

# Dîner Maroc Entrepreneurs

A large, stylized sun graphic in light blue. It features a central circle, a curved line below it, and several rectangular rays of varying lengths extending upwards from the top of the circle.

Enjeux et tendances des investissements  
directs étrangers au Maroc

19 avril 2004

# Sommaire

1. Synthèse des enjeux et des tendances
2. Chiffres clefs
  - ü Importations
  - ü Exportations
  - ü Investissements directs étrangers
  - ü Concurrence
3. Services d'accompagnement proposés par EY Lyon
4. Contacts



# Synthèse des principaux enjeux

## Constats

- Entrées dans des zones de libres échanges (E.U, U.E...)
- Notoriété plus touristique qu'économique
- Intérêt croissant des investisseurs directs étrangers, attirés par le marché intérieur
- Concurrence accrue en Méditerranée, Europe de l'Est mais aussi S-E Asiatique

## Leviers d'action

- Une ambition à afficher : un positionnement inéluctable vers plus de valeur ajoutée
- D'où une diversification nécessaire : des marchés cibles, des secteurs d'excellence, des fonctions clefs
- Mais des défis transversaux à relever : PME, logistique, formation, déséquilibres territoriaux...
- ... et des moyens à mobiliser (humains, financiers, organisationnels)



# Le Maroc : 3° pays d'accueil en stock d'IDE sur l'arc sud méditerranéen

Investissements directs étrangers

<i>Mln USD entrant</i>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Maroc	189	917	3 032	6 758	9 566	9 994
Egypte	2 260	11 043	14 690	19 589	20 099	20 746
Tunisie	3 341	7 615	10 967	11 545	11 667	14 061
Afrique	32 162	50 775	77 400	144 503	157 823	170 876
Pays développés	307 469	551 481	920 400	2 029 412	2 173 769	2 339 632
Monde	699 415	1 954 203	3 001 995	6 146 656	6 606 698	6 866 362
Part de Marché du Maroc en Afrique	0,59%	1,81%	3,92%	4,68%	6,06%	5,85%
Part de Marché du Maroc dans le Monde	0,027%	0,047%	0,101%	0,110%	0,145%	0,146%

Source : CNUCED, World Investment Report 2003

# Origine des IDE 1997-mi 2002 (M€)

	Pays	1 997	1 998	1 999	2 000	2 001	1° sem 2002	Total
1	France	145,0	161,0	371,0	158,0	2 769,0	114,0	3 718,0
2	Portugal	0,9	13,0	502,0	82,0	140,0	7,0	744,9
3	Etats-Unis	296,0	25,0	101,0	35,0	70,0	10,0	537,0
4	Espagne	48,0	49,0	205,0	57,0	95,0	26,0	480,0
5	Pays-Bas	25,0	29,0	319,0	17,0	20,0	2,5	412,5
6	Suède	359,0	0,2	1,5	2,0	5,0	0,0	367,7
7	Grande-Bretagne	19,5	24,0	19,0	39,0	26,0	9,0	136,5
8	Allemagne	60,0	5,0	7,0	16,0	25,0	21,0	134,0
9	Autres	32,0	35,0	29,0	15,0	18,0	2,5	131,5
10	Suisse	7,0	12,5	26,0	12,0	31,0	13,0	101,5
11	Japon	76,0	0,3	0,4	1,0	1,9	0,9	80,5
12	Belgique/Luxembourg	3,0	13,0	10,0	17,0	10,0	20,0	73,0
13	Corée du Sud	29,0	33,0	-	2,7	-	-	64,7
14	Arabie Saoudite	7,5	9,0	11,0	14,0	9,0	9,0	59,5
15	Tunisie	0,0	9,0	11,0	14,5	9,0	9,0	52,5
16	Italie	3,0	6,0	12,0	20,0	6,0	3,0	50,0
17	Libye	24,0	18,0	0,2	0,3	0,6	-	43,1
18	Koweït	1,0	2,0	8,0	3,0	13,0	-	27,0
19	EAU	10,0	7,0	0,2	6,0	0,9	0,9	25,0

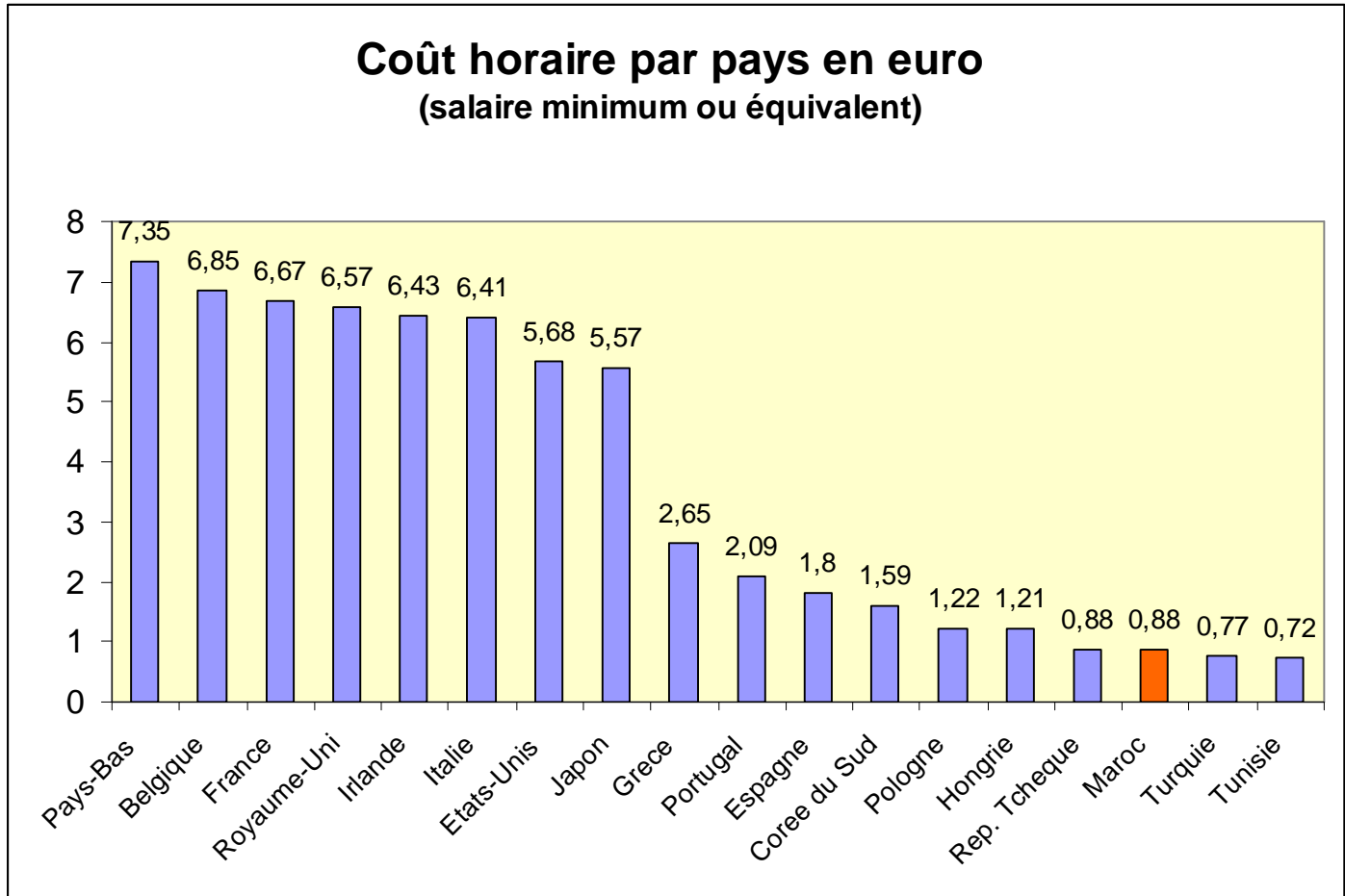
# Répartition sectorielle des IDE 1997-Mi 2002 (M€)

	1 997	1 998	1 999	2 000	2 001	mi 2002	Total
<b>Télécommunication</b>	2,0	1,0	1 012,0	145,0	2 637,0	17,0	3 814,0
<b>Industrie</b>	138,0	188,0	356,0	79,0	228,0	55,0	1 044,0
<b>Banque</b>	190,0	75,0	50,0	70,0	17,0	-	402,0
<b>Pétrole</b>	359,0	16,0	5,0	0,2	-	-	380,2
<b>Energie et mines</b>	276,0	18,0	34,0	7,0	-	14,7	349,7
<b>Immobilier</b>	30,0	44,0	45,0	57,0	81,0	58,0	315,0
<b>Autres services</b>	19,5	22,0	31,0	20,0	95,0	78,0	265,5
<b>Commerce</b>	17,0	25,0	11,0	70,0	109,0	4,0	236,0
<b>Tourisme</b>	47,0	16,0	30,0	19,0	33,0	7,0	152,0
<b> Holding</b>	32,0	16,0	18,0	6,0	5,0	-	77,0
<b>Autres</b>	11,0	7,0	13,0	13,0	10,4	5,5	59,9
<b>Grands Travaux</b>	21,0	3,0	13,0	7,5	12,0	0,0	56,5
<b>Agriculture</b>	2,0	4,0	2,0	1,5	3,5	0,3	13,3
<b>Assurance</b>	0,0	0,2	0,3	-	10,0	-	10,5
<b>Pêche</b>	0,5	4,0	0,2	1,0	3,5	1,0	10,2
<b>Transports</b>	1,5	1,0	3,0	1,5	3,0	-	10,0
<b>Etudes</b>	-	1,0	1,5	1,9	1,0	1,4	6,8



# Comparaison des coûts des ressources humaines

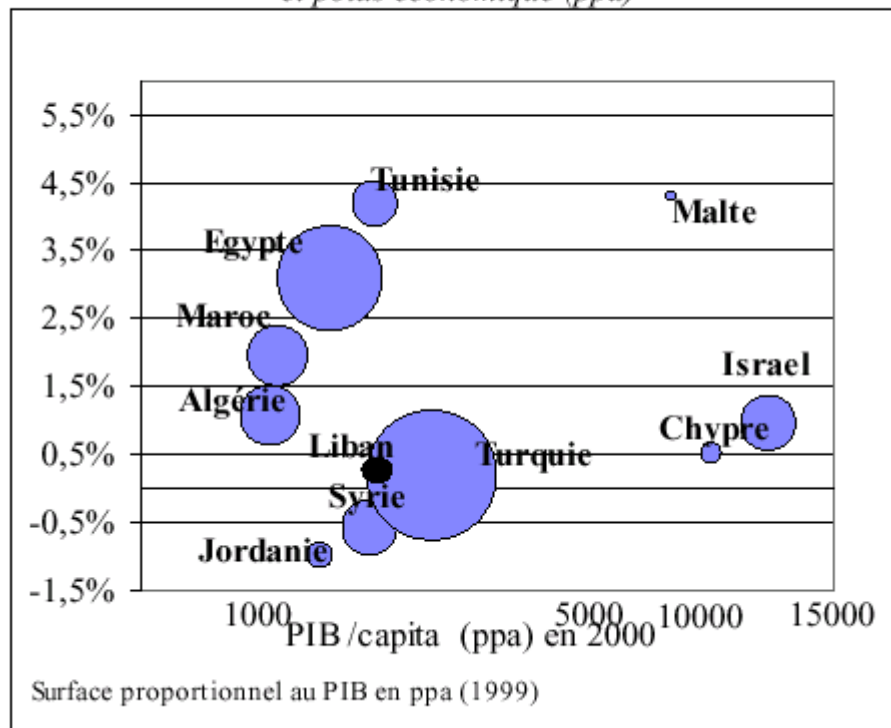
Concurrence



# En terme de croissance, le Maroc reste challenger en Méditerranée

Concurrence

Croissance moyenne (95–2000) du PIB per capita, revenu par tête et poids économique (ppa)



- En terme de taille, l'Égypte et la Turquie sont les marchés les plus importants
- En terme de croissance, le Maroc est bien positionné mais reste derrière la Tunisie

# Perception des avantages compétitifs de la concurrence

Concurrence

- **Tunisie** : perception d'un plus grand dynamisme que le Maroc, avec les mêmes atouts de proximité, de langue, de relations de confiance. Marché domestique plus réduit
- **Turquie** : attractivité du marché intérieur. Plus proche de l'Europe par voie terrestre
- **Portugal** : pleinement intégré à l'Europe (monnaie, réglementations...). Forte concurrence sur le textile
- **Algérie** : en voie de normalisation. Concurrent sur des secteurs fortement consommateurs d'IDE : infrastructures, énergie...
- **Europe de l'Est** : concurrents montants et médiatisés par leur entrée dans l'Union Européenne
- **Asie du Sud-Est** : plus compétitif que le Maroc en terme de coûts, mais autre culture, autre langue et distance bien supérieure pour les européens

# Les questions que se posent les investisseurs internationaux

Quelle réactivité de l'administration ?

Quelle disponibilité et qualité des ressources humaines ?

Quelle fiscalité ?  
Quelles aides ?

Quels coûts réels de production

Quel profil de manager choisir : local ou non ?

Comment rapatrier mes bénéficiaires ?

Quelle efficacité logistique ?

Quelles liaisons aériennes ?

Quels risques politiques et religieux ?

Quelles fonctions délocaliser ?

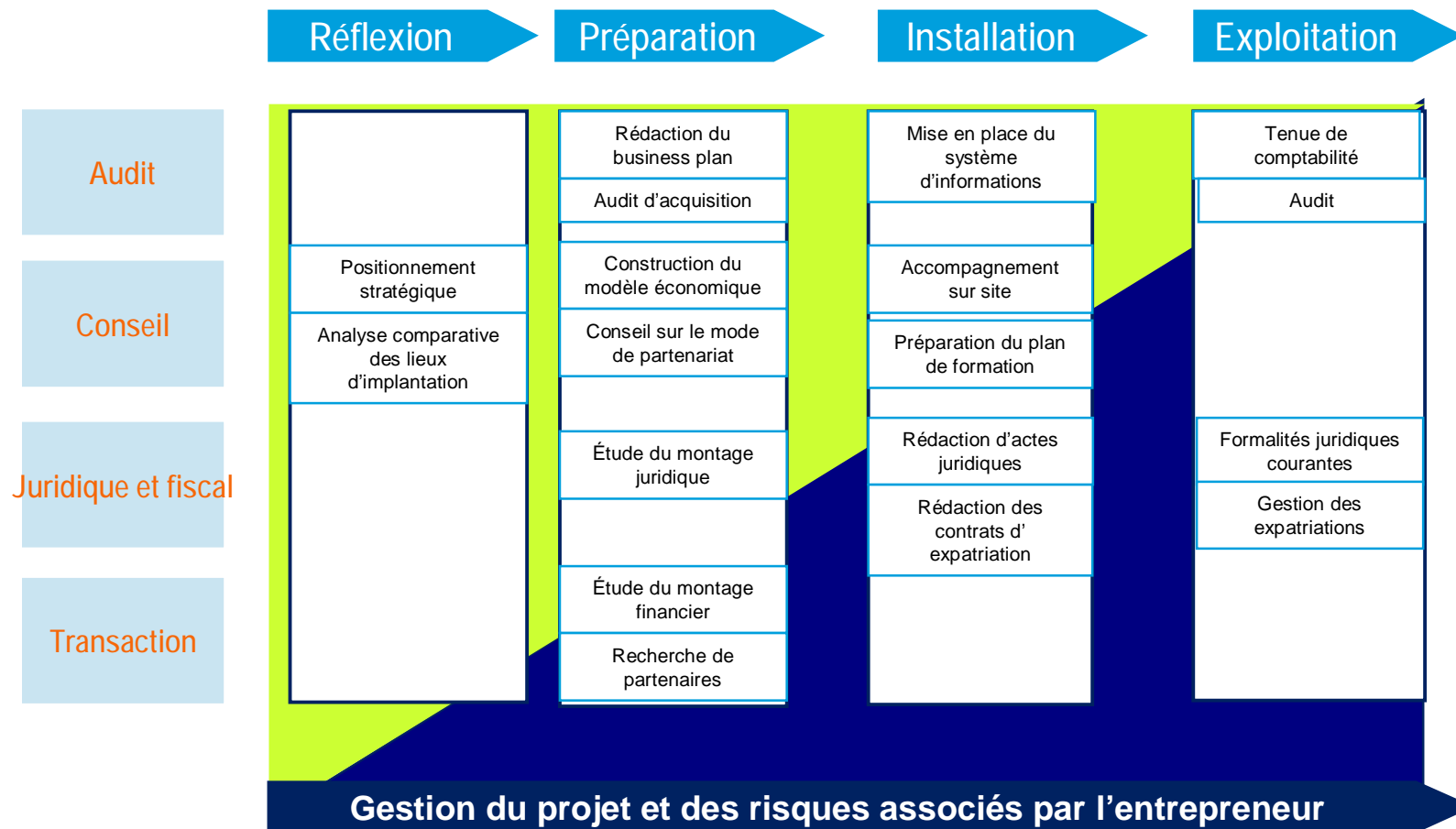
Faut-il privilégier des alliances ?

Quel climat social ?

3.

Services d'accompagnement des entrepreneurs  
français au Maghreb proposés par EY Lyon

# Offre d'EY dans un projet d'implantation au Maroc



# Exemple de mission récente d'accompagnement d'entrepreneurs français vers le Maghreb

Cette mission est en cours de réalisation depuis le mois de mai 2003.

## Contexte de la mission :

- Client dans le secteur de la plasturgie confronté à une sollicitation forte du marché pour réaliser des gains de productivité en délocalisant dans un pays Low-cost.

## Missions réalisées par EY Lyon :

- Conseil stratégique sur le choix du pays d'accueil. Le choix s'est finalement porté sur la Tunisie.
- Accompagnement sur place et présence aux réunions de négociation avec les partenaires locaux.
- Établissement du business plan (avec l'aide des équipes d'EY Tunis)
- Conseils juridiques et fiscaux sur les conséquences de cette délocalisation sur la structure holding française.

# Exemple de mission récente d'accompagnement d'entrepreneurs français vers le Maghreb

## Missions réalisées par EY Tunis :

- Études des conditions financières et sociales d'exploitation
- Conseils juridiques et fiscales
- Création des entités juridiques locales
- Commissariat aux comptes des entités tunisiennes



## 4. Contacts

### **Fabrice Reynaud**

Manager

Tel. : + 33 4 78 17 56 71

Fax : + 33 1 58 47 10 16

eMail : [fabrice.reynaud@fr.ey.com](mailto:fabrice.reynaud@fr.ey.com)

### **Mohamed Mabrouk**

Senior Manager

Tel : +33 4 78 63 19 40

Fax : +33 1 58 47 62 71

eMail : [mohamed.mabrouk@fr.ey.com](mailto:mohamed.mabrouk@fr.ey.com)

### **Ernst & Young**

Tour Credit Lyonnais

129 rue Servient

69326 Lyon cedex 03

<http://www.ey.com/fr>