

Maghreb ? Oui, merci

Les chefs d'entreprise espagnols ne veulent pas, et ne doivent pas, rater les occasions d'affaires dans cette région en nette émergence.

Fernando Barciela

Sil y a une chose sur laquelle trois personnages aussi différents que José María Cuevas (président de la patronale espagnole, Confederación Española de Organizaciones Empresariales, CEOE), Manuel Chaves (président de la Junta d'Andalousie) et Jordi Pujol (ancien président de la Generalitat de Catalogne) sont bien d'accord, c'est que l'Espagne doit parier pour le Maghreb (et le Maroc). Ils ont tous trois insisté sur le fait que la région offre de grandes opportunités, que les entreprises espagnoles n'ont pas encore su saisir dans toute leur intensité.

Il est vrai, soulignent certains analystes, que pour les grandes banques, Telefónica ou les compagnies électriques le Maghreb peut ne paraître qu'une simple peccadille. Mais pour les autres, il ne fait aucun doute que cette région économiquement émergente, de 80 millions d'habitants (30 millions au Maroc), devrait présenter un attrait. Les raisons ? Des résultats économiques en nette amélioration, un PIB ascendant, un degré de stabilité plus qu'acceptable (surtout si on le compare avec l'Amérique latine), des coûts salariaux intéressants. Et tout ceci... de l'autre côté du détroit de Gibraltar.

Il en ressort une lourde sensation de passer à côté de quelque chose. Notre stratégie d'investissements n'a pas suivi la voie des exportations vers le Maroc (dans une moindre mesure, vers la Tunisie et l'Algérie), qui se sont multipliées par quatre (de 589 millions à 2,173 milliards d'euros) entre 1995 et 2004 : un succès sans aucun précédent sur d'autres marchés, qui a conduit le Maroc à l'olympes des 11 ou 12 premiers partenaires commerciaux de l'Espagne. Pourtant, l'Espagne n'investit au Maroc (principale destination du Maghreb) que 30 à 200 millions d'euros. 2003 marqua l'exception, avec près de 1,4 milliards.

Il n'y a donc aucune comparaison avec l'Amérique latine. Les seules grandes entreprises présentes au Maroc sont Telefónica (avec une opération secondaire), Endesa (avec une participation minoritaire dans une centrale) et Altadis. Le résultat ? Nous occupons une modeste quatrième position, soit 6,5 % du total investi, après le Portugal, les Etats-Unis et la France, qui accapare 49,9 % des investissements. Il se produit la même chose en Tunisie, où nous occupons la huitième position, derrière le Portugal, qui est cinquième. Ou encore en Algérie, où

nous sommes aussi en quatrième position, grâce aux investissements de Repsol YPF et Gas Natural, très loin derrière les USA (leader), l'Egypte et la France.

Le facteur latino-américain est-il responsable de notre éloignement du Maghreb ? C'est possible, mais même ces dernières années, où les investissements ont diminué de l'autre côté de l'Atlantique, la plupart des entreprises espagnoles se résistent toujours à mettre leurs œufs dans le panier nord-africain. A tel point que Chaves, responsable de la communauté autonome la plus intéressée par un rôle d'avant-garde dans les relations avec le Maroc (pays ayant le plus d'entreprises exportatrices vers l'Andalousie), les a prévenues que « le moment est venu de vaincre les réticences et d'investir au Maroc ».

Des marchés très attrayants

Il y a de bonnes raisons pour suivre son conseil. Il se peut qu'aucun des trois pays du Maghreb ne parvienne jamais à devenir une sorte de « tigre asiatique » aux portes de l'Europe, mais leurs niveaux de croissance ont été intéressants, et supérieurs à ceux habituellement observés dans le monde arabe et dans une partie de l'Amérique latine. La Tunisie, par exemple, montre des taux de croissance supérieurs à 4,7 % au cours de sept des neuf dernières années. Le Maroc, plus irrégulier, a également montré des résultats plus que passables.

Il s'agit de marchés de plus en plus intéressants : pour les entreprises de consommation (en raison de la croissance des classes moyennes), mais aussi celles du bâtiment et les ingénieries (pour les gigantesques programmes en projet), du secteur de l'alimentation (en raison de leur rôle croissant de fournisseurs de l'Union européenne, UE), des biens d'équipement et des machines-outils (pour le rythme d'industrialisation croissant), du tourisme (la Tunisie et le Maroc ont besoin de construire des hôtels et d'organiser ce secteur). Et ce ne sont là que quelques exemples parmi tant d'autres.

Il semblerait que d'aucuns aient commencé à se convaincre de ces possibilités. Ceci expliquerait le remue-ménage que l'on observe dans les relations bilatérales. 2005 a commencé par une importante conférence à Marrakech,

inaugurée par le roi d'Espagne Juan Carlos. Quelques mois plus tard, une délégation de la CEOE se rendait dans le pays alaouite ; en juin, se tient une Rencontre de Coopération organisée par les chambres de commerce ; et en fin d'année, se tiendra la Réunion des entreprises euroméditerranéennes de Barcelone, convoquée par la CEOE et son homologue marocaine. Entre temps, une infinité d'initiatives, de réunions, de visites, de foires et de conventions bilatérales et sectorielles sont organisées.

Proximité et faibles coûts

Pour certains, ces signes laissent présager que nous tendons vers une accentuation de l'intérêt envers la région, confirmée par d'autres indices, comme le fait que les compagnies aériennes augmentent leurs vols. Royal Air Maroc a commencé à relier Casablanca avec des villes espagnoles de province, comme Valence. Et Zara, qui s'était jusqu'à présent maintenue en dehors du Maghreb, a récemment inauguré deux magasins au Maroc, ce qui est un signe de progression de la consommation de qualité. Et aussi de l'occidentalisation.

Une autre donnée révélatrice a été soulignée par les économistes. La structure du commerce extérieur dans la zone s'est transformée. Le Maroc et la Tunisie, qui vendaient autrefois des produits agricoles et manufacturés à bas prix et achetaient des combustibles et des articles de consommation, présentent aujourd'hui un mix typique de pays en phase d'industrialisation. Au Maroc, 23 % des ventes correspondent à de la machinerie, du matériel de transport et des produits chimiques. En revanche, 38 % correspondent à des produits manufacturés et seulement 24 % à des produits agroalimentaires. Le cas de la Tunisie est similaire. L'Algérie, quant à elle, est principalement focalisée sur la vente de combustibles : c'est une autre histoire.

Pour les entreprises qui ne se trouvent pas en première ligne mondiale, et surtout pour les moyennes entreprises qui disposent de technologies moyennes, et pour les milliers de petites et moyennes entreprises dispersées dans les régions d'Andalousie, de Catalogne, de Valence ou des Canaries, le voyage au Maghreb paraît incontournable. La proximité est un facteur. La proximité et les bas prix peuvent converger vers une résultante similaire à celle qui stimula l'alliance du Mexique avec les USA. De fait, des dizaines d'entreprises de confection (Cortefiel avec trois usines, Saéz Merino, Lois), de chaussures, de jouets ou d'autres produits manufacturés ont déjà installé des usines au Maroc en vue de réduire leurs coûts de production et de vendre ensuite en Europe. Bien que la Chine soit encore moins chère en matière de confection, de nombreux industriels se tournent vers le Maghreb en raison de la proximité de ce marché. Dans certains produits de mode, la rapidité est essentielle. L'industrie alimentaire suit le même modèle. Des matières premières moins chères, et des coûts plus avantageux, à seulement quelques heures, sont une véritable stimulation : Conservas Ubago, Rianxeira et la compagnie rizicole Herba s'y sont déjà installées.

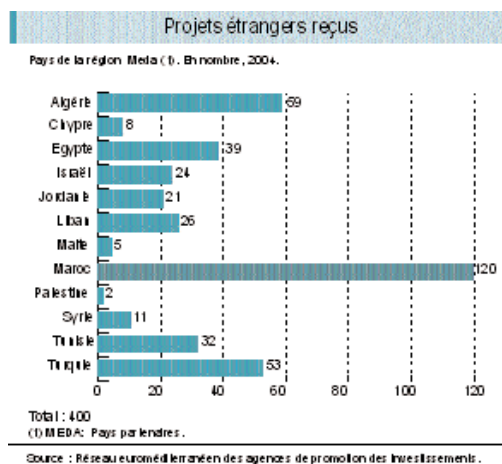
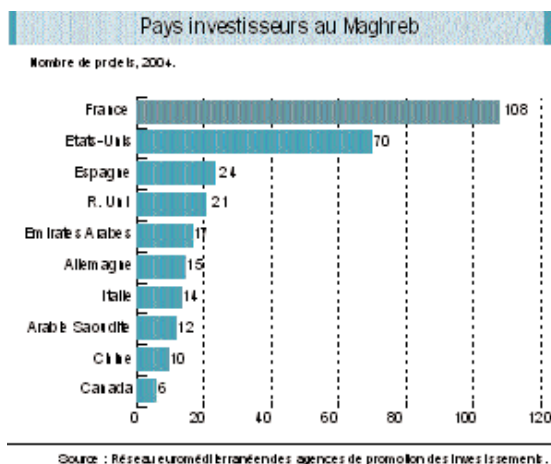
La proximité pèse également lourd dans la balance du secteur touristique. Le Maroc a dupliqué son chiffre de touristes au cours des dernières années, et pendant le premier semestre 2004 – alors que l'Espagne stagnait – il parvenait à augmenter le nombre de touristes de 20 %. Il possède de bonnes plages, des villes monumentales, des coutumes exotiques. Et il est plus près de Paris que des Canaries. On pourrait dire la même chose de la Tunisie, qui s'est lancée dans le secteur bien avant le Maroc. Compte tenu de l'agglomération que l'on connaît dans le Nord, la Méditerranée du sud est appelée à devenir le nouvel horizon des vacanciers européens. Le tourisme génère déjà 5 % du PIB du Maroc (10 % en Tunisie) et résout 40 % du déficit de sa balance des paiements. Rabat a un projet, le plan Azur, consistant à créer plusieurs *resorts* sur les côtes atlantique et méditerranéenne du pays, avec des dizaines d'hôtels de quatre et cinq étoiles, des milliers de chambres, des ports de plaisance et des terrains de golf. Face à la stagnation de Marbella ou de Majorque, les grands groupes espagnols ont commencé à y transférer leur capital et leur savoir-faire. Fadesa a remporté le projet de Saïdia, un gigantesque *resort*. Barceló gèrera les hôtels. Sol Meliá progresse également. Il en va de même en Tunisie, où sont désormais présentes 10 chaînes espagnoles avec près de 60 hôtels.

Il existe également des opportunités en matière de consommation locale. Roca produit de la céramique pour vendre sur place, de même que Mondragón ou Abengoa. Il en va de même de la Régie des Tabacs (Altadis), de l'électricité produite par la centrale de Tahaddart, dont Endesa détient 30 %, ou des services de téléphonie mobile de Meditélecom, détenue à parts égales par Telefónica et Portugal Telecom, et dont l'investissement initial, en 2000, dépassait les 200 millions d'euros.

Infrastructures : l'avenir

On pense cependant que les opérations décisives arriveront avec les grands projets d'infrastructures, dont certains jouiront d'une aide communautaire ou de la Banque européenne d'investissement (BEI). Tout reste à faire. Il manque des centaines de milliers de logements, des autoroutes, des aéroports, des lignes de chemin de fer, des réseaux de gaz et à fibre optique, des centres logistiques. L'Espagne est très intéressée par des programmes tels que les voies rapides Marrakech-Agadir, Fès-Oujda, et les lignes de chemin de fer Taurirt-Nador. Fadesa construit des logements (à Tanger), Alsa gère le réseau d'autobus de Marrakech, et Endesa participe à la construction d'interconnexions électriques avec l'Espagne. A Alger, Cepsa est parvenue à signer un accord avec Sonatrach pour un nouveau gazoduc entre Oran et Almería.

Le coup d'envoi définitif de ces projets n'a pas encore été donné. Peut-être que Rabat a préféré investir dans des programmes visant à soutenir l'économie productive. On pense cependant que si l'on veut éviter un déficit d'infrastructures, il faudra commencer à lancer des appels d'offres sans retard. Récemment, la ministre du Logement es-



pagnole, María Antonia Trujillo, s'est déplacée au Maroc pour exprimer sa disponibilité et celle des entreprises espagnoles en vue de participer au programme des 100 000 logements sociaux annoncé par le gouvernement local.

La nouvelle attitude de l'UE n'est pas étrangère aux bonnes perspectives. Bruxelles a fait des efforts pour créer un environnement de coopération rénové, qui est en train de porter ses fruits. L'Espagne a démontré son adhésion, même sous la présidence de José María Aznar. On pense que les programmes d'aide financière tels que le MEDA II (2000-04), ceux de la BEI et ceux signés avec l'Espagne permettront à ces pays d'aborder des projets de modernisation.

Les analystes pensent que ce qui est encore plus important que les aides ou les accords préférentiels, c'est que le modèle de coopération implique un certain nombre de conditions pouvant servir de stimulation pour la mise à jour de ces économies. En échange d'aides et de préférences, le Maghreb s'engage à libéraliser ses structures économiques et à mettre en œuvre des réformes institutionnelles. Certaines d'entre elles, par exemple en matière de commerce extérieur (l'économie de la Tunisie montre un ratio d'ouverture de 60 % et celle du Maroc, de 45 %), ont été déjà vérifiées en grande partie. D'autres doivent encore être approfondies. C'est le cas de nombreuses réformes de type institutionnel, juridique ou politique. Ou des privatisations qui, d'après certains, seraient en *stand-by*.

Trêve d'anecdotes, tout indique que le Maghreb présente une bonne prédisposition envers les entreprises espagnoles. Leurs produits sont bien connus, et leur capacité d'organisation jouit d'un grand respect. 2004 a été une année de perdue. Les quasi 1,4 milliards d'euros de 2003 se sont vus réduits à seulement 13 millions. Conséquence de la crise de Perejil ? Peut-être. Mais tant que les entreprises n'ont pas observé un dégel durable, elles ont interrompu tous leurs projets au Maroc, qui reste le grand destinataire de l'investissement espagnol au Maghreb.

Reste à savoir si les entreprises espagnoles répondront à l'appel d'hommes politiques comme Chaves et de leaders d'entreprises comme Cuevas. Certains chefs d'entreprises reconnaissent en privé qu'ils ne se fient pas encore suffisamment de la stabilité politique de ces pays pour y

risquer des investissements d'une certaine envergure. L'exemple de l'Argentine pèse lourd sur de nombreux cadres de direction, qui donnent priorité à la sécurité. En ce sens, une entreprise de concessions d'autoroutes commente qu'il va être difficile d'investir au Maroc : « Nous ne le faisons que dans des pays ayant une monnaie solide ».

Et puis il y a aussi l'aspect social, et ses effets politiques. Certains chefs d'entreprises estiment que les situations d'inégalité sociale au Maghreb sont très profondes, avec des taux de chômage de 19 % au Maroc, 14,7 % en Tunisie et 28,4 % en Algérie. Sans oublier d'autres facteurs, tels que l'élargissement de l'UE et la mondialisation, qui nuisent à la compétitivité des produits *made in Morocco*. L'élargissement tendrait à diminuer les avantages préférentiels accordés au Maroc. Et l'avancée de la mondialisation, menée par la Chine, nuit au rôle que le Maroc ou la Tunisie pourraient jouer en tant que plates-formes de localisation industrielle. Une autre donnée, souvent mentionnée, est que le Maroc et la Tunisie (l'Algérie exporte principalement du gaz et du pétrole) n'affichent pas de bons résultats en matière d'exportations. En 2003 et en 2004, elles ne se sont accrues que de 0,65 % et 2,6 %, respectivement, pour le Maroc, et de 0,3 % et 4 % pour la Tunisie.

Les milieux politiques jugent cependant qu'il serait dommage que les entreprises espagnoles se laissent intimider par des problèmes de nature probablement épisodique. Miser sur le Maghreb est la seule solution pour aider ces pays à vaincre le sous-développement et à s'intégrer dans l'économie moderne. En Espagne, ce problème est tout particulièrement pressant. L'écart des revenus entre notre pays et le Maghreb est parmi les plus élevés du monde – plus de 18 000 dollars en Espagne, contre de l'ordre de 1 300, soit 14 fois moins, au Maroc. La différence entre le Mexique et les USA est de un à six, et celle entre l'Allemagne et la Pologne, de un à cinq. Même si les entreprises ne voient pas clairement le besoin de contribuer à réduire ces différences abyssales, l'opinion de Cuevas ne laisse place à aucune ambiguïté que l'Espagne soit présente au Maroc et contribue « à améliorer le niveau de vie du peuple marocain ». Entre autres raisons – il aurait pu le dire également – parce que nous avons tous à y gagner. ■