

Conjoncture

LE MENSUEL DES DÉCIDEURS



L'INVITÉE DE CONJONCTURE
ISABELLE JOB-BAZILLE



Business des influenceurs

Une tendance qui s'inscrit dans la durée



Dossier : l'investissement des MRE au Maroc



Les Entretiens de Casablanca se penchent sur l'éducation



La CNSS anime un Forum Adhérents ainsi qu'un cycle de réunion



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



Tectra
Travail temporaire
Recrutement

L'HUMAIN AU COEUR DE NOTRE MÉTIER

30
Agences

Maroc

Sénégal

Côte d'Ivoire

Cameroun

10
Agences

CTT - CDD - CDI - GESTION DE CONTRATS - CONSEIL - FORMATION

Siège social : 51, boulevard d'Anfa - Casablanca

Tél.: 05 22 43 03 49 - Fax: 05 22 43 03 74

www.tectra.ma





Jean-Pascal DARRIET
Président

Editorial

Business des influenceurs : une tendance qui s'inscrit dans la durée

Le nouvel âge d'or du marketing d'influence

La pandémie de Covid-19 a profondément changé notre rapport au numérique, et ce, dans tous les aspects de notre vie. Que ce soit au travail, dans nos loisirs ou encore dans nos modes de consommation, les nouveaux outils numériques se sont imposés à nous pendant les périodes de confinement pour s'inscrire, par la suite, durablement dans nos habitudes. Les influenceurs ont très largement bénéficié de ce phénomène pour consolider leur communauté et devenir des acteurs incontournables pour les marques.

En effet, aujourd'hui, nul annonceur ne peut faire l'impasse sur ce canal qui garantit non seulement un ciblage efficace des campagnes de communication, mais aussi une évaluation très précise de son retour sur investissement. L'aura de certains influenceurs ainsi que le fort engagement de leur communauté permettent en outre aux marques de développer des liens de proximité avec leur clientèle tout en renforçant leur capital sympathie auprès du public.

Au Maroc, le marché de l'influence explose. L'activité se professionnalise et se structure progressivement pour plus de transparence et de performance.

Ce mois-ci Conjoncture vous propose également un dossier spécial sur l'investissement des MRE au Maroc. La contribution des expatriés marocains à l'économie nationale est indéniable : les transferts représentant annuellement 7 % du PIB. Beaucoup d'entre eux placent leurs économies dans l'immobilier, mais qu'en est-il de l'investissement productif? En tout cas, la hausse historique des transferts des MRE durant la pandémie a mis en lumière un élan de solidarité sans précédent, venant confirmer, une nouvelle fois, leur rôle de pilier socioéconomique du Royaume. Un rôle essentiel dans un contexte international de plus en plus incertain.

À ce propos, notre invitée du mois, Isabelle Job-Bazille, nous livre une analyse approfondie des perspectives économiques internationales à la lumière du récent conflit ukrainien qui vient sérieusement fragiliser le redémarrage « post-Covid » des pays.

L'inflation ou encore la réorganisation des chaînes de valeurs internationales sont d'ores et déjà des enjeux concrets pour nombre d'entre vous. La CFCIM reste plus que jamais mobilisée à vos côtés pour vous aider à relever tous ces défis. Notre communauté d'adhérents et notre réseau sont une force dans un environnement où l'incertitude semble malheureusement s'installer dans la durée.

C'est pourquoi, je vous invite vivement à faire entendre votre voix à l'occasion des prochaines élections de la CFCIM qui se dérouleront pour la première fois entièrement par Internet. Vous trouverez dans ce numéro un guide pratique détaillant la marche à suivre pour le vote qui aura lieu du 12 au 15 novembre 2022.



Conjoncture est édité par la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc ► 15, avenue Mers Sultan 20 130 Casablanca. Tél. LG : 05 22 20 90 90. Fax : 05 22 20 01 30. E-mail : conjoncture@cfcim.org. Site Web : www.cfcim.org
► **Directeur de la publication** Jean-Pascal Darriét ► **Rédacteur en chef** Jean-Charles Damblin ► **Président du Comité de rédaction** Serge Mak ► **Secrétaire de rédaction** Nadia Kabbaj ► **Ont collaboré à ce numéro** Cécile Humbert-Bouvier, Laurence Jacquot, Société de Bourse M.S.IN, Sofya Benchekroun, Rémy Pigaglio, Zineb Jamal Eddine, Younes Baâmrani, Yassine Tebaa, Abdelmoula Benmbarek, Kamal Aberkani, les administrateurs et collaborateurs de la CFCIM ► **Crédits photos** CFCIM, Shutterstock, 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 7 000 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
Nadia Kaïs Tél. : 05 22 23 66 61 GSM : 06 69 61 69 01 kais.communication@gmail.com



4 GÉNÉRATIONS ET 100 ANS DE VALEURS PARTAGÉES.

OCP fête ses 100 ans d'existence. Un siècle forgé
par des femmes et des hommes d'exception.

Retrouvez leurs réalisations sur :
<https://centenaire.ocpgroup.ma>



Sommaire

Echos Maroc

- 8 Dossier spécial : l'investissement des MRE au Maroc
- 16 Une nouvelle loi encadrant le processus de médiation
- 17 Le cadre réglementaire du crowdfunding se met en place
- 20 Isabelle Job-Bazille, invitée de Conjoncture
- 24 Service économique de l'Ambassade de France
- 26 Indicateurs économiques et financiers

Echos International

- 28 La croissance française fait du surplace au premier trimestre
- 29 Le FMI s'inquiète des effets de l'inflation sur la région MENA
- 30 Les pays européens contraints de recourir davantage au charbon



ZOOM

Business des influenceurs Une tendance qui s'inscrit dans la durée

- 34 Influenceur, un métier qui rapporte gros !
- 42 Entretien avec Imane Haji, Docteur en communication et publicité digitale et spécialiste du marketing digital.
- 44 Le marketing d'influence en chiffres.
- 45 Les influenceurs rattrapés par le fisc.
- 46 Entretien avec Sofia Benbrahim, Fondatrice de Serafina Concept, agence spécialisée en production de contenus et Directrice de publication de Shoelifer.com



Regards d'experts

- 50 **Développement durable :**
La décarbonation et la définition de la stratégie bas carbone
Le Maroc : le futur grand partenaire énergétique de l'Europe

Initiatives durables

- 52 Sécheresse : vers la mise en place d'une gestion intégrée des pratiques agricoles
- 54 LAFD partenaire du Maroc pour une gestion durable des forêts
- 55 30 plages et ports de plaisance obtiennent le Pavillon bleu

Actus CFCIM

- 56 Les Entretiens de Casablanca se penchent sur l'éducation
- 57 5^e édition des Rencontres Entreprises d'inwi Business
- 60 La CNSS anime un Forum Adhérents ainsi qu'un cycle de réunion sur les remises gracieuses

On en parle aussi...

- 74 **L'association du mois : La Siesta**



Holmarcom va racheter Crédit du Maroc au groupe français Crédit Agricole

La holding de la famille Bensalah, Holmarcom, va racheter Crédit du Maroc au groupe bancaire français Crédit Agricole. D'après un communiqué de Holmarcom, l'opération va être effectuée « à travers sa holding, Holmarcom Finance Company (HFC), et sa filiale, AtlantaSanad Assurance » après obtention des autorisations réglementaires. Le groupe détiendrait alors une participation de 63,7 % (50,9 % via HFC et 12,8 % via AtlantaSanad). « Dans un deuxième temps, Crédit Agricole S.A. lui céderait les 15 % restants, dix-huit mois après la réalisation de la première cession », poursuit le



communiqué. « Pour Holmarcom, ce projet d'acquisition s'inscrit dans le cadre de sa vision stratégique visant à construire un pôle financier intégré avec une vocation panafricaine », précise aussi l'entreprise. Selon le site de Crédit du Maroc, la banque, dont les origines remontent à 1929, appartient au Crédit Agricole français depuis 2004. « Crédit Agricole S.A. entend continuer à participer au développement du Maroc, pays dans lequel il demeure présent au travers des entités Wafasalaf dans le Crédit à la consommation et Wafa Gestion dans l'Asset Management, en partenariat avec Attijariwafa bank », indique de son côté la banque française. *

Allègement des conditions d'entrée sur le territoire, le tourisme reprend des couleurs

Les autorités marocaines ont annoncé, le 17 mai dernier, un allègement des conditions d'entrée sur le territoire marocain dans le cadre de la lutte contre l'épidémie de Covid-19. En plus d'une fiche sanitaire à remplir, une personne entrant sur le territoire marocain doit disposer d'un pass vaccinal ou d'un test PCR négatif datant de moins de 72 heures (entre le prélèvement et l'enregistrement). Les enfants de 12 ans sont exemptés de toute obligation. Les voyageurs devaient auparavant présenter un pass vaccinal en plus d'un résultat négatif de test PCR. Ces nouvelles règles applicables au transport aérien sont alignées avec celles jusque là en vigueur dans le transport maritime. Avec la réouverture des points de passage de Sebta et Melillia le 16 mai dernier, ces règles s'appliquent aussi aux frontières terrestres.

Réclamé depuis plusieurs semaines par des professionnels du tourisme, l'abandon de l'exigence d'un test PCR négatif pour tous les voyageurs était présenté comme un moyen d'encourager les touristes à revenir au Maroc. Les chiffres du tourisme sont d'ailleurs assez prometteurs depuis la réouverture des frontières



en février dernier. Selon la Direction du Trésor et des Finances Extérieures (DTFE) du Ministère de l'Économie et des Finances, 1,5 million de touristes sont entrés sur le territoire entre janvier et fin avril dernier. Un nombre logiquement en forte hausse (+215 %) par rapport à 2020, mais néanmoins en baisse de 59,5 % comparativement à 2019. *

+++++
+++++
+++++

PARTENARIAT SOCIÉTÉ GÉNÉRALE MAROC AVEC MALTEM ACADEMY

Bénéficiez gratuitement de formations
à thèmes



▽▽▽▽▽

+++
+++
+++
+++
+++
+++



Transformation Digitale

Acquérir les compétences de base pour mettre en œuvre une stratégie de transformation digitale



Introduction à l'agile et Scrum

Différencier entre la méthode classique et Agile
Démystifier les valeurs et artefacts de la méthode Agile,...



Innovation & Design thinking

Accompagner la créativité de vos collaborateurs, les outiller pour une optimisation des conditions de création,...



▽▽▽▽▽

35% de réduction par rapport au tarif standard sur tout le catalogue de formation.

15% de remise pour les prestations d'accompagnement opérationnel (exemple réalisation de site web, d'applications web ou mobile, conception logiciel, mise en place reporting ...)

أنتم
المستقبل



الشركة العامة
SOCIETE GENERALE

maltem

L'investissement des MRE au Maroc, un objectif qui peine à se concrétiser

Le Gouvernement s'est fixé depuis des années un objectif d'attirer les investissements de près de 5 millions de Marocains du Monde. MDM Invest, créé dans ce but, peine à convaincre. Selon le HCP, seuls 2,9 % des MRE ont déclaré avoir investi au Maroc.



Les Marocains du Monde ont développé « un réseau relationnel, commercial et technologique, sur lequel le Maroc peut capitaliser pour résoudre la problématique de la relance ». En février 2021, le précédent Ministre de l'Économie et des Finances, Mohamed Benchaâboun, assurait vouloir mobiliser les compétences des Marocains résidant à l'étranger dans un contexte de sortie

de la crise liée à la pandémie de Covid-19. Relayé par l'agence MAP, il s'exprimait à l'occasion d'une réunion organisée par la CGEM sur les opportunités d'investissement au Maroc. Pendant le même événement, Nezha el Ouafi, alors Ministre déléguée à la Coopération Africaine et aux MRE, indiquait vouloir attirer 500 000 investisseurs et compétences économiques parmi les Marocains résidant à l'étranger, selon la SNRT.

Les deux responsables s'inscrivent là dans la droite ligne de leurs prédécesseurs, qui appellent régulièrement les MRE à investir dans leur pays d'origine. Avec quelque 5 millions de personnes (voir encadré), la diaspora est vue comme un vivier de compétences, de financements, d'investissements... qui pourrait être mis au service du développement de l'économie marocaine.

La réforme de MDM Invest au point mort

Même si la volonté affichée est d'encourager les investissements, les dispositifs publics mis en place dans ce but restent limités. À la fin des années 2000, le fonds MDM Invest est lancé. Il permet à un MRE investisseur d'obtenir une aide de l'État correspondant à 10 % du coût de son projet ainsi qu'un financement bancaire de 65 % du coût. Le soutien est accordé à condition qu'il y ait un apport personnel en devises de 25 %.

Le dispositif, néanmoins, semble ne pas avoir donné satisfaction. Selon le site d'informations Le360, Mohamed Benchaâboun a assuré début 2021 que MDM Invest « sera entièrement revu ». Ce projet de réforme n'a toutefois pas abouti et le Gouvernement actuel, issu des élections législatives de septembre dernier, ne l'a pas remis publiquement sur la table.

Car, si les Marocains du Monde opèrent des transferts équivalents annuellement à 7 % du PIB (voir article p.11), une part minimale est consacrée à l'investissement. Elle n'atteindrait que 10 % du total, toujours selon Mohamed Benchaâboun qui s'exprimait pendant la conférence de la CGEM. Ces investissements, en outre, sont principalement orientés vers des secteurs non productifs : l'immobilier et le foncier.

Les MRE préfèrent investir dans l'immobilier

Dans sa grande enquête sur la migration internationale parue en 2020, le Haut-Commissariat au Plan (HCP) a indiqué que seuls 2,9 % des Marocains ayant migré (ce qui exclut ceux nés à l'étranger) ont déclaré avoir réalisé des projets d'investissement au Maroc. Les secteurs d'investissement sont notamment, dans l'ordre : l'immobilier (40,7 %), l'agriculture (19 %), la construction (16,6 %), le commerce (5,5 %), la restauration et les cafés (4,5 %) et les autres services (6 %). « Des enquêtes précédentes avaient montré la préférence des migrants marocains à l'étranger pour l'investissement dans l'immobilier », commente le HCP.

L'institution présidée par Ahmed Lahlimi Alami a également interrogé les migrants marocains sur les raisons pour lesquelles ils n'ont pas souhaité investir au Maroc. « Les plus courantes



La part des investissements dans les transferts des MRE reste minime : 10 %.

sont liées à l'insuffisance de capital (38,9 %), aux procédures administratives compliquées (14,0 %), au faible appui financier ou manque d'incitations fiscales (8,6 %), à la corruption et favoritisme (7,5 %) et à leur faible expérience et formation (5,5 %) », détaille l'enquête.

Le HCP s'est aussi penché sur l'utilisation des transferts effectués par les MRE à des personnes physiques. Là aussi, la part consacrée à l'investissement est anecdotique : seulement 1,3 %. À 87,1 %, l'écrasante majorité de ce type de transferts est utilisée pour les « dépenses ordinaires du ménage d'attache au Maroc ».

Peu de MRE reviennent au Maroc

Au-delà de la mobilisation des investissements des MRE, l'ancienne Ministre Nezha El Ouafi avait aussi annoncé fin 2020 que son département avait, selon les termes de l'agence MAP, « élaboré un projet de programme national pour déceler les compétences marocaines résidant à l'étranger, en vue de mobiliser 10 000 cadres à l'horizon de 2030 ». Si aucun bilan ne semble avoir été publié depuis le lancement de cette initiative, l'objectif était de convaincre des Marocains de l'étranger de venir s'installer au Maroc, notamment dans un but d'investissement.

Quelques success stories de Marocains du Monde ayant tenté leur chance au Maroc ont attiré l'attention, comme le Groupe Mfadel, basé à Mohammedia et fondé par Mohamed Mfadel (voir Conjoncture n°958), ou encore l'agence de tourisme Experience Morocco cofondée par Hicham Mhammedi Alaoui, ancien cadre de Google, devenu Vice-Président de la Confédération Nationale du Tourisme. >>>>

»»» L'accélération de la croissance marocaine dans les années 2000 puis les espoirs suscités par les printemps arabes de 2011 ont pu inciter des MRE à s'installer au Maroc avec, pour certains, l'idée de contribuer au développement du pays. Mais, là encore, l'enquête du HCP montre que le phénomène est resté anecdotique.

Le HCP « estime à moins de 188 000 le nombre de retours depuis le début de 2000. Cela fait environ 10 000 retours par an en moyenne. C'est peu par rapport aux cinq millions de MRE d'une part et aux trente-cinq millions de la population du Maroc, d'autre part ». Ces retours sont principalement motivés par une raison familiale, des situations de vulnérabilité, la retraite, et des contraintes liées au travail. Le désir d'investir ne concerne que 3,4 % des retours. Sur la totalité des migrants de retour, 14 % ont ensuite investi au Maroc, en majorité dans l'immobilier.

« Manque ou insuffisance de capital » pour investir

Le HCP s'est, là aussi, penché sur les raisons qui ont poussé les migrants de retour à ne pas investir. Elles sont « principalement le manque ou l'insuffisance de capital (36%) et les contraintes administratives et la corruption (25,1%) ; viennent ensuite l'absence d'incitations fiscales et d'aides financières (12%) et le manque d'expérience/de formation et d'orientation (10,1%) ». L'institution confirme

Sur la totalité des migrants de retour, 14 % ont ensuite investi au Maroc, en majorité dans l'immobilier.

néanmoins une accélération de ces retours lors la dernière décennie, mais ce phénomène était principalement dû à la crise économique qui avait débuté en 2008 ainsi qu'au retour des étudiants diplômés.

Dans l'édition 2017 des « Marocains de l'étranger » de la Fondation Hassan II pour les Marocains Résidant à l'Étranger, le chercheur Thomas Lacroix constatait aussi que « les retours effectifs sont peu nombreux ». Il identifiait plusieurs obstacles, dont un marché de l'emploi peu dynamique, des difficultés quant aux « mentalités sociales » (statut de la femme, situation des droits humains), ou la crainte de ne pas pouvoir retourner en Europe.

Les Marocains Résidant à l'Étranger jouent ainsi un rôle primordial dans l'économie marocaine via les transferts (souvent réalisés dans une logique de solidarité), mais aussi à travers leurs séjours réguliers dans le pays. Après deux années d'interruption de l'opération Marhaba, des centaines de milliers de Marocains d'Europe ont justement repris le chemin du Maroc au début de l'été 2022 (voir p.18). Si de nombreuses familles sont installées à l'étranger depuis des décennies, le lien avec le pays d'origine reste central. Il reste à créer les conditions pour attirer les investissements des Marocains du Monde qui souhaitent participer au développement économique du pays. *

► Rémy Pigaglio

Près de 5 millions de Marocains à l'étranger... mais rien n'est sûr

Il n'existe pas de statistique fiable sur le nombre de Marocains Résidant à l'Étranger (MRE). Le Haut-Commissariat au Plan (HCP), dans son enquête « La migration internationale au Maroc » publiée en 2020 indique qu'il y aurait près de 5 millions de MRE, tout en avertissant que cela ne reflète pas nécessairement la réalité. « Les seules statistiques officielles sont celles de la Direction des Affaires Consulaires et Sociales (DACs) du Ministère des Affaires Étrangères, de la Coopération et des MRE. Ces statistiques sous-estiment le nombre réel de MRE, car elles ne tiennent compte que de ceux enregistrés auprès des consulats marocains. La DACs chiffre à 4,8 millions le nombre de MRE en janvier 2019 », indique le HCP. Plus de 80 % des Marocains du Monde résideraient en Europe, toujours selon

l'institution. La France est le pays qui en accueille le plus. Un rapport parlementaire français indiquait en 2015 qu'il y aurait 1,5 million de Marocains dans l'Hexagone. Ils seraient près de 800 000 en Espagne. Des communautés importantes existent aussi en Belgique, aux Pays-Bas ou encore en Italie. En Israël, près de 800 000 personnes seraient originaires du Royaume. Des communautés plus réduites existent aux États-Unis et dans les pays du Golfe. En 2019, le site d'Aujourd'hui le Maroc relayait les données du Ministère délégué au MRE : près de 195 000 Marocains résident en Afrique, alors que le Maroc a renforcé ces dernières années ses liens avec des pays d'Afrique subsaharienne. Sur le continent, ce sont néanmoins les pays du Maghreb qui accueillent le plus de MRE.

L'augmentation spectaculaire des transferts des MRE vers le Maroc

La crise liée à la pandémie de Covid-19 a eu un effet inattendu : les transferts de MRE vers le Maroc ont augmenté de 36,8 % en 2021. Les autorités tentent de comprendre les raisons de ce phénomène.

**Une hausse
significative
des transferts,
principalement
liée à un élan de
solidarité.**

La tendance semble s'installer dans la durée. Début juillet, l'Office des Changes a publié ses indicateurs mensuels des échanges extérieurs pour le mois de mai. Ils montrent que, à fin mai 2022, les transferts des Marocains Résidant à l'Étranger (MRE) ont atteint 38,317 milliards de dirhams, soit une hausse de 5% par rapport à la même période en 2021.

Cette nouvelle augmentation suit celle, spectaculaire, qui a eu lieu en 2021. Elle avait atteint +36,8 % par rapport à 2020, marquant selon Bank Al-Maghrib un record, avec un montant de près de 93 milliards de dirhams. En 2020, si les premiers de mois de la crise liée à la pandémie de Covid-19 se sont accompagnés d'une baisse des transferts, ceux-ci s'étaient rapidement redressés pour finalement augmenter de 5 %.

7 % du PIB

Un intrigant phénomène qui a attiré l'attention des autorités, d'autant plus que les transferts constituent un pilier de l'économie marocaine et atteignent désormais près de 7% de son PIB. En octobre dernier, le Wali de Bank Al-Maghrib, Abdellatif Jouahri, a annoncé qu'une commission avait été créée pour tenter d'identifier les raisons de la hausse. Elle comprend Bank Al-Maghrib, l'Office des Changes, le Ministère de l'Économie et des Finances et le Groupement Professionnel des Banques du Maroc (GPBM).

Les conclusions de la commission n'ont pas encore été dévoilées. Lors de la conférence de presse qui a suivi le Conseil de Bank Al-Maghrib en décembre dernier, Abdellatif Jouahri a néanmoins évoqué plusieurs pistes. « Nous n'avons pas une explication, mais

des explications », précise le Wali. Il évoque notamment des fonds, auparavant transférés de manière informelle, qui empruntent désormais le circuit formel. « Auparavant, les gens amenaient des valises, amenaient du cash avec eux. Maintenant, avec le Covid et les restrictions et contrôles qui ont été mis en place, ce n'est plus possible », analyse Abdellatif Jouahri.

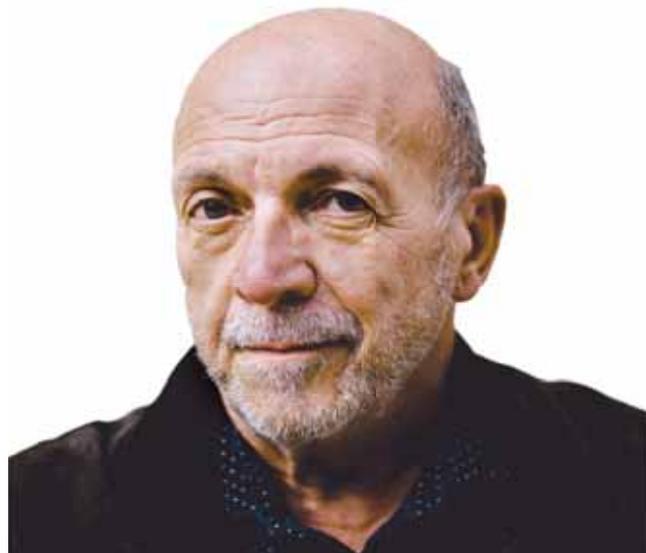
Le Maroc n'est pas un cas isolé

La seconde explication serait liée à un renforcement de la solidarité. « Une étude faite à l'étranger montre que, plus le revenu baisse, plus les aides extérieures augmentent. Avec la crise, il y a eu effectivement une baisse des revenus qui a été compensée en quelque sorte par les aides familiales provenant de l'extérieur », décrit le patron de la banque centrale. La troisième explication serait liée à la convention d'échanges d'informations fiscales signée par le Maroc dans le cadre de l'OCDE. « Nous en sommes à voir de plus près quelle est la raison qui domine et si ce sont les bonnes explications », indique Abdellatif Jouahri.

Le Maroc n'est pas un cas isolé. Dans une publication dévoilée mi-juin, « Construire des systèmes de migration résilients en Méditerranée : Leçons issues du Covid-19 », la Banque Mondiale indique que « les transferts dans la région Afrique du Nord et Moyen-Orient ont augmenté de 2,8 % en 2020 ». Les hausses les plus importantes ont pris place en Égypte, au Maroc et en Tunisie. D'autres pays ont en revanche connu des baisses, comme le Liban ou la Jordanie. *

► Rémy Pigaglio

« Une économie transnationale s'est installée entre le Maroc et le pays d'émigration »



Entretien avec Michel Peraldi, Anthropologue, Directeur de Recherche au CNRS, Auteur de « Marrakech, ou le souk des possibles » (éd. La Découverte, 2018)

Conjoncture : Quels liens économiques entretiennent les Marocains résidant à l'étranger (MRE) avec le Maroc ?

Michel Peraldi : Cela est très variable, à la fois selon les générations et selon les projets personnels. Ceux qui ont travaillé sur la question ont observé que l'on peut définir trois générations. La première a investi comme dans une sorte de compensation morale du départ. Ils paient les études des plus jeunes, les frais de santé des parents, l'amélioration du logement... L'investissement s'effectue dans la famille.

La deuxième génération, qui correspond globalement aux années 1970 et 1980, investit dans le collectif. Ils ont créé beaucoup d'associations, qui ont investi dans l'électrification, les puits... Ils ont amélioré les conditions de vie de la communauté et ont eu, du coup, une relation un peu compliquée avec les notabilités locales.

La troisième génération est celle des « promoteurs immobiliers », qui investissent pour eux-mêmes. C'est ce type d'investissements qui a fait, en grande partie, le développement urbain de Marrakech et de certaines communes rurales du côté de Beni Mellal, du Rif... Ces MRE gardent un œil sur le Maroc et en font une sorte de base arrière, y créent leurs résidences secondaires.

Certains ont-ils fait des investissements productifs ?

Je reste prudent dans mon analyse, mais je pense que c'est très peu le cas. Il faut nuancer, néanmoins. D'abord, un certain nombre de MRE sont devenus, pour le coup, de véritables promoteurs immobiliers. Ils ne se sont pas contentés d'acheter une résidence secondaire. Ils vivent en France, en Belgique, en Italie, mais ils ont investi dans l'immobilier au Maroc.

Par ailleurs, un certain nombre d'investissements échappent à toute mesure, à toute visibilité, car ils ont lieu dans les circuits informels.

C'est notamment le cas dans le transport et dans ce que l'on peut appeler l'industrie de la marocanité (marieuses, salons marocains, vaisselle de Safi...). Un véritable artisanat s'est créé et circule d'une rive à l'autre. Il génère des dizaines d'entreprises. Cette industrie de la marocanité est très prospère et le rôle des MRE y est fondamental.

Y a-t-il eu un mouvement de retour vers le Maroc de Marocains installés depuis plus ou moins longtemps à l'étranger ?

Ce sont des mouvements extrêmement difficiles à quantifier. Ce qui est clair, en revanche, c'est qu'il existe toute une génération de fils d'ouvriers, principalement, qui ont du mal à se faire une place en Europe. Ils ne bénéficient pas d'une promotion sociale, ils ne trouvent pas de travail en fonction de leurs diplômes, de leurs exigences... Une partie de ces personnes, qui sont des enfants de migrants, est venue au Maroc. Ils viennent y chercher des possibilités de promotion sociale et d'aventure professionnelle. J'ai rencontré beaucoup de ces profils, souvent issus de professions libérales, à Marrakech. D'autres ont ouvert des restaurants, des riads...

Un certain nombre d'entre eux a réussi et constitue une partie de la classe moyenne marrakchie. Les MRE ont beaucoup compté dans cette ville, à la fois dans l'immobilier, les professions libérales ou encore le tourisme. Ce sont souvent des enfants de couples mixtes. Cela reste toutefois minoritaire si l'on compare au nombre d'enfants issus des migrations marocaines, mais cela peut être significatif dans certaines professions.

Avez-vous été étonné en voyant la hausse spectaculaire des transferts de MRE vers le Maroc depuis le début de la crise liée à la pandémie de Covid-19 ?

Les transferts sont l'une des sources de revenus extérieurs les plus importantes pour le Maroc. Bien sûr, cette hausse a étonné.

Mais il faut prendre en compte certains éléments. Depuis le début de la migration marocaine, les transferts sont importants, mais c'est une rivière souterraine. La majorité est invisible et ne passe pas par le secteur bancaire. Les gens viennent l'été, avec de l'argent dans leur poche. Donc, ce qui a augmenté en réalité, c'est la visibilité des transferts. Cela atteste d'un changement culturel en fonction des générations. Les filles et fils de migrants ont des habitudes européennes. Ils ne se baladent pas avec 3 000€ en liquide sur eux, ils préfèrent disposer de comptes. Les nouvelles générations, qui n'ont souvent jamais vécu au Maroc, restent en tout cas fidèles aux transferts vers leur famille restée au dans le Royaume...

Une économie transnationale s'est installée entre le Maroc et le pays d'émigration. Il y a une circulation de biens, d'entrepreneurs, d'argent... Est-ce que c'est une forme de solidarité?

Oui. Mais on observe de plus en plus d'investissements capitalistes, individuels, plutôt que des transferts solidaires. D'ailleurs, le Maroc est un pays intéressant pour l'investissement, à partir du moment où vous avez confiance.



« Les nouvelles générations, qui n'ont souvent jamais vécu au Maroc, restent en tout cas fidèles aux transferts vers leur famille restée au dans le Royaume. »

C'est-à-dire quand vous avez des relations familiales et personnelles qui permettent d'être sûr de son placement. Alors, il est plus intéressant d'investir au Maroc qu'à Paris ou Bruxelles. C'est plus ouvert, en particulier pour les petites classes moyennes, qui constituent l'essentiel des migrations. Si vous voulez investir à Paris, cela demande des mobilisations financières conséquentes. Alors que, pour le prix d'un studio à Paris, vous avez une villa à Marrakech. *

► Propos recueillis par Rémy Pigaglio

NOUVEAU : LA BOUTIQUE My CFCIM

Boostez votre activité commerciale via votre Boutique B2B 100% en ligne



Mise en relation entre vendeurs et acheteurs



Vitrine d'exposition personnalisée



Base de données qualifiée d'acheteurs



Visibilité sur nos supports de communication

Partenaires Majeurs



Partenaires



Soutien Institutionnel



« Nous avons besoin de conserver les variétés anciennes de plantes, dont les caractères seront utiles à l'avenir »



Interview de Ahmed Amri, Directeur Honoraire de la Division des Ressources Génétiques, Représentant Résident au Maroc de l'Icarda

L'Icarda (Centre International de Recherche Agronomique dans les Zones Arides) a inauguré le 18 mai dernier sa toute nouvelle banque de gènes (ou banque de semences) à Rabat, en présence du Ministre de l'Agriculture Mohamed Sadiki. Cette infrastructure de pointe, composée de chambres froides, permet de conserver les ressources génétiques de dizaines de milliers de plantes. Elle remplace celle d'Alep, évacuée en raison de la guerre, et travaille en étroite collaboration avec le centre de recherches de l'Icarda situé en pleine campagne à Marchouch (à 70 km de Rabat).

Conjoncture : Qu'est-ce que l'Icarda et quelle est sa mission ?

Ahmed Amri: L'Icarda est un centre international de recherche agronomique né en 1977 à l'initiative d'acteurs du développement dont la volonté était de créer de tels centres de recherche consacrés aux cultures les plus importantes. L'Icarda a eu pour mandat de travailler sur l'amélioration de la productivité dans les zones arides non tropicales. Son principal centre de recherches a été installé à Alep, en Syrie. Ce choix a été dicté par le fait qu'il s'agissait de l'un des principaux centres d'origine et de domestication d'espèces d'importance mondiale, comme le blé, l'orge, les lentilles, le pois chiche, la fève, les espèces fourragères des zones tempérées (comme la luzerne)...

À quoi servent les banques de gènes, comme celle que l'Icarda vient d'inaugurer à Rabat et qui complète celle du Liban ? Pourquoi celle qui était présente en Syrie a dû être fermée ?

Les banques de gènes ont été créées pour conserver sur le long terme les ressources génétiques des plantes, car celles-ci sont menacées par les activités humaines, telles que l'urbanisation, le surpâturage... Aussi, les variétés nouvelles de plantes finissent par remplacer les variétés anciennes. Pourtant, nous avons besoin de ces dernières, plus particulièrement de leurs caractères, qui pourront être utiles à l'avenir. La banque de semences de l'Icarda créée en 1985 à Alep avait une capacité de 120 000 accessions [échantillons individualisés, NDLR], augmentée à 350 000 accessions en 2006. Nous avons demandé à des banques de gènes du monde entier de nous donner des copies de ce qu'ils conservaient.

En plus de cela, nous avons mené 48 prospections, c'est-à-dire des missions de collecte de plantes sur le terrain, qui nous ont permis d'ajouter 38 000 accessions qui n'étaient conservées nulle part ailleurs. Tout ceci a été complété par des échantillons développés dans le cadre de notre programme d'amélioration génétique.

En juin 2012, dans le contexte de la guerre en Syrie, les rebelles se sont approchés de notre centre de recherches. J'ai alors été parmi les derniers étrangers à quitter les lieux. Nos collègues syriens ont continué à travailler jusqu'en septembre 2014, au moment où il n'a plus été possible d'entrer dans le centre, qui a dû fermer. Heureusement, nous avons envoyé des copies de nos échantillons dans des banques de gènes à travers le monde, notamment dans la Réserve Mondiale de Semences du Svalbard, située en Norvège. 98 % des ressources génétiques ont ainsi pu être sauvées. Nous avons ensuite temporairement continué le travail en Tunisie. Puis nous avons ouvert deux nouvelles banques de gènes dans la plaine de la Bekaa, au Liban, et à Rabat. Cette dernière a une capacité de 120 000 accessions.

Ces banques de gènes représentent un atout pour un pays aride comme le Maroc face au changement climatique. Pouvez-vous expliquer pourquoi ?

En pratiquant l'amélioration génétique, nous pouvons trouver des variétés de plantes tolérantes à la sécheresse,

aux hautes températures, à la salinité, aux principales maladies, aux insectes... Pour cela, les chercheurs ont besoin des ressources génétiques conservées dans les banques de semences. Ils y trouvent des caractères de résistance, de tolérance et de qualité.

Le Maroc est passé par de nombreuses périodes de sécheresse à travers les âges. Les variétés locales et sauvages ont, en théorie, connu ces variations climatiques de stress. Dans certaines zones arides, elles devraient disposer de gènes de tolérance. Ce sont des atouts dont ne disposent pas les variétés nouvelles, car elles ont été sélectionnées dans des environnements plus favorables.

L'enjeu est aussi de pouvoir assurer la distribution des graines des variétés élaborées par les instituts de recherche. Comment y arriver ?

Si ces graines ne sont pas transférées chez les agriculteurs, c'est en effet dommageable. C'est un problème que nous avons dans la majorité des pays, et nous piétinons encore pour trouver des solutions. Le système de distribution doit pouvoir s'adapter afin que les agriculteurs puissent bénéficier le plus rapidement possible de tous les acquis de la recherche agronomique. Au Maroc, par exemple, les rendements sont encore très faibles et il existe un énorme potentiel d'amélioration. *

► Rémy Pigaglio

Avec une prévision de 32 millions de quintaux, la production de céréales en baisse de 69 %

Le Ministère de l'Agriculture a annoncé en mai dernier qu'il prévoyait une production de céréales (blé dur, blé tendre et orge) de 32 millions de quintaux pour la campagne agricole 2021-2022, selon l'agence MAP. Cela représenterait une baisse spectaculaire de 69 % par rapport à la précédente campagne, qui avait connu un production particulièrement importante. Cette chute s'explique principalement par la sécheresse historique que subit le Maroc depuis de longs mois. Le Ministère a ainsi indiqué qu'à fin avril dernier, la pluviométrie était en baisse de 42 % par rapport à la moyenne des 30 dernières années et de 35 % par rapport à la campagne précédente. Les pluies ont en outre été mal réparties dans le temps, 55 % de la pluviométrie ayant été enregistré pendant les mois de mars et d'avril. Les fruits et légumes, dont les exportations ont augmenté de 16 %, devraient en revanche connaître une production plutôt normale. Ils. Les exportations d'agrumes ont quant à elles progressé de 30 %. *



Une nouvelle loi encadrant le processus de médiation



Interview de Zineb Naciri-Bennani, Avocate au Barreau de Paris et au Barreau de Casablanca, Médiatrice et Présidente du Comité Médiation de la CFCIM.

Conjoncture: Le projet de loi n° 95.17 relatif à l'arbitrage et à la médiation conventionnelle a été adopté par la Chambre des Représentants en avril dernier : quelles sont les nouvelles dispositions concernant la médiation ? En quoi cette loi modifie-t-elle le système actuel ? Quel sera l'impact sur le processus de médiation ?

Zineb Naciri-Bennani: Les modifications apportées par le législateur portent principalement sur une plus grande liberté des parties dans les conditions de conclusion de la convention de médiation et du déroulement du processus, ce qui est dans l'esprit de la médiation, qui est à la base un processus totalement volontaire.

Ceci permet aux parties de recourir à la médiation à tout moment sans risque quant à la validité du processus, et ce, même lorsqu'un tribunal est déjà saisi du litige.

Les médiateurs bénéficient également de cette flexibilité puisqu'ils peuvent communiquer avec les parties par tous moyens. Leur intervention est dorénavant encadrée. La nouvelle loi introduit la notion d'acte de mission du médiateur, qui prévoit ses conditions d'intervention, comme elle met en place des obligations venant sauvegarder les intérêts des parties.

C'est ainsi que le médiateur doit désormais répondre à un certain nombre de qualités, à savoir l'indépendance, l'impartialité, l'intégrité et la loyauté. Il doit disposer de la pleine capacité et ne pas être condamné pour des actes préjudiciables à l'honneur, aux qualités de probité ou à la moralité publique par un jugement passé en force de chose jugée.

La durée de la médiation est également encadrée puisqu'elle ne peut dépasser une durée totale de 6 mois. L'issue de la médiation reste la transaction, qui peut faire l'objet d'exequatur, le tribunal devant dorénavant statuer dans un délai maximal de 7 jours.

Quel est l'objectif du législateur à travers cette loi ?

Il semble que le législateur cherche à promouvoir les modes alternatifs de règlement des conflits, puisque cette loi extrait les dispositions applicables à l'arbitrage et à la médiation du Code de procédure civile en créant une sorte de Code des modes alternatifs de règlement des conflits.

C'est la concrétisation de la volonté de Sa Majesté le Roi, inscrite dans la Charte de la réforme du système judiciaire de juillet 2013 qui a comme septième sous-objectif : « Encourager le recours aux moyens alternatifs de règlement des litiges » et ce, en « encourageant le recours à la médiation, la transaction et l'arbitrage pour le règlement des litiges ». La médiation fait l'objet d'efforts constants de promotion puisqu'aujourd'hui elle est présente dans une grande partie des secteurs économiques (assurance, bancaire, agricole, administration, crédit à la consommation, propriété intellectuelle...).

Quel est l'apport concret de cette loi pour les entreprises ?

Tout en permettant une plus grande flexibilité, la loi offre les garanties nécessaires au bon déroulement de la médiation. Notamment, ce processus permet, en cas de succès de la médiation, de conclure une transaction, contrat nommé qui peut faire l'objet d'exequatur et permet aux parties de disposer d'un acte ayant les mêmes effets qu'une décision de justice définitive.

La portée de l'accord qui résulte de la médiation et l'encadrement dont ce processus fait l'objet nécessitent le recours à des médiateurs formés tant aux techniques de négociation propres à la médiation qu'à son régime juridique.

La formation des médiateurs est dispensée au Maroc par des centres de médiation tels que le Centre de Médiation pour l'Entreprise de la CFCIM qui propose des formations certifiantes en partenariat avec le Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris et qui a formé à ce jour plus de 200 médiateurs. Le centre conduit également des médiations par le biais de plus de 50 médiateurs formés et expérimentés.

La loi limite la durée de la médiation et le délai d'obtention de l'exequatur afin de permettre une plus grande célérité, qualité fondamentale dans le monde des affaires.

Les entreprises ayant recours à la médiation pourront ainsi bénéficier incontestablement d'un gain en termes de temps et de coût. Elles auront la maîtrise de leur conflit et choisiront la solution qu'elles estiment la plus appropriée et la plus satisfaisante, dans une perspective gagnant-gagnant. La médiation permet également aux parties de maintenir la relation commerciale ou la relation de travail et souvent de continuer la collaboration dans de meilleures conditions.

La loi a été publiée le 13 juin 2022 au bulletin officiel numéro 7099 et elle est entrée en vigueur le 14 juin 2022. *

Les modules de l'usine de vaccins de Benslimane arrivent au Maroc



Le bateau chargé des modules de la future usine de vaccins de Benslimane est arrivé le 12 juin dernier au port de Casablanca, rapporte l'agence MAP. Ces modules, qui constituent une usine clé en main, pèsent 35 000 tonnes et ont été fabriqués à Shanghai par une entreprise japonaise. Le projet de cette usine a été lancé en janvier dernier par Sa Majesté le Roi Mohammed VI. Son objectif est de disposer d'une capacité de remplissage des seringues de vaccins (aussi appelée « fill & finish ») contre le Covid-19 et d'autres maladies. Porté par l'entreprise marocaine Sensyo Pharmatech, dont les actionnaires sont privés (Bank of Africa, Banque Centrale Populaire, Attijariwafa Bank) et publics (via le Fonds Mohammed VI pour l'investissement), le projet est réalisé en collaboration avec la firme suédoise Recipharm. La capacité installée devrait être de 116 millions de flacons et seringues préremplis par an d'ici à 2024 et l'investissement prévu est de 200 millions d'euros. Au moment du lancement du projet, en janvier, la date de lancement de la production des lots d'essais était fixée au 30 juillet. L'usine fait partie d'un ambitieux plan visant à doter le Maroc d'un pôle de biotechnologie, dans le but notamment de répondre aux besoins en produits pharmaceutiques du continent africain. *

Le cadre réglementaire du crowdfunding se met en place

Bank Al-Maghrib a publié fin mai une série de 9 circulaires consacrées au financement collaboratif (crowdfunding). Celles-ci, disponibles sur le site de l'institution, détaillent une série de procédures : demande d'agrément pour la création d'une société de financement collaboratif à Bank Al-Maghrib, contrôle interne de ces sociétés, conditions et modalités de réalisation des opérations de financement collaboratif sous forme de prêt, ou encore modalités de communication sur les opérations de financement. Cette nouvelle étape de la création d'un cadre réglementaire pour le financement collaboratif au Maroc suit notamment la publication en mars 2021 de la loi n° 15-18 relative au financement collaboratif. Selon le site d'information Médias24, un premier décret d'application a été adopté en Conseil du Gouvernement le 19 mai dernier, mais la loi nécessitera d'autres textes réglementaires pour être mise en œuvre.

Le Porte-Parole du Gouvernement, Mustapha Baitas, relayé par l'agence MAP, a indiqué au moment de l'adoption du décret que celui-ci comprenait « un ensemble de dispositions définissant le régime d'investisseur contributeur, les garanties relatives aux

moyens d'organisation et techniques ainsi que les ressources humaines que les sociétés de financement collaboratif doivent fournir pour exercer leurs activités ». *



Tasdircom, un écosystème de programmes d'accompagnement à l'exportation bientôt lancé

Un « écosystème d'accompagnement » baptisé Tasdircom rassemblera bientôt des programmes et mécanismes d'aides à l'exportation, a annoncé début juin Abdelouahed Rahal, le Directeur Général du Commerce du Ministère de l'Industrie et du Commerce, rapporte l'agence MAP. Le responsable, qui intervenait dans une rencontre organisée par la CGEM sur le thème « Exporter du Maroc : Défis et opportunités », a par ailleurs indiqué qu'un groupe de travail créé par le Ministère avait préparé 1 200 fiches techniques « par couple produit/marché » qui représentent des opportunités d'exportation pour les entreprises marocaines. Toujours selon la MAP, le département travaille aussi sur 60 projets d'investissement potentiels pour les entreprises marocaines en vue de stimuler leurs exportations. Au total, le Ministère a identifié un potentiel



de 120 milliards de dirhams d'exportations, « équivalent aux capacités de production existantes mais inexploitées », rapporte encore l'agence MAP. *

Après deux années de coupure, l'opération Marhaba relancée



Le Maroc a lancé, le 5 juin dernier, l'opération annuelle Marhaba pour l'accueil des Marocains résidant à l'étranger (MRE), après deux années de coupure. En 2020 et 2021, la crise sanitaire puis une grave brouille diplomatique avec l'Espagne avaient empêché son organisation. La réconciliation hispano-marocaine annoncée en mars dernier a permis de relancer la coopération entre les deux pays, notamment sur la préparation du transit des MRE par l'Espagne vers le Maroc. Mise en œuvre par la Fondation Mohammed V pour la solidarité, l'opération est notamment mise en place dans les ports espagnols de Mortil, Almeria et Algésiras, de Sète et de Marseille dans le Sud de la France, et de Gênes en Italie. Elle devrait mobiliser près de 1 000 agents (médecins, assistantes sociales et volontaires) pour accompagner les voyageurs dans les ports, les aéroports et sur les aires d'autoroute. En 2019, près de 3,3 millions de passagers et plus de 760 000 véhicules marocains avaient traversé le détroit de Gibraltar en été via les ports espagnols, rapporte l'AFP. *

Oracle inaugure un centre de R&D à Casablanca

Le géant américain de l'informatique et de la technologie, Oracle, a annoncé l'inauguration le 17 mai dernier d'un centre R&D à Casanearshore à Casablanca. Cette nouvelle unité d'« Oracle Lab » accueillera 100 chercheurs « qui vont recourir au cloud d'Oracle et à ses toutes dernières technologies d'IA ou de Machine Learning (“apprentissage automatique”), et ce, dans le but de fournir des solutions permettant aux entreprises, aux organisations scientifiques et au secteur public d'adresser leurs challenges», selon un communiqué du groupe.

L'entreprise veut par ailleurs mettre en place des « recherches conjointes avec des universités locales et travaillera de manière constante avec l'écosystème local des jeunes entreprises marocaines afin d'intégrer celles-ci au programme ». D'après Hassan Chafi, Vice-Président de la Recherche et du Développement Avancé, cette implantation est notamment motivée par le fait que « la plupart des ingénieurs au Maroc, en plus de leurs compétences technologiques exceptionnelles, parlent trois langues et se caractérisent par leur grande ouverture et leur créativité ». Oracle Lab dispose de 11 sites sur la planète. Cette inauguration s'est tenue au moment de la visite au Maroc de la PDG d'Oracle Corporation, Safra Catz, qui a en outre rencontré le Chef du Gouvernement Aziz Akhannouch. *

Pour ses batteries, Renault signe un accord d'approvisionnement en cobalt avec Managem

Le géant français de l'automobile Renault et le groupe minier marocain Managem, filiale de la holding Al Mada, ont signé début juin dernier un protocole d'accord « visant à sécuriser l'approvisionnement en sulfate de cobalt bas carbone et responsable pour les batteries électriques », indiquent les deux entreprises dans un communiqué.

L'accord prévoit la fourniture par Managem de 5 000 tonnes de sulfate de cobalt par an pendant une période de 7 ans à partir de 2025. « Après une étude d'ingénierie, Managem Group prévoit d'investir dans la construction d'une future usine située au sein du complexe industriel de Guemassa au Maroc afin de transformer le minerai de cobalt en sulfate de cobalt »,



précise le document. Cet approvisionnement, selon les deux entreprises, représentera une capacité annuelle de production de batteries allant jusqu'à 15 GWh. « Cet accord inclut notamment la possibilité pour Managem Group, Renault Group et ses partenaires de l'Alliance [de Renault avec Nissan et Mitsubishi, NDLR] de développer des coopérations

potentielles sur l'approvisionnement de sulfate de manganèse et de cuivre, ainsi que sur la revalorisation des matériaux de batteries en boucles courtes », ajoute le communiqué. Renault est un acteur majeur du secteur automobile marocain, notamment au travers de son usine de Tanger inaugurée en 2012. *

Le dialogue social du Gouvernement et des partenaires sociaux débouche sur une série de mesures, dont l'augmentation du SMIG

Les principales centrales syndicales (UMT, UGTM, CDT), la CGEM, la Comader et le Gouvernement sont parvenus le 30 avril dernier à un accord comportant un ensemble de mesures pour la période 2022-2024, rapporte l'agence MAP. Parmi les mesures les plus importantes issues de ce dialogue social, le texte prévoit une hausse de 10 % du salaire minimum dans les secteurs de l'industrie, du commerce et des services sur deux ans, ou encore le relèvement du salaire minimum dans le secteur public à 3 500 dirhams nets. Selon un communiqué de la CGEM, l'augmentation de 5 % prévue en 2022 ne s'appliquera pas au secteur du tourisme. En ce qui concerne l'augmentation de 5 % prévue en 2023, elle est conditionnée notamment par l'adoption d'une loi organique sur l'exercice du droit de grève. Une unification des salaires minimum des secteurs de l'industrie, du commerce, des professions libérales et du secteur agricole est aussi prévue

à l'horizon 2028, rapporte de son côté Médias24. Selon le site d'information, l'accord prévoit aussi une avancée inédite : un congés paternité de 15 jours pour le secteur public. À propos de la retraite, selon la MAP, les partenaires se sont mis d'accord pour réduire la durée d'affiliation pour bénéficier d'une pension de vieillesse de 3 240 jours à 1 320 jours et permettre aux assurés ayant atteint l'âge légal de la retraite, mais disposant de moins de 1320 jours d'affiliation d'obtenir le remboursement des cotisations salariales ainsi que celles de l'employeur. L'ensemble des mesures doit être mis en application à travers l'adoption de nouveaux textes législatifs et réglementaires dans les prochains mois. En outre, au-delà de ces mesures, les partenaires se sont mis d'accord sur l'adoption d'une charte nationale du dialogue social dont l'objectif est d'institutionnaliser ce dernier. Elle prévoit aussi de mettre en place un calendrier de rencontres et une méthodologie. *



« Nous sommes entrés dans un nouveau cycle politique mondial »

Isabelle Job-Bazille, Directrice des Études Économiques du Groupe Crédit Agricole

Isabelle Job-Bazille, était l'invitée de « Point de vue » le 18 mai dernier. Elle a notamment décrypté les principaux enjeux géopolitiques et a dressé un état des lieux des perspectives économiques internationales dans un contexte de crise, marqué à la fois par la pandémie de Covid-19 et la guerre en Ukraine.

« **L'**économie mondiale affronte une série de chocs qui en éprouve la résilience. Ce choc de la guerre en Ukraine intervient dans des économies qui étaient à peine remises, toujours convalescentes, suite à la pandémie avec des cicatrices plus ou moins profondes selon les régions. Cela dessine un monde qui est relativement fracturé. » Tel est le constat d'Isabelle Job-Bazille.

La crise du Covid-19 a en effet touché de manière hétérogène les pays développés et les pays émergents. Les premiers, qui ont bénéficié d'importantes mesures gouvernementales de soutien à l'économie, ont finalement réussi à limiter l'impact de la pandémie et à préserver leur tissu productif. Les économies émergentes, quant à elles,

ont été moins résilientes du fait de la difficulté des États à mettre en œuvre des mesures budgétaires ou monétaires en appui à l'économie ou encore de l'inégalité de l'accès aux soins.

« Ces fractures risquent malheureusement de s'aggraver avec ce nouveau choc de la guerre en Ukraine qui, certes, va beaucoup moins affecter les économies, mais qui va tout de même provoquer un choc inflationniste commun. », indique l'économiste.

Guerre en Ukraine : un impact majeur sur certains secteurs économiques

En ce qui concerne l'impact économique de la guerre en Ukraine, Isabelle Job-Bazille constate que « le poids de l'Ukraine et de la Russie dans le commerce international reste relativement faible, mais en revanche ces deux pays sont des acteurs décisifs,

voire incontournables, sur un certain nombre de secteurs. »

La Russie et l'Ukraine totalisent en effet à elles seules près de 30 % des exportations mondiales de blé. L'Ukraine est aussi le premier producteur de maïs et la Russie occupe pour sa part une position dominante sur le marché des engrais. Le secteur des oléagineux est également concerné.

« Bien évidemment, la Russie est un acteur incontournable dans l'énergie, que ce soit le charbon, le pétrole ou le gaz qui représentent pour ce pays 60 % de ses exportations. Les exportations russes représentent à peu près 11 % des exportations mondiales de pétrole, 19 % en ce qui concerne le gaz et 5 % en ce qui concerne le charbon sachant que ces exportations sont majoritairement à destination de l'Europe », précise l'économiste.

D'autres produits sont également concernés, en particulier le palladium, le nickel ou le platine dont la Russie est un exportateur important ou encore le gaz néon (utilisé dans la gravure des semi-conducteurs) et le noir de carbone (entrant dans la composition des pneus) essentiellement produits en Ukraine.

L'autre marché qui a particulièrement été impacté par le conflit est bien entendu celui de l'énergie. « Il y a effectivement une nouvelle flambée des prix de l'énergie indépendamment des conditions d'offre car, en fait, les robinets ne sont pas coupés, notamment dans l'approvisionnement de gaz entre la Russie et l'Europe. Mais c'est par anticipation ou par crainte d'embargo que ces prix se sont envolés et à raison puisque l'Europe a décidé un embargo sur le charbon. Elle cessera ses importations de charbon à horizon de fin d'année », indique Isabelle Job-Bazille.

Elle ajoute : « Il y a beaucoup de discussion autour des importations de pétrole et de possibilité d'embargo puisque l'Europe a des alternatives en termes d'approvisionnement, car il est possible d'acheminer ce pétrole par tanker et aussi de diversifier les sources d'approvisionnement. [Postérieurement à cette intervention, fin mai dernier, l'Union européenne a décidé d'un embargo partiel et progressif sur le pétrole russe, NDLR]. Ce que l'on a pu observer c'est que le pétrole russe se réoriente vers d'autres pays comme la Chine ou l'Inde avec une décote d'environ 35 % sur le marché. »

Quant au gaz, l'embargo semble particulièrement difficile à mettre en place selon l'experte : « À ce stade, il est peu probable que l'Europe décide à brève échéance d'un embargo sur le gaz, même si elle essaye de réduire sa dépendance. ». En effet, la seule alternative serait de s'approvisionner en gaz naturel liquéfié pouvant être transporté par méthanier. Or, peu de ports européens sont équipés d'infrastructures de regazéification.

« Le pétrole russe se réoriente vers d'autres pays comme la Chine ou l'Inde avec une décote d'environ 35 % sur le marché. »

Des pays inégalement impactés par le conflit russo-ukrainien

« En ce qui concerne la dépendance à la Russie et à l'Ukraine, ce que l'on peut retenir c'est que ce sont les pays du Caucase qui sont le plus touchés par le conflit, du fait de leur proximité géographique et surtout du fait de l'intensité des échanges entretenus avec eux et en particulier avec la Russie. Ce ne sont pas seulement des échanges commerciaux : il y a également des flux d'investissement et aussi de travailleurs, avec un rapatriement de revenus vers ces pays », explique Isabelle Job-Bazille. Les pays d'Europe centrale tels que la Pologne, la Hongrie, la République tchèque et par extension la Turquie, sont des importateurs nets de pétrole qui sont particulièrement vulnérables à l'augmentation du prix de l'énergie. Plus généralement, cette vulnérabilité concerne tous les pays émergents importateurs nets d'énergie, mais aussi de denrées alimentaires, par exemple l'Égypte et le Liban.

Toutefois, quelques pays bénéficient du contexte actuel : les producteurs de pétrole, notamment dans le Golfe, qui profitent à la fois de la hausse de la demande et de la hausse des prix, ou encore les pays d'Amérique latine qui exportent pour la plupart des produits agricoles ou des métaux. « Cependant, ces pays font face comme partout à un choc inflationniste alors même que leur marge budgétaire est épuisée et qu'il y a un contexte de resserrement monétaire. Le risque pour ces pays est que cette embellie masque les problèmes structurels et retarde les réformes indispensables », nuance l'économiste.

Les États-Unis tirent leur épingle du jeu

« Les États-Unis sont relativement immunisés du fait de leur éloignement géographique et des liens très distendus que ce soit avec la Russie ou l'Ukraine. C'est une économie qui a connu une reprise très rapide de l'activité post-Covid grâce notamment à une politique monétaire extrêmement accommodante, mais aussi par une réponse budgétaire sans précédent dans le pays avec trois plans de relance successifs pour un montant total d'environ 6 000 milliards de dollars soit 28 % du PIB américain. Donc, on a injecté beaucoup d'argent dans l'économie américaine. À titre de comparaison les plans de soutien en Europe ont atteint 10 % du PIB », constate Isabelle Job-Bazille.

Autre phénomène qui concerne les États-Unis, la forte pénurie de main-d'œuvre générée par la « grande démission », en particulier dans les secteurs à bas salaires.

« Les entreprises ont dû offrir des hausses de salaire très généreuses pour pouvoir attirer de nouvelles recrues. Les salaires augmentent très vite avec le risque d'enclenchement d'une boucle prix-salaires, avec une inflation qui devient potentiellement incontrôlable », alerte l'économiste. « En avril dernier, l'inflation totale était redescendue à 8,3 %. Mais, l'inflation sous-jacente, hors énergie et produits alimentaires, est au-delà de 6 %. (...) Fin 2022, le taux directeur de la Réserve Fédérale américaine (Fed) pourrait atteindre 2 % et même au-delà à 2,5 % voire 3 % pour combattre l'inflation. Toute la difficulté de la Fed est d'essayer de calmer la surchauffe tout en essayant de maintenir l'activité économique. >>>>

»»» Avant le resserrement monétaire, la croissance américaine était autour de 4 %. Fin 2022, elle pourrait ralentir, mais se stabiliser aux alentours des 3 % », analyse-t-elle.

Une résilience disparate en Europe

En Europe, la reprise a été relativement rapide pour atteindre globalement, juste avant la guerre en Ukraine, le niveau de croissance d'avant pandémie. Selon Isabelle Job-Bazille, la situation était hétérogène selon les pays : « la France se positionnait plutôt bien, de même que l'Italie. L'Allemagne avait un peu reperdu du terrain, mais cela était lié à ses problèmes d'approvisionnement au niveau des chaînes globales de valeur, notamment dans l'industrie et l'industrie automobile. L'Espagne était un peu en retrait en termes de reprise. »

Fin 2021, malgré la pandémie, on pouvait constater quelques signes encourageants tels que la préservation de l'emploi et des revenus des ménages et la hausse de l'épargne. Du côté des entreprises, il n'y pas eu de problème majeur de liquidité ou de solvabilité, en particulier grâce aux mesures de liquidité et aux prêts garantis par les États mis en place pour faire face à la crise.

Aujourd'hui, même si la Russie ou l'Ukraine ne sont pas les principaux partenaires économiques de l'Union européenne, cette dernière reste très dépendante sur le plan énergétique. « Le talon d'Achille de l'Europe, c'est sa dépendance énergétique vis-à-vis de la Russie. Le gaz naturel représente 24 % du mix énergétique européen dont 38 % est importé de Russie. La part du pétrole constitue 34 % du mix et c'est un peu moins de 30 % qui est importé de Russie. À l'échelle des pays, la France est par exemple beaucoup moins dépendante de la Russie que l'Allemagne et l'Italie, notamment en ce qui concerne les approvisionnements en gaz », analyse Isabelle Job-Bazille.

C'est pourquoi le conflit en Ukraine a eu pour conséquence immédiate une poussée inflationniste dans la Zone euro avec une inflation de 7,5 % au mois d'avril, l'inflation sous-jacente n'étant que de 3,5 %.

L'économiste précise à ce sujet : « l'inflation en Europe est essentiellement d'origine énergétique : les prix de l'énergie ont augmenté de 38 %. Les niveaux d'inflation sont hétérogènes selon les pays : l'Estonie a un taux de plus 19 % alors que la France a un taux d'inflation limité à 5,4 %. Cela s'explique en partie par les mesures de compensation et de dédommagement mises en œuvre dans un certain nombre de pays pour protéger les ménages de ces augmentations. En France, on a bloqué les prix du gaz avec un bouclier tarifaire et on a instauré une ristourne sur les prix des carburants de 15 à 18 centimes. »

Dans ce contexte, les prévisions de croissance pour 2022 ont été revues à la baisse, passant de 4 % à 2,5-3 %. Selon ces prévisions, la France serait moins touchée que l'Allemagne ou l'Italie qui pourraient perdre jusqu'à deux points de croissance.

Même si elle ne se trouve pas dans la même configuration, la Banque centrale européenne va, à l'instar de la Fed, devoir effectuer un difficile

arbitrage entre le maintien de la croissance économique et la maîtrise de l'inflation. « La Banque centrale européenne ne doit pas sous-estimer ce risque et doit remonter ses taux d'intérêt. Elle doit gérer cet arbitrage croissance/inflation de manière beaucoup plus prudente qu'aux États-Unis, mais on anticipe une hausse de taux dès le mois de juillet qui doit être suivie d'une normalisation au cours du 2^d semestre 2022 et au-delà. », prévient l'experte.

Vers une nouvelle crise financière ?

Selon Isabelle Job-Bazille, le resserrement monétaire de part et d'autre de l'Atlantique, risque d'affecter la stabilité financière : « Depuis 2010, les prix d'actifs sont repartis à la hausse et ont même fortement accéléré depuis la crise du Covid. Il en va de même des indices boursiers. Le Dow Jones qui atteint des sommets pendant la pandémie alors même que les prix à la consommation sont certes à la hausse, mais pas du tout dans la même ampleur. Ces prix d'actifs ont été alimentés par les politiques monétaires très accommodantes (injection de liquidité et taux historiquement bas) qui ont donné du carburant aux marchés financiers. Ainsi, le risque, si l'on enlève trop rapidement la perfusion, c'est d'avoir



des corrections très importantes au niveau financier, surtout dans l'environnement très incertain que l'on connaît. »

Selon elle, ces corrections pourraient avoir des dommages collatéraux sur l'économie à l'échelle mondiale, notamment si elles se traduisent par une envolée des taux d'intérêt. Dans cette hypothèse, les entreprises devraient se financer à des taux plus élevés et pourraient ainsi être confrontées à des problèmes de liquidité et de solvabilité. L'autre menace, c'est le niveau d'endettement record au niveau mondial (en raison des faibles taux d'intérêt) que ce soit au niveau de la dette publique, de celle des ménages ou de celle des entreprises. Une remontée rapide des taux pourrait aussi générer des risques de solvabilité au niveau global.

Un monde de plus en plus incertain

Selon Isabelle Job-Bazille, sur le plan géopolitique, le monde connaît actuellement des changements majeurs : « Nous sommes entrés dans un nouveau cycle politique mondial depuis une dizaine d'années avec des événements de rupture que l'on connaît à la fois politiques et géopolitiques : printemps arabes, Brexit, guerre commerciale sino-américaine, montée des populismes...

« C'est la fin d'un monde unipolaire où les États-Unis étaient ultradominants. Cette puissance est toujours dominante, mais en déclin face l'émergence de la Chine. »

(...) C'est la fin d'un monde unipolaire où les États-Unis étaient ultradominants. Cette puissance est toujours dominante, mais en déclin face l'émergence de la Chine. »

Autre phénomène constaté par l'économiste : le déclin des classes moyennes à l'échelle internationale : « au moment où on vit une crise de la démocratie qui est liée à une crise identitaire des classes moyennes qui sont percutées par de grandes transformations qui les inquiètent. Ces classes moyennes se vident dans certains pays alors que l'on sait qu'elles représentent un socle de la cohésion sociale et de la démocratie. Dans cet univers en totale recomposition. L'incertitude politique va être durable, en attendant de trouver de nouveaux équilibres internationaux. »

Dans la période de transition actuelle,

les modèles en vigueur depuis la 2^e Guerre mondiale tels que le multilatéralisme ou le capitalisme libéral se sont affaiblis, ce qui va engendrer, d'après Isabelle Job-Bazille, davantage de conflits dans le monde : « Lorsque la force prime sur le droit, cela est propice à la résurgence des conflits au niveau mondial. ». Ces conflits internationaux peuvent également accroître les tensions sociales à l'intérieur des pays.

L'économiste annonce par ailleurs non pas « un processus total et accéléré de démondialisation », mais « probablement la fin de l'hypermondialisation ». « Si vous ajoutez les questions climatiques, cela va dans le sens d'une plus grande régionalisation des échanges avec la volonté de réfléchir sur ces chaînes de valeur mondiales pour les rendre plus résilientes avec un retour des logiques de proximité géographique. Une proximité géographique, mais aussi de valeurs à travers la recherche de partenaires économiques fiables et l'organisation des dépendances mutuelles », précise-t-elle.

Autre effet de la décarbonation, la hausse des prix des énergies fossiles ainsi que de toutes les matières premières notamment celui des métaux nécessaires pour assurer la transition énergétique (terres rares pour les batteries...).

Cette croissance sera ainsi « plus inflationniste » et principalement portée par les investissements. « Il va donc falloir gérer ces arbitrages avec une grande articulation entre la politique budgétaire et la politique monétaire. », conclut Isabelle Job-Bazille. *



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



Cécile HUMBERT-BOUVIER

La Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement (BERD) a tenu le 11 mai son assemblée annuelle à Marrakech. Il s'agissait du premier rassemblement physique de la BERD depuis la pandémie de Covid-19 qui avait contraint l'organisation à organiser les éditions de 2020 et 2021 en virtuel.

C'est aussi la première fois que la BERD tenait son assemblée annuelle dans l'un de ses pays membres sur le continent africain. Nous avons eu le plaisir d'accueillir la délégation française conduite par William Roos, chef du service des affaires multilatérales et du développement de la Direction Générale du Trésor et son équipe ainsi que nos collègues administrateurs à la BERD. Plus de 1500 personnes étaient présentes pour échanger autour des enjeux qui se posent dans les pays d'intervention. L'organisation a ainsi réitéré son soutien à l'Ukraine en mettant en œuvre un plan de résilience de 2 Md EUR. L'assemblée s'est également penchée sur la situation économique générale, avec une inflation en hausse et des préoccupations concernant la sécurité énergétique et alimentaire. Au Maroc, la BERD anticipe un ralentissement de la croissance à 1,2 %, dans la lignée des prévisions FMI et Banque mondiale (1,1 %). Cette assemblée annuelle a également été l'occasion pour les autorités marocaines représentées par le chef du gouvernement et plusieurs ministres de mettre en exergue, à l'occasion de plusieurs ateliers et tables rondes, les nombreux atouts du Maroc pour les investisseurs étrangers et les projets susceptibles d'être conduits en partenariat avec les bailleurs internationaux. ►

L'économie en mouvement

Un chiffre en perspective

80,6 %

Endettement du Trésor marocain en 2022

Selon une récente analyse conduite par Attijari Global Research (AGR), l'endettement total du Trésor devrait s'élever à 80,6 % du PIB en 2022. Alors que le Trésor est déjà endetté à hauteur de 75,8 % du PIB à fin avril, les analystes d'AGR soulignent que l'effort budgétaire consenti pour faire face aux répercussions du conflit en Ukraine devrait amener la dette du Trésor à suivre un trend haussier pour atteindre 960 Md MAD. La dette extérieure devrait atteindre 19,2 % du PIB (17,8 % en 2021), contre 61,4 % pour la composante intérieure (58 % en 2021). Ainsi, le poids de la dette extérieure devrait rester quasi stable à 24 % du total. Selon AGR, cette situation est attribuable au recours quasi-exclusif du Trésor au marché domestique en raison du retard de l'exécution des financements extérieurs. Ces projections s'appuient sur l'anticipation d'un déficit budgétaire qui resterait maîtrisé à 5,9 % du PIB, soit un déficit légèrement plus faible que celui donné par les projections du HCP (6,3 %) et de BAM (6,2 %). Le HCP reste néanmoins plus optimiste sur l'évolution de la dette du Trésor, tablant sur 78,7 % du PIB à la fin de l'année.

► leo.mineur@dgtrésor.gouv.fr

La Chronique économique

L'augmentation des prix des produits alimentaires et des carburants explique les 3/4 de l'inflation marocaine

L'inflation s'est nettement accélérée au Maroc ces derniers mois : alors que l'inflation mensuelle en glissement annuel était toujours demeurée en dessous de 3 % depuis 10 ans, elle a atteint 5,9 % en avril après 5,3 % en mars selon Bank Al Maghrib. Ces chiffres restent néanmoins parmi les plus faibles du continent et se situent en-dessous de ceux observés pour la zone euro. Quant aux prévisions d'inflation pour 2022, elles ont été nettement revues à la hausse depuis la fin d'année dernière (BAM anticipe désormais 4,7 %, la Banque mondiale 4 % et le FMI 4,4 %) mais elles paraissent relativement modérées dans le contexte inflationniste mondial actuel. Cette relative résilience de l'économie marocaine face à l'inflation s'explique par le rôle d'amortisseur joué par les biens à prix règlementés

qui représentent 22 % du panier de l'IPC (cf. notre chronique du mois de mars). Si l'on exclut ces biens à prix règlementés, qui ont connu une désinflation de -0,2 % en mars, l'inflation mensuelle de 5,3 % enregistrée en mars correspond à une inflation sur les biens à prix de marché de 6,9 %. Ce sont les produits alimentaires qui sont les principaux responsables de l'inflation actuelle. En mars, ils ont contribué pour 3,3 % à l'inflation et expliquaient donc 62 % de l'inflation enregistrée. La hausse des prix des carburants, qui représentent 2,7 % du panier de l'IPC, a par ailleurs été particulièrement spectaculaire en mars (28,6 %), contribuant pour près de 0,8 % à l'inflation et expliquant 15 % de cette dernière.

► tarik.mouakil@dgtrésor.gouv.fr

Secteur à l'affiche

Signature d'une convention-cadre de partenariat entre établissements français et marocains de formation professionnelle en agro-alimentaire

Du 14 au 20 mai 2022, les directeurs et responsables de formation agro-alimentaire de quatre instituts de formation de techniciens spécialisés en agriculture (ITSA de Témara, Aïn Jemaa, Fquih Ben Salah et Sidi Hamadi) ont visité des établissements homologues de la région Bourgogne – Franche Comté (Ecoles nationales d'industrie laitière de Poligny et de Besançon-Mamirolles, lycées agricoles de Fontaines Sud Bourgogne, Montmorot et Plombières-lès-Dijon). Ces rencontres, qui faisaient suite à la visite en octobre dernier des établissements marocains par les équipes des établissements français, ont permis de riches échanges sur les collaborations possibles. Elles ont débouché sur la signature le 20 mai d'une convention-cadre de partenariat par les établissements, la DRAAF Bourgogne-Franche-Comté et la Direction de l'Enseignement, de la Formation et de la Recherche du Ministère marocain de l'agriculture. Elle facilitera la mise en place d'échanges éducatifs, techniques et culturels entre établissements de formation mais également le développement d'échanges entre professionnels de la transformation agro-alimentaire, en particulier dans le secteur de la transformation laitière. Une rencontre d'étudiants est déjà programmée à l'automne pour amorcer les échanges entre jeunes des deux pays. Les deux ministères de l'agriculture ainsi que la région Bourgogne-Franche Comté financent ce partenariat.

bertrand.wybrecht@dgtrésor.gouv.fr

Relations France-Maroc

25^{ème} commission mixte entre les deux offices de propriété industrielle français et marocain



L'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) et l'Institut national de propriété industrielle (INPI) ont tenu leur 25^{ème} commission mixte, le 19 mai 2022 à Courbevoie. Présidée par M. Pascal FAURE, Directeur général de l'INPI, et M. Abdelaziz BABQIQI, Directeur général de l'OMPIC, cette réunion a été l'occasion d'établir un nouveau programme de coopération pour la période 2022 - 2023. Ce programme portera en particulier sur la formation en matière de propriété industrielle et les échanges d'expériences dans le domaine des procédures d'examen. Les deux offices visent également la mise en place d'un accord PPH (Patent Prosecution Highway) en matière de brevet d'invention. Cet accord aura pour but de faciliter l'obtention d'un brevet auprès des deux offices. En effet, l'objectif est d'accélérer le traitement de la délivrance des demandes de brevet étendues sous priorité d'une première demande nationale française ou marocaine. L'INPI et l'OMPIC souhaitent aussi mettre à profit l'expertise française pour valoriser le savoir-faire artisanal marocain grâce aux indications géographiques artisanales et industrielles. Pour mémoire, une indication géographique distingue un produit originaire d'une zone géographique déterminée, qui possède des qualités, une notoriété ou des caractéristiques liées à ce lieu d'origine. Elle protège le nom de ce produit des contrefaçons et autres copies. Enfin, avec le lancement de la nouvelle plateforme entreprise de l'OMPIC, l'INPI fera part de son retour d'expérience sur le sujet. Pour rappel, l'INPI est présent depuis plus de 20 ans au Maroc avec un conseiller en propriété intellectuelle basé au Service économique régional de l'ambassade de France.

francois.kayser@dgtrésor.gouv.fr

Affaires à suivre



►►► **Economie bleue** : la Banque mondiale a approuvé en mai dernier un prêt de 350 M USD pour appuyer le lancement du programme Economie bleue du Maroc, un des piliers du Nouveau Modèle de Développement. En 2018, le CESE avait déjà préconisé l'adoption d'une stratégie nationale de l'économie bleue durable et inclusive, déployée autour des secteurs économiques traditionnels (la pêche, le tourisme et les activités portuaires), tout en développant de nouveaux secteurs à fort potentiel de croissance (aquaculture, écotourisme, bioproduits marins ou biotechnologies, construction navale, énergies, etc.)

►►► **Traitement des déchets ménagers** : l'Etablissement de Coopération Intercommunale « Al Assima » (Wilaya de la région Rabat Salé Kénitra) a relancé le 1^{er} juin un appel d'offres international sur offre de prix portant sur la gestion déléguée du centre d'enfouissement et de valorisation d'Oum Azza. La date limite de remise des dossiers est prévu le 18 juillet prochain

►►► **Industrie et métaux stratégiques** : Renault Group a signé le 1^{er} juin à Casablanca un Memorandum d'entente avec Managem Group pour approvisionner le constructeur français en sulfate de cobalt produit au Maroc, soit 5000 tonnes par an pendant 7 ans, à partir de 2025. Renault sécurise ainsi en partie, à travers cet accord, son approvisionnement en ce métal stratégique (20 % de ses besoins globaux) nécessaire à la fabrication de batteries pour des véhicules électriques.

Retrouvez l'actualité du Service économique sur



Indicateurs économiques et financiers

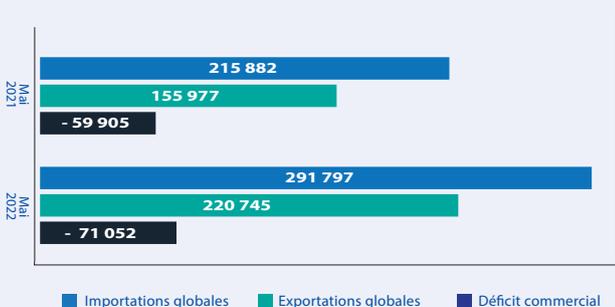
Retrouvez chaque mois dans Conjoncture les principaux indicateurs économiques et financiers du Maroc.

Une rubrique réalisée par la société de Bourse M.S.IN.



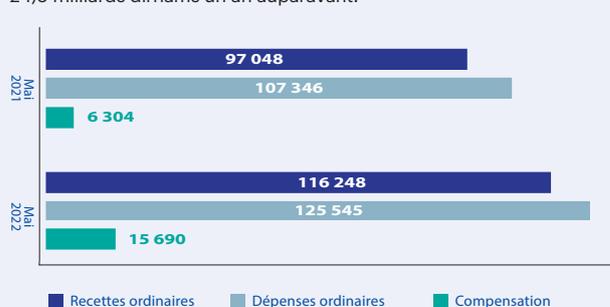
Balance commerciale

À fin Mai 2022, le déficit commercial s'alourdit de 18,6% par rapport à la même période en 2021.



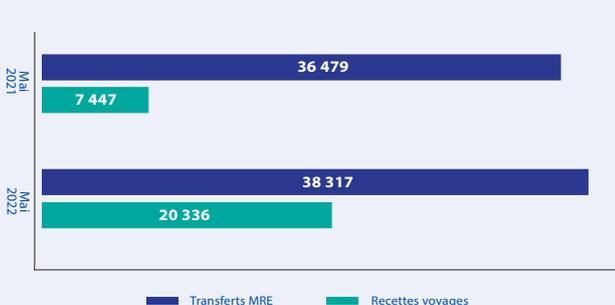
Finances publiques

À fin mai 2022, la situation des finances publiques fait ressortir un déficit budgétaire de 14,6 milliards de dirhams contre un déficit de 24,6 milliards dirhams un an auparavant.



Transferts des MRE & recettes voyages

Les recettes de voyage et les transferts des MRE ont enregistré respectivement des hausses de 173,1% et 5,0% à fin mai 2022.



Bourse de Casablanca

Au terme du mois de juin 2022, le MASI a enregistré une baisse de 2,7%, portant sa performance depuis le début de l'année à -10,10%.



Inflation

À fin mai 2022, l'inflation s'est stabilisée à 5,9% en mai portant sa moyenne au cours des cinq premiers mois de 2022 à 4,8%.



					Var %/pts
Échanges extérieurs	Importations globales (en mdh)	mai 21/	215 882	291 797	35,17%
	Exportations globales (en mdh)	mai 22	155 977	220 745	41,52%
	Déficit commercial		-59 905	-71 052	18,61%
	Taux de couverture (en %)		72,3%	75,7%	339,92 Pbs
	Transferts des MRE (en mdh)		36 479	38 317	5,04%
	Recettes voyages (en mdh)		7 447	20 336	173,08%
Monnaie et crédit	Agrégat M3 (en mdh)	mai 21/	1 505 642	1 579 191	4,88%
	Réserves Internationales Nettes (en mdh)	mai 22	304 455	325 906	7,05%
	Créances nettes sur l'administration centrale (en mdh)		250 239	300 560	20,11%
	Créances sur l'économie (en mdh)		1 150 805	1 189 172	3,33%
	Dont Créances des AID (en mdh)		959 120	995 099	3,75%
	Crédit bancaire		951 040	985 213	3,59%
	Crédits immobiliers (en mdh)		288 245	293 882	1,96%
	Crédits à l'équipement (en mdh)		179 954	174 868	-2,83%
	Crédits à la consommation (en mdh)		54 903	56 697	3,27%
Prix	Indice des prix à la consommation (100=2006)	mai 21/			
	Indice des prix à la consommation	mai 22	103,0	107,9	4,76%
	Produits alimentaires		102,1	109,6	7,35%
	Produits non-alimentaires		103,7	106,9	3,09%
	Taux de change (prix vente)				
	1 EURO	déc. 21/	10,5	10,6	0,44%
1 \$ US	juin 22	9,3	10,2	9,41%	
Taux d'intérêt	Taux d'intérêt (en %)				Pb
	(52 semaines)	déc. 21/	1,56%	1,78%	22
	(2 ans)	juin 22	1,73%	1,97%	24
	(5 ans)		2,01%	2,25%	24
	(10 ans)		2,32%	2,44%	12,0
Bourse Des valeurs	MASI (en points)	déc. 21/	13 358,32	12 009,04	-10,10%
	MSI20 (en points)	juin 22	1 085,71	970,06	-10,65%
Activités sectorielles					
Énergie	Energie totale appelée (GWh)	avril 21/	12 480	13 063	4,67%
		avril 22			
Industrie	Exportation de l'Automobile (en MDH)	mai 21/	33 234	41 359	24,45%
		mai 22			
Mines	Chiffre d'affaires à l'exportation de l'OCPE (MDH)	mai 21/	24 270	47 627	96,24%
		mai 22			
Ports	Débarquements de la pêche côtière (mille tonnes)	mai 21/	414	473	14,25%
		mai 22			
BTP	Vente de ciment (en milliers de tonnes)	juin 21/	6 810	6 506	-4,46%
		juin 22			
Marché d'Automobile	Ventes automobiles au Maroc (en unités)	juin 21/	94 025	83 831	-10,84%
		juin 22			

Taux directeur

Le conseil de Bank Al-Maghrib (BAM) a tenu, le 21 juin 2022, sa deuxième réunion trimestrielle de l'année et, il a décidé de maintenir inchangé son taux directeur à 1,5 %. Par ailleurs, la banque centrale table sur un taux de croissance de 1 % du PIB pour l'exercice en cours et de 4 % pour 2023. S'agissant de l'inflation, BAM prévoit une poursuite de la poussée de l'inflation à court terme. Elle devrait atteindre 5,3 % pour l'ensemble de l'année 2022 avant de décélérer à 2 % en 2023.

Crédits bancaires

À fin mai 2022, les crédits bancaires ont enregistré une croissance de 3,6 % par rapport à la même période en 2021, pour atteindre 985,2 milliards de dirhams. Cette évolution a concerné, notamment, les crédits de trésorerie (+11,6 % ou 25 milliards de dirhams), les crédits à l'immobilier (+2 % ou 5,6 milliards de dirhams) et les crédits à la consommation (+3,3 % ou 1,8 milliard de dirhams). Les crédits à l'équipement ont toutefois reculé (-2,8 % ou -5,1 milliards de dirhams).

BTP

Les ventes de ciment ont connu une baisse significative de 4,5 % au cours des six premiers mois de 2022. Quant au financement des opérations immobilières, les crédits immobiliers ont enregistré une progression de 2 % à fin mai 2022 à 293,9 milliards de dirhams.

Bourse de Casablanca

Au terme du mois de juin 2022, le MASI s'est établi à 12 009,40 points, affichant une performance annuelle de -10,10 %.

Au niveau sectoriel, les plus fortes performances mensuelles ont respectivement été enregistrées par les secteurs suivants : Industrie pharmaceutique (+2,7 %), Sylviculture et papier (+1,0 %) et Services de transport (+0,7 %). Les performances négatives du mois ont notamment concerné les secteurs Ingénieries et biens d'équipement industriels (-13,3 %), Matériels, logiciels et services informatiques (-10,2 %), et Sociétés de financement (-9,8 %).

Quant à la capitalisation boursière, elle s'est établie à 623,9 milliards de dirhams, en baisse de 9,7 % par rapport à fin 2021.

La croissance française fait du surplace au premier trimestre

Au premier trimestre 2022, la croissance française a fait du surplace, soit un taux de 0 % par rapport au trimestre précédent, selon les chiffres de l'Insee publiés fin avril. L'institut attribue notamment ce fort ralentissement à la faiblesse de la demande intérieure. La consommation des ménages a ainsi nettement reculé (-1,3 %), tandis que la formation brute de capital fixe a légèrement ralenti.

Les échanges extérieurs continuent en revanche leur progression, autant du côté des exportations (+1,5 %) que des importations (+1,1 %), décrit l'Insee. Au trimestre précédent, la croissance avait connu une performance correcte avec une hausse de 0,8 %.

Cette stagnation de la croissance française est enregistrée dans un contexte de forte inflation, de persistance de la crise sanitaire, de problèmes d'approvisionnement au niveau mondial ou encore de bouleversements liés à la guerre en Ukraine. Malgré cette situation, le chômage en France (hors



Mayotte) poursuit sa baisse, mais plus lentement : il passe de 7,4 % au quatrième trimestre 2021 à 7,3 % au premier trimestre 2022, toujours selon l'Insee. *

Le Maroc parmi les pays les plus exposés à la taxe carbone de l'UE

L'Agence Française de Développement (AFD) s'est penchée, dans un papier de recherche récemment publié, sur l'impact sur les économies en développement, partenaires de l'Union européenne de la taxe carbone aux frontières (le mécanisme d'ajustement aux frontières du carbone, ou CBAM en anglais) qu'elle est sur le point de mettre en place. Le mécanisme a pour objectif de limiter les importations intenses en carbone et d'inciter les pays partenaires à effectuer une transition vers une économie verte.

Les auteurs du document, baptisé « Les effets du CBAM sur les partenaires commerciaux de l'UE : conséquences pour les pays en développement », ont déterminé que certaines économies en développement verraient plus de 2 % de leurs exportations et 1 % de leur production affectées par cette mesure. Les économies d'Europe de l'Est (principalement dans les Balkans), le Mozambique, le Zimbabwe et le Cameroun sont les pays dont les



exportations sont les plus exposées. Mais le Maroc et le Tadjikistan sont aussi à risque, « en termes socio-économiques », précise le document, c'est-à-dire du point de vue de l'impact sur des industries qui génèrent des emplois bien rémunérés. Parmi tous ces pays, le Mozambique serait le plus impacté, car 20 % de ses exportations sont constituées d'aluminium envoyé dans l'UE. Les auteurs expliquent que « l'introduction de ce type de mesures peut générer des contraintes externes et socio-économiques sur ces pays, car ils disposent d'une faible capacité à

adapter leur structure productive. En effet, réaliser la transition d'une industrie fortement carbonée à une industrie verte, ainsi que les évolutions technologiques au sein de ces industries, demande d'importants investissements qui sont coûteux pour ces économies ». Ils évoquent également la possibilité d'utiliser les recettes générées par le mécanisme pour accompagner les pays en développement dans leur transition vers une économie verte. *

Le FMI s'inquiète des effets de l'inflation sur la région MENA

Les effets de la crise du Covid-19 et de la guerre en Ukraine continuent de perturber l'économie mondiale, avec notamment une multiplication des pénuries pour des produits tels que les semi-conducteurs destinés aux appareils électroniques ou encore l'huile dans le secteur agroalimentaire.

Fin mai, le Fonds Monétaire International (FMI) s'est ainsi penché sur les pénuries de produits de base et les risques qu'elles présentent dans les pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord. L'institution constate que la guerre en Ukraine et les sanctions qui l'accompagnent « ont entraîné une envolée des cours des produits de base qui aggrave les difficultés déjà rencontrées » par ces pays, « en particulier les importateurs de pétrole ». Le FMI s'attend à ce que les cours du baril atteignent en moyenne 107 dollars en 2022, contre 38 dollars en 2021. De même, les prix des denrées alimentaires devraient augmenter de 14 % en 2022, « après avoir atteint des sommets historiques en 2021 ».

Dans la région Moyen-Orient – Afrique du Nord, l'inflation devrait atteindre 13,9 % en 2022. « Globalement, les hausses des prix alimentaires et les risques de pénuries de blé pénalisent davantage les pauvres, qui consacrent une part supérieure de leurs dépenses à l'alimentation. Ce contexte accentuera la pauvreté et les inégalités, mais aussi les risques de troubles sociaux », s'inquiète l'institution. Le FMI indique qu'en réaction, les pays ont pu adopter des mesures ciblées ou de nouvelles subventions ou encore ont mis en place davantage de contrôles des prix, ce qui « ne fera qu'aggraver les déséquilibres budgétaires ».

Dans les pays importateurs de pétrole, l'augmentation des subventions pourrait en effet atteindre 22 milliards de dollars en 2022. Les auteurs de la note évoquent les solutions qui pourraient



être adoptées selon eux, notamment le relèvement des taux directeurs.

S'agissant des risques d'insécurité alimentaire, ils soulignent que la région est dépendante des importations de blé de Russie et d'Ukraine et conseillent de mettre en place « des transferts ciblés, temporaires et transparents » pour protéger les ménages les plus vulnérables. « Dans les pays où les filets de sécurité sont moins solides, les prix pourraient être augmentés de manière progressive », ajoutent les auteurs, qui demandent un soutien financier de longue durée de la communauté internationale pour les pays à faibles revenus. Comme il est de coutume, le FMI recommande de « poursuivre les réformes structurelles » afin de mieux encaisser les chocs macroéconomiques. *

Le Gabon et le Togo rejoignent le Commonwealth

Le Commonwealth a accueilli fin juin deux nouveaux membres, le Gabon et le Togo. Les deux pays francophones, et anciennes colonies françaises, sont les 55^e et 56^e membres de l'organisation, dirigée par la Reine Elizabeth II et héritage de l'empire colonial anglais. Le dernier pays qui avait rejoint en 2009 le Commonwealth était le Rwanda, lui aussi pays francophone, et ancienne colonie allemande puis belge. Selon l'AFP, le ministre togolais des Affaires étrangères, Robert Dussey, a déclaré que l'adhésion au Commonwealth et ses 2,5 milliards de consommateurs offraient de nouvelles opportunités économiques et éducatives et susci-



taient un « engouement » pour l'anglais parmi ses compatriotes. La décision serait également motivée « par le désir [du Togo] d'étendre son réseau diplomatique, politique et économique (...) et de se rapprocher du monde anglophone ». De son côté, le Président gabonais Ali Bongo a estimé sur Twitter que son pays s'apprêtait « à ouvrir un nouveau chapitre de son histoire », jugeant que de « nombreuses opportunités

s'offrent à nous sur le plan économique, diplomatique et culturel ». Le Commonwealth a commencé à s'ouvrir des pays n'ayant pas été gouvernés par le Royaume-Uni à partir de 1995 avec l'adhésion du Mozambique, ancienne colonie portugaise. *

Siemens décroche un mégacontrat pour le train à grande vitesse en Égypte

Le géant allemand du transport Siemens a décroché en mai dernier un mégacontrat de 8,1 milliards d'euros pour développer le train à grande vitesse en Égypte, selon un communiqué de l'entreprise. Signé avec l'Autorité Nationale des Tunnels égyptienne, qui dépend du Ministère des Transports, le contrat prévoit la création de trois lignes à grande vitesse qui relieront 60 villes et totaliseront 2 000 kilomètres. L'Égypte deviendrait ainsi, après le Maroc, le second pays africain à se doter de lignes de train à grande vitesse. Déjà annoncée en septembre dernier, la première ligne reliera, sur 660 kilomètres, Ain Sokhna sur la Mer Rouge à Marsa Matrouh et Alexandrie sur la Méditerranée. La 2^e, longue de 1100 kilomètres, desservira le Caire et Abou Simbel, près de la frontière soudanaise. La dernière ligne, s'étendra sur 225 kilomètres, depuis la célèbre Louxor à Hurghada sur la mer Rouge. Selon Siemens, le projet devrait générer 40 000 emplois. Il prévoit en outre la fourniture des trains ainsi que la maintenance pendant 15 ans. S'il était mené à son

terme, cet ambitieux plan permettra une rénovation spectaculaire du système ferroviaire égyptien aujourd'hui vétuste et source d'accidents réguliers. *



Les pays européens contraints de recourir davantage au charbon

Si le charbon est en net déclin depuis des décennies en Europe, la crise énergétique déclenchée par l'invasion russe de l'Ukraine pourrait en partie changer la donne. Les baisses de livraison de gaz russe mettent en effet le secteur énergétique européen sous pression. C'est notamment le cas en Allemagne, qui est déjà une utilisatrice majeure de charbon en Europe. Le pays a annoncé en juin un recours accru de cette source d'énergie ultra-polluante. « La sortie du charbon en 2030 n'est pas du tout vacillante », a néanmoins assuré Stephan Gabriel Haufe, un porte-parole du Ministère de l'Économie et du Climat, selon l'AFP. L'Autriche, qui dépend comme l'Allemagne du gaz russe, a aussi annoncé le prochain redémarrage d'une centrale à charbon désaffectée. En France, le Gouvernement a indiqué fin juin que la centrale à charbon de Saint-Avold reprendrait du service l'hiver prochain. Elle avait été fermée le 31 mars dernier, mais pouvait être redémarrée si besoin. Une seule autre centrale à charbon reste en service dans l'Hexagone, qui a misé il y a plusieurs décennies sur l'énergie nucléaire. Début 2022, l'Union européenne comptait encore



202 centrales avec en tout 111 GW de capacités de production, rapporte l'AFP. Le charbon représentait en 2020 13 % de la production électrique des Vingt-Sept, contre 25 % en 2013. Ce renouveau du charbon devrait être temporaire, alors que les pays de l'UE se sont engagés dans le développement des énergies renouvelables et une maîtrise de la demande énergétique. *

La BCE annonce une hausse de ses taux d'intérêt

La Banque Centrale Européenne (BCE) a annoncé mi-juin qu'elle effectuerait en juillet une hausse de ses taux d'intérêt directeurs de 0,25 point. Elle vise ainsi à endiguer l'inflation importante qui touche la zone euro depuis des mois. Cette hausse constitue un tournant historique après plus de dix ans de taux au plus bas, indique l'AFP. La décision a été annoncée après un Conseil des Gouverneurs de la Banque. Celui-ci a précisé que l'objectif à moyen terme est d'atteindre 2 % d'inflation. « Le Conseil des gouverneurs prévoit un nouveau relèvement des taux d'intérêt directeurs de la BCE en septembre, dont le calibrage dépendra des perspectives actualisées d'inflation à moyen terme », indique également un communiqué de la BCE. L'institution estime que les taux d'intérêt continueront certainement d'augmenter à l'avenir, dans un contexte où elle anticipe un taux annuel d'inflation de 6,8 % en 2022 dans la zone euro. Lors de cette réunion, le Conseil des Gouverneurs a aussi décidé de mettre un terme au programme d'achats d'actifs à partir du 1er juillet. Ces programmes de rachats de dette lancés en 2015 avaient permis de maintenir des taux d'emprunt favorables pour ménages, entreprises et États, dans un contexte d'inflation atone, rappelle l'AFP. *



CHAMBRE FRANÇAISE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU MAROC

ROYAUME DU MAROC
Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Économie Verte et Numérique

المملكة المغربية
وزارة الصناعة والتجارة والاقتصاد الأخضر والرقمي

DÉVELOPPEZ VOTRE BUSINESS DANS UN ESPACE DE HAUTE QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE À PARTIR DE 5 DHS/M²/MOIS

ECOPARC
Parc Industriel de Berrechid

Tel: +212 (0) 5 21 88 31 88 - E-mail: ecoparc@cfcm.org

- Offre locative adaptée à votre besoin (terrains et bâtiments industriels)
- Parc sécurisé disposant de services de proximité (restauration et commerce)
- Disponibilité immédiate
- Projet certifié **HQE**



Journées économiques Maroc-France

4^{ème} étape / Auvergne-Rhône-Alpes

« L'industrie de la santé et des biotechnologies »

Du 20 au 22 septembre 2022

À l'hôtel de Région - Lyon



Conférences
et ateliers



RDV B to B



Visites
de sites

Vos contacts

Nadia AZIZ

Tél. : +212 (0)6 78 71 05 46
naziz@cfcim.org

Faïza HACHKAR

Tél. : +33 (0)6 28 61 06 03
paris@cfcim.org

Organisées par



Avec le concours de



Avec le soutien de



- 34 Influenceur, un métier qui rapporte gros !
- 42 Entretien avec Imane Haji, Docteur en communication et publicité digitale et spécialiste du marketing digital.
- 44 Le marketing d'influence en chiffres.
- 45 Les influenceurs rattrapés par le fisc.
- 46 Entretien avec Sofia Benbrahim, Fondatrice de Serafina Concept, agence spécialisée en production de contenus et Directrice de publication de Shoelifer.com .

Business des influenceurs Une tendance qui s'inscrit dans la durée



Souvent considéré, à tort, comme léger et superficiel, le marché de l'influence pèse de plus en plus lourd et impose de nouveaux codes de consommation. Devenus un canal incontournable pour les marques, les influenceurs se professionnalisent et passent d'une activité de loisir à une véritable activité rémunératrice, même si certains entretiennent la confusion auprès de leur audience. Au Maroc, ils sont ainsi tous les jours plus nombreux à mettre leur intimité au service des annonceurs, leur offrant un accès direct et privilégié à leur communauté. Une cible marketing identifiée avec précision grâce aux puissants outils développés par les plateformes comme Instagram ou Facebook.

Dossier réalisé par Zineb Jamal Eddine et Younes Baâmrani et coordonné par Nadia Kabbaj

Influenceur, un métier qui rapporte gros !

Instagrammeurs, Youtubeurs, Tiktokers... sont incontestablement aujourd'hui les nouveaux leaders d'opinion 2.0. Ils influencent les comportements d'achats, les opinions des citoyens et ont réussi à créer tout un business autour de l'influence. Quel est le profil de ces influenceurs(ses) au Maroc ? Qui sont ceux qui ont le plus d'influence et surtout dans quel domaine (lifestyle, économie, politique...) et comment expliquer l'engouement des marques pour les influenceurs ? Détails.



Il est fini le temps des grandes campagnes médiatiques traditionnelles. Aujourd'hui, avec la numérisation de l'économie, de nouvelles opportunités en matière de marketing et de canaux de communication sont apparues.

Cette tendance concerne non seulement les grandes marques et les entreprises, mais aussi l'État, comme nous avons pu le constater

lors du lancement du programme Forsa en avril dernier. Autre exemple, la DGSN qui, après Twitter, s'est lancée sur le réseau social Instagram. Tous se tournent davantage vers une communication plus ciblée, plus variée et plus dynamique qui permet une interaction directe avec les consommateurs ou les citoyens. Et pour atteindre cet objectif, rien de tel que de faire appel aux influenceurs.

« Au Maroc, les profils des influenceurs se différencient selon les domaines de spécialisation qu'ils choisissent. Ainsi, un influenceur lifestyle n'a pas le même discours et n'utilise pas les mêmes médias pour s'exprimer qu'un influenceur politique par exemple. Un « youtuber » n'est pas nécessairement un « instagrammeur ». De même, certains peuvent être des références de la twittoma (communauté marocaine de Twitter) et n'avoir que peu, voire aucune voix sur Tik Tok. Il est toutefois difficile de « profiler » les influenceurs, car tout repose sur leur individualité, la régularité de leur présence sur les réseaux sociaux, leur discours et leur capacité à interagir avec leur audience », explique Sofia Benbrahim, Fondatrice de Serafina Concept, agence spécialisée dans la production de contenus et directrice de publication de Shoelifer.com.

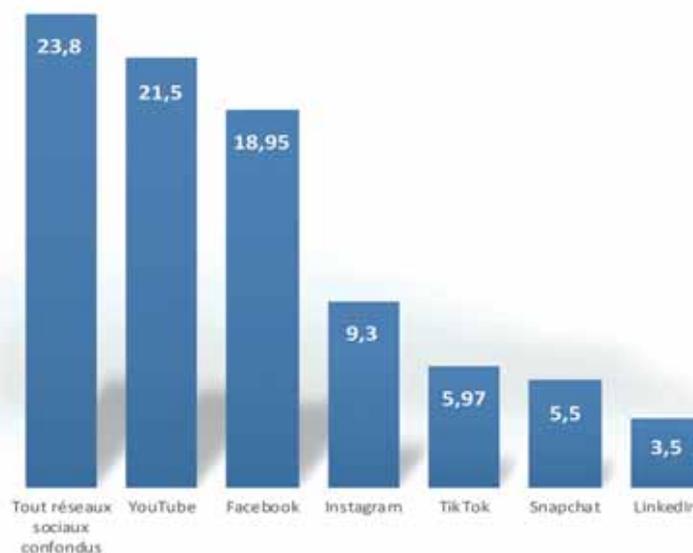
Quels sont les principaux profils d'influenceurs ?

Selon l'étude « l'influence au Maroc » réalisée en 2019 par l'agence digitale Thenext.Click portant sur plus de 1 000 comptes Instagram à audience majoritairement marocaine, les micro-influenceurs sont en force au Maroc. Ils sont principalement arabophones ce qui leur permet de rassembler une plus grande communauté et d'avoir un impact plus concret contrairement aux influenceurs francophones perçus comme plus élitistes.

L'étude révèle également que les comptes appartenant à des femmes sont les plus nombreux. Les comptes Instagram relayant des contenus de type lifestyle sont les plus fréquents (33 %) suivis par les catégories mode (14 %), musique (11 %), et sport (7 %).

« Il est toutefois important de distinguer l'influenceur dont le métier est de créer du contenu spécifique aux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Snapchat, Clubhouse ou encore LinkedIn) des « Key Opinion Leaders » (KOL) qui sont des personnalités reconnues pour leur expertise ou leurs réalisations dans un domaine particulier. Ces KOL peuvent aussi bien être acteurs, chanteurs que médecins ou économistes. Certains d'entre eux ont acquis une audience, généralement de façon organique, et sont suivis pour la pertinence de leurs propos. Autre distinction de taille à prendre en compte : l'influence versus l'impact. L'influence peut intervenir à court voire à très court terme alors que la notion d'impact relève davantage de modifications structurelles. Un influenceur peut accompagner une marque dans la promotion d'un produit à un temps T (à son lancement par exemple), tandis qu'un KOL va avoir un impact sur l'appropriation à long terme de ce même produit », poursuit Sofia Benbrahim.

Nombre d'utilisateurs de réseaux sociaux au Maroc (en millions) - Janvier 2022



Source : D'après les chiffres publiés en mai 2022 par Hootsuite portant sur la période de janvier 2022.

Selon Hootsuite, début 2022, le Maroc comptait 23,8 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux, soit 63,4 % de la population totale.

Un rapide retour sur investissement

L'engouement des marques pour les influenceurs s'explique par le fait que l'effet sur les ventes est généralement immédiat après une prise de parole. Le ROI (retour sur investissement) est donc plus facilement mesurable, en particulier lorsqu'il existe un moyen de « tracker » ces ventes (QR Code, code promo...). Cette rapidité est également due à la puissance des réseaux sociaux qui, d'après les chiffres publiés par Hootsuite en mai 2022, continuent de capter un grand nombre de Marocains.

Selon Hootsuite, début 2022, le Maroc comptait 23,8 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux, soit 63,4 % de la population totale. Cette communauté connaît une expansion de 8,2 %, soit 1,8 million de nouveaux utilisateurs chaque année. Ils sont ainsi 18,95 millions de Marocains à se connecter sur Facebook. En janvier 2022, YouTube représentait environ 21,5 millions d'utilisateurs au niveau national, ce qui équivaut à 57 % de la population totale du Royaume. À cette même période, Instagram regroupait pour sa part 9,3 millions d'utilisateurs au Maroc. Ce chiffre suggère que la portée publicitaire d'Instagram au Maroc équivaut à 24,8 % de la population totale et à 29,4 % de l'ensemble des internautes locaux. Tik Tok et Snapchat réunissent respectivement 5,97 et 5,5 millions de comptes au Maroc. Quant au nombre d'utilisateurs de LinkedIn, il est de 3,5 millions au niveau national, soit 9,3 % de la population.



»»» **L'influence, un business florissant... et opaque**

Si les marques ont très vite compris que les influenceurs représentaient une véritable poule aux œufs d'or et que, grâce à eux, leur retour sur investissement était plus rapide, de leur côté, les influenceurs y ont également vu une opportunité de business. C'est ainsi qu'ils sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à investir ce marché et à en faire un métier lucratif.

Story, post, placement de produit ou encore vidéo publiée sur YouTube ou un des réseaux sociaux...chaque chose a désormais un prix. Ainsi, pour un post ou une story, les annonceurs doivent en général déboursier entre 5 000 et 30 000 dirhams. Cela peut se chiffrer à un encore plus gros montant quand il s'agit d'une vidéo YouTube.

Certains influenceurs arrivent même à signer de juteux contrats de partenariats avec de grandes marques pouvant atteindre 200 000 dirhams ou même 500 000 dirhams.

En plus de se faire rémunérer pour une publication, d'autres exigent d'être payés sur le simple fait d'assister à un événement, à raison de 6 000 dirhams voire plus. Ce qui a d'ailleurs fini par attirer l'attention du fisc marocain qui a décidé de traquer les influenceurs (voir article ci-après). Aussi, afin d'éviter d'être imposé, certains proposent des échanges marchandises, d'autres n'hésitent pas à ouvrir des comptes PayPal, ou à se faire payer au noir, une condition que la plupart des marques d'influence acceptent pour éviter les « bad buzz ».

Étalage de vie privée : la recette pour gagner toujours plus de followers

Pour faire fructifier leur business, surtout face à une concurrence de plus en plus féroce, les influenceurs se doivent de développer et fidéliser leur communauté. Pour cela, ils doivent la choyer en tissant continuellement des relations avec elle. C'est ce qui pousse certains à étaler leur vie privée et leur intimité pour gagner toujours plus de followers. D'autres partagent des vidéos et des photos de leurs enfants pour décrocher des likes et avoir un taux d'engagement plus important. Il y a également ceux qui sponsorisent leurs posts. Et, enfin, il y a les faux influenceurs. Comme la notoriété sur Internet peut rapporter gros, mais qu'elle est difficile à obtenir, certaines personnes essaient de déjouer le système. C'est ainsi que l'on peut trouver des comptes qui ont des milliers d'abonnés, mais qui ne correspondent à aucune véritable communauté. Cela est rendu possible grâce aux « fermes à clics » qui offrent la possibilité d'acheter des vues, des likes, des



commentaires ou encore des followers. Avec ce subterfuge, les faux influenceurs peuvent très facilement duper une marque en se faisant passer pour quelqu'un qui touche un large public.

Aussi, pour veiller au mieux sur les intérêts des marques souhaitant assurer leur promotion ou celle de leurs produits en utilisant la popularité des influenceurs, des agences de marketing d'influence ont commencé à voir le jour au Maroc. Leur rôle consiste à « caster » les influenceurs, à concevoir les stratégies d'influence créatives, à créer du contenu, à analyser les données ou encore à diffuser les campagnes d'influence.

Cependant, malgré cela, le marché manque de professionnalisme, car les agences et les marques font parfois appel à des personnalités en se basant sur leurs affinités sociales ou les aprioris plutôt que sur des indicateurs concrets ou « KPIs ». Dans l'idéal, le choix des influenceurs doit se faire selon leurs statistiques, la véracité de leur audience et la concordance de leur image avec les valeurs de la marque. *

► Zineb Jamal Eddine

ÉLECTIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA CFCIM

VOTEZ POUR ÉLIRE VOS REPRÉSENTANTS !



**2 MINUTES CHRONO
POUR TOUT COMPRENDRE**

AVANT DE VOTER



**CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC**



Pourquoi voter ?

1

Association de droit privé marocain, la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM) a pour mission de promouvoir les relations économiques entre la France et le Maroc et de développer le potentiel d'affaires des entreprises.

Forte, notamment, de près de 3 500 entreprises membres, la CFCIM est la première Chambre de Commerce et d'Industrie Française à l'International (CCIFI).

La CFCIM est concessionnaire de Service Public Business France et elle est la seule CCIFI à disposer d'un campus de formation regroupant l'École Supérieure des Affaires et le CEFOR Entreprises, son centre de formation continue.

La CFCIM met également à disposition des entreprises des formules locatives innovantes au travers de ses 4 parcs industriels (Bouskoura, Ouled Salah, Settat et l'Ecopark de Berrechid).

Participer aux élections 2022 de la CFCIM, c'est voter pour celles et ceux qui vont représenter, bénévolement, les intérêts des entreprises et contribuer au développement des activités, qui seront force de proposition pour apporter des solutions concrètes aux entreprises membres dans le but de les rendre plus compétitives dans différents domaines : développement commercial, partenariats, recherche de financements, performance industrielle, formation, numérique, ressources humaines, juridique et résolution des différends, etc. Le Conseil d'Administration de la CFCIM travaille aux côtés des équipes opérationnelles et des autorités françaises et marocaines au service d'un objectif commun : mettre en avant le potentiel de co-investissement dans les secteurs clés et catalyser la relation inter-entreprises.



Quel type de scrutin ?

2

Scrutin **électronique uninominal à 1 tour.**



Qui peut voter ?

3

Le corps électoral est composé de près de 3 500 électeurs répartis en trois collèges : Commerce, Industrie et Services.

Ont la qualité d'électeurs tous les membres de la CFCIM. Les personnes morales exercent leur droit de vote via leur représentant légal désigné en cette qualité par elles dans leur bulletin d'adhésion.

Les votants doivent être à jour de cotisation à j-7 de la date du vote.



Un mandat pour combien de temps

4

Le Conseil d'Administration est composé de **52 administrateurs, répartis en 3 catégories professionnelles (Commerce, Industrie et Services)**, élus pour un mandat de **six ans**, renouvelable par moitié tous les trois ans.

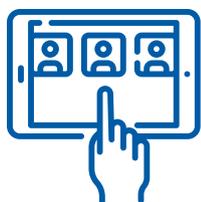


Pour qui voter ?

5

Chaque catégorie professionnelle organise sa propre élection. Les membres de cette catégorie désignent parmi les candidats déclarés ceux qui exerceront le mandat d'administrateur de la CFCIM.

La liste des candidats au poste d'administrateur, accompagnée de leurs professions de foi, sera disponible sur la plateforme le jour du vote.



Comment voter ?

6

Nul besoin de se déplacer. Les électeurs votent par voie électronique. La plateforme de vote sera accessible en ligne à l'ensemble des électeurs. Les modalités de connexion seront communiquées avant le scrutin.

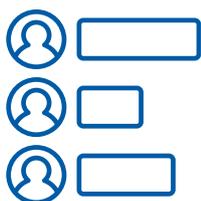
[Consultez le document : Modalités pratiques du vote en ligne](#)



Quand voter ?

7

À partir du 12 novembre 2022, les électeurs pourront consulter les listes des candidats sur la plateforme de vote. Munis des instructions qui leur seront communiquées, ils pourront voter du 12 novembre 2022 à 08h00 au 15 novembre 2022 à 23h59.



Quand les résultats seront-ils connus ?

8

Les résultats seront proclamés par le Président de la CFCIM dans un délai maximum de 48 heures à l'issue du dépouillement.

Les nouveaux élus siégeront au Conseil d'Administration du mois de décembre 2022.

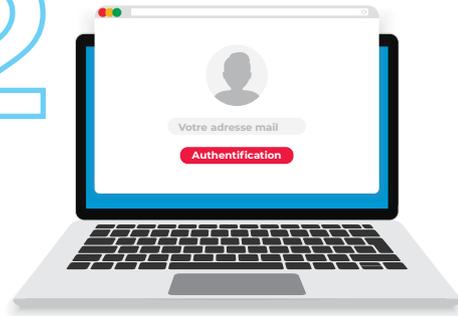
MODALITÉS PRATIQUES DU VOTE EN LIGNE

1



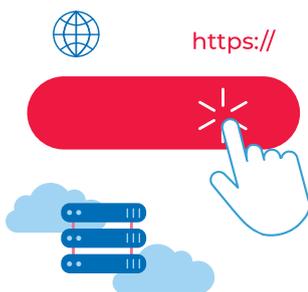
Le jour du vote, accédez à la plateforme via le lien envoyé par la CFCIM.

2



Saisissez votre adresse mail pour vous authentifier. Un email contenant un lien d'accès direct au bureau de vote vous sera envoyé sur la même adresse mail.

3



Cliquez sur ce nouveau lien à usage unique pour vous rendre de manière anonyme sur la plateforme de vote et suivez les instructions à l'écran.

Saisissez le code à 6 chiffres reçu sur votre GSM.

4



Choisissez votre candidat, votez, validez !



Vous êtes représentant légal de plusieurs entreprises membres de la CFCIM ?

Vous disposez d'autant de votes que d'inscriptions sur la liste électorale.

Vous devez, pour chacun des votes, répéter les opérations d'identification et les étapes de vote sur le site dédié.



- Le vote est ouvert uniquement au représentant légal de l'entreprise, indiqué par elle dans son bulletin d'adhésion.
- La plateforme de vote sera ouverte uniquement pendant la période indiquée par la CFCIM, inutile de se connecter en dehors de ces dates.
- L'adresse mail avec laquelle vous vous authentifiez devra être la même que celle communiquée à la CFCIM dans votre bulletin d'adhésion. Idem pour votre GSM.
- Vous vous identifierez sur une plateforme indépendante gérée par un huissier. Le vote est totalement anonyme et la procédure totalement sécurisée.

Saisissez les derniers lots disponibles au parc industriel de SETTAT dès **5DH/M²**



- ◆ Terrains équipés & Infrastructure de haute qualité
- ◆ Guichet unique et accompagnement personnalisé
- ◆ Services pratiques
- ◆ Tarifs compétitifs



Nous Contacter
05 23 40 44 17

✉ Ecoparc@cfcim.org

📍 Parc industriel de settat
Route Nationale de Marrakech



« Les tarifs des influenceurs varient d'une personne à une autre »



Entretien avec Imane Haji, Docteur en communication et publicité digitale et spécialiste du marketing digital

Conjoncture : Pouvez-vous nous citer les différents types d'influenceurs spécialisés dans la promotion des marques et des produits au Maroc ?

Imane Haji : La répartition des différents types ou catégories d'influenceurs, peut-être faite sur la base de plusieurs critères. Notamment, la taille de la communauté et le domaine d'expertise ou d'influence... Si je me base sur les résultats de l'étude réalisée en 2019 par TNC [TheNext.Clic NDLR] Agency, il existe au Maroc quatre catégories d'influenceurs réparties sur la base de la taille de leurs communautés : les mégas-influenceurs et célébrités (entre 500 000 et 1 million d'abonnés), les macros-influenceurs (entre 20 000 et 500 000 abonnés), les micro-influenceurs (entre 5 000 et 20 000 abonnés) ainsi que les nano-influenceurs (moins de 5 000 abonnés). Les influenceurs peuvent également être classés selon l'univers d'influence. Certains, peuvent proposer un contenu dont la ligne éditoriale est orientée sport et fitness, fashion et lifestyle, voyage et loisirs, éducation, photographie et art, ou encore, comme dans la majorité des cas, offrir un contenu diversifié « un peu de tout ! ».

Disposons-nous d'influenceurs stars dans le domaine de la marque ? Si oui, pouvez-vous nous citer quelques exemples ?

Effectivement, il existe des influenceurs qui étaient déjà des célébrités comme il existe inversement des influenceurs qui sont devenus des stars et que nous pouvons retrouver dans des spots publicitaires ou interprétants des rôles importants dans des productions cinématographiques.

Les influenceurs attirent de plus en plus l'attention des marques pour mener des campagnes digitales, mais aussi pour les accompagner sur des opérations 360° dans un objectif de générer plus de trafic et de gagner en visibilité. L'exemple qui me vient à l'esprit est celui des campagnes des opérateurs télécoms où nous pouvons constater des collaborations entre la marque, les célébrités et les macros-influenceurs.

Est-ce que l'on dispose au Maroc d'influenceurs spécialisés dans plusieurs domaines économiques ?

À ma connaissance, il existe seulement quelques influenceurs qui abordent des sujets économiques, tandis que d'autres le font indirectement.

Pouvez-vous nous faire un état des lieux du marketing d'influence au Maroc ?

Le secteur du marketing d'influence représente une opportunité pour toutes les parties prenantes (influenceurs, marques et consommateurs), mais il manque toujours de cadrage et de professionnalisme. Actuellement, il semble qu'il s'agit plus d'un effet de mode accessible à tout le monde. Ce qui en résulte, c'est la présence de beaucoup d'amateurs qui impactent la crédibilité du domaine en général et qui freinent la confiance des marques et des consommateurs. L'activité étant banalisée et sous-estimée, nous constatons que plusieurs profils ouvrent des pages, achètent des fans ou même des pages avec un certain nombre d'abonnés, puis se considèrent comme des influenceurs et commencent à copier des contenus, reproduire des challenges (TikTok, reels intagram...). Or, l'influence c'est cette capacité à accroître la notoriété, à pouvoir faire changer de comportement par rapport à un produit et ses acteurs sont censés être des leaders d'opinion.

Le ticket d'entrée est accessible à tout le monde et la présence de beaucoup d'amateurs impacte négativement l'image de l'activité d'une manière générale, mais aussi la crédibilité des influenceurs « professionnel » qui investissent beaucoup de temps et d'énergie pour produire des contenus fiables, créatifs et originaux. Constat final : tout le monde n'est pas amateur et en même temps tout le monde n'est pas professionnel et connaisseur !

En termes de collaboration, la majorité des marques se basent sur les références des influenceurs qui souvent choisissent la taille de la communauté des influenceurs comme critère de sélection.

Le nombre d'abonnés reste aujourd'hui le critère de sélection le plus répandu alors qu'il n'est pas un paramètre crédible et qu'il ne garantit aux marques ni une transaction commerciale ni une visibilité auprès de toute la communauté de l'influenceur.

Il existe toutefois une catégorie d'influenceurs les nano-influenceurs ou « advisers » qui, avec une communauté de taille moyenne, arrivent à obtenir un taux d'engagement élevé, à susciter de l'intérêt et à réaliser des conversions.

Cette catégorie reste encore très négligée en raison du manque de formation dans le domaine du marketing digital, de la méconnaissance des opportunités existantes ou encore de la faible maîtrise des indicateurs de performances, que ce soit de la part les influenceurs ou des marques en général.

Cela est d'autant plus vrai dans la mesure où les marques ne sont pas toutes accompagnées par des agences spécialisées et ne disposent pas forcément en interne d'une ressource en mesure de négocier et de suivre le retour sur investissement d'une campagne marketing d'influence.

Résultat, on assiste à des dérives : conflits d'intérêts (les mêmes influenceurs étant sollicités par des marques concurrentes), campagnes qui se chevauchent avec d'autres... Citons également, l'absence de touche personnelle de la part de l'influenceur qui se voit imposer les briefs, le manque de crédibilité, le manque de valeurs ajoutées dans les discours...

Comment peut-on mesurer la performance d'un influenceur dans la promotion d'une marque ?

Il existe différents indicateurs de mesurabilité, mais il est important pour la marque de fixer au préalable une stratégie claire et de définir les objectifs à travers une campagne marketing d'influence.

La fixation des objectifs et des attentes permettra aussi à la marque de sélectionner les indicateurs de performances à prendre en compte comme critère de sélection des profils les plus adaptés à la campagne.

Qu'en est-il des rémunérations ? Dispose-t-on d'une grille tarifaire claire dans ce registre ?

Il n'existe pas encore un système de rémunération généraliste. Les tarifs des influenceurs varient d'une personne à une autre. Certains influenceurs acceptent des rémunérations en nature et d'autres acceptent uniquement une rémunération en numéraire ou les deux. Cela dépend surtout de la phase de négociation entre l'acteur et la marque, souvent représentée par son agence.

Vous pouvez trouver un influenceur qui cherche à gagner la confiance d'une marque et à développer ses références en acceptant une rémunération en nature et/ou à des tarifs symboliques, alors que d'autres facturent une story à 1 000 dirhams, 8 000 dirhams voire plus.

Les arguments avancés pour justifier de tels montants sont, en général, la popularité de l'influenceur, ses précédentes collaborations, la taille de la communauté et le taux d'engagement. Certains mettent également en avant le matériel utilisé pour la production du contenu (caméra, lumière...).



« Un travail de réflexion doit être fait par les marques lors de la sélection des profils pour ne pas faire perdre à l'influenceur son identité et sa ligne éditoriale et aussi pour garder une certaine cohérence et crédibilité. »

Aujourd'hui, le marketing d'influence n'est plus une activité pratiquée par passion pour les réseaux sociaux, il est devenu un business et une source de revenus pour une grande majorité, au point que certains influenceurs ont carrément quitté le salariat pour se concentrer à 100 % sur cette nouvelle activité en tant qu'autoentrepreneurs...

Qu'en est-il de la qualité des contenus livrés par les influenceurs ?

Avant de juger la qualité d'un contenu, il est, à mon sens, important d'être conscient des conditions et des moyens alloués pour sa production. D'un autre côté, il ne faut pas oublier que les influenceurs ne sont pas tous issus d'une formation en marketing, en communication ou en audiovisuel... C'est la raison pour laquelle ils ont besoin de formations spécialisées et adaptées pour les accompagner dans leurs missions ou encore pour les aider à clarifier leur statut juridique. Malgré le manque de structuration, il est certain que la majorité des influenceurs font des efforts pour répondre aux attentes de leurs communautés. Ils essaient en effet de suivre les tendances et de s'aligner avec les bonnes pratiques digitales pour maintenir le reach [portée NDLR] de leurs pages, fidéliser leurs communautés et surtout attirer plus de marques.

Mais un travail de réflexion doit également être fait par les marques lors de la sélection des profils pour ne pas faire perdre à l'influenceur son identité et sa ligne éditoriale et aussi pour garder une certaine cohérence et crédibilité. À noter qu'il ne faut pas non plus confondre les différents contenus publiés par les influenceurs, dans la mesure où certains concepts sont totalement conçus et produits par la marque et l'influenceur n'est souvent qu'un acteur.

Les catégories de contenus vont du contenu ludique, qui est conçu et produit par l'influenceur pour animer sa page et développer une certaine proximité avec sa communauté (challenges, fun, vidéos...) au contenu éducationnel, un contenu à valeur ajoutée pour la communauté (sensibilisation, conseils, retour sur expérience, témoignage...) en passant par les collaborations et partenariats, de la publicité directe ou implicite d'un produit/service (mise en avant de ses caractéristiques, recommandations, témoignages, conseils d'utilisation, pré-recommandation d'offres...) ou encore des campagnes et activations (promotion de manifestation ou d'opérations marketing en partenariat avec des marques). *

► Propos recueillis par Younes Baâmrani

Le marketing d'influence en chiffres

Le marché international de l'influence est aujourd'hui lucratif : il est passé de 1,7 milliard de dollars en 2016 à 13,8 milliards de dollars en 2021. Cela indique une croissance régulière puisqu'en 2022, le marché du marketing d'influence est estimé à 16,4 milliards de dollars.



L'influence constitue désormais un axe majeur du marketing. L'impact des réseaux sociaux continue de grandir et, avec lui, le poids des influenceurs. De ce fait, nombre d'entre eux en ont profité grâce à une augmentation drastique de leur public et du taux d'engagement de leur communauté.

Selon un rapport de l'Influencer Marketing Hub, une société danoise spécialisée dans les médias sociaux et le marketing d'influence, la croissance de l'industrie du marketing d'influence qui atteindra 16,4 milliards de dollars en 2022. Cette progression s'explique notamment par la popularité croissante des formats vidéo courts sur des plateformes comme TikTok, Facebook et YouTube, ainsi que par les répercussions de la pandémie mondiale sur les consommateurs. En effet, la crise a induit l'accroissement de la

consommation de médias sociaux ainsi que l'optimisation de la collecte de données utilisées par les spécialistes du marketing.

Au fur et à mesure que l'industrie du marketing d'influence s'est développée, le nombre d'entreprises et de fournisseurs de services qui soutiennent l'industrie a également augmenté. Le nombre d'entreprises liées au marketing d'influence dans le monde a ainsi progressé de 26 % en 2021 pour atteindre 18 900.

Un usage croissant des réseaux sociaux

Côté réseaux sociaux, Instagram a connu une hausse de popularité en 2021. La plateforme reste une source intéressante de prospects avec une large portée mondiale puisque 83 % de ses utilisateurs y recherchent les nouvelles tendances. C'est ce qui en fait le canal préféré des marques pour leurs campagnes de marketing d'influence, bien que la plateforme ait moins d'utilisateurs actifs mensuels (1,3 milliard) que Facebook qui est l'une des chaînes les plus populaires (2,89 milliards d'utilisateurs actifs mensuels).

Les contenus qui génèrent le plus d'engagements sont les publicités vidéo. Comparativement aux images, qui peuvent être visionnées passivement et sont rapidement digérées, elles déclenchent davantage de clics et de conversions sur les annonces, car elles encouragent les utilisateurs à s'arrêter et à prêter attention au contenu. Les taux de clics sont donc plus élevés pour les publicités vidéo, en particulier les formats vidéo verticaux et vidéo mobiles.

En conclusion, au regard de ces chiffres, négliger le marketing d'influence en 2022 n'est plus une option pour les entreprises. Cela reviendrait à prendre le risque de voir sa base de consommateurs stagner ! *

► Zineb Jamal Eddine

Les influenceurs rattrapés par le fisc

S'ils ont longtemps travaillé loin des radars des impôts, les influenceurs sont aujourd'hui amenés à faire des déclarations à la hauteur de leurs revenus.



C'est l'actu de ces dernières semaines : les influenceurs devront passer à la caisse. Qu'ils soient youtubeurs, Instragrammeurs ou Tiktokeurs, ces entrepreneurs, qui ont fait des réseaux sociaux leurs fonds de commerce, intéressent de plus en plus l'administration fiscale.

La traque s'organise

Ainsi, bon nombre de ces influenceurs ont déjà été contactés par des inspecteurs de la Direction Générale des Impôts (DGI). Dans son édition du 31 mai dernier, le quotidien L'Économiste nous apprend qu'une opération d'envergure nationale a eu lieu afin de mettre fin aux infractions fiscales d'un certain nombre de ces entrepreneurs de l'influence. Surtout ceux qui génèrent des revenus importants et qui, néanmoins, ne font pas de déclaration aux impôts ou qui ne déclarent qu'une partie de leurs émoluments. La même source précise que « certains d'entre eux ont déjà conclu un accord à l'amiable avec la Direction générale des impôts et promis de se conformer à la loi. D'autres sont toujours en pleine négociation avec le fisc ».

Ces actions entreprises par la DGI étaient en quelque sorte attendues. Dès 2019, la DGI avait lancé un service spécialement dédié à la recherche sur Internet. Début 2022, l'agence MAP annonçait que la DGI avait mis en place, « une équipe de contrôleurs fiscaux pour enquêter sur les revenus probables des influenceurs, en examinant le nombre de followers et d'abonnés sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram et YouTube. »

Les comptes ne mentent pas

D'ailleurs, le fisc semble engagé dans cette volonté d'identifier les influenceurs indéclicats. Tout d'abord, en ayant accès aux données financières, notamment leurs relevés bancaires afin de constater un éventuel écart entre les revenus déclarés et ceux véritablement gagnés.

Ensuite, par l'entremise des Adsens, la régie publicitaire de Google. Les inspecteurs des impôts peuvent en effet avoir une idée exacte des montants versés par la firme américaine aux influenceurs. Des sommes qui sont transférées par virement bancaire direct ou via des sociétés de transfert d'argent comme Western Union.

Dans cet univers assez nouveau, on retrouve bien évidemment des influenceurs qui sont en règle avec le fisc. Ils exercent leur métier sous différentes formes juridiques : avec un statut d'autoentrepreneur, en tant qu'entreprise individuelle ou SARL à associé unique. Une différence de statut qui implique aussi un écart en termes d'imposition. Le statut d'autoentrepreneur paraît être avantageux pour les influenceurs qui engrangent moins de 200 000 dirhams de chiffre d'affaires puisque le taux d'imposition n'est que de 1 %. En tout cas, ce secteur à l'avenir radieux passera nécessairement par la structuration du statut de l'influenceur et par la mise en place d'une loi régissant le domaine du marketing d'influence.*

► Younes Baâmrani

« Au Maroc, comme ailleurs, le Marketing d'influence a de beaux jours devant lui »



Entretien avec Sofia Benbrahim, Fondatrice de Serafina Concept, agence spécialisée en production de contenus et Directrice de publication de Shoelifer.com

Conjoncture : Peut-on dire que les influenceurs sont aujourd'hui les nouveaux leaders d'opinion ? Quel rôle jouent-ils dans les décisions d'achat et quels sont leurs pouvoirs ?

Sofia Benbrahim : C'est une question complexe ! Certains d'entre eux font partie des leaders d'opinion. Les Key Opinion Leaders, qui sont des personnalités reconnues pour leur expertise ou leurs réalisations dans un domaine particulier (sportifs, acteurs, médecins, journalistes, critiques...) sont, selon moi, celles et ceux qui se sont fait un nom, une réputation à travers leur métier et qui ont acquis une audience grâce à cela.

Généralement, le partage sur les réseaux n'est pas leur activité principale et ils n'en vivent pas. Cela leur permet de conserver leur indépendance et donc leur liberté de parole. Ils sont souvent associés à quelques marques seulement et ne multiplient pas les collaborations.

Les influenceurs de métier ont quant à eux construit leur audience en ouvrant au monde les portes de leur quotidien. Ils partagent leur vie de famille, leurs voyages, leurs soucis de santé... Par conséquent, ils créent une sorte de proximité avec leur audience qu'ils impactent par des achats immédiats.

On joue plus ici sur du « top of mind » [notoriété spontanée de la marque NDLR] que sur de l'association d'image. Les influenceurs qui durent sont aujourd'hui ceux qui savent jongler subtilement avec leurs prises de parole pour ne pas tomber dans le piège de la « pizza peppéroni, ananas, saumon... ».

Combien cela coûte-t-il de faire appel à un influenceur ?

De zéro à l'infini ! Il est néanmoins à noter qu'il n'y a pas de grille ou de réglementation en place au Maroc pour cadrer ces rémunérations.

Et il va bien falloir le faire très vite. Les agences se concurrencent entre elles sur ces sujets-là et ce n'est pas sain.

Quel est l'impact du Marketing d'influence sur les médias ?

Il s'agit d'une opportunité de business ! C'est aux médias de savoir en profiter et de proposer des contenus innovants, différenciants et informatifs. Les influenceurs les plus performants ont compris comment le faire alors pourquoi pas nos journalistes et nos producteurs de contenu ? Tout comme il est important de former ses talents, il est important d'investir aussi. Les influenceurs investissent de leur temps en présentant leur famille, en étant à l'affût d'images et de contenus. Les médias devraient investir dans la production de contenu. Alors oui, vous devez payer un réalisateur, un journaliste... Mais si vous finissez par rentabiliser votre produit, c'est le jackpot !

Dans le monde de la presse lifestyle, les journalistes sont de plus en plus concurrencés par les influenceurs. Comment cela est-il vécu ?

C'est le média qui est concurrencé, pas le journaliste. Ce dernier ne fait que subir le fait que son support n'a pas réussi sa « transformation digitale » ; qui soit dit en passant n'en est pas une. Pour moi, c'est cette transition du papier au digital qui n'a pas toujours été gérée correctement.

Depuis 6 ans que Shoelifer existe, j'ai collaboré avec plus d'une vingtaine de journalistes et le constat est sans appel. Beaucoup d'entre eux n'ont pas été formés au digital. Ils ne maîtrisent pas les techniques, tout comme beaucoup de supports ont mis du temps à s'adapter aux modes de fonctionnement du digital (SEO, Keywords, Adwords, maillage interne, etc.).

De même, ils n'ont pas été formés aux techniques et astuces des réseaux sociaux (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter...).

Si leur travail n'est pas de se mettre en avant dans les réseaux sociaux, participer à l'acquisition d'une audience fidèle pour leur média devrait l'être. Mais pour cela, encore une fois, tout dépend de la culture d'entreprise et de la volonté des dirigeants d'investir dans leurs talents.

Quels sont, selon vous, les limites du marketing d'influence et son avenir au Maroc ?

En marketing on parle des 5/7/10 P, mais restons sur les 5P de base : Product, Price, People, Promotion & Place. Dans place et dans promotion, il a toujours été question de mix et non d'un canal unique. Le marketing d'influence a aujourd'hui trouvé sa place dans le mix marketing, mais il n'est qu'une partie du process. Il a donc des limites comme en ont la télévision, la presse écrite ou encore l'affichage. Le marketing d'influence est principalement limité par l'aspect ultra rapide de cette communication (quelques secondes) et donc par la difficulté à créer des messages impactants en aussi peu de temps. Autre limite, les contraintes et le coût des campagnes imposées par les GAFAM. L'accès à l'audience est ainsi très onéreux contrairement à ce que l'on imagine. Enfin, les dernières réglementations relatives aux cookies et à l'accès aux données personnelles mises en place par ces réseaux sociaux ont largement remis en question les bases de données, donc les ciblage de géants tels que Facebook. Ceci rend encore plus complexe l'accès à la bonne audience. Au Maroc, comme ailleurs, le Marketing



« Le marketing d'influence a aujourd'hui trouvé sa place dans le mix marketing, mais il n'est qu'une partie du process. Il a donc des limites comme en ont la télévision, la presse écrite ou encore l'affichage. »

d'influence a de beaux jours devant lui ! Et ce, malgré toutes ces contraintes.

Les influenceurs sont gérés par des agents, qu'en est-il au Maroc ?

Il n'existe pas d'agents à ma connaissance. S'il en est, ce sont les conjoints des influenceurs qui se mettent à faire les agents. Encore une fois, structurer ce marché permettra de le pérenniser. Mais, avoir un agent signifie aussi le rémunérer entre 20 et 30% du cachet, l'écouter dans ses choix et accepter de décliner des offres afin de structurer son image. Les influenceurs sont-ils prêts à le faire au Maroc ? C'est toute la question. *

► Propos recueillis par Zineb Jamal Eddine



SAVE THE DATE

Mission Collective Filière Équine

18 - 20 octobre 2022

El Jadida - Maroc



**Réunion
d'information**



**Rencontre avec
les donneurs d'ordre**



**Programmes
de rendez-vous**

Votre contact :
Nadia DAHBI
ndahbi@cfcim.org
+212 (0) 522 43 96 07

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

- **Développement durable :**
La décarbonation et la définition de la stratégie bas carbone
Le Maroc : le futur grand partenaire énergétique de l'Europe

La décarbonation et la définition de la stratégie bas carbone



Yassine Tebaa,
Senior Manager, Energy
& Utilities au sein de PwC Maroc

Plus que jamais, les risques climat sont au cœur de l'actualité. L'avenir de notre monde sera résolument bas carbone.

Cette année, les États ont significativement revu à la hausse leur ambition de lutter contre le changement climatique. Malgré cette volonté, l'écart entre les niveaux d'émissions nécessaires pour respecter l'Accord de Paris et les émissions réelles ne cesse de se creuser. Pour faire simple, nous estimons qu'un taux de décarbonation cinq fois supérieur à celui de l'année dernière (2,5%) est indispensable pour diminuer de moitié les émissions mondiales d'ici à 2030 et favoriser l'atteinte de la neutralité carbone à l'horizon 2050.

Dans ce contexte, le Maroc a profité de l'occasion de la récente COP26 pour relever l'objectif de réduction de ses émissions de 42% à 45,5% d'ici 2030. Il nous paraît évident que les entreprises marocaines doivent dorénavant gérer le risque carbone de leurs activités, généralement en anticipant les futures politiques environnementales, afin de s'aligner avec les objectifs ambitieux du Royaume. Autrement dit, nous avons la forte conviction que la décarbonation constitue la prochaine grande transformation à venir à l'échelle de notre pays.

Pour rappel, le Maroc est classé, à l'échelle mondiale, dans la catégorie de pays dits « faibles émetteurs ». Or, de par sa position géographique et la structure de son économie, il reste vulnérable face aux changements climatiques. La succession des vagues de sécheresse et la rareté des ressources en eau mettent en risque la résilience des secteurs les plus sensibles de notre économie.

C'est à la lumière de ce constat que le Maroc a adopté une politique volontariste, en s'engageant dans la réduction de ses émissions de GES (gaz à effet de serre). Le nouveau modèle de développement ainsi que la nouvelle Stratégie Nationale de Développement Bas Carbone à horizon 2050 illustrent cette volonté. Pour atteindre la neutralité carbone, tous les secteurs de notre économie devront se transformer

pour exploiter le potentiel de diminution des GES qui demeure important.

En effet, l'énergie pèse pour plus de 65% des émissions GES nationales. Ainsi, ce secteur reste dominé par les énergies fossiles qui couvrent plus de 90% de nos besoins énergétiques et qui, de plus, sont en grande partie importées. L'agriculture arrive en seconde position avec une part de près de 25% des émissions GES.

Notre industrie représente à elle seule plus de 20% des besoins en énergie nationale (près de 2/3 en produits pétroliers et 1/3 en électricité). Trois branches se démarquent par leur caractère énergivore au Maroc : les cimenteries et industries des matériaux de construction, l'agroalimentaire et les industries chimiques.

Nouveau critère de compétitivité à l'export

Avec la mise en œuvre imminente par l'Europe du mécanisme d'ajustement aux frontières qui devrait entrer en vigueur de manière progressive à compter du 1er janvier 2023. Nos entreprises exportatrices sont les premières à devoir agir sous la contrainte.

En effet, même si ce mécanisme ne concernera, dans un premier temps, que les secteurs à fortes émissions exposés au commerce international (à savoir l'aluminium, l'acier, le ciment, l'électricité et les engrais), il est envisagé de l'élargir aux autres secteurs à partir de l'année 2026.

Concrètement, l'Union européenne appliquera un surcoût à tous les biens importés sur son territoire affichant un bilan carbone supérieur à un seuil jugé acceptable. Des seuils qui devraient être fixés cet été. Toutes ces mesures sont contraignantes et lourdes de conséquences pour la compétitivité de nos industries et de notre économie et nos entreprises exportatrices n'auront d'autre choix que de s'adapter.

D'ailleurs, nous devons également faire face à la volatilité des prix sur les marchés de l'énergie, aux effets de la crise du Covid sur les chaînes d'approvisionnement mondiales, et, plus récemment, aux retombées de la crise ukrainienne. La décarbonation sera essentielle si nous voulons à la fois préserver notre écosystème industriel et relancer notre économie pour gagner de nouvelles parts de marchés à l'international.

Le secteur privé a un rôle essentiel à jouer dans la mise en œuvre de mesures concrètes pour décarboner l'économie nationale. Les différents secteurs et industries devront collaborer et s'engager sur des cibles de réduction des émissions de GES en cohérence avec les préconisations scientifiques - Science Based Targets (SBTi). Aujourd'hui, le Maroc montre une forte hétérogénéité en matière d'engagement dans la décarbonation. Ce sont en effet surtout les petites et moyennes structures qui ont pris un retard significatif dans cette transition.

Malgré le fait que nos industries ne soient pas totalement préparées, le mouvement vers la décarbonation est bien en marche. Cette transformation devra se faire de manière ciblée, secteur par secteur, ainsi que pour chaque segment des chaînes de valeur. L'état devra en outre protéger les entreprises en difficulté avec des moyens adaptés afin que personne ne soit oublié dans cette transition. La levée des barrières réglementaires autour de l'autoproduction et de l'injection des énergies renouvelables dans les réseaux nationaux est également un élément clé.

Pour conclure, la transition vers une économie décarbonée n'est plus à percevoir comme une réponse aux contraintes et barrières imminentes à l'export, mais comme une opportunité en faveur de la compétitivité de nos entreprises industrielles, qu'elles soient exportatrices ou pas. *

Le Maroc : le futur grand partenaire énergétique de l'Europe



Abdelmoula Benbarek,
Directeur Général de Morocco
Water & Energie Innovatives
Solutions (MORWEIS).

Au Maroc, on a toujours exploré le sous-sol avec l'espoir de trouver de grands champs gaziers ou pétrolifères pouvant hisser le Royaume au rang des géants énergétiques. C'était le schéma classique et largement ancré dans l'imaginaire collectif de la naissance des supers puissances énergétiques.

Aujourd'hui, alors que les esprits se libèrent peu à peu pour un futur où les énergies fossiles ne seront pas forcément les bienvenues et que les énergies dites propres passeront au-devant de la scène, le Maroc se retrouvera en bon candidat pouvant jouer un rôle déterminant dans la sécurité et la souveraineté énergétique de la région UE-MENA.

Tous les éléments aujourd'hui plaident pour une telle prédiction/vision. En effet 4 facteurs clés le confirment :

- Le Maroc jouit d'un tandem éolien/solaire ENR (nouvelles énergies renouvelables) de qualité supérieure. Ceci trouve son explication, d'une part, dans les facteurs de charges largement supérieurs comparativement à ce qui existe dans la région

et, d'autre part, dans la possibilité de participer pleinement au foisonnement nécessaire pour le lissage et la pilotabilité de la production des ENR en Europe.

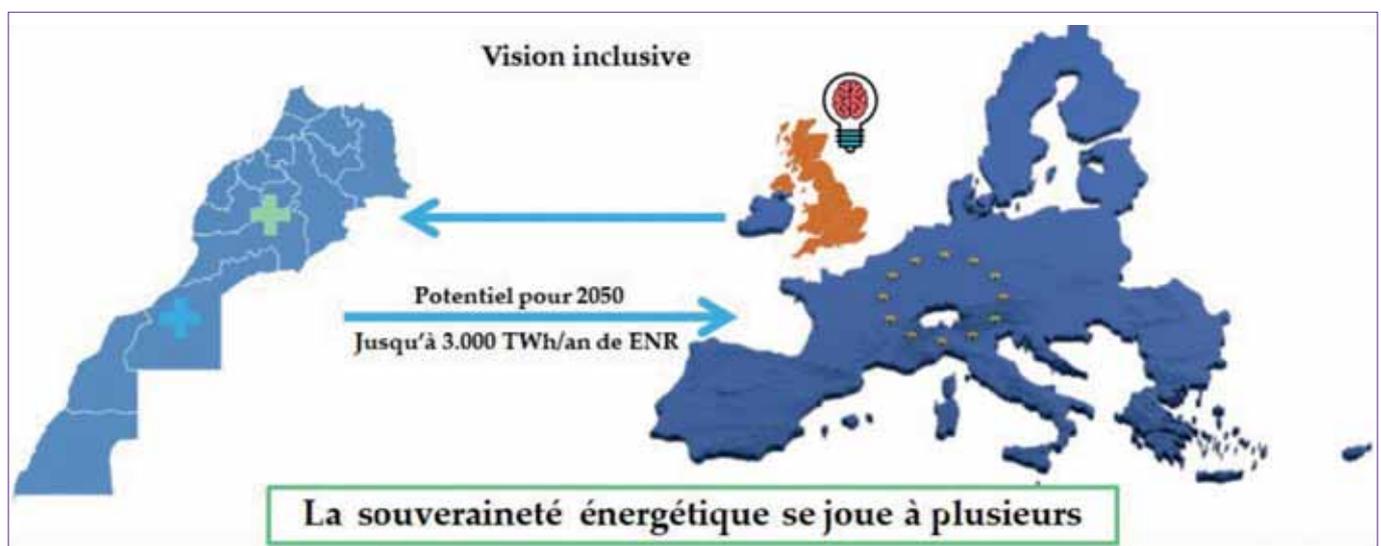
- La proximité qui rend possible l'exportation de l'électricité à partir de sites de production au Maroc vers des consommateurs en Europe. Le câble HVDC, la grande innovation du projet Xlinks Maroc/UK vient en outre le confirmer.
- Les sites de production des ENR sur le territoire marocain sont potentiellement épargnés des phénomènes météorologiques extrêmes ce qui rend la production des ENR au Maroc en direction des réseaux électriques européens pérenne et sûre.
- Le grand potentiel des ENR estimé

à plus de 60 500 TWh/an, largement au-dessus des 7 500 TWh/an qui est le besoin énergétique annuel de la région UE-MENA estimé à l'horizon 2050.

Dans un futur très proche, nous allons donc voir l'énergie exportée du Maroc vers l'Europe sous forme d'électricité verte à travers le câble remplacer celle exportée aujourd'hui vers l'Europe sous forme de gaz naturel (fossile) à travers le pipe.

Ainsi, au-delà de la prédiction, nous (Europe & Maroc) avons l'opportunité de construire un modèle énergétique où les ENR prendront la du gaz et le câble, celui pipe.

Paradoxalement, pour le Maroc de l'énergie à exporter était et est toujours là ; juste au-dessus du sol ! *



Sécheresse : vers la mise en place d'une gestion intégrée des pratiques agricoles

Appel à l'adoption d'une gestion intégrée des bonnes pratiques agricoles en synergie avec un plan de water management efficient afin de faire face à problématique de la sécheresse au Maroc.



Depuis le début du 20^e siècle, le taux moyen de précipitations au Maroc a diminué d'une manière significative. Durant cette période, le Maroc a connu une importante diminution du cumul de précipitations, de l'ordre de -20 % en moyenne annuelle entre 1960 et 2018 (selon les sources). Les chercheurs estiment que cette courbe continuera à diminuer d'ici 2050 dans plusieurs zones du monde, incluant le Maroc.

La situation reste d'autant plus inquiétante que les réserves en eau de surface et en eau souterraine ne peuvent pas combler les besoins de l'irrigation en agriculture. Ceci s'explique par la faible capacité de régénération de ces réserves en eau par les précipitations. De plus, au cours des dernières décennies, le niveau piézométrique de la plupart des nappes du pays a connu une forte chute. Les baisses ont atteint 20 à 60 m pour certaines nappes. Une vingtaine de nappes surexploitées avec un milliard de m³ prélevés

dans les ressources en eau non renouvelables ont été recensées. C'est pourquoi l'agriculture marocaine devrait faire face à cette situation, d'autant plus que ce secteur représente une des locomotives de l'économie nationale. Cette diminution des précipitations reste une réalité et la politique agricole marocaine devrait s'adapter et répondre à cette situation en implémentant une stratégie de gestion d'eau efficiente avec des objectifs à court, moyen et de long terme.

De plus, cette question de gestion d'eau ne concerne pas uniquement les institutions et les acteurs du secteur agricole. Il s'agit ici d'une problématique qui concerne de nombreux acteurs. Chacun d'entre eux devrait participer à l'élaboration d'un plan de « Water management » efficient et s'adapter à la situation pour les prochaines années. L'appel à la recherche scientifique et aux transferts technologiques devrait également être visé par cette nouvelle politique.



Une approche globale

Au lieu de n'appliquer qu'une solution ou une technologie à la fois, l'adoption d'une gestion intégrée des solutions (amélioration génétique des plantes, technologies numériques, système de dessalement des eaux, gestion des dates de semis en fonction de la demande des cultures en évapotranspiration, le choix variétal adapté à la sécheresse...) reste une solution universelle.

La politique de « Zonage agricole » présenterait aussi une alternative, en minimisant la production de certaines cultures qui consomment le plus d'eau dans des zones où l'eau est rare... Des études socio-économiques et de faisabilité de production par zone devraient ainsi être effectuées et s'appliquer sur des cultures, selon la valeur socio-économique de ce type de production.

Proposer des cultures alternatives au producteur marocain reste aussi une bonne piste à adopter. Par exemple, le secteur des plantes médicinales, pharmaceutiques, aromatiques et cosmétiques reste un bon choix. Cependant, le développement de ce type de production devrait se réaliser en synergie avec le déploiement de l'ingénierie de procédés pour l'extraction de biomolécules à grande valeur ajoutée et à grands bénéfices pour le producteur marocain.

Sélectionner les variétés les plus résistantes à la sécheresse

Pour ce qui est de l'amélioration génétique des plantes, il reste sans aucun doute une solution efficace. Le choix et la sélection des cultivars ou des variétés tolérantes à la sécheresse sont une des bonnes alternatives pour faire face à la pénurie d'eau. La recherche sur les aspects moléculaires de la tolérance à la sécheresse a fait l'objet de plusieurs études scientifiques.

Ces efforts importants de recherche se focalisent dans l'étude des mécanismes d'adaptation des cultures. Des études ont démontré que certaines variétés tolérantes à la sécheresse peuvent résister jusqu'à 70 % en termes de réduction en eau. Au Maroc, des variétés et des cultivars tolérants à la sécheresse existent, mais le problème est que certaines de ces variétés ne sont pas appréciées sur le marché et sont confrontées à la concurrence d'autres variétés plus gourmandes en eau, mais qui sont mieux vendues.

À vrai dire, les compagnies qui commercialisent les semences au Maroc, qui sont généralement des hybrides importés, ne prennent pas en considération ce critère de tolérance à la sécheresse. Les critères de commercialisation de ces semences mettent plutôt l'accent sur le rendement, la qualité, la couleur, la saveur...

La politique agricole marocaine devrait ainsi s'orienter sur la sélection des candidats variétaux tolérants à la sécheresse pour chaque culture produite sur le territoire. Cette stratégie agricole devrait aussi sensibiliser et subventionner ces variétés tolérantes à la sécheresse.

D'autre part, pour les céréales, les producteurs sèment généralement au mois d'octobre-novembre, période au cours de laquelle la pluviométrie est souvent propice pour la germination et la croissance. Donc, au lieu d'avoir un cycle de production plus long avec des cycles de froid d'hiver et des épisodes de sécheresse, il vaut mieux cultiver des variétés à cycle court au printemps. Surtout qu'en 2022, nous avons remarqué que les pluies n'ont commencé que vers début mars où les températures sont propices pour la croissance. À vrai dire, les variétés des céréales ayant une photopériode un peu plus longue avec un cycle de production

plus court ou encore les variétés d'automne restent une bonne alternative. L'amélioration génétique dans ce sens pour les céréales restera aussi une bonne approche à suivre.

Mettre à profit les nouvelles technologies

Un grand intérêt est également porté à l'utilisation des technologies digitales en agriculture. Récemment, le secteur a connu une série de révolutions digitales et lui permettant d'atteindre aujourd'hui une efficacité de production au champ.

Ces avancées ont été marquées par des pratiques intelligentes et précises. Drones, capteurs numériques, applications App, imageries satellitaires ou encore les stations météo connectées qui réunissent le digital et l'agriculture proposent des solutions pour des problématiques de l'agriculture, notamment les problèmes liés à la sécheresse et à la gestion des eaux d'irrigation.

Les différentes données collectées par les capteurs numériques, les applications Apps ou les images satellites permettent d'analyser l'état hydrique des plants et des sols d'une façon instantanée. Ces technologies permettent également de prendre des décisions concernant la gestion d'irrigation et proposent aux agriculteurs des stratégies intelligentes d'économie d'eau. Ces dernières peuvent être, de plus, adaptées de manière manuelle ou automatique. Des seuils peuvent également être fixés au préalable selon les paramètres collectés par des capteurs, les applications smart ou les images satellites, jugés idéals pour économiser l'eau. Toutefois, ces technologies numériques nécessitent des formations pour les agriculteurs qui peuvent être réalisées via l'intervention des conseillers agricoles.

De nouveaux modèles agricoles intégrés

D'autres alternatives peuvent en outre être proposées comme : (i) l'utilisation des microorganismes comme les « PGPR », le « Biochar » et des substrats qui peuvent aider à augmenter la capacité de rétention en eau des sols ; (ii) l'utilisation des édifices hydroponiques ou le « Model Growth Factory » pour intensifier la production ; (iii) le recyclage et le traitement des eaux d'irrigation et de drainage (iv) l'utilisation des systèmes de culture intensive fermés, l'aéroponique, NFT ou hydroponique ; (v) la sensibilisation et l'incitation des compagnies et des intervenants du secteur agricole à la Recherche et Développement (R&D) avec la création d'institutions de recherche ; en réduisant le taux d'imposition sur les revenus en cas d'intégration du privé dans les programmes de recherche R&D (vi) la création de startups et de centres d'incubation dédiés au « Water Management » ; (vii) l'adoption de nouveaux concepts tels que les systèmes de quota de production agricole pour équilibrer l'offre et la demande en fonction de la situation de la pénurie d'eau, la « Taxe eau » et le « Zonage agricole »...

Ces solutions devraient être appliquées dans le cadre d'une politique de gestion intégrée traitant l'ensemble des solutions et non une seule solution à la fois chez le producteur. Enfin, la recherche scientifique et l'innovation devraient faire partie intégrante de cette politique. Les chercheurs, les producteurs, le secteur privé et les institutions étatiques concernés sont appelés à travailler tous ensemble dans un cadre de modèle R&D pour un Plan de « Water Management » efficient. *

► Kamal Aberkani

Le chef de l'ONU, António Guterres, appelle à mettre fin « à la guerre insensée et destructrice contre la nature »

« **N**ous devons mettre fin à cette guerre insensée et destructrice que nous livrons contre la nature. Le taux d'extinction des espèces est des dizaines, voire des centaines de fois supérieur à la moyenne de ces 10 derniers millions d'années, et il augmente encore », a alerté le Secrétaire Général de l'ONU António Guterres à l'occasion de la journée internationale de la biodiversité le 22 mai dernier. Selon lui, les trois quarts de l'environnement terrestre et environ les deux tiers de l'environnement marin ont été considérablement modifiés par les actions humaines. « La biodiversité est essentielle pour atteindre les objectifs de développement durable, mettre fin à la menace existentielle liée aux changements climatiques, stopper la dégradation des terres, renforcer la sécurité alimentaire et soutenir les progrès en matière de santé humaine. Elle offre également des solutions toutes prêtes pour une croissance verte et inclusive », décrit António Guterres. À côté du changement climatique, la dégradation continue de la biodiversité est l'autre grand enjeu vital lié à la préservation de la planète. La première

partie de la COP15 consacrée à la biodiversité s'est tenue en octobre dernier à Kunming en Chine, avec des résultats mitigés. La deuxième partie doit avoir lieu cette année. *



L'AFD partenaire du Maroc pour une gestion durable des forêts

Le Maroc et la France ont lancé le 17 juin dernier le programme « Ghabati, Hayati » pour la protection de la biodiversité et la gestion durable des forêts. Dans ce cadre, l'Agence Française de Développement (AFD) va accompagner l'Agence Nationale des Eaux et



Forêts (ANEF) dans sa stratégie Forêts du Maroc 2020-2030. Selon un communiqué de l'AFD, le programme prévoit dans les quatre prochaines années : le reboisement de 50 000 hectares de forêt par an en privilégiant des espèces endémiques plus résilientes, la structuration de l'approche participative de la gestion forestière avec les populations locales et le développement du suivi et de la conservation de la biodiversité dans les parcs nationaux. L'AFD va ainsi accorder un prêt de 100 millions d'euros et un don de 3 millions d'euros. L'institution va aussi déployer une expertise technique, à travers notamment des partenariats entre l'ANEF et l'Office Français de la Biodiversité, l'Office National des Forêts, Réserves Naturelles de France, et des parcs nationaux français. Un projet-pilote cofinancé par le Maroc (5,9 millions d'euros) et le Fonds Français pour l'Environnement Mondial (don de 1,8 million d'euros) va également être lancé dans le Parc National d'Ifrane. Son objectif est d'« allier la conservation de la biodiversité et le développement d'emploi locaux autour des sports de nature », précise le communiqué de l'AFD. *

30 plages et ports de plaisance obtiennent le Pavillon bleu pour la saison 2022

28 plages et deux ports de plaisance hisseront cette année le Pavillon bleu, selon la Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement. La liste, dévoilée en juin dernier, est disponible sur le site Internet de cette dernière. Ce label international est attribué par la Fondation Mohammed VI ainsi que par la Fondation Internationale pour l'Éducation et l'Environnement, un réseau mondial d'ONG. Il certifie que la plage ou le port de plaisance respecte des critères de développement durable dans le domaine du tourisme, en particulier la qualité des eaux de baignade, la sécurité, la sensibilisation à l'environnement, les aménagements des plages et de leurs abords... « 46 plages avaient fait acte de candidature pour ce label reconnu des estivants. Mais seules 28 ont pu répondre à ses critères exigeants », indique la Fondation Mohammed VI,



qui attribue le label aux communes. Créé en France en 1985, il est délivré au Maroc depuis 2002. En 2021, ils étaient seulement 26 plages et un port de plaisance à l'avoir obtenu. *

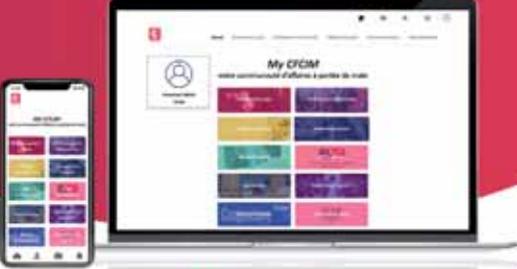
 **CHAMBRE FRANÇAISE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU MAROC**

My CFCIM

Votre communauté d'affaires à portée de main

Disponible sur votre mobile store



 **Ciblez vos contacts**  **Participez aux live**  **Exposez vos produits et services**

« Chers partenaires, mobilisons-nous pour accompagner durablement la résilience de nos entreprises. Motivés par un engagement sociétal et environnemental fort, contribuons ensemble aux actions vigoureuses à mener pour saisir les opportunités de relance. »

Jean-Pascal DARRIET - Président de la CFCIM

Les Entretiens de Casablanca se penchent sur l'éducation



Les Entretiens de Casablanca se sont tenus le 2 juin dernier au Palais du Méchouar, Siège de la Région Casablanca-Settat. Cet événement s'inscrit dans le cadre du cycle de rencontres les Entretiens de Royaumont qui accueillent depuis 19 ans des intervenants internationaux de très haut niveau venus débattre des grands enjeux socioéconomiques de demain. Organisée par la Région de Casablanca-Settat et la CFCIM, cette première édition casablancaise avait pour principale thématique : « Les Nouvelles Technologies au service de la Réforme de l'Éducation ». Ce thème s'inscrit dans un contexte où le Maroc déploie une nouvelle vision stratégique pour l'éducation dans le but de permettre à chaque élève d'acquérir des compétences fondamentales pour s'insérer dans la vie professionnelle. Parmi les principaux enjeux de l'éducation nationale, la généralisation de l'enseignement pré-primaire d'ici 2028 et l'intégration de l'usage des nouvelles technologies à toute la chaîne du système éducatif.

La rencontre a débuté par les allocutions de Abdellatif Mázouz, Président de la Région Casablanca-Settat, Jérôme Chartier Président des Entretiens de Royaumont, Jean-Pascal Darriet, Président de la CFCIM et de Serge Mucetti, Consul Général de France à Casablanca. Ensuite, une première table ronde sur le thème « Investir le digital en tant que voie de l'avenir » a été animée par Ilham Laaziz, Directrice du programme « Genie » du Ministère de l'Éducation, Jean-Jacques Santini, Directeur des Affaires Institutionnelles de BNP Paribas, Siham Jabrance, Directrice EMEA Openclassrooms, Maha Gmira, Titulaire de la Chaire Femmes en Sciences, et Abdelmoumen Talib, Directeur de l'AREF Casablanca-Settat.

La seconde table ronde portait sur le thème « La formation digitale des animateurs du préscolaire ». Elle a été animée par Aziz Kaichouch Directeur Général de la Fondation Marocaine pour la Promotion de l'Enseignement Préscolaire, Anouchka Kerouas, Attachée de coopération de l'Ambassade de France au Maroc, et Karim El Ayanoui Président de Policy Center for the New South. Ensuite, Latifa Ibn Ziaten, Présidente de l'Association Imad pour la Jeunesse et la Paix a effectué un exposé sur « Le digital, comme outil d'éducation d'émancipation des femmes ».

La journée s'est poursuivie par une autre table ronde sur le thème « L'excellence des élèves marocains à travers le monde pour dynamiser l'enseignement au Maroc », animée par Vincent Reynier Président de CRCC, Abdellah El Baz et Soukaina Hajouji Idrissi, Prix d'Excellence pour leurs mémoires d'expertise comptable innovants dans le domaine du numérique et Rahma Bourqia, Directrice de l'Instance Nationale du Conseil Supérieur de l'Éducation et de la Recherche Scientifique.

La dernière table ronde a porté sur le thème « la transmission du savoir : l'avènement des MOOC et des SPOC ». Elle a été animée par Eric Labaye, Président de l'École Polytechnique, Ghita Lahlou, Directrice de l'École Centrale Casablanca, Brahim Sbai Directeur Central Entreprise d'Orange Maroc et Rafik Alami, Directeur de International Dataz Science Institute INP-HB Yamoussoukro.

Les Entretiens de Casablanca se sont conclus par l'intervention de Chakib Benmoussa, Ministre de l'Éducation Nationale, du Préscolaire et des Sports. *

Lancement de la 5^e édition des Rencontres Entreprises d'inwi Business

Le 26 mai dernier, inwi Business a lancé en partenariat avec la CFCIM la 5^e édition des Rencontres Entreprises. Dans un contexte post-covid marqué par la multiplication des cyberattaques à l'échelle internationale et nationale, les enjeux liés à transformation numérique et à la cybersécurité sont devenus incontournables pour la plupart des entreprises, quelle que soit leur taille. Pour rappel, inwi Business a lancé cette série de rencontres il y a 5 ans afin d'accompagner les entreprises, notamment les TPE-PME, dans leur processus de transformation numérique.

Le coup d'envoi de cette 5^e édition, placée sous le thème « La transformation numérique au service de votre croissance » a été donné à Casablanca, à l'hôtel Four Season. Modérée par Faycal Tadlaoui, elle a été animée par des experts renommés dans le domaine du digital : Ouassim Laaroussi, Directeur Etudes et Développement d'inwi, Rachid Ressani, CEO de IT Road Group,

Amine Harrari, Directeur Digital & Business Transformation d'OCP Solutions, Sophia Khaldane, Manager Cybersécurité Direction ICT d'inwi, Mouhsine Lakhdi, Professeur universitaire et consultant international expert en digital, et Lhoussaine Idrissi Kamil, Vice-Président Secrétaire Général de l'AUSIM.

Au programme de la rencontre qui a rassemblé 155 participants, une key note, une plénière ainsi que des ateliers pratiques portant sur différentes thématiques telles que le cloud, la cybersécurité, la data ou encore l'expérience client.

La seconde étape a eu lieu le 30 juin dernier à Tanger, au Royal Tulip City Center et a réuni 80 participants. Modérée par Faycal Tadlaoui, elle a été animée par Mohammed Essaidi, Chef de Pôle SI & Transformation digitale à la Caisse Marocaine des Retraites et Vice-Président de l'AUSIM, Sophia Khaldane, Manager Cybersécurité Direction ICT d'inwi et Jalal Benhayoun, Directeur Général du CRI de Tanger-Tétouan-Al Hoceima. *



Réunion d'information sur la médiation

Le Comité Médiation de la CFCIM a organisé le 10 mai dernier une réunion d'information sur le thème « La médiation au service de l'entreprise ». La rencontre a été animée par Maître Zineb Naciri-Bennani, Avocate au Barreau de Paris et au Barreau de Casablanca, Médiatrice, praticienne du processus collaboratif, Présidente du Comité Médiation de la CFCIM et Mohammed Tougani, Expert-comptable et judiciaire, syndic et Commissaire aux comptes, Vice-président du Comité Médiation. *

Le Port de Marseille Fos anime une réunion d'information à Tanger

Le 31 mai dernier, le port de Marseille Fos et les professionnels de la communauté portuaire de Marseille Fos ont organisé en partenariat avec la CFCIM une réunion d'information sur le thème « Maroc, Port de Marseille Fos : développer et renforcer nos échanges ». La rencontre, qui s'est tenue à l'hôtel Tanger Center a réuni une délégation d'une vingtaine d'entreprises françaises. Elle a notamment été animée par Amane Fathallah, Directrice Générale des Ports et de la Marine Marchande, Hervé Martel, Président du Directoire du Port de Marseille Fos, Hassan Abkari, Membre du Directoire et Directeur Adjoint de Tanger Med Port Authority, Zouhair Benjelloun, Président de la délégation régionale TTA (ASMEX), Alain Hazarosoff, Directeur Europe Food & Reefer products et Bolloré Logistics, Benoit Dehaye, Directeur Général de La Méridionale, Christophe Colloc, Managing Director Maroc de CMA CGM, et Stéphane Salvetat, Président de Via Marseille Fos. *



Petit déjeuner d'information sur la performance énergétique dans le bâtiment

Selon le GIEC (Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat), le secteur du bâtiment est à l'origine de 6 % du total des gaz à effet de serre émis dans l'atmosphère à l'échelle du monde. C'est pourquoi il est particulièrement important de développer des solutions permettant de réduire l'empreinte carbone du secteur, par exemple l'isolation des bâtiments, le filtrage de l'eau ou encore les nouveaux matériaux bio-sourcés.

Le Comité d'organisation du salon BATIMAT 2022 et la CFCIM ont organisé le 7 juin dernier un petit-déjeuner d'information sur le thème « Performance énergétique dans le bâtiment : quels leviers pour réussir une construction décarbonée ? ». La rencontre, qui s'est déroulée en présentiel au siège de la CFCIM et en distanciel via la plateforme MyCFCIM, a été animée par Soraya Khalil, Directrice de la qualité et des Affaires techniques, Ministère de l'aménagement du territoire national, de l'urbanisme, de l'habitat et de la politique de la ville, Zakaria Sadik, Directeur Général d'Alto Eko, Abdelouahed Mountassir, Architecte, Guillaume Loizeaud, Directeur du Mondial du Bâtiment, Nabil Jedaira, Business Development Manager, EDF Maroc. Elle a été modérée par William Simoncelli, CEO de Carré Immobilier, Membre du Board de La French Tech Maroc, Spécialiste PropTech, Président Statimmo. *



► Contact
Nadwa El Baine
E-mail : nelbaine@cfcim.org
Tel. (+212) 6 61 43 93 95

Réunion d'information sur la décarbonation et la transition énergétique

La CFCIM a organisé le 24 mai dernier une réunion d'information sur le thème « Décarbonation et transition énergétique : de la contrainte à l'opportunité pour l'économie marocaine ». La rencontre a été animée par Abdelmoula Benbarek, Directeur Général de Morocco Water & Energie Innovatives Solutions (MORWEIS) et Meriem Elmandjra Berrada, Vice-Présidente Business Development d'Adiwatt Afrique. *



La CFCIM accompagne une délégation d'entreprises marocaines au Salon Global Industrie à Paris

A l'occasion de la 4^e édition du salon Global Industrie, qui se tient du 17 au 20 mai à Paris Nord Villepinte, la CFCIM accompagne une délégation d'une cinquantaine de personnes dans le cadre d'une mission de prospection. Dédié à l'industrie ainsi qu'à l'ensemble de son écosystème, le salon rassemble sur 100 000 m² d'exposition, 2 300 exposants couvrant l'ensemble de l'écosystème industriel. 40 000 visiteurs y sont attendus. *



TNP organise en partenariat avec la CFCIM une conférence-débat sur la transition énergétique



Le 30 juin dernier, à l'hôtel Hyatt Regency Casablanca, TNP a organisé en partenariat avec la CFCIM une conférence-débat sur le thème « Transition énergétique et climatique : quelles stratégies innovantes et quel financement ? ». La rencontre a été animée par des intervenants de premier plan. *

La CNSS anime un Forum Adhérents ainsi qu'un cycle de réunion sur les remises gracieuses

Le 7 juin dernier, le Club Santé de la CFCIM a organisé un Forum Adhérents sur le thème : « Couverture Santé Universelle ». La rencontre qui s'est déroulée au siège de la CFCIM a été animée Réda Benamar, Directeur Général Adjoint de la CNSS et modérée par Pierre Labbé, Président du Club Santé Maroc.

Cette rencontre a par ailleurs donné le coup d'envoi d'une série de réunion d'information à travers les différentes Délégation Régionales sur le thème « Les remises gracieuses relatives aux créances de la CNSS ». La première, qui a eu lieu le 22 juin dernier au siège de la CFCIM a notamment été animée par Madiha Louati, Directeur Régional Hay Mohammadi Ain Sebaâ de la CNSS et Said Hafideddine, Directeur Régional Sidi Othmane Hay Hassani de la CNSS et modérée par Maître Nesrine Roudane, Associée en charge du bureau de Casablanca Al Tamimi & Company, et Présidente de la Commission Juridique et Fiscale de la CFCIM. *



2^e édition de Tastin'France

Le 30 juin dernier, au siège de la CFCIM, a eu lieu la 2^e édition de la journée de dégustation professionnelle des vins et spiritueux français, Tastin'France.

Après les mots de bienvenue de Jean-Pascal Darriet, Président de la CFCIM et de Benoit Biard, Managing Director North Africa d'UPS Maroc, Georges-Emmanuel Benhaim, PDG de Foods & Goods a présenté un exposé sur l'état des lieux du secteur des vins et spiritueux au Maroc, la consommation et la distribution ainsi que les tendances et les prévisions. Ce fut ensuite au tour de Mountasir Laksiri, Chef de Service des Impôts Indirects au sein de l'Administration des Douanes et Impôts Indirects d'intervenir sur la réglementation de l'importation des vins et spiritueux.

Ahmed Sidi Hida Chef de Division des Contrôles et de la Protection des Végétaux de l'ONSSA a ensuite présenté les conditions d'accès des vins et spiritueux au Maroc (volet sanitaire, exigences réglementaires, autorisations d'impor-

tations et contrôle à l'importation). Enfin, le séminaire s'est conclu par la présentation de Romain Bille, Sommelier de Grand Sud Import sur les préférences de consommation des vins et spiritueux au Maroc. La rencontre s'est poursuivie par des sessions networking ainsi que par une séance de dégustation auprès des importateurs, distributeurs, détaillants et CHR (cafés, hôtels et restaurants). *



Réunion d'information sur la formation par alternance

Le 28 dernier, la CFCIM a organisé une réunion d'information sur le thème « Retour d'expérience sur une opération d'employabilité de jeunes et comment faire de la formation par alternance le levier par excellence de l'insertion ». La rencontre a été animée par Anouar Alaoui Ismaili, Directeur Central en charge de la communication, du marketing, des relations institutionnelles et de la coopération internationale de l'Anapec, Bouchra Nhaili, DRH de Lydec et Vice-Présidente de la Commission Emploi, Formation et Education de la CFCIM, Talal Nourre, Directeur Général de Clemessy, Mohamed Boukachaba, DHR d'Ingelec, Hicham Medromi, Directeur de l'École Nationale Supérieure d'Electricité et de Mécanique (ENSEM) et Amine Barkate, Directeur de l'École Supérieure des Affaires (ESA) de Casablanca.

Elle a été modérée par Hamid El Otmani, Président de la Commission Emploi, Formation et Éducation de la CFCIM et Directeur Général du cabinet LMS ORH. *



Complément du bulletin d'adhésion 2022 Représentant légal



Société : **CLT :**

Représentant légal :

Nom : Prénom : Fonction :

E-mail : GSM :

Signature et cachet (obligatoires)

Elections 2022 de la CFCIM :

Les membres de la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc sont répartis en 3 catégories professionnelles : Commerce, Industrie et Services. Les membres de chaque catégorie désignent leurs représentants au sein du Conseil d'Administration de la CFCIM, composé de 52 Administrateurs, dont la moitié est renouvelée tous les 3 ans.

NB : Toute entreprise adhérente à la CFCIM exerce son droit de vote par son représentant légal désigné en cette qualité par elle dans son bulletin d'adhésion.

Vos données personnelles sont collectées dans le présent formulaire afin de nous permettre d'assurer la fiabilité du contact du représentant légal de l'organisme adhérent à la CFCIM. Ces données personnelles seront utilisées au sujet des élections des administrateurs de la CFCIM. Conformément à la Loi 09-08, promulguée par le Dahir n° 1-09-15 du 22 Safar 1430, et au Règlement Général sur la Protection des Données, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression et d'opposition aux informations qui vous concernent. Vous pouvez exercer ce droit :

Soit en adressant un courrier (avec accusé de réception) à l'adresse postale suivante : CFCIM, 15 Avenue Mers sultan, 20250, Casablanca, Maroc.

Soit en envoyant votre requête par mail à l'adresse électronique suivante : Protection.donnees@cfcim.org.

Dans les deux cas, veuillez à joindre un justificatif d'identité à votre demande.

Pour vos réclamations :
Suggestions.reclamations@cfcim.org



Complément à retourner signé et cacheté à l'adresse e-mail : soudghiri@cfcim.org

La CFCIM, partenaire du Siteau Casablanca

La CFCIM était partenaire de la 7^e édition du SITEau, Salon International des technologies de l'Eau et de l'Assainissement qui s'est déroulée du 7 au 9 juin dernier à l'hôtel Hyatt Regency Casablanca. Parmi les temps forts de l'événement, la Conférence Internationale de haut niveau, organisée en partenariat avec la Coalition Marocaine pour l'Eau (COALMA) sur le thème « Eaux, Territoire et Durabilité ». L'événement a notamment permis d'explorer la place de l'eau dans le nouveau modèle de développement. Les exposants ont également eu l'opportunité de présenter au public leur expertise dans les métiers de l'eau, de l'assainissement et de l'énergie. Un espace a en outre été dédié aux startup. *



Rencontre Mines et Carrières



Placée sous l'égide du Ministère de la Transition Énergétique et du Développement Durable, la Rencontre Mines et Carrières a été organisée par la CFCIM en partenariat avec la Régie Publicitaire Industrielle du 21 au 23 juin dernier à l'hôtel Hyatt Regency Casablanca. Cet événement visait à constituer une plateforme d'échange entre opérateurs français et marocains notamment dans l'optique de discuter des dernières avancées et innovations dans le domaine des mines et carrières. Parmi les participants, des fournisseurs français de matériel, de services et de technologies ainsi que des exploitants marocains dans les secteurs des mines, des carrières, des travaux publics, des cimenteries ou encore des briqueteries. Au programme de la rencontre, différents ateliers et session networking, ainsi que la visite d'une mine. *

Le CME célèbre sa 15^e promotion de lauréats

Le 21 juin dernier a eu lieu la cérémonie de remise des attestations aux lauréats de la 15^e promotion du cycle de formation à la médiation commerciale interentreprises proposé par le Centre de Médiation pour l'Entreprise (CME) de la CFCIM, en partenariat avec le Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris (CMAP). Toutes nos félicitations aux lauréats ! *



Réunion d'information sur la médiation et la propriété intellectuelle

La CFCIM a organisé le 29 juin dernier une réunion d'information sur le thème « La médiation au service de la propriété intellectuelle ». La rencontre a été animée par Justine Ferland, Juriste adjointe, Section des litiges relatifs à la propriété intellectuelle, Centre d'arbitrage et de médiation de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), Maître Zineb Bennani Naciri, Avocate au Barreau de Casablanca, Médiatrice CME - OMPIC-WIPO, Présidente du Comité Médiation de la CFCIM, Benali Harmouch, Responsable Coopération et Affaires Juridiques à l'Office Marocain de la propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC), Maître Ilyas Segame, Avocat au Barreau de Casablanca, Médiateur. Elle a été modérée par Mohammed Tougani, Expert-comptable et judiciaire, syndic et Commissaire aux Comptes, Vice-Président du Comité Médiation de la CFCIM. *



Réunion d'information sur la fidélisation des talents

Dans le cadre de son cycle de rencontres dédiées au middle management, la Commission Capital Humain de CFCIM a animé, le 25 mai dernier, une réunion d'information sur le thème « L'enjeu de la fidélisation des talents ». La rencontre a été animée par Salaheddine Sabik, Directeur des partenariats stratégiques du groupe Tectra et Président de la Commission Relations Sociales, Emploi et Formation Professionnelle de la CGEM Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, et Asmâa Tazi, Project Expert en Ressources Humaines et Conduite du Changement, cabinet Innovative Africa. *



Mission de prospection en marge de la rencontre Inspire & Connect de Bpifrance

Du 3 au 6 juillet dernier, la CFCIM a organisé en partenariat avec Bpifrance une mission de prospection collective. L'opération a eu lieu en marge de la rencontre Inspire & Connect Méditerranée organisée par Bpifrance le 4 juillet à l'hôtel Sofitel Casablanca. L'événement a rassemblé près de 600 visiteurs avec au programme 100 intervenants et 150 ateliers. La délégation comptait une quinzaine d'entreprises françaises innovantes opérant dans différents secteurs (smart city, greentech, agriculture et industrie 4.0). Les entreprises ont pu ainsi participer à la rencontre Inspire & Connect Méditerranée ainsi qu'à un vaste programme de rendez-vous B to B personnalisés et de sessions networking. *



Découvrez les prochaines sessions d'admission ESA Casablanca



L'École Supérieure des Affaires de Casablanca organise dans les mois à venir plusieurs sessions de d'admissions à destination des jeunes bacheliers. En voici les dates.

16 juillet 2022

30 juillet 2022

Session 3 septembre 2022

Session 17 septembre 2022

Session 1^{er} octobre 2022

Contact :
esac@cfcim.org
Tél. : 05 22 35 53 53

Othmane MOUHTADI - 0661 37 69 93
Fatima Zahra BACHIRI - 0664 09 76 20
Imane EL HAMDALOU - 0662 59 23 63



INVITATION

Commandez votre badge
gratuitement sur www.batimat.com
grâce au code d'invitation ci-dessous :

CODE : BMI22PROSA

Cette carte d'invitation n'est pas valable sur le salon.
Enregistrement obligatoire sur www.batimat.com
(voir procédure d'inscription au verso)

Cette carte ne peut être vendue sous peine de poursuite (Art 313-6-2 du Code Pénal)

BATIMAT le mondial
IDÉOBAIN du bâtiment
INTERCLIMA

Contact : Nadwa El Baine - E-mail : nelbaine@cfcim.org - Tél. : (+212) 0 61 43 93 95

Parce que nous sommes à votre écoute,
Batimat se réinvente :

Nouveau lieu
Nouvelle configuration
Nouvelle offre digitale



BATIMAT

2022

- + convivial
- + économique
- + hybride
- + engagé

**Rejoignez la délégation des
entreprises accompagnées
par la CFCIM**

3-6 Octobre
Paris Porte de Versailles



**CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC**

Contact Maroc :

Nadwa EL BAINE / nelbaine@cfcim.org / +212 (0) 5 22 43 96 23/24

La CNSS anime une série de réunions d'information en région

A partir de la fin du mois de juin dernier, la CNSS a lancé en partenariat avec la CFCIM et ses Délégations Régionales une série de réunions d'information sur le thème « Les dispositions mises en œuvre par la CNSS pour la remise gracieuse des pénalités et majorations de retard ». En effet, le dispositif concernant la remise gracieuse des pénalités relatives aux périodes juin 2020 et antérieures et 2016 et antérieures a été prolongé jusqu'au 31 décembre 2022 et c'est dans ce cadre que la CNSS a initié une campagne d'information à destination des entreprises. La première réunion a eu lieu le 29 juin dernier à l'hôtel Sofitel Rabat Jardin des Roses. Elle a été animée Youssef El Koutbi, Percepteur régional de Rabat. Ensuite ce fut au tour d'Oujda

d'abriter la rencontre qui s'est tenue le 30 juin au Restaurant l'Bateau. La réunion a été animée M'Hamed Azouaoui et Mariam El Kaissi, respectivement Directeur Régional de l'Orient Oujda et Percepteur de l'Orient, au sein de la Direction régionale de la CNSS Orient.

Le 5 juillet dernier, c'est Laâyoune qui a accueilli la réunion animée par Fatima Aamara et Eddimani Elmahjoub, respectivement Directrice Régionale et Percepteur au sein de la CNSS Laâyoune.

Cette réunion a été suivi, le 7 juillet, par celle de Meknès qui a eu lieu au CRI. Elle a été animée par Tarik Bensfaia, Chef de bureau Recouvrement Force Perception Meknès « Direction Régionale Meknès Ismaïlia ». *



Réunion de Rabat

© CFCIM



Réunion de Meknès

© CFCIM

Afterwork CFCIM à Rabat

Le 2 juin dernier, la Délégation Régionale de la CFCIM à Rabat a organisé son afterwork, devenu un rendez-vous incontournable de la communauté d'affaires rabatie. La rencontre dédiée au networking a rassemblé une centaine de participants au Clubhouse Robuchon du Royal Golf Es Salam de Rabat. *



© CFCIM

Nouveaux adhérents à la CFCIM

SOCIÉTÉS	ACTIVITÉ PRINCIPALE	VILLE	TÉLÉPHONE
Adhérents Commerce			
STE LES GRANDES BOULANGERIES DU SUD	Exploitation de boulangeries, cafés, restaurants, crémeries, salons de thé. Traiteur et organisation de fêtes, promotion et consultation.	AGADIR	
SANITAIRE BENI SNASSEN		BERKANE	
EDENIO	Importation et vente de meubles de jardin et d'objets de décoration.	CASABLANCA	05 22 23 35 62
ELECTRICITE CONSULTING TECHNIQUE MAROC	Fabrication de tableaux électriques - Importation et exportation (marchand ou intermédiaire)	CASABLANCA	
GF NEGOCE	Importation et distribution de produits alimentaires - Alimentation de restaurants, snack et fast food - Négoce de tout produit.	CASABLANCA	05 22 45 19 97
I.M NETWORKS	Importation et distribution de produits pour les réseaux informatiques et télécommunication (fibre optique, câbles, armoires informatiques, certificateurs de réseaux, testeurs...)	CASABLANCA	05 22 86 16 84
LGC GLOBAL BUSINESS	Commercialisation de matériel informatique.	CASABLANCA	
MILIM	Importateur, distributeur de mobilier de bureau.	CASABLANCA	05 22 36 20 27
MOBIKIT SARL	Vente de linge de maison et de décoration.	CASABLANCA	0522 369 032
MOTOS MAJID	Commercialisation de motocycles.	CASABLANCA	
NOUIZIM	Fabricant de paille en roseau au Maroc.	CASABLANCA	
SOMOTEL		CASABLANCA	05 22 63 84 12
MOHAMED AHMED BASSIR	Habillement prêt-à-porter, produits alimentaires Négoce général - Import - Export.	DAKHLA	
TRIAL SAHEL PRO	Commerce des cycles, motocycles, scooters, quads, jet ski, groupes électrogènes, pièces détachées, huiles, accessoires YAMAHA KYMCO SYM JOCHER SANYA RYMCO PIAGIO.	HAD SOUALEM	05 22 96 40 15
IDYAHYA M'HAMED	Prêt-à-porter et coiffure.	INEZGANE	
M'Hamed SHAITA	Agriculteur.	KENITRA	
Rachid BENTAHAR	Agriculteur.	KENITRA	
ALI ABOU DRAR		LAAYOUNE	
ELKARAMA PESCA	Vente et achats de produits maritimes en gros et au détail.	LAAYOUNE ALMARSAS	
SOCIETE LABNORD TRAVAUX		M'HAYA	
NOTAM		TEMARA	
ASR FRANCE	Négoce et achat pour le compte des collectionneurs des véhicules d'époque au Maroc.	VANVES	

Le Coin des Adhérents

Adhérents Industrie

AXALUM MAROC	Comptoir de vente - profilés en aluminium et accessoires.	AGADIR	05 28 23 74 13
LEONI WIRING SYSTEMS BERRECHID	Industrie manufacturière.	BERRECHID	05 22 53 15 13
CHEMIN D'ART SARL		CASA	
BELTRANSFO	Maintenance et réparation de tous transformateurs.	CASABLANCA	05 22 35 02 71
BRUNO ACCESSOIRES	Négociant import export d'équipements destinés à tous véhicules.	CASABLANCA	
ENNOMA	Conseil en ingénierie innovation et R & D.	CASABLANCA	
GAIA PROJECT		CASABLANCA	
GRID ENERGY COMPANY	Equipements et travaux électriques, maintenance HT, MT et poste blindé, usine de réparation moteur.	CASABLANCA	05 22 40 20 00
HAGILES		CASABLANCA	
LARSEN & TOUBRO LIMITED	Construction de lignes de transmission électrique 400/225 kv.	CASABLANCA	
M & A IRRIGATION	Installation hydoragricoles, pompage solaire. Négociants entrepreneur de travaux divers de construction, bureau d'études.	CASABLANCA	
MARMARA TRADING CO	Distribution de produits sanitaires et plomberie.	CASABLANCA	
METSO OUTOTEC MOROCCO LLC	Exploitation industrielle, énergie et mines	CASABLANCA	05 22 99 39 52
SAMWA	Travaux divers ou construction	CASABLANCA	
SICOTREM SARL	Production et transformation métallurgique (pointe, fil galvanisé, grillage) ainsi que vente local et export.	CASABLANCA	05 22 91 77 00
SOCOREG	Import et distribution de vois et dérivés, matériaux de construction et accessoires.	CASABLANCA	05 22 62 59 02
TROSOL	Travaux de sondage géotechnique, travaux d'essai.	CASABLANCA	05 22 58 03 07
UNIVERSAL INDUSTRIAL STEEL		CASABLANCA	
COPPER-REC	Fabrication de machines de recyclage pour le traitement des déchets de câbles électriques (extraction du cuivre et d'aluminium contenus dans les câbles).	GRAND-COURONNE	00 33 2 35 37 04 88
COFAT MAROC	Fabrication de faisceaux électriques destinés à l'industrie automobile.	KENITRA	
IJAR SUD	Cnstruction de bâtiment et travaux publics - commerce location import export de tout matériel ou produit se rattachant à l'activité.	LAAYOUNE	
BRIMAK	Fabrication et commercialisation de matériaux de constriction - Transport de marchandises pour son compte et le compte d'autrui - exploitation de carrière.	MARRAKECH	
AVICOLE ZAIME	Aviculture.	MEKNES	
ETIJ-TRAD	Entreprise de bâtiment.	MEKNES	05 35 52 64 24
BIOPHARMA	Production de vaccins vétérinaires, fabrications de médicaments et tout produit pharmaceutique, chimique ou biologique humain et vétérinaire, réalisation d'études épidémiologiques, activités de recherche et développement, de diagnostic et de formation.	RABAT	05 37 69 50 50

ELECTROPLAST	Traitement de surface anti-corrosion des pièces métalliques pour l'industrie automobile.	TANGER	
ENGEL MAGHREB SARL		TANGER	
AMDL	Mise en scène de la stratégie de l'État en matière de développement de la logistique.	RABAT-SALE	

Adhérents Services

AMANDOUR IMMOBILIER	Gérant d'immeuble, promotion immobilière.	AGADIR	
DAR SUD DEVELOPPEMENT	Société de promotion immobilière.	AGADIR	
STE AGADIR DOFIN WORLD SARL	Centre marin pour la réhabilitation et la reproduction des dauphins dans les conditions de la côte océanique.	AGADIR	
AGROCONSULTING	Bureau d'étude pluridisciplinaire. Études, conseil, accompagnement et formation, audit - Commercialisation, négoce, importation, entretien et contrôle - Gestion des systèmes de management.	AGADIR	
CENTRE REGIONAL BENI MELLAL-KHENIFR		BENI MELLAL	
ATLAS BATTERIES		CASABLANCA	
2V IMMOBILIER	Conseil en immobilier d'entreprise, spécialiste immobilier commercial et centres commerciaux.	CASABLANCA	
ACTICALL MAROC		CASABLANCA	
AD SUPPORT CENTRE	Centre de contact client, formation - Conseil et développement web.	CASABLANCA	05 20 55 54 44
ADDITAE VALOREM	Edition, communication, stratégie de contenu de marques, évènements, sponsoring, presse, médias et réseaux sociaux.	CASABLANCA	
ADEL CONTACTS	Centre relation client - Offshoring.	CASABLANCA	
AICHA EL MANSOURI	Médecin gynécologue, obstétricienne.	CASABLANCA	
BTP CONCEPTS	Bureau d'études techniques, bâtiment et génie civil.	CASABLANCA	05 22 27 47 97
CABINET MEDICAL FAISSAL MAGHFOUR		CASABLANCA	
CABINET MUSTAPHA BEKKOUCHE ARCHITECTE	Cabinet d'architecture.	CASABLANCA	05 22 44 85 84
CHRONO DIALI	Logistique dédiée aux acteurs de e-commerce.	CASABLANCA	
COLIBRI SERVICES	Centre de services.	CASABLANCA	
DELOITTE MOROCCO CYBER CENTER		CASABLANCA	05 22 34 84 53
DIGI EYE		CASABLANCA	
EDUCAFRANCE (FIGS EDUCATION)	Promotion des écoles supérieures françaises, accompagnement dans les démarches de Campus France.	CASABLANCA	
EJJAOUANI EXPERT	Conseil et assistance technique et installation géotechnique.	CASABLANCA	
EL BACHIRI MERIEM	Cabinet médical.	CASABLANCA	
EMERGE INVEST	Conseil financier.	CASABLANCA	

Le Coin des Adhérents

ENJIE EXPERT	Audit, expertise et conseil.	CASABLANCA	
FA SERVICES	Informatique, caméras de surveillance, bureautique, formations, fournitures de bureau, papeterie, conseils logistiques.	CASABLANCA	
GPE BEN OMAR EL FADILI	Promotion immobilière.	CASABLANCA	
GREEN NEGAWATT CONSULTING	Stratégie énergétique, transition énergétique - Feuille de route : transition énergétique, décarbonation renouvelable et autoproduction de l'énergie - Conseil, ingénierie, accompagnement stratégique, audit énergétique, efficacité énergétique, monitoring énergétique.	CASABLANCA	
HARDIOT		CASABLANCA	
HUMAN CAPITAL VALUE	Conseil, consulting, accompagnement, l'organisation et transformation en matière de la gestion des ressources humaines.	CASABLANCA	
IBS DIGITAL MEDIA	Vente, maintenance, location et étude et installation de matériels broadcast.	CASABLANCA	
IMAKHCHANE SAMIRA	Psychothérapie (cognitivo-comportementale/ psychodynamique/psychosomatique) Bilan neuropsychologique et tests de personnalité.	CASABLANCA	
INTELIFEX SYSTEMS		CASABLANCA	
JEFF GARD	Sécurité et gardiennage	CASABLANCA	05 22 88 60 60
KONVERGENCE KSHUTTLE	Pilotage et optimisation des processus du management des entreprises, financiers et extra-financiers.	CASABLANCA	
LA2E	Etudes technique tous corps d'état, ordonnancement, pilotage, coordination et suivi des travaux.	CASABLANCA	05 22 24 75 07
LMS ORGANISATION ET RESSOURCES HUMAINES	Conseiller social.	CASABLANCA	
LS SUCCESS	Orientation et conseil pour les études supérieures à l'étranger - coaching scolaire.	CASABLANCA	
M.T.I.F	Tavaux divers ou construction.	CASABLANCA	05 20 16 00 60
MEDIOT TECHNOLOGY		CASABLANCA	
MEDITERRANEAN LOGISTIC SOLUTIONS	Transport international : maritime/routier/aérien - stockage banalisé & sous douane.	CASABLANCA	05 22 24 83 80
MOROCCAN MEDICAL & BIOMEDICAL INDUS	Association professionnelle des industries des dispositifs médical et des produits de santé.	CASABLANCA	
NEXTCOR		CASABLANCA	
NORTHERN LOGISTICS	Transport international multimodal de marchandise - service transit au Maroc et en Europe - entreposage - gestion des flux et logistique - importation.	CASABLANCA	0522 66 36 76
OUICODING MAROC	Conception, édition, développement et exploitation de sites internet et mobiles, dans tous domaines d'activités.	CASABLANCA	
REVELANCHE SYSTEME	Travaux de revêtement, étanchéité, isolation, rénovation.	CASABLANCA	
SMART BRAINS	Conception et réalisation de solutions IT pour le secteur assurantiel de l'industrie pharmaceutique et de l'évènementiel.	CASABLANCA	
SPARTRANS MARKETING	Cabinet de courtage, prospection téléphonique, marketing, consulting, offshoring.	CASABLANCA	

TAMARIS TRADE ET SERVICES	Service et distribution de gaz, carburants et lubrifiants - Gestion de petits magasins de commerce et de restauration sur place.	CASABLANCA	
VHP ASSIST	Recrutement et intérim.	CASABLANCA	
WARRIORIMMO	Promotion immobilière.	CASABLANCA	
PHOSPHORIS INGENIERIE	Éffcience énergétique et ingénierie multitechnique pour une architecture bioclimatique, dépollution de l'air en milieu industriel et qualité de l'air intérieur.	CASABLANCA	
GEO LAMBERT SARL	Topographie, géomètre expert, expertise immobilière, BIM& Solutions 3D, détection de réseaux enterrés. Plan coté à différentes échelles - Nivellement de précision - Densification en réseaux de triangulation ou de polygonation Stéréo préparation photogrammétrique Auscultation d'ouvrage d'art Implantations Récolement de réseaux Plan de bâtiment (norme copropriété, architecturaux et as-built).	FÈS	05 35 62 03 27
CMONPERMIS	Centre d'appels téléphoniques.	KENITRA	05 30 55 55 45
DIAS NET	Entrepreneur de jardinage et de nettoyage, gestion de services (main-d'œuvre)	MARRAKECH	05 24 35 69 48
KHADIJA AIT AHMAD	Dessin & conception de projets - études & suivi de chantier - Décoration et design.	MARRAKECH	
O.G COMMUNICATION	Agence de communication digital (création des sites internet, conception et graphisme, développement des applications mobiles)	MARRAKECH	
PROLIGHT EVENTS	Entrepreneur de spectacles, festivals artistiques, événementiel.	MARRAKECH	
R-S INTERNATIONAL	Tapissier, marchand au détail, travaux d'entretien et ménage.	MARRAKECH	
GLOSE		MOHAMMADIA	
NG BAT	Travaux de construction tout corps d'état.	MOHAMMEDIA	
BEWIZYU	Co-construction de solutions digitales innovantes et sur mesure - projets collaboratifs & événementiels.	RABAT	
CLINIQUE SOUISSI	Clinique multi-spécialités.	RABAT	05 37 65 30 40
DR. FATIMA ZAHRA EL HAMDI	Médecin spécialiste en hépato-gastro-entérologie.	RABAT	
MTRADE		RABAT	05 37 71 71 02
PERFECT BEAUTY CAPITALE	Import export de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle. Exploitant franchise salons de beauté.	RABAT	
RABMO GROUP	Vente et achat d'équipements et de produits et services médicaux, vétérinaires et agricoles, vente et achat de produits chimiques.	RABAT	
AKKA FOREST		SAINT-LEGER	
GOUSSANOUE NOUREDDINE	Restauration, cafés et autres services	SIDI BIBI	
GOVIRIGHT TECH	Technologies et services. Conseil et accompagnement de la stratégie et de la mise en œuvre des projets des clients.	TANGER	
LE KIOSQUE INNOVATION	Prestation de services informatiques.	TANGER	
WORK VALUE CONSULTING	Assistance technique et accompagnement des sociétés.	TEMARA	

Le Coin des Adhérents

Contacts CFCIM

Service Commercial

► Nadia Aziz
Tél. : 05 22 20 90 90
naziz@cfcim.org
► Salma Litim
Tél. : 05 22 43 96 21
slitim@cfcim.org
► Karim Batata
Tél. : 05 22 43 96 12
kbatata@cfcim.org

Club Premium

► Séloua El Maataoui
Tél. : 05 22 43 96 11
selmaataoui@cfcim.org

Déplacements Professionnels

► Chantal Maurel
Tél. : 05 22 20 10 10
cmaurel@cfcim.org

Service Marketing & Communication

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

Appui aux Investisseurs et à la Création d'Entreprise

► Siham Moussaoui
Tél. : 05 22 43 96 38
kidrissi@cfcim.org

Pôle Salons et Événementiel

► Nadia Aziz
Tél. : 05 22 20 90 90
naziz@cfcim.org

Missions de Prospection sur les Salons Professionnels en France et à l'International

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

Pôle CFCIM-Team France Export

► Khadija El Idrissi
Tél. : 05 22 20 90 90
kelidrissi@cfcim.org

Centre de Médiation pour l'Entreprise

► Siham Moussaoui
Tél. : 05 22 43 96 38
centredemediation@cfcim.org

Parcs Industriels

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

Campus de Formation

Ecole Supérieure des Affaires de Casablanca

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

CEFOR Entreprises

► Rédouane Allam
Tél. : 06 67 03 03 25
rallam@cfcim.org

Délégations Régionales

Agadir
Tél. : 05 28 84 41 91
agadir@cfcim.org

Dakhla

► Selma Zighem
Tél. : 06 11 33 00 03
dakhla@cfcim.org

Fès

► Wissale Naaza
Tél. : 05 35 94 30 36
fes@cfcim.org

Marrakech

► Siham Belain
Tél. : 05 24 44 94 91
marrakech@cfcim.org

Meknès

► Noura Moustir
Tél. : 05 35 52 22 10
meknes@cfcim.org

Laâyoune

► Mimouna Tolba
+212 (0)6 66 28 43 33
laayoune@cfcim.org

Oujda

► Abdenbi El Bouchikhi
Tél. : 05 36 71 05 71
oujda@cfcim.org

Rabat

► Bouchra Chliah
Tél. : 05 37 68 24 29
rabat@cfcim.org

Tanger

► Karima Khdim
Tél. : 05 39 32 22 22
tanger@cfcim.org

Bureau de Paris

► Faïza Hachkar
Tél. : 0033 1 40 69 37 87
paris@cfcim.org

SERVIR
LES INTÉRÊTS DE NOS ADHÉRENTS
Créer et activer de nouveaux réseaux / Faciliter les démarches administratives / Développer la notoriété de nos adhérents

INFORMER
SUR LA RÉALITÉ & LES OPPORTUNITÉS DU MARCHÉ
Garantir une information objective sur la réalité du marché / Diffuser aux adhérents la bonne information, au bon moment / Appréhender un marché

ACCELERER
VOTRE CROISSANCE
Saisir des opportunités d'affaires / Repérer les secteurs porteurs de croissance / Prospecter au Maroc et à l'international / Recruter / Rencontrer les acteurs d'un marché / Bénéficier de formules de foncier avantageuses / Former

PARTAGER
LES EXPERTISES, LES EXPÉRIENCES & LES SUCCÈS
Favoriser les rencontres / Donner la parole aux experts / Faciliter le partage de l'information / Faciliter des rendez-vous B to B / Mettre en relation et favoriser le networking / Organiser des salons professionnels et des forums d'affaires incontournables

CHAMBRE FRANÇAISE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU MAROC
Téléchargez notre application My CFCIM
www.cfcim.org
CCI FRANCE INTERNATIONAL
CCI International
TEAM LEADERS

Merci à nos adhérents premium !

La communauté d'affaires de nos adhérents Premium s'agrandit !
La CFCIM a le plaisir d'accueillir de nouveaux membres et remercie
les anciens pour leur fidélité et leur soutien.



Sofrecom
The Know-How Network



CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC

On en parle aussi...

L'association du mois

La Siesta De la protection de l'environnement à Mohammedia à la défense d'une transition écologique au Maroc



Au milieu des années 2010, les membres de l'association La Siesta ont soudainement été confrontés aux questions écologiques dans leur environnement immédiat. Ses membres, qui habitent Mohammedia, ont découvert le projet de destruction des dunes d'une zone de la ville qui était jusque là, selon eux, inconstructible. Situé juste au bord de l'eau, le nouveau projet prévoyait en effet la construction de plusieurs villas. Sans tarder, les habitants s'organisent pour défendre leur bout de littoral.

La mobilisation prend de l'ampleur et s'accompagne d'un slogan : « Sauvez les dunes de Mohammedia » ! Et elle attire l'attention alors que le Maroc accueille, en 2015, la COP22. Malheureusement, rien n'y fait et, malgré la publication cette même année de la loi littoral qui est censée permettre la protection du bord de mer, le projet va à son terme et les dunes sont détruites. Mais, parmi les membres de l'association, la conscience écologique est née.

Ils décident de consacrer la structure entièrement à la protection de l'environnement. Ses actions se concentrent d'abord sur la pollution à Mohammedia. Les habitants dénoncent des poussières noires, qui disparaissent selon l'association après l'installation de filtres sur une centrale à charbon. Mais les membres de l'association

se rendent compte que la pollution n'est pas toujours visible. Ils entreprennent alors de s'associer à la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Mohammedia pour déterminer quelle est la qualité de l'air dans la ville.

Ce projet baptisé Ibn Khaldoun débouche fin 2021 sur une étude qui montre un niveau de pollution très élevé selon l'association. Le travail offrira une base scientifique pour ses combats. Dernier projet en date : la création à partir du mois de mars 2022 d'un think tank qui regroupe société civile, secteur public, secteur privé, élus et médias. Son objectif : trouver les solutions « Pour une transition énergétique propre et participative au Maroc ». La phase de lancement doit durer 6 mois avant que ce think tank ne soit pérennisé. Il offrira un cadre de réflexion citoyen pour l'indispensable transition écologique que le Maroc devra mener.

► Contact

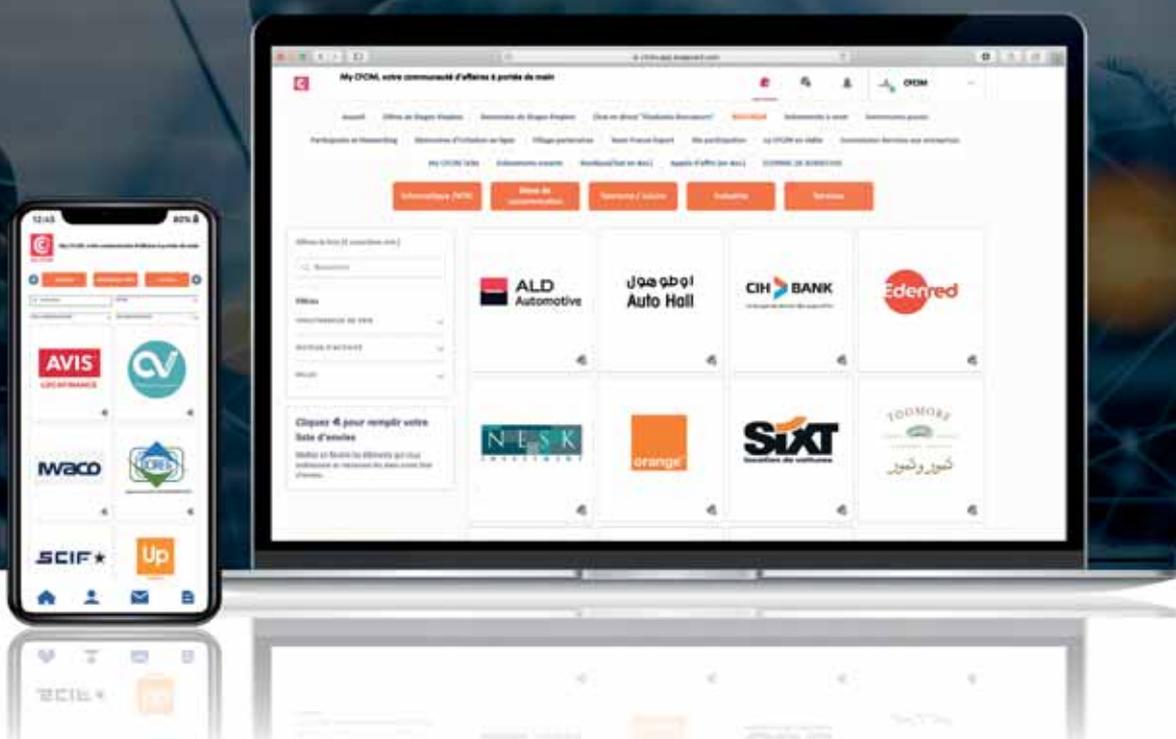
Facebook : Association La Siesta Mohammedia Protection de l'Environnement

**Page Facebook du think tank de l'association :
Pour une transition énergétique propre et participative au Maroc**



NOUVEAU : LA BOUTIQUE My CFCIM

**Boostez votre activité commerciale
via votre Boutique B2B 100% en ligne**



Mise en relation entre
vendeurs et acheteurs



Vitrine d'exposition
personnalisée



Base de données
qualifiée d'acheteurs



Visibilité sur nos supports
de communication

Partenaires Majeurs



BNCI
GROUPE BNP PARIBAS



infonrisk
BUREAU D'INFORMATION LEGALE

dun & bradstreet
WORLDWIDE NETWORK



Partenaires

Soutien Institutionnel



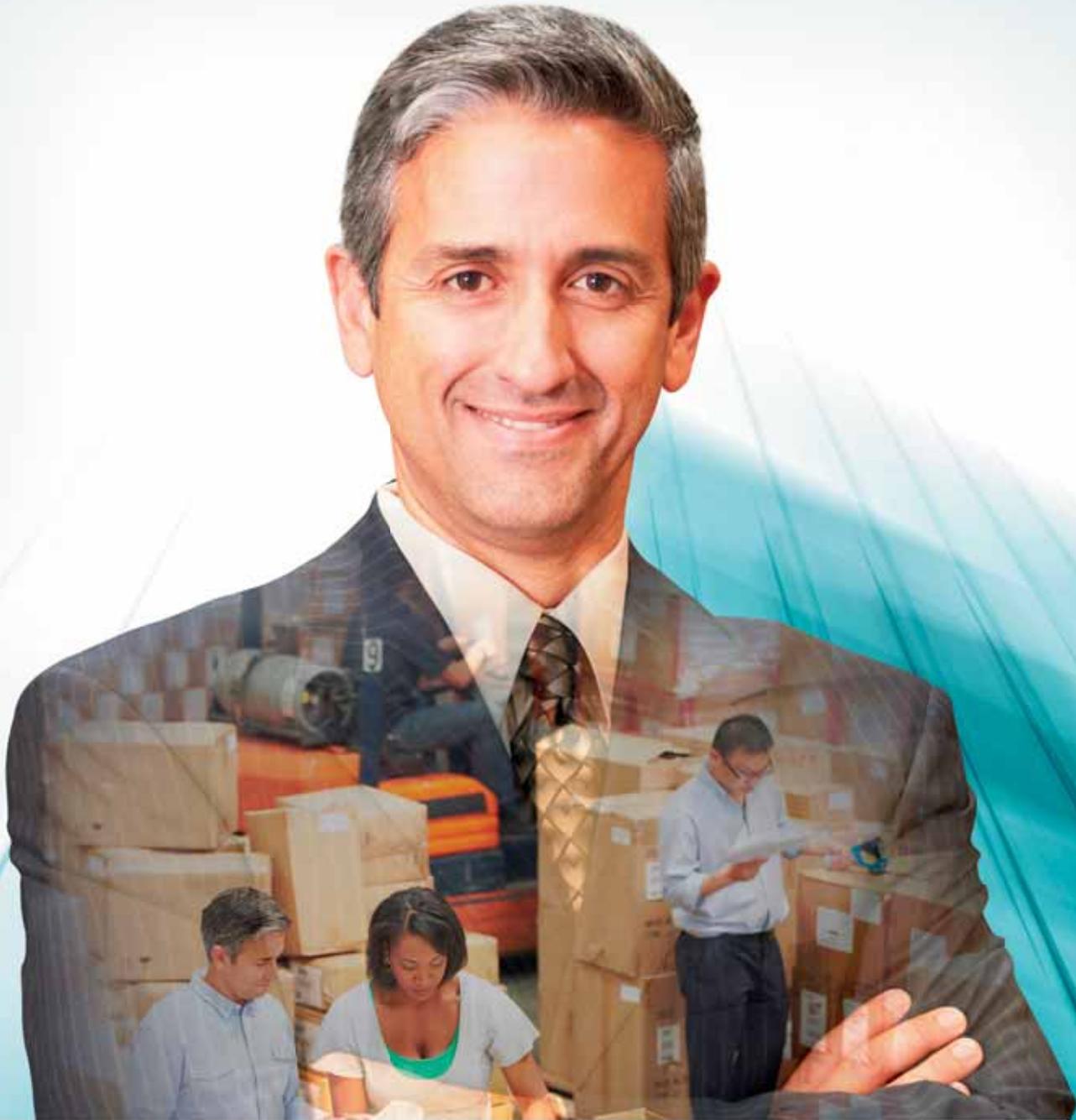
EI EULER HERMES
ACMAR

Fidarc
Grant Thornton
L'instinct de la croissance





مصرف المغرب
CRÉDIT DU MAROC
ENTREPRISES



**À TOUS CEUX QUI CONTRIBUENT
À L'ESSOR DE L'ÉCONOMIE NATIONALE**

TOUTE NOTRE EXPERTISE POUR SOUTENIR VOTRE ENTREPRISE



Accompagnement
et Conseil



Solutions
de Financement



Solutions Cash
Management



Commerce
International

Crédit du Maroc, société anonyme à Directeur et à Conseil de Surveillance, au capital de 1.000.000.000 Dirhams, RC n° 26.717, agréé en qualité d'établissement de crédit par arrêté du Ministre des Finances et des Investissements n° 2349-04 du 23 août 1994 relatif aux établissements de crédit après le plan d'Etat en qualité de banque. Siège social : 48-50, boulevard Mohammed VI, Casablanca.