

échanges extérieurs

## L'Amérique fait encore peur à nos exportateurs

Publié le : 08.10.2007 | 13h20

### 80 % d'entre eux se contentent du commerce avec l'Europe

Près de deux ans après l'entrée en vigueur de l'accord de libre-échange entre le Maroc et les Etats-Unis, le marché américain fait toujours peur aux exportateurs marocains.

C'est vrai que des avancées ont été réalisées, mais elles restent très en deçà des ambitions affichées. En effet, les chiffres et les témoignages à l'appui, toutes les études qui ont été réalisées à ce sujet ont démontré que le Maroc ne tirait pas profit du potentiel des échanges commerciaux avec les Etats-Unis, avec seulement 4% de ses exportations qui sont destinées à ce marché, contre 25 % et 21 % respectivement pour la Jordanie et la Chine.

Il en est ainsi d'une étude qui a été élaborée par une conseillère américaine en management, Suzanne Moyer, qui s'est intéressée dans le cadre de ses activités de recherche au Maroc (Programme Fulbright) à l'expérience des hommes d'affaires marocains sur le marché américain. Ce retard dans la conquête de ce marché est certes compréhensible mais injustifiable, selon Suzanne Moyer.

En fait, insiste-t-elle, il est inadmissible qu'une bonne partie des exportateurs marocains continue à tourner le dos à ce marché qui représente 26 % de la production mondiale. Pour élucider cette situation, S. Moyer a mené ses recherches en interviewant plus de 40 chefs d'entreprise opérant dans différents secteurs d'activité.

Ce qui lui a permis de tirer quelques conclusions. Premièrement, les opérateurs marocains ont du mal à se détacher de leur partenaire traditionnel en Europe. En effet, plus de 80 % des chefs d'entreprise enquêtés affirment se contenter du commerce avec le vieux continent.

Or, plus de 90 % des exportateurs qui ont pu se faire une place sur le marché américain ont profité de leur expérience en Europe. De même, trois quarts des managers interrogés mentionnent la distance comme un obstacle au développement du commerce avec les Etats-Unis. Cette entrave ne devrait plus inquiéter les exportateurs, avec l'ouverture prochaine d'une liaison maritime directe Maroc-USA, puisqu'il suffira d'environ une semaine pour accéder à la côte Est des Etats-Unis.

En ce qui concerne l'obstacle de la langue, cette étude a montré que plus de 80 % des managers ayant réussi sur le marché américain parlent couramment anglais. En revanche, seulement 15 % n'ont pas pu traduire cette maîtrise de l'anglais en avantage.

En plus des facteurs précités, la promotion sur le terrain est l'un des plus importants points faibles dans la conquête de ce marché. En effet, selon les recherches de S. Moyer, les Américains ne recherchent pas activement des partenaires marocains.

Ainsi seulement 10 % des enquêtés ont été démarchés par les acheteurs américains avant de mettre en œuvre leur stratégie marketing et commerciale aux Etats-Unis. Ce qui dicte, selon la conseillère américaine, la nécessité d'attaquer le marché américain de l'intérieur par l'installation d'une agence de promotion, à l'instar des pays comme la Turquie, l'Inde et la Malaisie. Du reste, les problèmes liés à la réglementation américaine ont également droit au chapitre à ce sujet.

En somme, conclut-elle, « le marché américain est très difficile à percer. Mais la récompense est à la hauteur du challenge ». n

## La réglementation US

Lire aussi

### Marché boursier

Une capacité bénéficiaire de 12,96 milliards de dirhams

### EXPRESS

Agriculture : Baisse de la production des céréales au Gharb

### Bourse

Les gains annuels s'accroissent

### La valeur du jour

Addoha, un gain accumulé de 21%

Le processus de mise sur le marché de nouveaux produits pharmaceutiques, les normes de sécurité relatives aux produits pour enfants, les règles d'origine dans le domaine du textile sont des exemples de problèmes liés à la réglementation que rencontrent les entreprises marocaines lors de leur entrée sur le marché américain.

Or il est crucial, pour les hommes d'affaires marocains, de maîtriser toute la réglementation américaine en rapport avec leur domaine d'activité. Ainsi, plus des 2/3 des interlocuteurs interrogés ont affirmé que l'assistance externe (IESC, NBO, AMCHAM) leur a permis de mieux comprendre la réglementation américaine.

#### **REPÈRES**

##### **Clés pour percer le marché américain**

- > 1. L'assistance externe (IESC, NBO, AMCHAM) pour mieux intégrer le marché.
- > 2. Plus de 80% des managers marocains ayant réussi sur le marché américain parlent couramment anglais.
- > 3. Plus de la moitié ont mentionné que leurs études à l'étranger ont été un facteur-clé de succès.

Lahcen Oudoud | LE MATIN

Copyright © Maroc Soir. 2006. Droits de reproduction et de diffusion réservés.

