



Maroc –USA

Plus d’Echanges Commerciaux pour un Partenariat Gagnant-Gagnant

Casablanca, le 9 Juin 2009

Sommaire

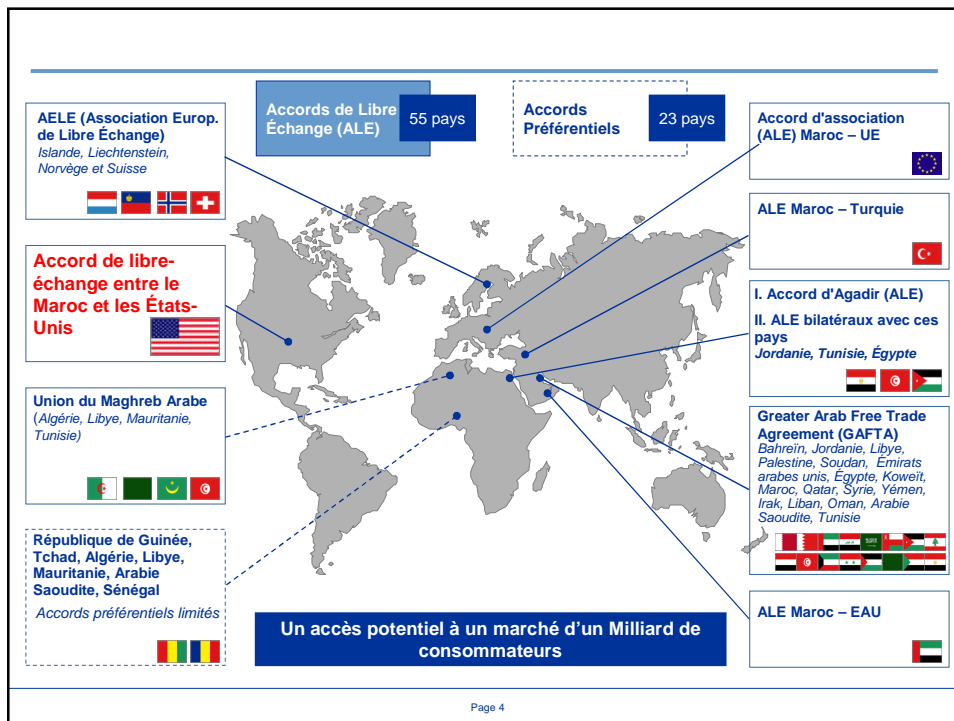
- **Accords de Libre Echange conclus par le Maroc**
- **USA : Un Marché Stratégique dans le cadre de la Stratégie Nationale pour la Promotion des Exportations « Maroc Export Plus »**
- **Actions Promotionnelles de Maroc Export sur le Marché Américain**



Accords de Libre Echange (ALE)

Dans le cadre de l'ouverture et de la libéralisation de son économie, le Maroc a conclu plusieurs accords de Libre Echange avec 55 pays, dont les Etats-Unis

Maroc
Export
Centre Marocain de Promotion des Exportations





L'évolution de nos échanges commerciaux par secteurs prioritaires :

En millions US\$

	2007	2008	Evol
CONSERVES DE LEGUMES	13,35	46,38	247,33
POISSONS EN CONSERVE	11,21	26,88	139,82
VETEMENTS CONFECTIONNES	25,08	26,99	7,62
HUILE D'OLIVE BRUTE ET RAFFINEE	25,08	8,74	-65,16
AGRUMES	8,28	8,48	2,32
ARTICLES DE BONNETERIE	5,87	6,94	18,23
CHAUSSURES	2,20	3,00	36,59
PLANTES ET PARTIES DE PLANTES	1,39	2,20	58,54
LEGUMES FRAIS, CONGELES OU EN SAUMURE	0,83	1,15	37,80



L'évolution de nos échanges commerciaux au cours des dernières années 2000-2008

: En millions US\$

En 2008 : le volume global des échanges a atteint 2,68 Milliards US\$ contre 2,27 Milliards US\$ en 2007; soit une hausse de 17,8 %. Cette situation est due à la fois à l'augmentation de nos importations (+ 4,01 %) et exportations (+ 88,91 %).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Evol 2007/2008
Export	256,48	309,14	241,51	247,01	388,49	275,53	268,30	369,68	698,35	88,91
Import	651,05	434,00	510,43	580,30	738,79	663,43	1130,01	1906,48	1982,99	4,01



Balance Commerciale :

La balance commerciale bilatérale présente un déficit permanent au détriment du Maroc. En 2008, ce déficit a atteint 1,28 Milliards US\$.

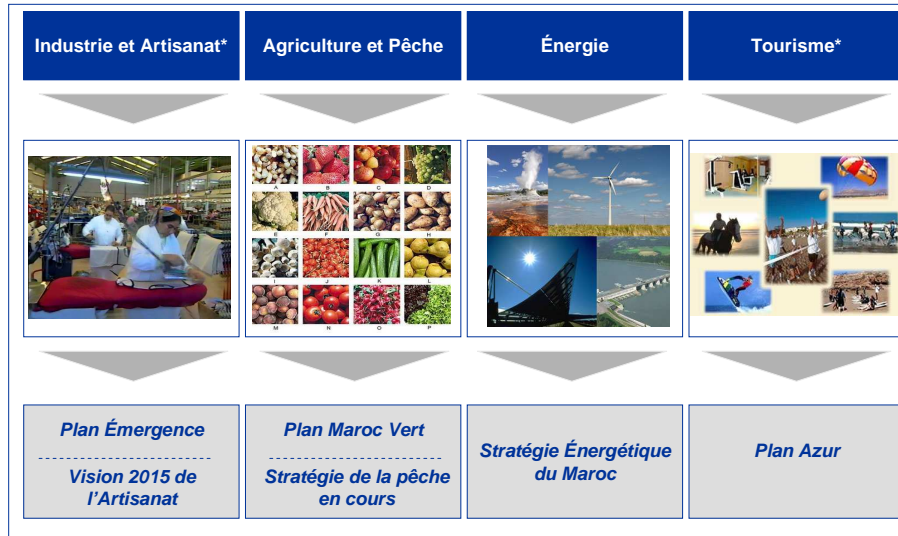
Position des Etats Unis dans le Commerce Extérieur marocain en 2008:

Part:		Rang
A L'import	4,92%	7ème
A L'export	3,62%	6ème



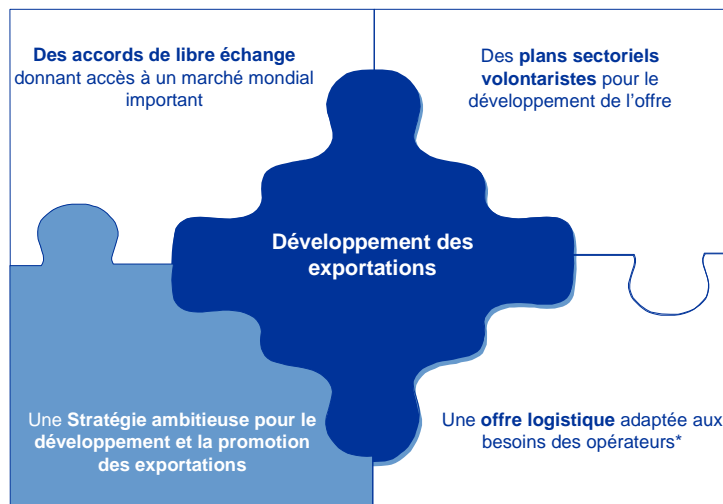
Les Etats-Unis : Un marché stratégique dans le cadre de la stratégie nationale pour la promotion des exportations « Maroc Export Plus »

Le Maroc a lancé différentes politiques sectorielles volontaristes pour développer l'offre et soutenir la croissance



*Disposent de leur propre agence de promotion relevant de leur Ministère de tutelle

La plupart des facteurs indispensables au développement des exportations sont réunis...



... il reste à définir la stratégie de promotion des exportations qui complétera les initiatives déjà lancées et permettra de consolider les atouts du Maroc

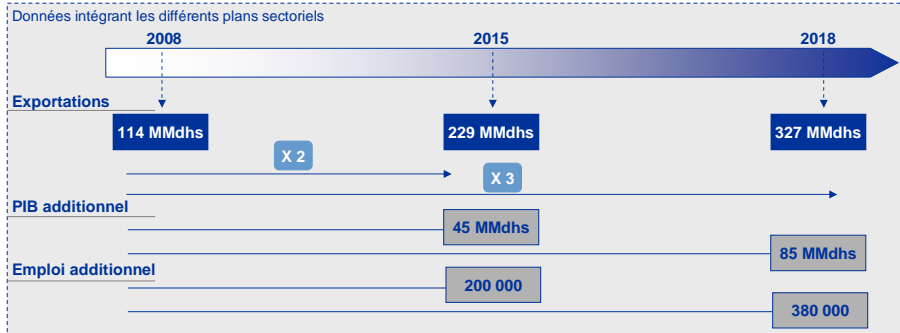
* Une étude est en cours pour la définition d'une stratégie de développement de la logistique

« Maroc Export Plus », une stratégie volontariste et concertée, fondée sur une vision claire

Deux idées fortes animent la Vision de « Maroc Export Plus »....

En complément du marché domestique, les exportations constituent...
 ...un **Levier** de croissance à l'offre existante ...et un **Débouché** pour les offres prévues par les plans sectoriels en cours

...avec des objectifs clairs et ambitieux



Page 11

Pour un ciblage adapté, trois catégories de marché ont été identifiées



Les marchés stratégiques accueilleront 60 à 65% de l'effort promotionnel, le reste sera alloué aux autres marchés

Page 12

Le ciblage des marchés permettra d'étendre la couverture géographique des exportations marocaines

Exemples de marchés couverts



« Maroc Export Plus » repose sur 3 axes stratégiques complémentaires





Stratégie pour les Etats-Unis

Etats-Unis

Textile et Cuir

- Lancer une campagne marketing sur le marché américain
- Cibler les exportations du « fast fashion », Certaines marques américaines ont déjà été identifiées comme clients potentiels (ex.: American Eagle Outfitters, Inc. ; Aéropostale, Inc. ; Charlotte Russe Holding, Inc. ; Abercrombie & Fitch Co. ; Banana Republic, LLC ; The Gap Inc).
- Mettre à profit les clauses de l'accord de libre-échange conclu entre les 2 pays pour encourager le commerce entre les professionnels marocains et américains du textile.



Stratégie pour les Etats-Unis

Etats-Unis

Agroalimentaire

- Développer une campagne marketing intégrée mettant l'accent sur la fraîcheur des produits de mer marocains, avec le thème suivant : « Les fruits de la mer sauvages de l'Atlantique »
- Promouvoir les exportations de six cultures prioritaires : raisins, oranges, clémentines, melons, poissons en conserve, et olives



Stratégie pour les Etats-Unis

Etats-Unis	
Transversal	<ul style="list-style-type: none">■ Un service de conseil à New York pour toute demande d'informations et d'aide logistique (antenne internationale de Maroc Export)■ Un service à Maroc Export ayant une connaissance approfondie sur les Etats-Unis et qui sera responsable du développement des programmes de promotion à l'exportation■ Des études et analyses régulières sur le marché américain■ Des formations spécialisées



Actions Promotionnelles de Maroc Export sur le Marché Américain



Textile et Cuir

- **Magic Show, Las Vegas, Février 2009**
Le salon le plus connu aux États-Unis pour le secteur de textile-habillement
- **Globaltex: Textile et Habillement**
Mission de Prospection et d'évaluation (Maroc Export/ AMITH), Avril 2009
- **Incoming Mission: Acheteurs Américains (Maroc Export / NBO), Mai 2009**
- **FFANY show, New York, Juin 2009**
- **The Train, New York, Septembre 2009**
Prêt-à-porter; dédié aux collections contemporaines; un espace pour les marques internationales, à la recherche d'un plus large réseau de détaillants en Amérique; SO ETHIC 'green fashion' (plus de 3 000 visiteurs)
- **WSA-World Shoes Accessories, Las Vegas, Août 2009**



Secteur Agroalimentaire

- **International Boston Seafood Show** , Boston, mars 2010
- **PMA Fresh Summit** , California, Octobre 2009
- **Fancy Food Show**, New York, juin 2009



MERCI POUR VOTRE ATTENTION