Maroc, -12,36 %). La capitalisation boursière s'est élevée à 470,4 milliards de dirhams, en hausse de 3,8 % par rapport à fin 2015. Notons que la masse bénéficiaire au terme de l'exercice 2015, hors SAMIR et ALLIANCES, a affiché une progression de près de 1,4 % pour s'établir à 26,7 milliards de dirhams.

► Mohamed El Mehdi CHAMCHATI



UN ACTEUR DYNAMIQUE ET ENGAGÉ

Après une modernisation et une mise à niveau réussies de la filière sucrière, COSUMAR, acteur responsable, s'engage dans une nouvelle étape porteuse d'avenir pour l'ensemble de son écosystème. Le Groupe se développe à l'export et vise à devenir un acteur régional.

Les ambitions de COSUMAR sont portées par son patrimoine historique riche de plus de 85 ans d'expériences et par l'expertise de son capital humain, appuyées par la solidité de ses actionnaires marocains et internationaux.

COSUMAR, agrégateur de la filière sucrière marocaine, renforce son soutien à ses 80 000 partenaires agriculteurs producteurs de betterave et de canne à sucre et continue à oeuvrer pour plus d'excellence de son amont agricole et son outil industriel.

Aujourd'hui, encore plus, COSUMAR, acteur responsable et engagé, est déterminé à créer plus de valeurs à partager avec l'ensemble de ses partenaires et à servir à tous ses clients consommateurs de sucre des produits de qualité, innovants et ancrés dans la tradition.

- p. 34** Traditionnel vs Moderne : le statu quo ?
- p. 37** Interview de Chrystelle Ronceray, Directeur Général Adjoint de Label'Vie
- p. 38** GMS : Les prémices d'une nouvelle ère
- p. 40** Interview de Younes Anibar, Avocat et Vice-Président de l'association de protection des consommateurs de Casablanca
- p. 42** Interview de Mohamed Idrissi, Président de Mobilia

Commerce et distribution au Maroc

La résilience du marché traditionnel



Pour peu que l'on vive dans l'une des grandes villes du Royaume, il est plutôt surprenant de découvrir ou de constater, chiffres à l'appui, que le commerce traditionnel se porte bien et qu'il aurait même encore de beaux jours devant lui. Outre la conjoncture qui incite le consommateur à être encore plus à l'affût des bonnes affaires, la résilience que démontre le marché traditionnel au Maroc est édifiante à plus d'un titre. Pour gagner un peu plus de terrain, la distribution moderne cherche encore les modèles qui lui permettront d'attirer davantage de clients et, surtout, de les fidéliser.

Dossier coordonné par Nadia Kabbaj

Traditionnel vs moderne : le statu quo ?

Si la distribution moderne semble progresser au Maroc, il n'en reste pas moins que, contrairement aux apparences, le traditionnel fait de la résistance. Proximité, adaptabilité et bas prix sont ses principaux points forts.



Certains produits en épicerie sont beaucoup moins chers que dans la grande distribution, grâce à la contrebande

©Foto1a

« Aujourd'hui, nous sommes dans un modèle dual où la GMS a atteint un niveau de pénétration dans les grandes villes qu'il lui sera difficile de dépasser ».

Certes, la distribution moderne continue à se développer, notamment en termes d'ouvertures de points de vente. Seulement, rares sont les enseignes qui tirent leur épingle du jeu. Bien que le « non-food » présente une progression de parts de marché plus intéressante, en particulier dans l'électroménager ou les produits informatiques, l'avancée reste difficile. En cause, la conjoncture, mais aussi le fait que la distribution traditionnelle se soit habilement adaptée au point de donner du fil à retordre au commerce moderne.

Un modèle dual

« Le traditionnel, au-delà de la proximité, a ce formidable avantage de jouer un rôle social grâce au fameux "carnet" de crédit chez l'épicier, qui permet à la classe C et D de boucler ses fins de mois. Mais ce n'est pas tout. Vous trouvez désormais des produits en épicerie qui sont beaucoup moins chers que dans la grande distribution, grâce à la contrebande », explique un des grands fournisseurs de la place. « Dans

le food, le traditionnel reste clairement leader en raison de sa proximité, sa praticité et du "concept" proposé. La plupart des Marocains n'ont pas un revenu salarié qui leur permette de faire des achats programmés. Le circuit traditionnel offre également des formats de consommations adaptés en plus des facilités de paiement offertes grâce au fameux "carnet" », soutient un expert marketing. Autrement dit, le traditionnel a désormais une offre prisée et compétitive sur les prix. Parfois, il propose même des produits que l'on ne trouve pas en grandes surfaces. « Aujourd'hui, nous sommes dans un modèle dual où la GMS a atteint un niveau de pénétration dans les grandes villes qu'il lui sera difficile de dépasser. Le développement se fera dans les villes moyennes, qui n'ont toutefois pas un potentiel important vu le niveau du pouvoir d'achat et la densité de la population. Il ne peut y avoir plus d'un point de vente par ville et par enseigne », poursuit la même source. Si ces deux paramètres évoluent à l'avenir, alors la donne changera. Seulement pour l'instant, la grande distribution alimentaire ne progresse

pas au rythme escompté par les opérateurs. « Il est vrai qu'aujourd'hui, dans l'alimentaire nous sommes à 16 %, soit une progression d'à peine 1 % en 5 ans, alors que nous pensions atteindre les 20 % », confirme Chrystelle Ronceray, DGA de Label'Vie. « Nous sommes dans un statu quo entre le traditionnel et le moderne. Tout confondu, food et non-food, la distribution moderne doit être tout au plus à 20 % », renchérit un industriel dans l'agroalimentaire.

Non-food : une progression contrastée

Selon nombre d'opérateurs, dans le non-food, la part du traditionnel doit être encore plus élevée en ces temps de crise. Non seulement en raison de la baisse du pouvoir d'achat, mais aussi en raison d'un nombre beaucoup trop important de distributeurs spécialisés (dans l'électroménager, l'informatique, le bricolage, l'habillement). Beaucoup plus que ne peut en absorber la demande. Autrement dit, l'évolution de la distribution moderne au Maroc aurait été trop rapide, alors qu'en Europe, la GMS a eu le temps de croître, de s'installer avant que les distributeurs spécialisés n'investissent le marché. Au Maroc, tout s'est fait en parallèle : la distribution moderne food s'est développée quasiment en même temps que le non-food. « Chacun marche sur les plates-bandes de l'autre entre les distributeurs agréés, la grande distribution, les réseaux spécialisés, et l'importation parallèle. D'ailleurs, il est difficile aujourd'hui difficile d'évaluer le volume réel des ventes, car il y a une variable non quantifiable qui est justement celle des réseaux parallèles et de l'informel », analyse la même source.

Cependant, le retail moderne non-food a indéniablement évolué. Si on s'intéresse aux enseignes spécialisés dans l'électroménager et les produits électroniques, toutes ont investi dans les régions, qu'il s'agisse de Cosmos, Electroplanet, Best Mark, Biougnach, Abroun, etc. Tout le secteur a progressé.

« Seulement, ce secteur souffre de l'informel, et il en souffre encore plus depuis le retournement du marché il y a deux ans. Les produits informatiques ont tout de même accusé une baisse de 25 % », affirme Houssam Alami, Expert dans la distribution de produits informatiques et télécoms. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les multinationales comme HP, Dell, Canon, Toshiba ont drastiquement réduit leur budget sur le Maroc.

« Dans l'électroménager et l'informatique, l'essentiel des ventes se fait encore dans le traditionnel, avec des parts respectives de 60 % et de 40 %. La croissance à deux chiffres dans le moderne n'est plus d'actualité », assure-t-il. « Même s'il faut préciser que le marché du laptop a connu une rétraction des ventes qui a été com-



©Fotolia

« Avec la génération digitale, le moderne est voué à progresser. Même si aujourd'hui les achats sont timides sur internet, il n'en reste pas moins que le net est prépondérant dans les consultations »
Houssam Alami, expert dans la distribution de produits informatiques et télécoms.

pensée par une évolution sensible des ventes de tablettes », rétorque M'hamed Hassan Bennani, Directeur Général de Cosmos.

Cependant, le moderne offre de nombreux avantages, notamment en termes de SAV. « Avec la génération digitale, le moderne est voué à progresser. C'est la bonne formule pour les générations montantes. Même si aujourd'hui les achats sont timides sur internet, il n'en reste pas moins que le net est prépondérant dans les consultations et donc, in fine, dans les actes d'achat », pense Houssam Alami. D'ailleurs le Directeur Général de Cosmos abonde dans le même sens et estime qu'internet représentera dans les 5 années à venir 5 à 6 % du chiffre d'affaires. « J'y crois énormément. D'ailleurs, à partir du mois de juin, le nôtre sera opérationnel et nos clients pourront désormais y réaliser leurs achats », annonce-t-il fièrement.

Et le Plan Rawaj ?

Si le non-food est autant affecté, c'est parce que, parfois, il ne suffit pas d'importer des concepts à bas prix. L'analyse du marché et des habitudes de consommation reste primordiale. « Le Maroc offre un potentiel de développement important, pour peu que l'on cible une enseigne qui offre une réelle valeur ajoutée. Certes, nous sommes un marché de prix, mais l'identité de l'enseigne et son positionnement sont essentiels pour accrocher l'attention du consommateur marocain », certifie l'expert marketing. De manière générale concernant les malls, et de l'avis général, le Maroc n'est pas encore entré dans une culture de grande consommation. « Que ce soit au Morocco Mall ou à Anfaplace, beaucoup d'enseignes ferment, d'autres ouvrent, et puis certaines ont tout simplement un mauvais positionnement, comme un certain nombre de marques anglaises »



©Fotolia

» qui présente des collections complètement déconnectées des goûts des Marocains », précise pour sa part un consultant spécialisé dans l'accompagnement de réseaux de franchisés « Dans les malls, il y a sans aucun doute plus de flux. J'y crois énormément parce que c'est une tendance mondiale », tempère M'hamed Hassan Bennani. Avant d'ajouter : « Seulement, il ne faut pas perdre de vue le pouvoir d'achat des Marocains, qui reste limité, ni la conjoncture. Maintenant, je ne peux pas prédire le succès ou non des malls au Maroc. Tout dépendra des formats, du produit, du secteur, des offres, du type de mall (luxe ou plutôt mass et middle market), etc. ». D'ailleurs, avant même l'ouverture de ces malls, l'État s'était engagé à œuvrer, entre autres, à travers le Plan Rawaj, pour la création de 15 malls pouvant abriter près de 3 000 magasins de franchise et de commerce moderne et générant près de 21 000 emplois.

Mis en place en 2008, le Plan Rawaj avait ainsi pour ambition de moderniser et de structurer la distribution, il se fait de plus en plus discret. Bien entendu, depuis son lancement plusieurs réalisations sont à inscrire à son actif, puisque sur la période 2009-2013, le Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Économie Numérique affirme avoir atteint 90 % de ses objectifs. Selon le site du Ministère plus de 22 500 commerces de proximité à travers une centaine d'agglomérations ont été modernisés grâce à un appui financier de 564 millions de dirhams. Le chiffre d'affaires des commerçants a augmenté de 1,4 milliard de dirhams et la valeur ajoutée a progressé de 1,8 milliard de dirhams. Le Ministère dit avoir ainsi réussi à atteindre 90 % de ses objectifs et à devenir également leader du projet « Cham-

Dans le cadre du Plan Rawaj, 22 500 commerces de proximité à travers une centaine d'agglomérations ont été modernisés grâce à un appui financier de 564 millions de dirhams.

pions nationaux ». Ce projet vise à accompagner 13 enseignes marocaines en terme de financement d'expertises (15 millions de dirhams) pour le développement de leur réseau en régions. À travers son programme de modernisation du commerce de proximité, la stratégie a ainsi généré plus de 11 000 emplois, au cours de la période 2008-2013. En revanche, sur la période 2013-2017, qui devait mobiliser un investissement de 9,3 milliards de dirhams, aucun bilan d'étape n'a été communiqué. Outre la restructuration des marchés de gros de fruits et légumes, l'organisation du commerce ambulante et l'instauration de l'urbanisme commercial, le plan devait, au terme de sa mission, permettre d'intégrer 170 000 emplois informels dans le secteur formel et d'augmenter la contribution du secteur aux recettes fiscales et au PIB respectivement de 5 et de 9 milliards de dirhams. « On veut imposer des concepts à des opérateurs dans le traditionnel qui n'ont pas atteint le niveau de maturité nécessaire. D'autant plus qu'ils réalisent d'excellentes marges et sont parfaitement rentables. Pourquoi voulez-vous qu'ils changent de modèle et qu'ils adhèrent au Plan Rawaj même si ce dernier offre de nombreux financements ? Avec le Plan Rawaj on ne s'attaque pas à la racine du problème, mais on colmate les brèches. Je pense qu'il faut imposer une rénovation par loi : si on les sensibilise et qu'on leur impose, cela ne peut-être que profitable pour eux », propose un spécialiste de la grande distribution. Une piste à étudier de près pour que le Ministère puisse se donner réellement les moyens d'atteindre un des objectifs inscrits dans le Plan Rawaj : porter la croissance annuelle du secteur à 8 %.*

► Soumayya Douieb, journaliste

« Il est primordial de construire de vrais partenariats stratégiques avec les industriels »



Interview de Chrystelle Ronceray, Directeur Général Adjoint de Label'Vie

Conjoncture : Quelle est la part de la distribution moderne aujourd'hui ?

Chrystelle Ronceray : Le commerce moderne pèse environ 16 % en valeur. Maintenant, en volume, nous ne sommes plus dans le même ordre de grandeur, puisqu'il représente 7 %. Ces données portent sur les produits de grande consommation, à savoir le food et les produits « hygiène/beauté ». Les chiffres proviennent des données que nous livre tous les mois l'agence Nielsen.

Que pouvez-vous nous dire au sujet des habitudes de consommation des Marocains ?

Selon les chiffres de Label'Vie, il y a, certes, de plus en plus de clients dans la grande distribution, mais les achats restent très concentrés sur les produits de grande consommation. Les Marocains ont encore l'habitude de faire leurs courses de produits frais dans le traditionnel. Ils continuent à aller voir leur boucher, à acheter leurs fruits auprès des marchands ambulants, etc. A contrario, il y a une autre tendance qui provient de l'urbanisation et du niveau d'activité des femmes. Désormais, les femmes actives profitent totalement de la praticité de nos formats pour y faire toutes leurs courses, du moins dans les grandes villes.

Un autre facteur joue en faveur de la GMS aujourd'hui, c'est celui de la sécurité alimentaire. Étant donné que nous respectons la chaîne du froid, les normes de qualité, etc., il y a donc, tout de même, une frange de la population qui vient faire ces achats dans le frais dans nos points de vente, alors qu'elle ne le faisait pas auparavant.

On constate donc une évolution : les achats dans le traditionnel perdurent, mais il y a une frange de la population qui est en train de basculer.

Comment se porte en général le secteur de la GMS ?

Le secteur est en légère progression, mais il ne croît pas aussi vite que prévu. En cinq ans, la distribution moderne (produits de grande consommation) n'a pris que 1 % du marché.

Pour notre part, nous nous sommes focalisés sur l'ouverture

de l'hypermarché de Sidi Maârouf à Casablanca, dont le succès se confirme, mois après mois, bien que nous ayons ouvert un supermarché au Menara Mall à Marrakech. Il est vrai qu'il y a eu moins d'ouvertures que les années précédentes, mais nous prévoyons un très grand programme d'ouvertures en 2016 avec une dizaine de supermarchés, principalement dans les grandes villes.

Pas sur les villes moyennes ?

On va y aller à terme, car les grandes villes seront saturées dans 3 à 4 ans. Dans notre programme d'ouvertures 2016, il y a d'ailleurs quelques villes moyennes.

Maintenant, il s'agit de savoir comment la distribution moderne peut s'étendre au-delà de l'axe Kénitra/El Jadida et des grandes villes, tout en restant rentable.

Êtes-vous satisfaite des performances enregistrées par Label'Vie en 2015 ?

Oui, nous sommes très satisfaits, car nous avons progressé sur tous les plans. Nous avons atteint une part de marché record de plus de 35 % dernièrement, alors même que nous avons eu très peu d'ouvertures en 2015. Autrement dit, nous avons de plus en plus de clients, ce qui signifie que notre modèle est intéressant. Les résultats ont été publiés et nos trois business units (supermarchés, hypermarchés et hyper cashs) ont atteint les objectifs annoncés. Label'Vie est dans un cercle vertueux. Il y a, en réalité, trois axes sur lesquels nous devons continuer à travailler.

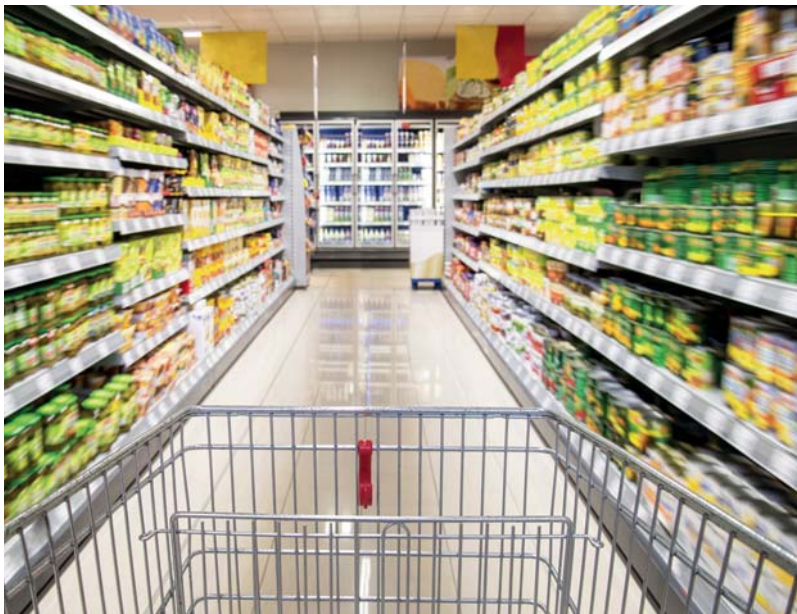
Nous devons continuer à attirer nos clients dans les magasins existants et à les fidéliser parce qu'ils ne réalisent pas encore tous leurs achats chez nous. L'autre chantier est celui du modèle économique adéquat pour pouvoir couvrir et mailler tout le territoire en terme de points de vente.

Enfin, il est primordial de construire de vrais partenariats stratégiques avec les industriels pour développer la distribution moderne. Un partenariat win-win, car plus l'informel baissera, moins il y aura de problématiques de différentiel de prix sur le marché. *

► Propos recueillis par Soumayya Douieb

GMS Les prémices d'une nouvelle ère

Bien que la cohabitation entre grande distribution et commerce traditionnel soit arrivée à maturité ou presque, la GMS est pourtant appelée à réinventer son modèle pour renouer avec une croissance plus franche.



©Fotolia

Il y a encore beaucoup d'opportunités pour la GMS si elle fait l'effort de repenser les besoins des Marocains

La grande distribution stagne, mais certains opérateurs s'en sortent mieux que d'autres. C'est en l'occurrence le cas de Label'Vie, seul opérateur coté du secteur et donc unique acteur de la grande distribution à publier ses résultats. Avec un chiffre d'affaires de 6,7 milliards de dirhams, en hausse de 6,7 %, et 63 points de vente, l'année 2015 est un bon cru pour l'enseigne.

De manière générale, la GMS progresse, non seulement parce qu'elle offre un plus grand confort d'achat, mais aussi car elle met à disposition des marques un plus grand espace de communication, appuyé par une mécanique promotionnelle agressive et novatrice. « Tout cela se fait dans la douleur, car les fournisseurs sont amenés à régler des budgets de coopération colossaux pour bénéficier des campagnes promotionnelles. La GMS est une belle vitrine qui, à mon sens, coûte encore beaucoup trop cher par rapport à ce qu'elle rapporte. Aussi, pour être référencé, le coût d'accès à la GMS

est prohibitif (environ 500 dirhams par référence et par magasins, soit en moyenne entre 300 000 et 1 200 000 dirhams), ce qui pénalise le renouvellement de l'assortiment en magasin », nuance un grand industriel de l'agroalimentaire.

De l'avis de ce dernier, il y a encore beaucoup d'opportunités pour la GMS si elle fait l'effort de repenser les besoins des Marocains. Or, aujourd'hui, elle se contenterait de recevoir les propositions des fournisseurs. Par exemple, nombre de ménagères affectionnent désormais la pâtisserie moderne faite maison. Leur offrir de nouvelles unités de consommation sur certains produits peut être une véritable valeur ajoutée. Au même titre, le bio et les produits du terroir constitueraient également des leviers qui mériteraient d'être davantage exploités par la GMS.

Le concept de « retailtainment »

« Aujourd'hui, la croissance des ventes dans la GMS est étroitement liée aux ouvertures de magasins. La décélération des ouvertures dans le secteur en 2015 est l'une des causes de sa faible progression », commente l'analyste financier d'une grande banque. En effet, en 2015, 52 magasins ont ouvert, contre 74 une année plus tôt. Le tandem Marjane/Acima, qui détient plus de 50 % de parts de marché, a ouvert trois supermarchés et en a fermé deux. Alors que Marjane Holding avait annoncé un plan d'ouvertures de cinq à six hypermarchés par an, le changement de son management a visiblement impacté sa stratégie.

Du côté d'Aswak Assalam, le management dit avoir réalisé une croissance de 2,5 % avec l'ouverture de trois hypermarchés sur l'axe Casa-Tanger.

Pour autant, selon un expert de la grande distribution, ce n'est pas le ralentissement du rythme des ouvertures qui pose problème, mais bien la qualité de service. Certains opérateurs dans la GMS n'auraient pas su la maintenir, ce

qui a poussé les CSP A et B+ à se tourner vers d'autres modes de consommation, pour laisser place aux CSP B et C, avec un impact plus que sensible sur le panier moyen. C'est ainsi que la GMS se retrouve contrainte à s'inscrire dans la promotion permanente. « Les consommateurs ne cherchent pas forcément que le prix, du moins une certaine catégorie d'entre eux. Le confort reste primordial, mais aussi la rénovation de l'assortiment, les formats, les offres et les produits innovants. Les consommateurs aujourd'hui cherchent d'abord du "retailtainment", une sorte de combinaison entre le retail et l'entertainment », pense ce spécialiste de la grande distribution.

BIM, un acteur atypique

La GMS a cependant réalisé une grande progression sur Casablanca, en particulier grâce à BIM qui a démocratisé l'accès à la consommation moderne aux standards internationaux pour des populations qui effectuaient, jusqu'alors, leurs achats dans le traditionnel. « Avec ses 296 points de vente, sa proximité et son offre promotionnelle très agressive, notamment avec les "offres spot du vendredi", BIM est "un animal intéressant". Il a une dynamique

À Casablanca, dans le food, le circuit moderne représenterait 50 % de la distribution

de marché que les autres n'ont pas. Il ne passe pas son temps à négocier avec les fournisseurs, et concentre plutôt ses efforts sur la rénovation de l'assortiment produit », ajoute la même source. Si BIM dérange les grandes enseignes, le traditionnel ne semble pas encore touché. En revanche, l'implantation de l'enseigne turque à Fès et dans d'autres villes moyennes à court terme est à surveiller de très près.

Aujourd'hui, si le traditionnel tient tête à la GMS, c'est aussi parce qu'il a accepté la main tendue des fournisseurs en matière de rénovation et d'aménagements, etc. Les épiceries de quartier ont fait beaucoup d'efforts en terme de merchandising et veillent à une meilleure tenue des comptes de crédits.

« Je pense que nous avons atteint la maturité en terme de cohabitation entre grande distribution et traditionnel dans le food. Désormais, l'enjeu pour la GMS est d'être moteur de changement, en étant exemplaire en matière de sécurité alimentaire, en mettant en avant les produits locaux et l'agriculture, et en respectant stricto sensu la réglementation », conclut le spécialiste de la grande distribution. *

► Soumayya Douieb, journaliste



3 questions à M'hamed Hassan Bennani,

Directeur Général de Cosmos

« Dans l'électroménager, la distribution moderne représente 49 % en 2015 »

Quelle est aujourd'hui la part de la distribution moderne dans l'électroménager en général ?

Indéniablement, aujourd'hui, la distribution moderne est en train de prendre des parts de marché à la distribution traditionnelle. Selon les statistiques de GFK, en 2015, le traditionnel représentait 51 % contre 49 % pour le moderne.

Durant les sept dernières années, le traditionnel est passé de 70 % à 51 %, c'est vous dire le rythme de croissance du moderne. Il y a une grande progression, car les consommateurs, dans les grandes villes, cherchent la sécurité au niveau de la garantie, le service, le conseil, etc., surtout qu'il s'agit généralement d'achats réfléchis pour lesquels ils passent par un organisme de crédit, et estiment, par conséquent, ne pas avoir droit à l'erreur. D'ailleurs, les ventes via les organismes de crédit représentent 25 % de notre chiffre d'affaires.

Toutefois, cela ne signifie pas pour autant que le traditionnel va disparaître. Loin de là ! Il y a des zones reculées dans lesquelles les distributeurs spécialisés ne vont pas. Par exemple, nous ne nous implantons pas dans des villes qui comportent moins d'un million d'habitants ou moins de 700 000. Il reste donc les villages, les petites villes, etc.

Comment se comportent les ventes à proprement parler dans votre secteur ?

Et bien, toujours selon les statistiques de GSK, les ventes ont enregistré une progression de 18 % de manière générale, entre le petit électroménager, le grand électroménager, les produits informatiques, la téléphonie, etc. Aujourd'hui, les plus petits ont du mal à se développer, et je pense que, dans ce marché, nous aurons, à terme, quatre grandes enseignes sur tout le Maroc

Qu'en est-il pour Cosmos ?

Cosmos a été créé en 2011, on ne peut donc que progresser et gagner de nouvelles parts de marché. Et c'est bien pour cela que, chaque année, nous avons une croissance à deux chiffres. Pour notre part, nous y allons doucement, mais sûrement. Nous sommes à neuf points de vente (Casablanca, Rabat, Tanger, Fès et Marrakech) et nous comptons en ouvrir quatre en 2016, principalement situés en centre-ville. Bien que nous accompagnions les Kitea Géant et certains mégastores Mobilia, notre stratégie dans les grandes villes est de nous positionner comme une enseigne de proximité. *

► Propos recueillis par Soumayya Douieb

« Il faut informer non seulement des consommateurs, mais aussi des vendeurs »



Interview de Younes Anibar, Avocat et Vice-Président de l'association de protection des consommateurs de Casablanca

Elle existe depuis 2011 et pourtant peu de consommateurs connaissent les recours auxquels ils peuvent prétendre. Maître Younes Anibar nous livre les grandes lignes et ce qu'il faut retenir de la loi sur la protection des consommateurs.

Conjoncture : Où en est aujourd'hui l'application de la loi sur la protection du consommateur ?

Younes Anibar : La loi sur la protection du consommateur a vu le jour en 2011. Elle comportait beaucoup de dispositions qui étaient applicables sur le champ, mais d'autres sont restées tributaires de décrets d'application. Toutefois, à date d'aujourd'hui, tous les décrets sont sortis à l'exception de celui du mandat d'ester en justice accordée aux associations de protection de consommateurs d'utilité. Ce décret, qui est bloqué au niveau du SGG (Secrétariat Général du Gouvernement), permettra aux associations d'intervenir ou d'introduire des recours en cas de besoin. La loi est tout de même applicable pratiquement dans son intégralité. Certains textes ne sont applicables que depuis le premier avril dernier, notamment celui qui concerne l'Offre Préalable de Crédit (OPC). Désormais, avant l'octroi d'un crédit à la consommation ou d'un crédit immobilier, il faut que l'organisme concerné formule une OPC. Le consommateur dispose ensuite d'un délai de sept jours pour accepter l'offre et, même après l'acceptation, il bénéficie d'un délai de rétractation de sept jours. Ce dernier décret est donc venu préciser la forme de l'OPC.

À l'heure actuelle, quelles sont les dispositions phares à retenir de cette loi ?

Cette loi est pluridisciplinaire, elle comporte plusieurs chapitres et chacun d'entre eux inclut des mesures qui ont été édictées pour la protection du consommateur. Le choix du mot « protection » dans l'appellation de cette loi est d'ailleurs très important, car on s'inscrit déjà dans un principe de déséquilibre contractuel.

Parmi les mesures les plus marquantes, il y a les mesures contre les clauses abusives (un apport très important de l'article 18), le droit à l'information (afin de permettre au consommateur de faire un choix rationnel et bien réfléchi), le droit de rétractation, sauf qu'il ne concerne que les crédits et les ventes à distance, ainsi que le délai de garantie et le délai de grâce.

En quoi consiste exactement le délai de grâce ?

Le délai de grâce s'applique lorsqu'un consommateur ou un emprunteur, suite à un événement social imprévisible, se voit dans l'impossibilité d'honorer ses engagements, ne serait-ce que provisoirement. Dès lors, ce dernier peut prétendre à un délai de grâce qui peut aller jusqu'à deux ans, bien entendu sur autorisation du juge. Le consommateur a également la possibilité de passer préalablement, toujours pour des cas similaires d'événements sociaux imprévisibles, par le médiateur bancaire avant l'engagement de toute action judiciaire.

Quant au délai de garantie, il a été rallongé de manière sensible. Dans le texte initial du DOC, ce délai était d'un an pour l'immobilier et de 30 jours pour les biens mobiliers. Aujourd'hui, il a été porté respectivement à deux ans et à un an.

Autre mesure importante, lors de l'octroi d'un crédit, les organismes prêteurs avaient la possibilité de faire signer des billets à ordre. Aujourd'hui, ces mesures de garanties sont frappées de nullité absolue. Certains juges l'appliquent même de façon presque systématique. Les mesures de garanties se limitent ainsi aux hypothèques et aux nantissements et excluent les billets à ordre ou les reconnaissances de dettes.

Un dernier point très important en matière de crédit : la défaillance de l'emprunteur ne peut s'acter qu'après trois mois d'impayés successifs. Enfin, il y a beaucoup d'autres mesures.

Vous avez évoqué tout à l'heure le droit à l'information. De quoi s'agit-il au juste ?

Il est vrai que le droit à l'information est subjectif. En réalité, il s'agit de savoir ce que le consommateur est en droit d'attendre comme informations au sujet d'un produit, d'une marchandise, d'un service, etc. Le fournisseur doit produire toutes les informations nécessaires pour permettre au consommateur de s'engager de manière sereine et réfléchie, en ayant conscience de toutes les conséquences juridiques que cela implique. Aujourd'hui, on ne peut pas garder des informations qui seraient importantes. Je vous donne un exemple simple, que je viens de traiter récemment. Une personne qui souhaitait résilier sa ligne téléphonique s'attendait à ce que la résiliation se fasse immédiatement. Il se voit opposer une facture correspondant au paiement d'un mois supplémentaire, car, en réalité, la résiliation ne s'est opérée que le mois suivant. Voilà le genre d'informations auxquelles le consommateur pourrait prétendre avoir accès afin d'agir en connaissance de cause. Par droit à l'information, on entend toutes les informations importantes engageant la responsabilité du consommateur qui, s'il en avait eu connaissance au départ, ne se serait pas engagé. Typiquement, dans le cas de la VEFA, il faudrait préciser le projet, l'orientation, etc. En somme, il s'agit de délivrer un maximum d'informations pour éviter les vices de consentement et éliminer toute source d'erreur par rapport à la chose vendue. On fait donc une grande entorse à l'article 230 du DOC (Dahir formant Code des Obligations et des Contrats), qui instaurait le principe selon lequel le contrat est la loi des parties. En outre, et en vertu de cette nouvelle règle, il faut que le fournisseur puisse prouver que toute l'information a été communiquée au consommateur en vue de lui permettre de faire un choix rationnel. Ceci étant, le rôle du juge reste essentiel pour délimiter le champ de l'information : où commence-t-il et où s'arrête-t-il ?

Quelle évaluation peut-on faire de l'application de cette loi ?

À l'occasion des Journées du consommateur (qui débutent le 15 mars et qui s'étalent sur une bonne dizaine de jours), nous en dressons chaque année un bilan. De manière générale, nous avons été agréablement surpris, en particulier par la position prise par les juges. Beaucoup de jurisprudences sont allées dans le sens de l'application de l'esprit de la loi, à savoir protéger le maillon faible de la chaîne.

Pouvez-vous nous donner des exemples en la matière ?

Certaines décisions ont rejeté le billet à ordre comme garantie, et sur la base duquel des saisies ont été obtenues. Du coup, le juge a par exemple ordonné leur levée. Dans le registre des taux excessifs, il y a eu un cas où un tribunal, à Fès je pense, a considéré une clause comme abusive. C'est donc un premier pas vers l'interprétation de ce qui relève de la clause abusive dans un contrat. Parallèlement, je me réjouis du fait que des établisse-

ments bancaires et des établissements de crédit aient pris contact avec moi et d'autres confrères, dans le but de faire des formations et d'adapter leurs contrats à la loi sur la protection du consommateur. C'est très encourageant.

Par ailleurs, selon l'article 59, un article très important de la loi, si l'engagement est basé sur un abus de faiblesse ou sur l'ignorance du consommateur, l'engagement est nul. Non seulement il est nul, ce qui implique la restitution des sommes avancées, mais il donne droit, en plus, à des dommages et intérêts. Là encore, la loi sur la protection du consommateur fait une entorse au cas classique du DOC qui prévoit uniquement la restitution des sommes avancées. L'article 59 est, en soi, une grande avancée, sauf que le tribunal n'a pas encore eu l'occasion de se prononcer sur de tels cas. Depuis 2011, il n'y a pas eu non plus de cas qui ont épuisé toutes les voies de recours pour arriver à la Cour de Cassation, la juridiction suprême qui instaure des actes de principes. Cela devrait venir dans les deux ou trois prochaines années, lorsque de nouveaux cas seront soumis au tribunal.



« Le délai de grâce s'applique dans le cas où un consommateur ou un emprunteur, qui suite à un événement social imprévisible, se voit dans l'impossibilité d'honorer ses engagements, ne serait-ce que provisoirement. Il peut aller jusqu'à 2 ans. »

Quels sont, justement, les enjeux à venir de cette loi ?

Notre objectif est, finalement, de pérenniser les relations entre consommateurs et vendeurs. Nous ne cherchons pas à déséquilibrer, mais à rétablir l'équilibre dans les rapports contractuels entre les parties.

Malheureusement, il y a un manque de formation et d'information, non seulement chez les consommateurs, mais aussi chez les vendeurs. Certains commerçants conçoivent des publicités ou organisent des soldes sans respecter la loi. L'infraction peut être constatée à travers une simple visite. Il faut donc sensibiliser tous les intervenants, et non pas uniquement le consommateur. D'ailleurs, dans le cadre de l'association, nous travaillons sur ce volet. Nous avons un guichet consommateur où nous recevons les réclamations. Malheureusement, en face, rares sont les fournisseurs qui réagissent. Très souvent ils sont dans l'ignorance totale de ce que prévoit la loi et sont confrontés à des décisions qui vont à l'encontre de leur intérêt. Et ce n'est pas ce que nous cherchons. *

► Propos recueillis par Soumayya Douieb

« Les politiques des enseignes doivent être pensées différemment dans leur plan de développement »

Interview de Mohamed Idrissi, Président de Mobilia

Malgré la présence de plus en plus importante d'enseignes structurées dans le secteur de l'ameublement, la distribution traditionnelle reste prédominante à l'instar du reste du marché. L'arrivée du géant suédois Ikea risque-t-elle de changer la donne ? Éléments de réponse.

Conjoncture : Pouvez-vous nous dresser un état des lieux de la distribution traditionnelle et de la distribution moderne ?

Mohamed Idrissi : Depuis 2003, la distribution moderne, tirée par l'alimentaire comme locomotive, a commencé à prendre de l'ampleur dans le « non-food », notamment dans l'ameublement, l'électroménager, l'habillement, etc. Cette distribution moderne a également commencé à se professionnaliser par le biais de l'arrivée de franchises étrangères. Depuis une dizaine d'années, ce marché, qui s'est structuré et qui est parvenu à fidéliser bon nombre de clients, a attiré de plus en plus de consommateurs au détriment du marché traditionnel qui n'a pas encore su outrepasser ses contraintes, à savoir : pas de garantie, pas de livraison, pas de marque, pas de facture, etc.

Il y a une quinzaine d'années, dans le non-food, j'estime que la distribution traditionnelle a capté 85 % du marché, contre 15 % pour le moderne. Aujourd'hui, le moderne a dû gagner 20 % supplémentaire, voire plus, pour être quasiment à pied d'égalité avec le traditionnel dans le non-food.

Comment expliquez-vous la logique qui sous-tend cette conclusion, vu qu'il n'existe pas de chiffres officiels actualisés à ce sujet ?

Sur la base de notre vécu, de notre expérience étayée par l'évolution du marché, je pense que la distribution non-food moderne dans l'axe Casa-Rabat doit être à plus de 50 %. Je l'estime même à 65 % dans tout le non-food confondu. En revanche, le fait que le marché traditionnel soit encore dominant en dehors de l'axe Casa-Rabat contrebalance ce chiffre-là. Dès que vous sortez de ces deux grandes villes, à Fès, Tanger, El Jadida ou Agadir, le traditionnel pèse environ pour 70 %. Dans le rural, qui concentre entre 10 à 15 millions d'habitants, c'est du 100 %, évidemment. (...)

Qu'en est-il dans secteur de l'ameublement, en particulier ?

Le secteur du meuble a été impacté négativement uniquement depuis deux ans. Je dirais même que durant toute l'année 2014, le secteur se portait bien.

D'abord, parce qu'il n'y a pas beaucoup d'opérateurs en dehors de KITEA, Mobilia, Istikbal, Yadeco, Kaoba, etc. Il n'y a donc pas beaucoup de concurrence, alors que dans la plupart des pays il existe une vingtaine voire une trentaine d'enseignes, si ce n'est une centaine comme sur le marché turc. En Turquie par exemple, chaque enseigne dispose d'un réseau d'une centaine de magasins, à l'image d'Istikbal qui en détient près de 2 000. Au Maroc, il y a, en réalité, à peine deux grandes enseignes structurées, avec en moyenne une vingtaine de magasins chacune. A deux, on ne représente même pas une petite enseigne en Turquie.

Pour en revenir au fléchissement du marché, il a été ressenti en 2015 à cause de l'immobilier, car notre activité y est étroitement liée. Nous avons dans notre panier de vente plus de 50 % du chiffre qui est généré par le nouvel équipement, et 30 % à 40 % généré par des achats de renouvellement. De ce fait, quand les transactions immobilières ont accusé une importante baisse et cela a impacté la partie « nouvel équipement » de notre business. Par ailleurs, la partie « renouvellement » a, elle aussi, été impactée, d'une manière ou d'une autre, par la crise de la consommation des ménages.

Toutefois, je pense que dans le secteur de la distribution de meubles, le poids du traditionnel y est encore plus important que dans le « hors meuble » et doit représenter près de 70 % du marché.

Pourquoi la distribution moderne ne parvient-elle pas à progresser davantage ?

Il faut peut-être davantage d'enseignes sur le marché. Il y a une forte concentration sur l'axe Casa-Rabat, peut-être faut-il s'implanter davantage dans les petites villes ? Aussi bien Mobilia que KITEA. Au meilleur des cas, nous avons un point de vente par ville, avec des surfaces moyennes entre 500 m² et 1 000 m². Ce n'est pas

énorme. Il n'est pas possible, par exemple, de desservir une ville comme Fès, qui est très élargie et qui compte en tout près d'un million d'habitants, avec un seul magasin. Il en faudrait une quinzaine qui, de surcroît, devrait accompagner la création des nouveaux quartiers. Mieux encore : il faudrait, pourquoi pas, envisager de desservir ces quartiers naissants pendant quatre ou cinq ans, quitte à se déplacer plus tard, quand la demande y sera saturée ou arrivée à maturité. Or, la stratégie dominante veut que les points de vente soient situés sur les grands axes en centre-ville. Autrement dit, les politiques internes des enseignes doivent être pensées différemment dans leur plan de développement. Nous nous sommes enfermés dans un business model basé sur de grandes superficies, voulant sans doute anticiper sur l'arrivée d'Ikea avec des investissements immobiliers énormes.

Or, le marché devrait éventuellement se structurer différemment : plus d'enseignes de proximité avec un service de qualité vont peut-être permettre à la distribution moderne de se substituer petit à petit au traditionnel. Une stratégie qu'il faudrait accompagner avec davantage de communication et d'offres « premiers prix ».

Où en est aujourd'hui votre enseigne Mobilia ?

Nous avons une vingtaine de magasins actuellement, et cette année nous allons en ouvrir trois. Nous avons déjà inauguré celui de Marrakech, en face de la gare, et nous comptons nous implanter à Agadir et à Fès avant fin juin. Par ailleurs, nous allons nous développer en franchise en Mauritanie, car nous souhaitons développer l'Afrique après la déconvenue de nos partenaires en Algérie (ndlr : Mobilia a été présente en Algérie de 2009 jusqu'en 2013). Dans un ou deux mois au plus tard, le magasin de Nouakchott devrait ouvrir ses portes, et nous sommes également en pourparlers avec des partenaires au Sénégal et en Côte d'Ivoire.

Par ailleurs, nous allons déployer une nouvelle stratégie en nous positionnant en tant que distributeur de proximité. Notre but, c'est d'avoir, dans quatre ans environ, plusieurs magasins par ville d'une surface moyenne de 800 m², un peu sur le modèle de BIM. Aussi, nous allons accompagner les quartiers naissants quitte à, comme je vous l'ai dit, changer de localisation dès que le quartier arrive à son niveau de croissance maximale. C'est la raison pour laquelle, nous allons désormais opter pour du locatif. Il faut complètement changer de business model face à l'arrivée d'Ikea pour ne pas se trouver dans une position frontale.

Concrètement, comment allez-vous mettre en œuvre cette nouvelle stratégie ?

Nous sommes actuellement en train d'ouvrir le capital de Mobilia à de nouveaux investisseurs. (...) Aujourd'hui, nous sommes très avancés dans nos négociations avec un fonds en particulier, nous sommes même en phase de closing. D'ailleurs notre nouveau DG ainsi que la nouvelle équipe ont été validés conjointement avec le fonds. D'ici fin avril, nous communiquerons le nom du fonds,

et à partir du second semestre nous démarrerons le déploiement à plein régime de notre nouvelle stratégie.

Y aura-t-il, selon vous, un effet Ikea sur le marché, et sur Mobilia plus particulièrement ?

Je connais bien Ikea pour y avoir travaillé lorsque j'étais étudiant en Belgique puis à Londres. Ikea, c'est un géant. Simplement, faut-il rappeler que l'essentiel des grandes enseignes européennes comme Atlas, qui avait pour partenaire le groupe Holmarcom, ou encore BUT, ont rapidement plié bagage ? Bien qu'elles aient scellé des partenariats avec de grands groupes marocains, elles n'ont pas pour autant réussi à percer. Cependant, Ikea c'est autre chose, c'est une énorme machine de guerre. Ceci dit, maintenant que nous avons visité Ikea à Zenata, que nos équipes ont effectué des relevés de prix, que nous avons fait des brainstormings autour de leur offre, nous pouvons affirmer qu'Ikea ne représente pas une concurrence de taille pour nous. (...) À moins qu'ils ne s'adaptent aux goûts des Marocains et qu'ils créent pour eux des choses spécifiques, nous n'avons pas de souci à nous faire.



« Nous allons déployer une nouvelle stratégie en nous positionnant en tant que distributeur de proximité, car il faut complètement changer de business model face à l'arrivée d'Ikea pour ne pas être en position frontale. »

Ne pensez-vous pas qu'à terme, Ikea puisse justement peu à peu adapter son offre ?

Etant donné leur politique internationale, c'est peu probable, car même le nom des produits n'a pas été adapté. Aussi, le modèle Ikea sur deux voire trois hectares n'est pas facilement duplicable sur d'autres villes. Je pense qu'au-delà de Casablanca, il pourrait y avoir un autre magasin à Rabat, mais pas plus. Dans les autres villes, ce serait de la pure perte vu le niveau du pouvoir d'achat. Aujourd'hui, il est indispensable de mesurer niveau d'investissement et niveau de rentabilité. Au Maroc, nous ne sommes pas dans une course de grandeur de magasins. (...)

Pour conclure, si nous élargissons à l'horizontal notre réseau, si nous ne dépendons plus à 100 % de l'axe Casa/Rabat, si nous restons focalisés sur l'ameublement, et si nous adaptions notre offre à la clientèle en fonction des quartiers où nous nous implantons, nous n'avons rien à craindre.

Bien entendu, il faut rester en veille par rapport ce que fait la concurrence, mais il reste que le produit demeure la pièce maîtresse du succès. *

► Propos recueillis par Soumayya Douieb

L'ÉVÉNEMENT TECHNIQUE DE L'AGROALIMENTAIRE



- 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

ORGANISÉ PAR :



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

WWW.CFIA-MAROC.COM

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

- **Juridique** La dissolution judiciaire d'une société : solution à la mésentente grave entre associés
- **Juridique** Reforme du régime juridique de la VEFA: que faut-il retenir ?

La dissolution judiciaire d'une société : solution à la mésentente grave entre associés

Il en est des sociétés comme des mariages, les personnes s'y engagent pour la vie, et, à tout le moins, pour la durée de la leur. Sauf que le conflit fait partie des risques de l'existence et de l'entreprise et que le « je t'aime moi non plus » dans le monde des affaires va se traduire par des conséquences lourdes et définitives.

S'agissant de sociétés, il arrive bien souvent que les associés perdent de vue, au fil du temps, l'affectio societatis qui les a réunies lors de la création de la personne morale en raison de la détérioration de leurs relations personnelles et divergences d'opinion ou pour des motifs d'ordre technique ou stratégique.

Malheureusement, tout en étant fréquente, la mésentente entre associés fait rarement l'objet de clauses préventives dans un pacte d'actionnaires, dans les statuts ou dans tout autre type d'accords et conventions de sortie de capital, ce qui est d'autant plus pénalisant dans les sociétés où le capital est réparti à 50/50 entre deux associés ou deux groupes d'associés.

Lorsque ces litiges mènent à la paralysie du fonctionnement de la société et qu'aucun des associés ne souhaite céder ses titres sociaux ou ne peut quitter le groupe en cédant ses actions, la seule option envisagée est judiciaire : une demande de dissolution de l'entreprise, ce qui revient à demander au juge de déclarer l'acte de décès de celle-ci et entraîne sa liquidation.

Ainsi, et même si bon nombre de personnes concernées l'ignorent, il existe des situations que le Dahir formant Code des Obligations et Contrats (DOC) considère comme pouvant justifier la dissolution d'une société par la voie du tribunal, sur demande de l'un des associés.

Ces dispositions ne sont, cependant, pas assez précises pour susciter une vaste interprétation doctrinale et d'après batailles jurisprudentielles.

Fondement légal de la dissolution judiciaire

L'article 1056 du DOC stipule ainsi que « tout associé peut poursuivre la dissolution de la société, même avant le terme établi, s'il y a de justes motifs, tels que des mésintelligences graves survenues entre les associés, le manquement d'un ou de plusieurs d'entre eux aux obligations résultant du contrat, l'impossibilité où ils se trouvent de les accomplir ». Cet article ne précise pas la procédure de

décisions prononcées dans l'Hexagone. Deux conditions sont ainsi posées par la Cour de Cassation française et reprises par nos tribunaux : l'exigence de l'existence d'une mésentente grave d'une part et de la paralysie économique et financière de l'entreprise d'autre part.

De chaque côté de la Méditerranée, les juges considèrent que la dissolution d'une société pour cette raison doit revêtir un caractère exceptionnel, car il s'agit bien d'un acte définitif et irréversible.

« La création d'une société nécessite un travail de réflexion en amont sur l'organisation des relations entre associés, que ces derniers seraient bien avisés de consigner dans les actes conventionnels d'usage. »

dissolution et n'apporte aucune information relative à la définition du « juste motif », il se contente de citer quelques exemples de cas pouvant être considérés comme tels.

Il ajoute cependant la mention selon laquelle « les associés ne peuvent renoncer par avance à ce droit », ce qui donne un caractère d'ordre public à cette clause ce qui signifie que le Législateur a voulu la qualifier d'inviolable et incontournable par des conventions ou accords.

En se penchant sur les différentes études et certains jugements rendus, il s'avère que dans ce domaine aussi, le Législateur marocain s'est largement inspiré des dispositions du Code Civil français et des

Dans la pratique, sont considérées comme causes graves et sérieuses et donc comme « justes motifs » les situations où les divergences entre associés empêchent de tenir les assemblées, de décider des affaires courantes, de désigner un Directeur Général, etc. En bref, toutes les causes qui sont de nature à compromettre la continuité de la société en bloquant toute action commune.

De manière générale, le juge, avant de prononcer la décision de dissolution, examine le motif présenté, mais tient compte également de l'intérêt de la société en tant que somme des intérêts individuels des associés qui la constituent, tout en veillant à contrôler les



Nawal Ghaoui, Avocat près la Cour Suprême et Présidente de la Commission Juridique, Fiscale et Sociale de la CFCIM

cas d'abus de droit, qu'ils émanent d'une partie minoritaire ou d'un associé majoritaire. En effet, il est difficile de condamner à la liquidation une entreprise saine, prospère ou, à tout le moins, viable.

On remarque, enfin, que les demandes de dissolution judiciaire sur la base de l'article 1056 du DOC sont rares et se basent essentiellement sur les motifs cités par le législateur alors qu'ils ne représentent que des exemples et que des situations multiples pourraient être interprétées comme de « justes motifs ».

L'action judiciaire en dissolution

En l'absence de dispositions relatives à la procédure de dissolution basée sur l'article 1056 du DOC, la partie concernée doit intenter son action devant les Tribunaux de Commerce, dans une action au fond permettant aux parties d'échanger leurs arguments. Si le jugement de dissolution est prononcé, le tribunal désigne dans la même décision un liquidateur qui va mener sa mission jusqu'à la radiation de la société auprès des services du Registre du Commerce.

Limites de l'action en dissolution d'une société

Le juge va, tout d'abord, examiner si la demande de dissolution est demandée par l'associé fautif et chercher qui est

à l'origine de la mésintelligence et du blocage. Dans un tel cas, le juge rejettera cette demande. Il lui est loisible de condamner l'associé concerné à des dommages et intérêts pour abus dans l'exercice de son droit.

Par ailleurs, le Législateur marocain a été particulièrement innovant en prévoyant une disposition légale posant une limite à la demande de dissolution judiciaire par l'un des associés. Par l'article 1060 du DOC, il a donné au juge la possibilité et le pouvoir de prononcer l'exclusion de la société à l'encontre de l'associé ayant demandé la dissolution de celle-ci, ce qui n'existe pas en Droit français.

Il a certainement voulu par cet article permettre aux sociétés économiquement saines de régler autrement que par la dissolution la situation de blocage due à la mésintelligence entre leurs membres et sanctionner un associé de mauvaise foi qui chercherait à faire pression sur ses partenaires par cette voie.

Le juge, dans ce cas, ne se contente pas d'examiner la situation économique et financière de la société, il prend connaissance des éléments de fait et de droit et décide s'il doit en lieu et place de prononcer la dissolution, exclure l'associé qui en a fait la demande alors même qu'il est la cause de cette mésintelligence ou ce blocage. Attention, donc, à l'effet boomerang d'une telle demande, lorsqu'elle n'est pas

diligentée dans les conditions posées par la Doctrine et la Jurisprudence.

Solutions alternatives et prévention

La création d'une société nécessite un travail de réflexion en amont sur l'organisation des relations entre associés, que ces derniers seraient bien avisés de consigner dans les actes conventionnels d'usage (statuts, pacte d'actionnaires, conventions, etc.) afin de solutionner tout litige lié à une mésentente grave.

Par ailleurs, et avant que le blocage ne se produise de manière irrémédiable, chaque associé se devrait d'user de ses droits et de tous les outils mis à sa disposition par les différents textes du Droit des Sociétés ou du Code Civil (DOC) : les questions écrites, le droit de communication, le droit de vote en assemblée, etc.

Il est, en outre, fortement conseillé de ne pas entrer en situation d'égalité dans le capital, à moins d'envisager un droit de retrait en cas de blocage ou toute autre solution équivalente.

Enfin, il est vivement recommandé, avant toute procédure judiciaire, de s'en remettre à des modes alternatifs de résolution des conflits, tels que la médiation, qu'il est possible de rendre obligatoire par l'insertion d'une clause adéquate dans les statuts de la société ou dans le pacte d'actionnaires. *



www.cfcim.org



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



Reforme du régime juridique de la VEFA Que faut-il retenir ?

Le législateur marocain vient d'adopter un projet de loi modifiant et complétant la loi existante en matière de vente d'immeubles en l'état futur d'achèvement (VEFA). Il poursuit ainsi sa volonté d'ériger un cadre transparent et efficient pour les transactions immobilières sur les locaux en construction ou sur plans, tout en assurant une meilleure protection de l'acquéreur.



Jean-François Levraud,
Avocat Associé -
Gide Loyrette Nouel
Casablanca



Loris Marghieri, Avocat
au Barreau de Paris -
Gide Loyrette Nouel
Casablanca

Une vente en l'état futur d'achèvement se définit selon le nouvel article 618-1 du DOC comme toute convention par laquelle le vendeur s'oblige à édifier un immeuble dans un délai déterminé et à en transférer la propriété à l'acquéreur en contrepartie d'un prix à payer par ce dernier au fur et à mesure de l'avancement des travaux.

Bien que la définition précise désormais que le vendeur s'engage à transférer la propriété de l'immeuble, ce transfert continue à s'opérer à l'achèvement et non pas au fur et à mesure de l'état d'avancement des travaux, comme c'est le cas pour le versement du prix de vente.

Enfin, on notera que le contrat de VEFA peut toujours porter sur un immeuble à usage d'habitation ou à usage professionnel, commercial, industriel ou artisanal et peut être conclu par toute personne de droit public ou de droit privé.

Tout en légalisant la faculté pour les parties de conclure un acte ou un contrat dit de « réservation », la loi n° 107-12 n'a pas remis en cause une des caractéristiques essentielles de la VEFA, à savoir la réalisation d'une vente en deux phases successives : le contrat de vente dit « préliminaire » suivi du contrat de vente dit « définitif » opérant le transfert de propriété du bien à compter de son inscription sur les registres fonciers.

CE QUI CHANGE

Si les fondamentaux demeurent, la loi n° 107-12 innove à plusieurs titres et on retiendra notamment les éléments nouveaux suivants :

L'obligation d'appliquer la loi sous peine de nullité : cette nouveauté, qui illustre la volonté du législateur de lutter contre les mauvaises pratiques en la matière, frappe de nullité toute opération qui serait conclue en violation du cadre légal.

La possibilité d'établir le contrat de vente préliminaire après l'obtention de l'autorisation de construire : la loi n° 107-12 innove en permettant aux parties de conclure le contrat de vente préliminaire dès l'obten-

remboursement des avances ou garantie d'achèvement des travaux, etc.) ;

- le montant maximum à verser par l'acquéreur lors de la signature du contrat de vente préliminaire, à savoir 10 % du montant global du prix de vente ou 5 %, dans le cas d'un contrat de réservation ;
- l'obligation pour le vendeur d'établir et de délivrer à l'acquéreur un cahier des charges conforme au plan architectural autorisé par le permis de construire, accompagné d'un plan ne varietur.

« Le contrat de réservation ne pourra être signé par les deux parties, sous peine de nullité, qu'une fois le permis de construire obtenu. »

tion de l'autorisation de construire et non plus seulement après l'achèvement des travaux des fondations au niveau du rez-de-chaussée. Cette nouveauté vise ainsi à favoriser la recherche de financements pour les promoteurs, et ce, avant le démarrage de l'opération.

La formation du contrat préliminaire de vente : le législateur fixe un cadre strict pour la conclusion du contrat préliminaire de vente, notamment :

- les mentions obligatoires que doit contenir le contrat (numéro du titre de propriété, numéro du permis de construire, prix de vente définitif, modalités de paiement, délai de livraison, garantie de

La consécration légale d'un contrat optionnel dit de « réservation »

Aujourd'hui, le contrat de réservation ne pourra être signé par les deux parties, sous peine de nullité, qu'une fois le permis de construire obtenu. Si ce contrat ne nécessite pas l'intermédiation d'un notaire ou d'un professionnel agréé, il devra cependant comporter les mêmes mentions obligatoires que pour le contrat préliminaire de vente, à l'exception de la mention relative à la garantie. En outre, l'acompte ne pourra excéder 5 % du montant global du prix de vente et sera consigné dans un compte sous séquestre jusqu'à l'expiration du délai du droit de rétractation. Par ailleurs, on notera que la loi n° 107-12 limite la durée

de validité du contrat de réservation à six mois non renouvelables, sauf rétractation du candidat acquéreur dans les conditions prévues par la loi.

Institution d'un droit de rétractation au profit de l'acquéreur : aux termes du nouvel article 618-3 du DOC, l'acquéreur dispose de la faculté de renoncer à la vente dans un délai maximum d'un mois à compter de la signature du contrat de réservation. Dans ce cas, le vendeur est tenu de restituer l'avance versée par l'acquéreur, et ce dans un délai de sept jours à compter du désistement (on conseillera vivement à l'acquéreur d'adresser sa notification de désistement quelques jours avant le terme du délai de rétractation).

Un nouveau calcul de l'indemnité en cas de résiliation : l'indemnité à verser en cas de résiliation du contrat de réservation ou du contrat de vente par la partie défaillante a également été reformée. Désormais, il ne s'agit plus d'un montant maximum, mais d'un montant fixe calculé non plus sur le prix de vente, mais sur les montants versés. L'indemnité s'élève ainsi à 15 % des montants versés, si la résiliation intervient avant l'achèvement des travaux de gros œuvre, ou à 20 % des montants versés, en cas d'achèvement des travaux de finitions et d'obtention du permis d'habiter ou du certificat de conformité.

Prise en compte et encadrement du retard dans la réalisation des travaux :

La loi n° 107-12 supprime la condition d'un accord préalable de l'acquéreur pour y substituer une simple information préalable de la part du vendeur, et ce, au plus tard un mois avant la date initiale d'achèvement. Toutefois, la loi n° 107-12, dans un souci d'équilibre, limite le possible retard du vendeur à six mois maximum. Dans ce dernier cas, l'acquéreur pourra bénéficier de dommages-intérêts fixés à 20 % des montants versés.

Le paiement du prix au fur et à mesure de l'avancement des travaux :

La loi n° 107-12, fixe les pourcentages maximums à payer pour chacun des jalons portés au nombre de cinq :

5 % lors de la conclusion du contrat de vente préliminaire ;

75 % répartis selon les trois étapes suivantes, selon l'accord des parties :

- à l'achèvement des travaux relatifs aux

fondations au niveau du rez-de-chaussée,

- à achèvement du gros œuvre de l'ensemble de l'immeuble,
- à l'achèvement des travaux de finition et l'obtention du permis d'habitat ou du certificat de conformité ;
- 20 % lors de la signature du contrat de vente et de la remise des clés.

Par ailleurs, le prix de vente définitif global remplace le prix de vente définitif au mètre carré, ce qui, espérons-le, permettra d'éviter les contentieux fréquents sur la surface effectivement livrée.

Enfin, notons que tout paiement de quelque nature que ce soit, effectué avant la signature du contrat de réservation ou du contrat préliminaire de vente, est considéré comme nul et non avenue.

La faculté de cession accordée à l'acquéreur : aux termes du nouvel article 618-13 du DOC, l'acquéreur pourra, jusqu'à l'achèvement de l'immeuble, substituer un cessionnaire dans ses droits et obligations envers le vendeur, que ce soit au titre du contrat de réservation ou au titre du contrat préliminaire, le tout sous réserve d'une simple information du vendeur. Cette cession devra toutefois se faire dans les mêmes formes et conditions que le contrat de réservation ou de vente préliminaire et ne sera opposable au vendeur qu'après sa notification conformément aux voies de notification légales.

Le contrat de vente définitif : le vendeur est tenu, dès l'obtention du permis d'habiter ou du certificat de conformité, d'en informer l'acquéreur, et ce, dans les 60 jours et, par suite, de procéder aux mesures nécessaires pour requérir l'éclatement du titre foncier mère en vue de créer un titre foncier pour chaque partie divisée de l'immeuble. Le vendeur devra procéder à une nouvelle notification auprès de l'acquéreur dans les 30 jours à compter de cet éclatement. Enfin, dans l'hypothèse où l'une des parties refuserait de conclure le contrat de vente définitif, la partie non défaillante pourra opter pour la résiliation de plein droit du contrat préliminaire avec paiement de l'indemnité (cf. indemnité de 20 % susvisée) ou intenter une action en justice pour réclamer la conclusion forcée du contrat de vente définitif.

L'encadrement du recours à la prénotation : aux termes de la loi n° 107-12, l'acquéreur sera désormais en droit, sans requérir

l'accord préalable du vendeur, de demander à la conservation foncière d'inscrire une prénotation sur le titre foncier de l'immeuble en construction. Cependant, cette inscription ne pourra s'opérer que si la somme des versements effectués par l'acquéreur au moment de sa requête s'élève au moins à 50 % du prix de vente, c'est-à-dire à un stade relativement avancé de l'opération.

Le renforcement de la garantie de conformité : la loi conditionne explicitement la conclusion du contrat de vente définitif à la fourniture par le vendeur du certificat d'achèvement délivré par l'architecte (attestant de la fin des travaux et de la conformité de la construction avec les plans et le cahier des charges), à l'obtention du permis d'habiter ou du certificat de conformité, à la préparation des titres fonciers parcellaires et au paiement du reliquat du prix par l'acquéreur.

Vers une garantie d'achèvement ? : la loi n° 107-12 impose désormais au vendeur, pour la conclusion du contrat de vente préliminaire, la constitution d'une garantie visant à garantir soit le remboursement des versements de l'acquéreur, soit l'achèvement des travaux. La nouvelle réglementation précise par ailleurs que le vendeur sera dégagé de cette garantie une fois le contrat de vente définitif conclu ou inscrit sur le registre foncier et/ou une fois le jugement de résiliation du contrat rendu à la suite du refus de l'acquéreur d'opérer la vente.

CONCLUSION : UN VRAI PAS VERS UNE VRAIE VEFA

Certains salueront les véritables avancées opérées par la réforme pour renforcer la transparence et la sécurité juridique de cette opération notamment par la légalisation d'une pratique de marché (contrat de réservation) et par le renforcement des garanties offertes à l'acquéreur (prénotation, garantie de remboursement, échéancier de paiement, etc.).

D'autres déploreront en revanche l'absence d'une réforme plus ambitieuse qui laisse subsister des contraintes, notamment en ce qui concerne la garantie d'achèvement en cas de défaillance du vendeur.

La loi n° 107-12 a le mérite d'éclaircir et renforcer le cadre existant ; de là à savoir si elle remplira tous ses objectifs et permettra d'offrir à la pratique un outil juridique efficace dont elle s'emparera, c'est une autre histoire...*

On en parle aussi...

Billet d'humeur

“ Consultant, métier d'avenir ? ”

Par Serge Mak, Président du Comité de Rédaction de Conjoncture

Aujourd'hui, tous les parents que nous sommes se posent la question de l'avenir professionnel de leurs enfants. En effet, avant, il fallait être médecin, ingénieur, informaticien ou autres. Aujourd'hui, il faut être trader, politicien... ou, surtout, consultant. Consultant, on le devient quand on est à la retraite et que l'on veut expliquer tout ce que l'on a raté dans sa vie professionnelle, mais tout en sachant pourquoi.

À ce propos, un ami, qui se reconnaîtra, m'a raconté l'histoire suivante. Un consultant qui se promène en voiture dans la campagne voit, au détour d'une route, un berger et un troupeau de moutons. Il s'arrête et dit au berger : « Bonjour mon ami. Si je devine le nombre exact de tes moutons, m'en donneras-tu un ? »

Le berger voyant ce gars de la ville, costumé et cravaté, lui dit « Ok ». Le consultant sort son PC portable, pianote quelques minutes dessus et lui dit : « Tu as 137 moutons ». Sidéré, le berger donne un mouton au consultant qui le

met dans le coffre de sa voiture. Mais, avant de partir, le berger demande au consultant : « Si je devine ton métier, es-tu d'accord pour me rendre mon mouton ? » Bien entendu, le consultant lui dit « Ok », pensant que le berger ne sait même pas que ce métier existe.

Le berger lui dit : « Tu es consultant ». Surpris à son tour, le consultant lui demande comment il a deviné.

Le berger lui répond : « C'est facile ! Premièrement, tu es venu me parler alors que je ne t'avais rien demandé. Deuxièmement, tu m'as donné une information que j'avais déjà. Troisièmement, quand tu as choisi le mouton que tu as gagné, tu as pris le chien. »

Moralité, avant de mettre « consultant » sur votre carte de visite, bien relire cette histoire, surtout si vous êtes retraité.

À suivre pour d'autres professions...

Bien à vous et à la prochaine !

L'association du mois

Association JIWAR Education et Développement Agir en amont contre l'échec et l'abandon scolaire



L'abandon scolaire touche de nombreux enfants et tout particulièrement les petites filles vivant en milieu rural. La mise en place du préscolaire auprès des plus jeunes permet de prévenir ce risque. Créée officiellement en avril 2002, l'association JIWAR Education et Développement a débuté son activité dès 1998 en se mobilisant aux côtés des enfants des rues.

Aujourd'hui, l'association œuvre pour la prévention de l'échec et de l'abandon scolaires dans les écoles des zones défavorisées dans les quartiers urbains et les régions rurales. Elle met ainsi en place des classes préscolaires gratuites, réhabilite des écoles et crée des bibliothèques. En parallèle, l'association organise des activités périscolaires (sport, ateliers créatifs, etc.) afin d'éviter l'errance des enfants en dehors des heures de cours. Afin d'accompagner les parents et tuteurs et les aider à assurer le suivi de la scolarité de leur enfant, des cours d'alphabétisation sont proposés aux adultes.

► Contact :

Zineb Khatib

E-mail : ajjwar@gmail.com

Tel. : 06 61 13 69 56

Adresse : 2 rue Brahim Tadili, Souissi Rabat





Innovation
that excites

NISSAN QASHQAI ÉLU MEILLEUR SUV DE L'ANNÉE 2016*



219 000^{Phs} TTC

SOCIÉTÉ MAROCAINE DES VOITURES NIPPONES : 05 22 76 12 00 / 01

RÉSEAU AUTO HALL

AGADIR : 05 28 83 81 90/91/19 - 05 28 83 84 41 - BENI MELLAL : 05 23 48 31 19 - CASABLANCA LALLA YACOUT : 05 22 46 03 35 - CASABLANCA ABDELMOUMEN : 05 22 86 36 32 - CHICHAOUA : 05 24 35 37 74

DAKHLA : 05 28 93 14 12 - EL JADIDA : 05 23 37 37 22 - FES : 05 35 62 59 51 - 05 35 62 40 31 - KARIA : 05 35 62 89 32 - KENITRA : 05 37 37 99 66 - 05 37 37 31 26

MARRAKECHI : 05 24 44 84 22 - MARRAKECH II : 05 24 35 47 20/42 1/2/44 56 - MEKNES : 05 35 55 12 70/72 - NADOR : 06 61 28 71 56 - 06 61 97 37 59 - OUJDA : 05 36 52 40 20

RABAT : 05 37 72 58 46 - 05 37 73 08 95 - RABAT II : 05 37 29 08 82/36 40/04 73 - SAFI : 05 24 46 28 10 - SETTAT : 05 23 40 26 75 - TANGER : 05 39 39 40 56/38 61 - TËTOUAN : 05 39 71 52 05/06/07

NISSAN.MA

f NISSANMAROCOFFICIEL

GROUPE AUTO HALL

Plébiscité par les internautes
*Distinction décernée par Autoneews
Cérémonie des trophées de l'automobile - Janvier 2016

NUMÉRO VERT : 800 00 98 001





Tectra

Travail temporaire
Recrutement



VOTRE PARTENAIRE RESSOURCES HUMAINES

- 🕒 Travail Temporaire
- 🕒 Recrutement
- 🕒 Conseil et Solutions RH
- 🕒 Gestion de Contrats
- 🕒 CTT,CDD,CDI



TERTIAIRE - INDUSTRIEL - BTP - AGRICOLE - HOTELLERIE & TOURISME

WWW.TECTRA.MA
0522 43 03 49

Suivez nous sur :

