

Newsletter – Consortium d'Exportation

N°8/ 2011

« Les consortiums sont l'alliance volontaire d'entreprises, dont l'objectif est de promouvoir les biens et services des membres à l'étranger et de faciliter l'exportation de ces produits grâce à des actions communes »



Sommaire :

- Edito
- **A la une : Signature d'un accord de partenariat entre FEDEREXPORT et l'AMCE**
- **Entretiens avec :**
 - M. Lorenzo PAPI
 - M. Mohammed ALAOU
 - M. Abdenbi BENZAGOUR
 - M. Abdelali BERRADA
- **Une question pour trois consortiums**
- En bref

Edito :

Chers lecteurs,

Voici le huitième numéro de la newsletter du projet de «Renforcement des capacités nationales en matière de promotion et animation des consortiums d'exportation».

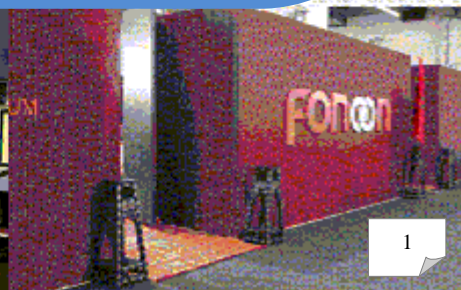
Nous avons dédié ce numéro de notre newsletter à la mission d'une délégation marocaine composée du Ministère du Commerce Extérieur et de l'Association des consortiums d'exportation à Rome. Comme vous le verrez dans les prochaines pages, nos consortiums d'exportation s'internationalisent et tissent des liens avec les acteurs internationaux de référence pour faciliter l'échange d'expériences et la mise en place de relations commerciales entre l'Italie et le Maroc.

Nous nous approchons aussi, en ce début d'été, de la fin la deuxième phase de coopération MCE/ONUDI entamée en 2008 du projet de renforcement des capacités nationales en matière de promotion et d'animation des consortiums d'exportation.

Les objectifs que nous nous étions fixés il y a trois ans, en termes de cadres et institutions à former, de consortiums à constituer et d'instruments de pérennisation à mettre en place, ont été atteints, mais notre ambition n'est pas encore comblée.



Continue à la page 2



Edito (continuation de la page 1):

Toutefois, le Ministère du Commerce Extérieur, à travers une étude en cours de finalisation, sur l'amélioration de l'environnement juridique et incitatif des Consortiums d'exportation, compte tout mettre en œuvre pour donner une nouvelle impulsion aux Consortiums d'exportation, basée sur de plus larges perspectives en termes d'appuis et accompagnement de la part du Ministère. Une vision de partenariat MCE/Secteur privé sera davantage ancrée. De même, une implication plus grande des opérateurs concernés est fortement sollicitée pour mieux favoriser le concept au Maroc et assurer à l'expérience marocaine une plus grande réussite.

A ce propos, nous considérons aussi qu'il y a davantage de secteurs qui pourraient profiter du modèle consortium d'exportation, de nouveaux consortiums à mettre en place, de nouvelles idées pour des consortiums de valorisation ciblant les produits du terroir et des échanges fructueux à mettre en place avec d'autres pays tel que prévu pour le volet assistance technique ONUDI à l'occasion d'un nouveau financement reçu de la part du Gouvernement italien, et qui constituera l'essentiel des chantiers qui nous attendent pour les prochaines années.

Bonne lecture !

*Zahra Maafiri
Directeur de la Politique des
Echanges Commerciaux,
Ministère du Commerce Extérieur*

*Jean Luc BERNARD,
Représentant de l'ONUDI
au Maroc*





A la UNE :

Voyage d'étude d'une délégation marocaine à Rome pour participer à la réunion annuelle de FEDEREXPORT et signature d'un accord de partenariat entre l'AMCE et FEDEREXPORT

Dans le cadre du projet « Renforcement des capacités nationales en matière d'animation et développement des consortiums d'exportation » un voyage d'étude à Rome, et dans les régions limitrophes, a été organisé du 13 au 16 avril au profit des représentants des consortiums développés au Maroc et au Pérou.

La délégation marocaine ayant participé au voyage d'étude était composée de l'Association Marocaine des Consortiums d'Exportation, représentée par son président, M. Mohammed ALAOUI, du Ministère du Commerce Extérieur, représenté par M. Abdenbi BENZAGOUR et de l'expert national du projet, M. Abdelali BERRADA.

Le but du voyage d'étude était double :

- D'un côté, lancer le partenariat entre FEDEREXPORT et l'AMCE et entre FEDEREXPORT et Peroucamaras, à travers la signature d'un accord lors de la réunion annuelle de FEDEREXPORT - la Fédération Italienne des consortiums appartenant à Confindustria – avec ses membres ;
- Et de l'autre : familiariser la délégation marocaine et péruvienne avec les consortiums de valorisation à travers la visite de deux consortiums italiens : « Consorzio Export Italia » et « Consorzio di Tutela della Mozzarella di Bufala Campana ».

Les accords de partenariat signés prévoient l'assistance de FEDEREXPORT dans le développement des associations des consortiums marocains et du Pérou et, en particulier, la promotion de partenariats d'affaires, relations industrielles et technologiques entre les entreprises membres de consortiums italiens et celles membres de consortiums du Maroc et du Pérou.

C'est une opportunité supplémentaire pour le développement à l'international de nos consortiums marocains !



Entretien avec M. Lorenzo PAPI, secrétaire général de FEDEREXPORT

Quels ont été les objectifs de FEDEREXPORT à la base de la signature de l'accord de coopération avec l'Association Marocaine des Consortiums d'Exportation?

Cet accord est le résultat de près d'une décennie de collaboration entre FEDEREXPORT et l'ONUDI pour la promotion du modèle consortium d'exportation dans différents pays, dont 7 ans au Maroc, dans le cadre de projets financés par la Coopération italienne. Comme l'a souligné lors de la signature de l'accord, notre Président, M. Gianfredo COMAZZI, pour FEDEREXPORT, promouvoir le modèle de consortium à l'extérieur, et dans ce cas au Maroc, permet de créer des opportunités de partenariat pour nos entreprises et développer des réseaux internationaux des PME plus fortes, capables de pénétrer des marchés auxquels elles ne peuvent pas accéder individuellement.

Dans le cadre de cet accord, quelles actions comptez-vous mettre en place dans les prochains mois ?

Nous sommes déjà en train de travailler sur un des points de l'accord avec nos partenaires de l'AMCE relatif à la promotion de collaborations entre les entreprises membres de consortiums marocains et italiens.

Nous sommes en train de développer, avec l'ONUDI, un modèle où les membres des consortiums marocains pourront indiquer le type de partenariat recherché avec des sociétés de consortiums italiens (partenariats commerciaux et industriels, projets communs de recherche et développement, transfert de technologies, assistance technique, etc.). Nous diffuseront en suite ses propositions de collaboration aux consortiums membres de FEDEREXPORT et ferons le suivi avec l'AMCE.

Envisagez-vous de mettre en place ce type d'accord de coopération avec également d'autres organismes?

Nous venons de signer un accord similaire avec deux organisations privées péruviennes: la Chambre Nationale de Commerce, Production et Services (PERUCAMARAS) et avec la Chambre de Commerce de Lima. Cet accord prévoit aussi notre assistance dans la création d'une association péruvienne de consortiums d'exportation, à l'instar de FEDEREXPORT et de l'AMCE. De plus, dans le cadre de notre coopération avec l'ONUDI, nous allons contribuer au développement de réseaux internationaux d'institutions de promotion de consortiums d'exportation.



Entretien avec M. Mohammed ALAOUI, Président de l'Association Marocaine des Consortiums d'Exportation (AMCE)

1. Quels ont été les objectifs de l'AMCE à la base de la signature de l'accord de coopération avec FEDEREXPORT?

A travers la signature d'un accord de partenariat avec FEDEREXPORT, l'AMCE souhaite tout d'abord mettre en place un véritable partenariat pour renforcer les exportations des consortiums marocains vers l'Italie et l'Europe en général, et aussi pour le transfert de l'expertise italienne vers les PME marocaines fédérées en consortiums.

De notre côté, nous sommes prêts à aider nos collègues italiens à prospecter le marché marocain avec leurs produits et services, à travers la mise en relation de FEDEREXPORT avec les associations professionnelles marocaines en vue d'organiser des rencontres BtoB sectorielles.

En plus de ces aspects directement liés au développement commercial des consortiums, l'AMCE recherche dans le partenariat avec FEDEREXPORT, une source d'inspiration pour mieux gérer une association de consortiums en espérant pouvoir tirer profit de leur grande expérience en la matière.

2. Projetez-vous en 2021 : quels résultats allez-vous médiatiser pour fêter les 10 ans de coopération avec FEDEREXPORT ?

Dans dix ans, nous souhaitons que:

- Le nombre de consortiums marocains soit beaucoup plus important et que le concept soit bien ancré dans le quotidien des exportateurs ;
- Les résultats tangibles réalisés par les consortiums aient poussé les consortiums à élargir le nombre d'entreprises adhérentes, et qu'on ait donc des consortiums de dix, quinze et peut être vingt entreprises ;
- Les portes du marché italien soient un peu plus ouvertes pour les consortiums marocains. L'Italie n'est actuellement pas un des marchés prioritaires pour les exportateurs marocains et nous souhaitons qu'à travers l'accord avec FEDEREXPORT, des partenariats commerciaux concrets puissent être tissés avec le marché italien ;
- Le partenariat technique entre les consortiums des deux pays puisse être renforcé et que les consortiums marocains puissent en tirer profit et améliorer leur compétitivité à l'international.



Entretien avec M. Abdenbi BENZAGOUR, chargé du projet consortiums d'exportation au niveau du Ministère du Commerce Extérieur

1. Au-delà de la signature des accords de coopération, le voyage d'étude en Italie a aussi été l'occasion pour les participants de rencontrer deux consortiums de valorisation et d'exportation. Pouvez-vous nous en parler ?

Tout d'abord je tiens à remercier l'ONUDI pour cette invitation et pour le suivi et l'attention préalable à Rabat puis durant les deux jours de la mission aussi bien à Rome que lors du déplacement dans la Région de Caserta. Ceci a contribué à la réussite de cette action et à stimuler des possibilités de coopération importantes. Le Ministère du Commerce Extérieur en s'associant à cet événement et en y participant activement ne peut que se réjouir des contacts et réalisations eues lors de cette mission dont la rencontre avec les responsables de consortiums, les hommes d'affaires italiens, la délégation péruvienne et la visite dans la Région du Sud italien.

Hormis le premier jour consacré à la réunion au sein de FEDEREXPORT, la visite de la Région de Caserta fut très importante. La visite de Consortiums qualité, parmi les plus prestigieux au sud italien, nous a permis de mieux nous imprégner de cette expérience.

Le « Consorzio Export Italia » (Consortium d'exportation de Vin) est un bel exemple schématisant le pourquoi de tout groupement et alliance tendant à promouvoir le produit à l'export.

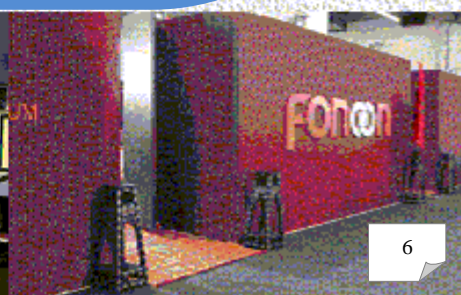
Lors de cette visite, nous avons pu nous rendre compte, sur place, à travers les discussions et les constatations, de l'importance du travail fait par le Consortium et par l'engagement de ses membres.

A souligner que lors de cette visite, il nous a été possible de remarquer la présence d'une femme entrepreneur qui produit du vin dans une ville de la région (à plus de 100 km), qui venait pour examiner la possibilité de s'allier au sein du même consortium...c'est dire combien c'est important d'avoir la volonté, la conviction des bienfaits de l'alliance, des succès stories et de voir les actions et les initiatives s'enchaîner d'elles mêmes...

En effet, la constitution d'un Consortium ne se décrète pas, elle se construit avec patience, persévérance, conviction, solidarité et suivi de tous les futurs membres. C'est une action volontaire et de grande conviction, liée non pas à des gains matériels temporels mais plus pensés et plus élaborés à court et long terme souvent.

La deuxième visite nous a conduit chez le « Consorzio di Tutela della Mozzarella di Bufala Campana », il s'agit de la prestigieuse marque de Mozzarella Di Bufala Campana. Lors de cette visite, il nous a été permis de constater combien c'est utile et valorisant d'allier tradition et modernité en créant une marque dont la qualité est reconnue partout.

La visite de ces deux entités nous fut d'un grand apport pour bien appréhender les avantages de se regrouper en Consortium. Il nous a été permis de constater combien comptent la conviction des membres, leur vision réunificatrice et solidaire, leur finalité tendant à mieux se consolider et se fortifier en se regroupant pour assurer le succès d'une action d'ampleur telle que la constitution en groupement.



Entretien avec M. Abdelali BERRADA, expert ONUDI

1. Quelles leçons retenir des visites de terrain auprès des consortiums italiens ?

Les deux consortiums italiens visités ont des spécificités et une histoire différente qui a permis de tirer les enseignements suivants :

Le « Consorzio Export Italia », spécialisé dans le vin, faisait partie à l'origine d'un consortium d'exportation qui, lors de sa création, avait démarré en tant que consortium multisectoriel avec des membres implantés dans plusieurs régions. La distance avait rendu la communication entre les membres assez difficile, ce qui les a poussés à se recentrer sur les entreprises appartenant à la même région. La réalité du business a révélé par la suite que les entreprises faisant partie de secteurs différents ne leur permettaient pas de mener des activités communes dans la mesure où les clients sont différents et les manifestations commerciales, tels que les salons, sont spécialisées par type de produits. Aussi, et pour des considérations d'efficacité et de cohérence au niveau des modes d'approche des clients (salons, workshop, séances de dégustation...), les producteurs de vin ont fini par se regrouper au sein d'un consortium de valorisation spécifique.

Cette expérience démontre que les consortiums peuvent avoir des traits communs, mais qu'il n'y a pas de modèle unique et que chaque consortium a sa propre histoire, son propre rythme et ses difficultés dont ils faut identifier la nature, les moyens pour les dépasser et les adaptations nécessaires pour permettre aux entreprises membres d'atteindre leurs objectifs.

Quant au « Consorzio di tutela della Mozzarella di Bufala Campana », un consortium de valorisation créé en 1981, il a réussi, grâce à la volonté commune de ses membres et à la force constituée, à atteindre plusieurs objectifs et acquis :

- D'abord, la reconnaissance et la notoriété auprès du Ministère de l'agriculture comme l'un des leaders dans son domaine ;
- Ensuite, la protection de la production et la vente de Mozzarella di Bufala Campana, la défense de son appellation d'origine en Italie et dans le monde (et l'obtention en 1996 du label européen Protected Designation of Origin) et l'amélioration constante de la production et la qualité des produits de ses membres, des produits appréciés à travers le monde ;
- Enfin, le consortium connaît, de ce fait, une augmentation régulière de sa production (+ 6%, passant de 34 millions de kg en 2009 à 36 millions en 2010) et de son chiffre d'affaires (+12,5%, passant de 272 millions € en 2009 à 306 millions € en 2010) dont 20% est exporté, principalement sur la France (21,3%), les Etats-Unis (19,7%), l'Allemagne (16,9%) et le Royaume Uni (16,4%).

Pour dire, encore une fois, que l'union fait la force mais permet aussi de développer son business.





Une question pour trois consortiums :

" Quels ont été les principaux problèmes que vous avez rencontrés dans la constitution et le développement de votre consortium ?

MOSAIC

« Les problèmes que nous avons rencontrés lors du développement du consortium sont liés au fait que le consortium est un modèle assez récent au niveau marocain. MOSAIC étant le premier consortium juridiquement constitué au Maroc a dû faire face aux problèmes suivants :

- Manque d'un cadre juridique approprié (le GIE n'est pas considéré comme une entreprise)
- la TVA versée n'est pas récupérable
- pas de référencement auprès des différentes administrations, notamment les douanes
- problème de domiciliation du GIE.

Bien que nous ayons continué à travailler dans le cadre de MOSAIC et que nous continuons à croire que la coopération interentreprises a été bénéfique pour nos entreprises respectives, certains des problèmes cités ci-dessus sont encore en discussion avec les administrations concernées et des solutions sont à rechercher pour faciliter d'avantage la diffusion de ce concept. »

M. Hakim HAMDUCHE, membre fondateur de MOSAIC

"Nous avons connu deux principaux problèmes :

- D'abord, pour maintenir et entretenir une implication forte et régulière de tous les membres du consortium;
- Ensuite, et compte tenu de la spécificité de nos produits, la difficulté de pénétration des marchés cibles, à savoir les pays d'Afrique de l'Ouest, du fait du manque de structures de distribution organisées et des caractéristiques particulières de ces marchés en termes de contacts et relations d'affaires."

ODYSSEE





Une question pour trois consortiums :

" Quels ont été les principaux problèmes que vous avez rencontrés dans la constitution et le développement de votre consortium ?

« Au début de l'année 2008, et pour répondre aux nouvelles exigences des donneurs d'ordre, nous avons pris la décision d'évoluer vers le produit fini et devenir ainsi une force de proposition de modèles et de collections mode. Pour cela, nous avons mis en place une structure commune de collectionning dotée d'un chef de produit, d'un modéliste, d'un responsable de sourcing matières et fournitures, de machinistes et d'un technico-commercial. Malheureusement, la crise économique internationale et son impact négatif sur le comportement des consommateurs, nous a complètement déstabilisé et a contrarié notre projet dans la mesure où les clients n'étaient plus réceptifs à notre offre privilégiant encore davantage une stratégie d'approvisionnement d'Asie basée sur une logique de prix.

Aujourd'hui, alors que les donneurs d'ordre semblent revenir sur le Maroc, les membres de notre consortiums, tout en étant convaincus que c'est bien le moment de rebondir et de surfer sur la vague de la reprise, sont encore frileux pour se lancer encore une fois dans un investissement aussi lourd que celui de la structure commune de collections, sachant que cela nécessite un fonds de roulement assez important au moment où les clients manquent de visibilité et concèdent de petites marges. D'un autre côté, nous savons que nous n'avons pas beaucoup le choix que de s'adapter aux exigences du marché. »

Taoufiq KABBAJ, Membre fondateur de Charm Consors

« Les principaux blocages rencontrés par UNITEAM peuvent être résumés en deux typologies :

1. Lors de la constitution du consortium

- Un plan d'affaire a été réalisé pour le Consortium UNITEAM. Malheureusement ce plan a mis beaucoup de temps pour être mis en place. Il a été révisé à plusieurs reprises pour aboutir à un simple consortium de promotion, alors que les ambitions affichées au départ étaient bien plus importantes ;
- UNITEAM devra évoluer à terme vers un consortium de vente si un dispositif juridique incitatif est mis en place par les autorités compétentes ;
- Le choix du cadre juridique du GIE s'est imposé tout naturellement car, en dehors d'une coopérative, tous les consortiums ont choisi le statut juridique du GIE qui pourrait être très contraignant pour les membres d'un consortium de vente, car cette forme juridique prévoit la responsabilité mutuelle des membres ;





Une question pour trois consortiums :

- Pour UNITEAM, plusieurs articles des statuts ont été adaptés afin de contourner certaines difficultés mais les aspects incitatifs en faveur des exportateurs doivent être également mis en place pour les GIE ;
 - Un gentleman Agreement a été cosigné par les membres pour lever les contraintes liées à certains produits concurrents.
2. Lors du développement du consortium
- Non participation du Consortium à plusieurs actions organisées par Maroc Export telles que les caravanes de l'export et certaines foires par manque de ressources d'appui en faveur des consortiums ;
 - La participation d'UNITEAM dans les actions B to B, sauf celles qui ont été organisées lors des salons spécialisés, a été insuffisante ;
 - Cadre juridique inapproprié pour le déploiement du consortium de promotion vers un consortium de vente car le cadre juridique du GIE n'offre les incitations fiscales en matière d'exportation équivalentes aux entreprises qui sont mises en place pour encourager les exportations ;
 - Manque de formation adaptée ;
 - Difficulté pour recruter un quatrième partenaire biscuitier pour renforcer et compléter la gamme des produits BCC ».

Abdelaziz ELALAOUI, Coordinateur d'UNITEAM



En bref :

	Événement	Signature d'un accord de partenariat
	Organisateur	ONUDI- AMCE- FEDEREXPORT
	Date & lieu	14 avril, Rome
	Thème	Accord de partenariat

<p>Assises de l'Agriculture 4^{ème} édition</p>	Événement	Assises de l'Agriculture
	Organisateur	Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime
	Date & lieu	26 avril, Meknès
	Thème	Participation de l'ONUDI dans la table ronde 1 : terroirs solidaires, produire plus, vendre mieux

	Événement	Atelier régional sur la démarche clusters
	Organisateur	AFD-ONUDI
	Date & lieu	5-9 juin, Tunis
	Thème	Promotion de la méthodologie clusters



Cette Newsletter est votre publication : n'hésitez pas à nous transmettre vos suggestions et toutes les informations que vous souhaitez y voir paraître.

Contact :

Mme Ebe MUSCHIALLI
Chargée de Programme
ONUDI
Tel. 0537 65 67 66
Fax. 0537 63 27 87
E-mail : e.muschialli@unido.org

Inscriptions et désinscriptions

Pour vous désinscrire, merci de nous renvoyer un mail avec le titre « désinscription », nom et Organisation.

Pour recevoir directement cette Newsletter, envoyez vos coordonnées (nom, prénom, fonction, institution) à e.muschialli@unido.org

Pour plus d'informations sur les Consortiums d'Exportation, vous pouvez consulter le site :



MAROC CONSORTIUM : <http://www.marocconsortium.com>

Au prochain numéro (septembre 2011)



Les consortiums marocains

AGRO ALLIANCE			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire (Capres)	Fez	4	ciocap2@menara.ma

			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire (Argan)	Taroudant	6	www.argon-taroudant.com

			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Textile Habillement	Rabat, Salé, Témara, Casablanca	7	alaouimd@menara.ma

			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Cuir (chaussures)	Casablanca	4	Karim.grouphome@hotmail.com



Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Textile Habillement	Casablanca	4	t.kabbadj@charmconsors.com

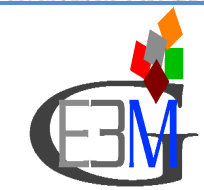
CONSTRUCOM			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
BTP	Casablanca	5	f.akalay@archimedia.ma

DRAGO			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Electricité	Casablanca	3	cabmaroc@menara.ma

EVERLAST			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Textile-habillement	Casablanca	4	wafaa.everlast@crossing.ma

Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Textile de Maison	Casablanca	6	jmidrissi@atretis.com





Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Mécatronique	Mohammedia	6	s.tanta@a2s-industries.com



Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Textile Habillement	Casablanca	5	k.mellouki@quatro.ma



Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Cuir (maroquinerie)	Fès	5	saccent@menara.ma

MILAD


Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Fournitures et accessoires de mode	Casablanca	5	duflot@menara.ma



			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Textile Habillement	Casablanca	5	www.mosaic.ma


			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Matériaux de construction	Casablanca	5	a.seffar@jpindustrie.com

OLEA PARTNERS			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire	Meknes	4	star.olive@menara.ma

			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire (Argan)	Tiznit	5	www.tizargane.com



			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Tourisme (Agences de voyage)	Casablanca	7	www.travelpartnersmorocco.com

			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire (Argan)	Agadir	22	ucfa@menara.ma

UNITEAM			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire	Casablanca	3	abdelaziz.ala@gmail.com

			
Secteur	Ville	Nombre d'entreprises	Contact
Agro Alimentaire (Argan)	Essaouira	5	www.vitargan.co.ma

