

## Investissement : Le Maroc change de division

Dernière mise à jour : 16-12-2007

Pour 46% des 203 entreprises étrangères interrogées, dont le tiers n'a pas d'antenne au Maroc, l'attractivité du pays s'est améliorée cette année, contre 40% en 2005. Le Maroc se place ainsi devant des pays comme l'Espagne et la France dont l'évolution est jugée moins satisfaisante. Mais la concurrence est de plus en plus frontale avec l'Europe centrale et du Sud-Est, qui bénéficie de plus de 60% de suffrages favorables.

Les critères économiques et financiers sur lesquels le Maroc avait jusque-là bâti son attractivité sont en perte de vitesse. La satisfaction des entrepreneurs quant aux coûts salariaux passe à 57 contre 61% en 2005. Idem pour les charges fiscales (41 contre 43%) et le prix de l'immobilier (47 contre 52%). Les baisses enregistrées s'expliquent par un changement de profil du Maroc, considéré de moins en moins comme un pays « low-cost ». Même il est toujours attendu sur une plus forte compétitivité financière, le pays passe à une autre division concurrentielle. Il distance quelques rivaux traditionnels (Tunisie) pour affronter la Roumanie et la Bulgarie. La recherche de qualité est cependant synonyme d'obligation permanente d'innovation. Environnement local apprécié Dans ce sens, le développement de la formation et l'apprentissage des langues étrangères sont jugés essentiels par les investisseurs interrogés (respectivement 51 et 40%). Près de la moitié des investisseurs sud-européens (47%) retiennent cette dernière mesure comme prioritaire. Le renforcement des liens avec les universités, l'enseignement des pratiques de management et de gestion sont également soulignés. L'environnement local est malgré cela de plus en plus apprécié. La perception des aides des pouvoirs publics gagnent 9 points pour s'établir à un taux de satisfaction de 33%. Même chose pour la sécurité des biens et des personnes (65%), l'environnement social (67 contre 62%) et de la qualification de la main-d'œuvre (50 contre 43%). Autre préoccupation, la qualité des infrastructures de transport et de logistique. Elle recueille tout de même 44% de suffrages favorables contre 39% en 2005. Les intentions d'implantation sont en légère baisse. Elles passent de 44 à 39% en 2006. Malgré cela, le Maroc conserve un niveau d'intentions plus élevé que la plupart des pays d'Europe. L'enthousiasme que suscitent la Roumanie, la Bulgarie et la Turquie témoigne de l'agressivité du nouvel environnement concurrentiel. « Sans perdre son positionnement, le Maroc doit gérer la nouvelle concurrence », indique l'étude. Pour parfaire la qualité de son offre, le pays doit notamment améliorer l'accessibilité des principaux bassins économiques (53% des avis). L'effort engagé par les régions en matière d'attractivité est ailleurs récompensé en 2006 avec une montée en notoriété des régions émergentes (Fès, Oujda-Nador, Laâyoune et Meknès). Le centre d'attractivité reste Casablanca (63%). Par secteur, le Maroc fait la course en tête pour les unités de production. 23% des investisseurs interrogés le citent comme le pays le plus attractif pour l'implantation d'usines, contre 11% l'année dernière et contre 10% pour les pays de l'Europe de l'Est. Le pays a également acquis un bon crédit d'image dans le domaine des services et notamment sur les activités de l'offshoring. Mais cette performance est principalement due à la perception des investisseurs déjà implantés. Une perception qu'il s'agit désormais de fidéliser et transposer sur les autres investisseurs et pays. Cette attractivité se limite également aux centres d'appels (33%). Les centres de services partagés, de design et ingénierie, de back-office et d'éducation à distance demeurent bien loin. En attendant, et pour 48% des investisseurs interrogés, le secteur le plus attractif dans les trois prochaines années reste celui du tourisme et des loisirs. Les infrastructures et équipements de télécommunications arrivent en 2e position (27%). Le secteur des équipements de haute technologie connaît aussi une forte croissance. Il passe de 8% de taux de citation à 16% en 2006. La principale faiblesse concerne les services en haute technologie (stagnation à 7% de taux de citation) et en télécommunication (de 18 à 6%). L'industrie textile, elle, connaît une baisse de 4 points et n'obtient que 14% de taux de citation en 2006. En termes de positionnement, la confiance à l'égard des services à forte valeur ajoutée s'installe. Idem pour les centres de R&D (+5 points). Pour le choix de leurs sièges régionaux, 27% des investisseurs préfèrent le Maroc à la Tunisie et à l'Egypte (7%). Une des principales conclusions de l'enquête est l'élargissement de la clientèle d'investisseurs à l'Europe du Nord. L'attractivité des euro-méditerranéens est saturée. Pour 46% des investisseurs interrogés, l'image du pays gagne également à être améliorée. Méthodologie La mise en place du baromètre attractivité Maroc s'inscrit dans le souci d'améliorer l'image du Maroc à l'étranger. Commanditée par la Direction des investissements, l'étude a été réalisée par Ernst&Young.

La démarche est innovante. Son intérêt est que les résultats émanent des investisseurs eux-mêmes. Plusieurs facteurs d'implantation ont été passés au crible (proximité, coûts salariaux, infrastructure télécoms, charges fiscales...) avec un focus sur des secteurs comme l'offshoring. Le Maroc a été le premier pays sud-méditerranéen à introduire ce baromètre en 2005. L'idée est de positionner le Maroc par rapport à l'Union européenne, qui dispose d'un baromètre regroupant tous les pays membres. Source: L'Economiste Voir nos PACKS

Commandez Maintenant