

[Etude n°8]

25 filières à développer aujourd'hui en Méditerranée

(textile)

(environnement)

INVEST
in med



(logistique)

(tourisme)



Invest in Med : contribuer à dessiner un nouveau paysage économique Med

Le programme Invest in Med

Lancé en avril 2008, Invest in Med est un programme triennal visant à :

- ⊕ Accroître le volume et la qualité des projets d'investissement à destination des pays Med (9 pays du sud et de l'est de la Méditerranée) ;
- ⊕ Renforcer les flux commerciaux euro-méditerranéens ;
- ⊕ Contribuer à un développement économique durable de la région.

Le consortium Med Alliance

La MedAlliance formée pour Invest in Med rassemble les Chambres de commerce et d'industrie (ASCAME, Eurochambres), les agences de promotion de l'investissement-API (ANIMA), les fédérations d'entreprises (BusinessMed) et d'autres partenaires économiques actifs en Méditerranée (ONUDI, GTZ, Banque Mondiale, Euroméditerranée).

La stratégie sectorielle d'Invest in Med

Depuis son lancement, Invest in Med a identifié, en concertation avec les acteurs publics du développement (API) et le secteur privé, des filières et des niches dont le développement a été jugé prioritaire.

Au travers des activités du programme, et en particulier de ses appels à initiatives semestriels, Invest in Med a financé de préférence des actions soutenant ces filières et niches. Au fil du temps, la cible a été réduite : des 15 secteurs économiques retenus lors de la conférence de lancement du projet jusqu'au 7 filières listées comme prioritaires pour les initiatives Invest in Med financées à partir de mars 2009.



Identifier des niches de marché Med : pourquoi, comment ?

Pourquoi une stratégie sectorielle Invest in Med?

- ⊕ Pour faire émerger et soutenir des filières industrielles ou niches pour lesquelles la région Med détient un bon potentiel d'attractivité.
- ⊕ Inciter les organisations et les opérateurs économiques à soumettre des initiatives et allier leurs forces pour le développement d'une filière.
- ⊕ Développer des synergies industrielles entre les 2 rives et renforcer des partenariats durables entre entreprises du Nord et du Sud.

L'identification de niches à développer permet d'obtenir des résultats visibles avec effet d'entraînement et de maximiser l'impact des 12 millions d'euros consacrés au programme pour couvrir 9 pays Med.

Comment arrêter une liste de secteurs prioritaires?

Les 15 secteurs suivants ont été retenus parce qu'ils correspondent à des besoins pressants des économies Med. L'observatoire [MIPO](#) du réseau [ANIMA](#) a confirmé en outre qu'ils sont des points de cristallisation actuels ou potentiels du développement économique Med, jouissant de forts investissements publics et privés, nationaux ou étrangers :

- textile
- agroalimentaire
- TIC
- tourisme
- distribution
- mécanique-électronique
- industries lourdes /énergétivores
- santé-pharmacie
- services aux entreprises et sous-traitante
- efficacité énergétique & énergies renouvelables
- banque-finance-assurance
- formation professionnelle
- eau & services collectifs
- infrastructures-transport-logistique
- habitat social -rénovation urbaine





25 niches de marché justifiant la création de nouvelles activités dans les pays Med

Partir des besoins exprimés par les opérateurs économiques...

Au moyen de questionnaires soumis par e-mail et par téléphone à des investisseurs étrangers implantés dans les pays Med depuis au moins 3 ans, ANIMA a cherché à identifier des lacunes dans les chaînes de valeur locales -métiers encore peu développés alors qu'ils deviennent indispensables aux opérateurs locaux (sous-traitants & fournisseurs)-.

Des entretiens téléphoniques ou en personne, ainsi que des questionnaires électroniques, ont par ailleurs été diffusés auprès des porteurs des 36 initiatives sectorielles soutenues par Invest in Med depuis octobre 2008. Les éléments apportés par ces acteurs de terrain ont finalement été complétés par les données collectées par la cellule d'intelligence économique méditerranéenne du réseau ANIMA.

Afin d'être validée d'un point de vue micro-économique, chaque niche devait avoir déjà été investie par plusieurs pionniers dans la région, tant locaux qu'étrangers.

...pour attirer de nouveaux investisseurs Euromed

Un dernier critère de sélection des niches présentées dans les fiches de ce dossier a porté sur la localisation des moyens de production nécessaires pour attaquer ces niches : seules les niches requérant une production Med ont été retenues, qu'il s'agisse de produire des biens et des services destinés à l'export grâce à des avantages compétitifs Med, ou de produire sur place des biens et services destinés au marché local.

Le verso de chaque fiche illustre l'intérêt pour des investisseurs européens comme pour des entrepreneurs du Sud de se positionner dès aujourd'hui sur ces marchés mal desservis.

Un travail non exhaustif qui a vocation à être enrichi

Les 25 fiches que vous allez découvrir sont les premières touches d'un grand tableau pointilliste dessinant le nouveau visage économique de la Méditerranée... Mêlant filières traditionnelles et nouveaux métiers (*facility & fleet management*, formation professionnelle, logistique intégrée...), ces niches visent à apporter plus de valeur ajoutée à des secteurs qui souffrent d'une compétition internationale féroce (montée en technicité textile, diversification touristique, transformation agro-alimentaire, etc.), ou bien à développer des activités entièrement nouvelles grâce aux nouvelles technologies et aux opportunités offertes par la mondialisation (prestations 3D, développement *web offshore*, tourisme de santé, etc.).

L'accompagnement d'une croissance urbaine rapide et d'un début de décollage industriel crée aussi de nouveaux marchés verts: efficacité énergétique, rénovation de l'habitat social, éolien, études environnementales, éclairage urbain, gestion des déchets, etc.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Des dizaines d'études et documents sectoriels ANIMA et Invest in Med accessibles gratuitement en ligne sur www.anima.coop et www.invest-in-med.eu
- ✦ Opportunités pour Investir en Méditerranée, fiche de synthèse (www.anima.coop)
- ✦ Brochure « Réussir en Méditerranée : histoires d'entrepreneurs », vol.1 et 2
- ✦ Pour toute question concernant ces 25 fiches: Pierre HENRY pierre.henry@anima.coop



Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Agroalimentaire_ *Plantes aromatiques & médicinales* ✨

Les métiers : culture (bio), transformation (extraction huiles essentielles, congélation, séchage), conditionnement

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ La production des plantes aromatiques et médicinales (PAM), spon-tanées ou séchées, trouvent de nombreux débouchés : herboristerie, aromates alimentaires, huiles essentielles, industrie de parfumerie et cosmétique, produits d'hygiène, etc.

⊕ Regain d'intérêt pour l'agriculture biologique, la phytothérapie et l'aromathérapie. En 2006, les ventes mondiales de produits bio ont atteint près de 27,8 milliards d'USD, avec pour principaux acheteurs les Etats-Unis et l'UE (environ 96% du total).

Le positionnement Med actuel

⊕ Maroc et Tunisie sont des fournisseurs traditionnels du marché eu-ro-péen pour le romarin, thym, etc. Régions productrices : Moyen Atlas et Rif Marocain ; région centrale de Tunisie. Le gouvernement égyptien ([GAFI](#)) recherche activement des investisseurs étrangers pour dévelop-per des activités de séchage (oignons, ails), extraction d'huiles essen-tielles et conditionnement de PMA, tournées vers l'exportation dans les régions de Beni Souef, al Minya, New Valley, Sinai, Sohag).

Menaces et obstacles

⊕ Culture MED des PAM reste traditionnelle, tournée vers marché local ; saut qualitatif nécessaire pour accéder aux marché export.

Marchés potentiels : Europe et Etats-Unis essentiellement.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Richesse et diversité de la production méditerranéenne

⊕ Vastes étendues de couvert végétal naturel ; proximité géographi-que avec l'Europe ; matière première riche et variée, avec récoltes de plantes consommées en l'état (plantes condimentaires et herboristerie) et transformation de plantes pour l'industrie (pharmacie, parfumerie, cosmétique et agroalimentaire).

Répondre aux exigences de quantité et qualité sur le marché mondial

⊕ Nécessité d'organiser la filière face à un marché mondial des PAM de plus en plus exigeant. En 2007, entrée en vigueur de la nouvelle réglementation européenne REACH : les substances chimiques (y compris huiles essentielles & autres extraits naturels) produites ou impor-tées à plus d'une tonne par an et par fabricant/importateur, y compris celles qui circulent déjà, devront faire l'objet d'une analyse de risques et être testées par leurs fabricants/importateurs.

⊕ Recherche : en Tunisie, projet sur la valeur culturelle et économique des PAM dans le sud tunisien, réalisé par [l'Institut des Régions Arides de Médenine](#), le Centre International de Recherche Agricole en Régions Arides et le Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis.

⊕ Au Maroc, réalisation d'un code spécifique aux plantes aromatiques et leurs extraits (codex aromatique) afin de répertorier les normes d'uti-lisation des plantes (standards nationaux et internationaux), guider les professionnels, et favoriser la commercialisation dans les circuits inter-nationaux ; projet de recherche avec l'AIEA sur les normes et techni-ques de conservation par irradiation de certaines PAM.



ANIMA Investment Network
Ensemble pour une Méditerranée compétitive

pour le programme

INVEST
in med



Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Naturex, les arômes méditerranéens à la conquête du monde

Créée en 1992 à Avignon (sud de la France), l'entreprise [Naturex](#), spécialisée dans les extraits végétaux, a rapidement connu une expansion de ses activités et un développement international. Sa filiale au Maroc est aujourd'hui une société très active dans la production d'extraits végétaux destinés aux industries alimentaires et nutraceutiques (suppléments alimentaires ingérés sous forme de comprimés, poudres, gels...).

Entre 1999 et 2006, la capacité de production de Naturex Maroc a quasiment doublé, tandis que les embauches se multipliaient, face au succès rencontré par le groupe: coûts de productions peu élevés (activités riches en main d'œuvre) et une qualité reconnue des approvisionnements en plantes aromatiques (herbes méditerranéennes et plantes telles que le romarin ; noyaux d'amande et d'abricots utilisés pour la cosmétique ; etc.).

En 2007, l'entreprise prévoyait d'accroître la capacité de traitement de son site de Nouaceur (Grand Casablanca). L'usine, spécialisée dans l'extraction au solvant et l'hydrodistillation, s'étend aujourd'hui sur 2500 m². C'est aussi en 2007 que la maison mère française, Naturex SA, avait porté sa participation au capital de sa filiale marocaine à 96,35%, en rachetant la participation minoritaire de Proparco (près de 7%).

Aujourd'hui Naturex SA est en passe de devenir le numéro un mondial des additifs naturels de spécialité avec un chiffre d'affaires de 185 millions d'euros. L'entreprise plutôt spécialisée dans la nutraceutique devrait intégrer la division ingrédients de l'espagnol Natraceutical, et ainsi accroître ses activités dans le secteur agroalimentaire.

Plantes & aromates bio au bénéfice des femmes du Rif

La [Coopérative Bni Boufrah](#) qui emploie 35 femmes dans la province d'Al Hoceima (Rif marocain) produit des dérivés de plantes aromatiques et médicinales. Créée grâce à la collaboration de deux organismes, [ASASHA](#) au Maroc et Codespa Catalunya en Espagne, la coopérative est née d'un projet de développement visant à donner une plus grande autonomie aux femmes de la région de Bni Boufrah. Financée par la Generalitat de Catalunya, la coopérative gère la production, l'administration et la commercialisation de plantes traditionnellement utilisées par les femmes marocaines.



Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Naturex (www.naturex.com)
- ✦ Coopérative Bni Boufrah (www.nouarif.com)
- ✦ The Medicinal Plants Conservation Project (Egypte, www.mpr-negypt.com)
- ✦ L'Institut National de la Recherche Agronomique (www.inra.org.ma), et son réseau de Centres régionaux au Maroc, + Société marocaine des plantes aromatiques et médicinales ([Somaram](#)).





Les métiers : colis-express, e-fulfillment, courrier hybride, cachets et certificats numériques officiels, lettre chèque, etc.

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Confrontés aux défis de la société et de l'économie numérique (e-government, e-commerce, communications électroniques), les fournisseurs de services postaux et colis-express sont contraints d'innover.

⊕ Télégramme électronique et courrier hybride, gestion électronique de documents sécurisés et certification numérique officielle, marketing direct (courrier non adressé, envois de masse, etc.), suivi en temps réel et en ligne de l'expédition de colis, gestion des retours (e-commerce), course à la productivité et aux gains de temps, autant de nouveaux produits, souvent à forte valeur ajoutée, qui valent aux pionniers du secteurs (La Poste Française ou Poste Italienne) des marges opérationnelles enviables.

Le positionnement Med actuel

⊕ Le marché Med des services postaux et de la logistique légère est très disputé: postes nationales, grands intégrateurs mondiaux, challengers régionaux et petits transporteurs locaux. Les postes nationales du Sud et de l'Est de la Méditerranée totalisaient un CA de 2 622 millions d'USD en 2007 (CVA-Euromed Postal).

Menaces et obstacles

⊕ Obstacles douaniers et cloisonnement des marchés, développement progressif du e-commerce, couverture numérique inégale mais qui progresse à marche forcée, goulet d'étranglement aux interfaces (portuaires en particulier) en voie de résolution avec les programmes massifs d'investissements en cours, faiblesses à court terme des infrastructures Sud-Sud de transport (grands projets TGV, auto-route trans-maghrébine), réseaux TIC encore vulnérables.

Marchés potentiels : particuliers, entreprises, artisanat (e-commerce), administrations publiques, professions libérales (avocats, etc.)

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un potentiel important pour le courrier-colis, un marché mal couvert

⊕ Une population Med et des entreprises très concentrées sur le littoral, d'où une desserte facilitée. Une qualité de services qui peut progresser : les Postes Marocaines et Syriennes peinent à desservir l'ensemble de leurs territoires, tandis que Liban Post comme Jordan Post ne livrent pas le courrier à domicile mais invitent leurs clients à retirer leurs courriers dans les bureaux de postes.

⊕ Beaucoup d'opérateurs publics qui recherchent des partenaires pour développer de nouveaux métiers : administrations publiques pures en Egypte, Libye et en Turquie (Jordanie en cours de privatisation), groupes publics en Israël, Maroc, Syrie et Tunisie. Liban Post est la seule poste Med privatisée (Canadapost).

⊕ Les services postaux Med sont plutôt profitables en moyenne. Les postes turques et algériennes dégageaient par exemple en 2007 les marges opérationnelles parmi les plus fortes de la région Euromed (CVA-Euromed Postal).

⊕ Contrairement à leurs homologues françaises ou italiennes, l'activité colis représente une part infime du CA de groupe postaux Med tels que Egypt Post. Le transport international de colis plus spécifiquement est quasi monopolisé par les intégrateurs mondiaux (UPS, TNT Express, DHL, La Poste-GeoPost, FedEx) ou régionaux (le libanais MidEx, le jordanien Aramex, etc.).

Des services e-postaux Med qui se développent

⊕ La Poste Tunisienne a lancé dès 2003 son service WebTelegram, qui permet aux clients d'envoyer et de suivre, à partir de leur ordinateur, des messages urgents sécurisés singuliers ou par lots, qui sont acheminés par voie électronique jusqu'au bureau de distribution pour impression et livraison en moins de 24h.

⊕ La Jordan Post propose aussi à une clientèle *corporate* des services *d'hybrid mail*, tandis que la Poste Marocaine met en place le suivi des envois et des véhicules par GPS, et dispose désormais de centres pour la poste électronique avec courrier hybride, à Casablanca, Rabat et Agadir.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

La jordanienne Aramex fait de l'ombre aux grands intégrateurs

Créé en 1982 à Amman, Aramex s'est rapidement fait un nom au Proche-Orient puis dans le monde entier jusqu'à son introduction sur le NASDAQ en 1997 et sur le Dubai Financial Market 2005. Cité par T.L. Friedman, dans son best-seller *The World is Flat*, parmi les entreprises qui ont su tirer le meilleur profit de la globalisation, Aramex offre entre autres des services de colis-express porte-à-porte en local ou à l'international. Partenaire de grands groupes internationaux de VPC tels que la Redoute, Aramex offre aussi à ses clients moyen-orientaux, grâce à son service Shop&Ship, de faire leurs emplettes sur les sites de e-commerce britanniques et américains en jouissant d'une boîte postale locale virtuelle, dont le contenu est ensuite expédié jusqu'au destinataire.

Le groupe a su tisser ces dernières années, à force d'acquisitions et d'investissements neufs, une trame étroite lui permettant de desservir le marché régional MED : acquisition dans la distribution de la presse en Palestine en 2005, nouvelles plateformes à Beirut Seaport en 2005 et à l'aéroport du Caire en 2008, extension à Amman en 2005 et implantation à Mafraq en 2007, projets maghrébins annoncés en 2007, acquisition de Freight Professional en Egypte en 2006, etc.

MidEx, un partenaire de référence pour les grands intégrateurs

"It's On Time Or It's On Us", telle est la devise de ce groupe qui offre des services express et cargo. Contraint de s'adapter à un environnement des affaires des plus incertains, MIDEX a été forcé par la décennie de guerre civile libanaise des années 80 de s'implanter à Chypre. Dès 1990, MIDEX comptait des bureaux ou des représentants partout dans le monde. Aujourd'hui, le hub central pour ses opérations internationales est en France. MIDEX est l'agent de LA POSTE française pour le transport et la livraison de tous les colis postaux vers le Liban, l'Ile Maurice, Madagascar, la Syrie, l'Egypte, Koweït, et l'Iran.

Le groupe s'est fait une spécialité des missions les plus pointues : l'American University Hospital de Beyrouth l'a ainsi chargé du transport express de ses échantillons sanguins à destination des Etats-Unis. MIDEX est devenu un transporteur de référence pour les plus grands intégrateurs mondiaux.

TNT Express souffre du manque d'intégration du marché Med...

Le logisticien néerlandais dispose en Méditerranée de filiales en Jordanie et Egypte, et d'un réseau franchisé au Maroc. La Jordanie et l'Egypte devraient servir de pivots à un réseau route/air Europe-Asie. Parmi les obstacles à la bonne application à la région de son modèle de développement intégré, TNT mentionne principalement le contexte réglementaire : absence de zones franches entre Algérie et Libye, problèmes de circulation frontalière entre Maroc et Algérie, etc. TNT Express recherche des opérateurs locaux pour intégrer ses circuits MED.

...tandis que les postes Euromed préparent l'intégration postale!

Les postes nationales Euromed travaillent activement à intégrer tous les aspects de leurs activités, depuis la création de centres communs de formation de leurs personnels jusqu'à l'offre de services financiers articulés à destination des diasporas. Cette démarche est soutenue par le programme Invest in Med [[lire+](#)]. Des coopérations opérationnelles ont été lancées: JV entre Chronopost International et les postes marocaines et algériennes pour le colis-express, projet de JV entre la Poste française et la Poste algérienne pour le courrier non adressé, etc.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ "Les Postes et la société de l'information-Attention: Virage électronique en cours", Rhéal LeBlanc, Union Postale Universelle (UPU), Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) – Tunis 2005 (FR/EN): www.upu.int
- ✦ "[Barid Al-Maghrib, l'ère e-services](#)", e-Forum Juin 2005
- ✦ "Les Postes, partenaires du co-développement", relevé des débats de la 1ère conférence Euromed Postal de 2007 sur [Issu](#)
- ✦ EMS Chronopost Maroc, www.chronopost.ma
- ✦ E-services de Jordan Post : www.jordanpost.com.jo
- ✦ MidEx International (www.midexintl.com), Aramex (www.aramex.com)





Les métiers : labos pharmaceutiques, façonniers de médicaments, centres R&D, biochimie, génie génétique, cosmétique

Contexte et marché

Les biotechnologies au cœur de la prochaine révolution industrielle

⊕ Ensemble des techniques qui utilisent le vivant (micro-organismes, cellules animales / végétales, technologies moléculaires et du vivant) pour produire des biens et des services, les biotechs trouvent des applications industrielles diverses (santé, cosmétologie, agro-alimentaire, environnement, biochimie, etc.).

Le positionnement Med actuel

⊕ Grands besoins pour la santé humaine mais aussi l'agriculture (fermentation et production de biogaz, technique de micro-greffage en arboriculture, améliorer la résistance des céréales aux maladies, applications industrielles : contrôle variétal, santé animale, etc.)

⊕ Faible potentiel d'innovation et de production à ce jour qui peut être compensé par : la production de génériques (les brevets de médicaments transgénérons de 1ère génération arrivent à expiration : insulines, streptokinases, interférons, hormones de croissance et érythropoïétine) qui suppose cependant des savoir-faires en matière d'essais cliniques (le brevet ne porte pas sur les essais indispensables pour la mise sur le marché) ; et l'intégration à des chaînes de valeur régionales (complémentarités Nord-Sud : essais cliniques, contrôle qualité, demande de partenariats entre centres de recherches).

⊕ On peut aussi compter sur l'implication des diasporas : selon la Direction Générale de la Recherche Scientifique et du Développement Technologique algérienne, entre 15.000 et 20.000 expatriés algériens spécialisés dans les biotechs sont établis à l'étranger.

Marchés potentiels : marché local et sous-traitance pour export

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Des compétences locales ouvertes aux partenariats étrangers

⊕ Les grands groupes biotech sont engagés dans un processus de mutualisation des coûts de R&D, via la création de partenariats. Une grande partie des tests répétitifs en biotechnologie (toxicologie, métabolisme, biodiversité, chimie, etc.) est, pour des raisons de coûts, externalisée. C'est par exemple le cas de l'Israélien [ProtAb](#) qui, au travers du programme britannique UKTI Global Partnerships, s'est associé à l'anglais [Antitope](#) de Cambridge afin d'accélérer la mise sur le marché de son médicament contre les inflammations auto-immunes.

⊕ La société cairote [Minapharm](#) est l'un des principaux fabricants de médicaments de prescription du Moyen-Orient. A travers sa filiale [Rhein- Minapharm Biogenetics](#) fruit d'une collaboration avec l'allemand [Rhein Biotech](#), le groupe a développé des activités de R&D et de fabrication de produits biopharmaceutiques dans le cadre d'accords de licences.

⊕ En Jordanie, l'entreprise américaine Stemedica Cell Technologies, spécialisée dans la recherche et la fabrication de cellules souches, vient de signer un accord quinquennal de partage de sa technologie avec la Jordanian Stem Cell Company.

Les pays Med à la pointe de l'innovation

⊕ Précurseur au Maghreb à travers son Centre de Biotechnologies de Sfax (créé en 1983), la Tunisie est particulièrement avancée dans la recherche en génétique moléculaire des plantes, en biopesticides, enzymes microbiennes d'intérêt industriel, etc. Un nouveau pôle biotechnologique à Sidi Thabet (près de Tunis) sera adossé aux universités de Tunis El Manar et La Manouba. Ce pôle centré sur la recherche médicale s'appuiera sur deux centres de recherche (INRAP, CNSTN).

⊕ Le Jordan Centre of Biotechnology est en cours de négociation avec l'Université de Helsinki, alors que dans les territoires palestiniens, l'unité polytechnique de Hébron possède déjà son unité de formation et de recherche en biotechnologie.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Israël, leader incontesté des biotechnologies médicales

Doté d'un savoir-faire unique dans la région, Israël compte, selon le Ministère Israélien des Affaires étrangères, 160 entreprises biotechnologiques, employant environ 4.000 personnes. Une industrie performante, essentiellement tournée vers l'export (80%). Le savoir-faire "Made in Israel" attire de plus en plus d'acteurs étrangers, américains mais aussi de plus en plus européens, souhaitant mutualiser leurs efforts de recherche.

BioNegev, un cluster israélien spécialisé dans les biotechnologies médicales (médecine régénérative, matériaux bio-compatibles, nanotechs, etc.) vient de signer un accord de coopération avec Sofia Antipolis, tandis qu'un second accord est en cours de négociation avec Alsace BioValley, et que 3 autres accords de JV dans l'Hexagone sont à l'étude. Un fonds d'investissement dédié d'un milliard de shekels, abondé à hauteur de 250 millions de shekels par le gouvernement, est en cours de création afin de permettre à l'innovation israélienne de trouver des débouchés industriels.

8,5% des brevets déposés dans ce pays portent sur les biotechs. En 2009, le labo suisse F. Hoffmann-La Roche s'est allié au capital-risqueur israélien Pontifax pour soutenir le développement par des start-ups locales de produits appelés à intégrer le portefeuille du géant pharmaceutique.



Protenia, champion marocain des biotechnologies

L'entreprise marocaine de biotech [Protenia](#) a été fondée en 2005 sous l'impulsion du Dr. Hakim Kharrat et du Dr. Abdselam Choua, 2 ingénieurs R&D installés en France. L'entreprise, qui emploie une dizaine de personnes, est implantée dans le Tecnopark de l'université Al-Akhawayn d'Ifrane. Protenia est dédiée à l'ingénierie et à la production de protéines thérapeutiques recombinantes pour la recherche, le monde médical et l'industrie. L'entreprise, qui occupe près de 450 m² de laboratoires, exporte ses produits en Europe et envisage de se déployer aux Etats-Unis. En travaillant avec le CNRS, l'Inserm, l'Inra en France, le Centre de recherche allemand contre le cancer (DKFZ) et l'américain National Institutes of Health, Protenia est parvenue à construire un partenariat technologique Nord-Sud sur le segment des biotechnologies.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Association Tunisienne de Biotechnologie (www.atbiotech.rnrt.tn)
- ✦ Biotechnologies France (www.biotechnologiefrance.org)
- ✦ The National Center for Biotechnology (Jordanie) : www.ncb.gov.jo
- ✦ BiotechBlog (www.biotechblog.com)
- ✦ UK biotech adds value for Israeli innovative start-up, www.ukinvest.gov.uk/investor-case-studies/4031135/en-GB.pdf
- ✦ Office of the Chief Scientist (OCS) at the Ministry of Industry, Trade and Labor (www.moit.gov.il)





Les métiers : laboratoire de recherche, production pharmaceutique vétérinaire, distribution

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Un marché en plein boom depuis le début des années 2000, qui ne connaît pas la crise : selon le cabinet Vetnosis, les ventes mondiales ont crû de 7,2% en 2008, à 19,2 Mds\$ (+ 2,8% en valeur), après une hausse de 11,4% en 2007 (+ 4,7%).

⊕ D'importantes réserves de croissance, alimentées par l'augmentation du pouvoir d'achat dans les pays émergents (animaux de compagnie et la consommation croissante de viandes).

Le positionnement Med actuel

⊕ Epidémiologie (R&D) et production pharmaceutique vétérinaires Med sont relativement peu développées, à quelques exceptions près (l'Israélien ABIC, l'algérien A.A.H.P., Pfizer Egypt, etc.) et en dehors de productions simples. Le ticket d'entrée est pourtant plus modeste que pour la santé humaine, et la demande locale et à l'export, forte.

⊕ Les autorités Med, à l'instar du gouvernement algérien, encouragent l'essor de la production nationale (qui ne couvre en Algérie que 30% du marché local par exemple, d'où l'exemption de droits et taxes accordée en 2009 aux producteurs pour leurs intrants chimiques et organiques).

⊕ Menaces et obstacles : mise en conformité des normes sanitaires locales aux normes internationales (traçabilité, valorisation à l'export, etc.).

Marchés potentiels : commandes publiques, élevages & coopératives agricoles, entreprises de transformation alimentaire, etc.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

La Méditerranée, un marché en expansion qui pourrait devenir base de production

⊕ Selon l'OIE, plus de 43 millions de têtes ovines et plus de 5 millions de bovins sont élevés au Maghreb, où il existe aussi une aviculture importante (600 millions de poussin chair/an). Le marché du médicament vétérinaire y pesait en 2006 91 millions d'euros (croissance régulière).

⊕ La médecine vétérinaire libérale Med connaît un essor remarquable tandis que la médicalisation progresse (accroissement du nombre des vétérinaires dans les zones rurales, demande accrue des éleveurs pour une prise en charge médicale régulière, encadrement vétérinaire plus étroit et renforcement des normes sanitaires).

⊕ Besoin pressant de produits spécifiques aux pathologies locales (fièvre West Nile, fièvre de la vallée du Rift, Fièvre Catarrhale Ovine, clavelée ovine et caprine, etc.), qui justifie l'implantation de centres de R&D privés, en partenariat avec les labos publics

⊕ Des capacités de production locales à exploiter, dans le respect des droits de propriété intellectuelle (entrée dans l'OMC de la plupart des pays Med) : partenariats locaux (production sous licence), à l'instar de la JV formée début 2009 par MCI Santé animale et le français Merial à Mohammédia pour la production de vaccins bactériens.

⊕ Libéralisation progressive de la distribution et parfois de l'importation. La Tunisie s'est ainsi engagée à abolir en 2010-2011 le monopole à l'importation de la Pharmacie Centrale, de l'Institut Pasteur et de l'Institut de Recherche Vétérinaire.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Professionnels jordaniens de la santé animale recherchent partenaires étrangers

Pesticides & Veterinary Drugs (www.mobedco.com), fabricant jordaniens de produits phytosanitaires et vétérinaires (désinfectants, injectables, etc.) souhaite créer en Jordanie, en partenariat avec des entreprises étrangères, une usine d'antibiotiques pour animaux en grande partie dédiée à l'export, pour 4,2 millions de dollars. De son côté, le jordaniens JOVET (www.jovet.com.jo), spécialisé lui aussi dans la production de produits vétérinaires (antibiotiques, antifongiques, antiviraux, purifiants, etc.) se voit pousser des ailes à l'international et est à la recherche de partenaires commerciaux pour distribuer ses produits (Afrique, CEI, GCC, etc.).

[Pour + d'infos, visiter la plateforme en ligne [UNIDO Exchange](#)]

Un labo de Jérusalem convoité par un géant américain

En octobre 2008, Teva Pharmaceutical Industries, un des leaders mondiaux du médicament générique vendait ABIC Biological Laboratories à Phibro Animal Health Corporation, l'un des grands spécialistes américains des additifs vétérinaires pour grands élevages. Basée à Jérusalem, ABIC développe, produit et commercialise des produits vétérinaires pour volailles et autres animaux de ferme. La société est surtout présente en Israël, en Asie du Sud-Est, en Afrique, en Amérique latine et en Europe de l'Est. Elle compte 90 employés.

Phibro disposait déjà en Israël d'une filiale de production d'intrants chimiques, Koffolk Fine Chemicals.

CEVA Santé Animale produit au Maghreb

C'est en 2003 que le laboratoire français CEVA Santé Animale (www.ceva.com) s'implante pour la première fois au Maroc, via sa filiale CEVA Sophavet. Le groupe implante alors un site industriel près de Rabat et un centre de distribution à Casablanca, et devient très vite l'un des plus gros producteurs de produits vétérinaires au Maroc, et l'un des plus gros employeurs dans cette branche. Aujourd'hui, le groupe possède 3 sites industriels dits "à vocation nationale" dans chacun des pays du Maghreb ; à Rabat, Alger et Tunis.

Ces 3 sites de production (sur les 7 détenus par CEVA dans le monde) viennent compléter les quatre centres de R&D appliqués du groupe situés en France, au Brésil, aux Etats Unis et en Hongrie. Le groupe compte aussi sur des bureaux commerciaux au Caire, à Amman et Istanbul.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Quelques producteurs Med : Algerian Animal Health Product (www.aahp-dz.com), Multi Chemical Industry (MCI) Santé animale au Maroc (www.mci-santeanimale.com), Afrimed en Tunisie (www.afrimed.net), Koffolk et ABIC, filiales de l'américain Phibro en Israël (www.koffolk.com), Acdimia en Jordanie (www.acdimia.com) et ses filiales en Syrie, Egypte, Algérie, etc.
- ✦ Organisation Mondiale de la Santé Animale (www.oie.int)
- ✦ Projet "Harmonisation et régionalisation des réseaux de surveillance des maladies animales" dans la région Maghreb » (epireg-maghreb.cirad.fr)





Les métiers : *facility / property management* ; maintenance multi-technique, multi-services, industrielle ; gérance tertiaire

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Vaste gamme de prestations, depuis l'externalisation lot à lot de certains contrats (nettoyage, sécurité, climatisation, etc.), jusqu'à la gestion complète des services généraux et des services aux occupants pour des entreprises industrielles ou de services. La maintenance industrielle couvre parfois jusqu'à l'ingénierie et l'audit technique, et peut être couplée à la fourniture, la construction/installation des équipements.

⊕ Le *property manager* (immeubles tertiaires, grands commerces ou parcs logistiques) est quant à lui à mi-chemin entre l'agent immobilier (gestion locative et commercialisation) et le *facility manager* (gestion technique du patrimoine).

Le positionnement Med actuel

⊕ La plupart des métiers de services aux entreprises existent, mais l'offre locale de prestations intégrées est encore peu développée.

⊕ Essaimage concurrent de filiales "maintenance" par les conglomérats publics eux-mêmes (en Algérie: Somik et Somiz filiales de la Sonatrach, ou encore Etterkib filiale de Sonelgaz)

Marchés potentiels : développement industriel Med, boom de l'immobilier tertiaire, de l'immobilier touristique haut de gamme (résidences avec services), de la grande distribution et de la logistique



La Méditerranée: pourquoi, comment ?

L'arrivée de fonds d'investissement dans l'immobilier commercial et tertiaire impose la professionnalisation de l'aval

⊕ La pénurie de produits aux standards internationaux sur les marchés Med de l'immobilier d'entreprise a attiré de nombreux investisseurs (Golfe et Europe). Ces fonds emmènent parfois avec eux les prestataires avec lesquels ils sont habitués à travailler sur leurs marchés domestiques, ou bien suscitent des vocations locales. Ce sont par exemple les ambitions de Société Générale Asset Management dans l'immobilier d'entreprise à Casablanca et les résidences hôtelières de long séjour pour cadres expatriés qui ont, entre autres, poussé le marocain Ténor Group à créer Property Solutions.

⊕ Marché encore vierge : la gestion du parc immobilier des administrations publiques.

Investissement étranger et mise à niveau des industries locales créent un appel d'air pour la maintenance industrielle

⊕ La modernisation des conglomérats publics multiplie les opportunités de JV sur des contrats facility management/ maintenance. Un partenariat avec la Somiz est ainsi presque incontournable pour les sociétés étrangères puisque sa société mère Sonatrach lui accorde une marge de préférence de 15% par rapport à ses concurrentes.

⊕ Le décollage industriel turc a poussé [ISS](#), géant mondial du facility management, à acquérir ces dernières années des prestataires locaux pour gagner rapidement des parts de marchés.





Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Services aux entreprises_Le *facility management*

Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Une offre de services aux groupes pétroliers des pays Med

Stirling Facilities Management Limited, basé en Angleterre, a formé en 2007 deux joint-ventures en Méditerranée : en Libye et en Algérie.

En Libye, Stirling group s'est associé avec Naft Libya afin de proposer, à l'industrie pétrolière et aux grands groupes internationaux, le soutien opérationnel nécessaire à leur implantation et leur développement dans le pays. Les prestations recouvrent l'assistance locale (obtention de visas, transport, locaux), la formation (stages) et le soutien aux entreprises (formalités d'enregistrement, conseil en comptabilité et audits financiers, recrutement, intermédiaire avec les banques et administrations, traduction, etc.).

En Algérie, le spécialiste de la sécurité internationale et du management des infrastructures a créé une JV avec un prestataire de services algérien, RedMed Services. Sous le nom AFMC, la nouvelle entité propose ses services aux groupes internationaux exploitant les hydrocarbures en Algérie, dans les domaines de l'hygiène, de la sécurité du travail et du transport.

Le français Auxigene Maintenance veut profiter de l'essor de la sous-traitance industrielle au Maroc

Auxigene Maintenance, spécialiste de la maintenance industrielle, a créé en 2007 une filiale marocaine pour laquelle il a investi 5 millions de dinars, fournissant près de 200 emplois. L'entreprise, d'abord basée à Casablanca devait ensuite se déployer à Tanger, Fès, Marrakech et Agadir.

Une JV jordano - australienne pour servir le marché local

Darat Jordan Holdings, entreprise jordanienne basée à Amman, et Globe Williams International, établie en Australie, ont formé en décembre 2008 une joint-venture dédiée au *facility management* (40% pour DJH ; 60% pour GWI). Les services sont principalement destinés au marché jordanien où la demande est forte (boom immobilier et hôtelier).

Sous le nom Globe Williams Jordan, différents services sont proposés depuis le lancement commercial en mai 2008 aux propriétaires d'actifs : efficacité énergétique, maintenance technique, nettoyage, jardinage, gestion des déchets, entretien, hygiène ou encore sécurité et restauration collective.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Stirling Group (www.stirling-group.com) ; Auxigene Maintenance (www.auxigene.net) ; Darat Jordan Holdings (www.darat.jo)
- ✦ La maintenance industrielle en Algérie, étude de marché [Ubfirance](#), juillet 2007 (FR)
- ✦ Association Marocaine de Développement de la Maintenance (AMDM) : www.amdm.ma
- ✦ Salon International de la maintenance et sécurité industrielles «Expo Maintenance », 9-12 juin 2010, Casablanca
- ✦ Tout l'événementiel business en Méditerranée sur l'Agenda Med (agendamed.biz)



Programme cofinancé par l'Union Européenne



Date : 03/08/2009 - Production A. Joanny et P. Henry et Validation P. Henry, ANIMA



Les métiers : gestion de parcs automobiles et location longue durée

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Afin d'optimiser le coût de détention de leurs parcs automobiles, les entreprises confient de plus en plus la gestion de leurs flottes de véhicules à un prestataire externe : maintenance des véhicules ; assistance et assurance ; contrôle de la consommation de carburant etc.

⊕ Autre activité complémentaire en plein essor : le financement de l'achat de véhicules à travers la location longue durée (LLD ou *leasing*). Le prestataire est propriétaire des véhicules et propose des "packs mobilité tous compris" contre un abonnement mensuel.

Le positionnement Med actuel

⊕ Le *fleet management* s'étend progressivement au Maghreb mais reste peu développé au Machreck. Besoin de solutions de financement.

Obstacles & menaces

⊕ Difficultés juridiques dans certains pays pour le leasing ou le crédit automobile (Algérie), poids des habitudes chez les managers, moindres incitations fiscales au recours à des véhicules de fonction comme complément de rémunération.

Marchés potentiels : Grandes entreprises locales/étrangères et conglomérats publics disposant d'un parc important (à partir de 50 véhicules la prestation est intéressante, selon des statistiques françaises)

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché à développer

⊕ La démocratisation de la voiture et les besoins de renouvellement des parcs automobiles, y compris professionnels, font des pays Med un marché d'avenir.

⊕ La conversion progressive des dirigeants des grands conglomérats publics à un management plus centré sur leur cœur de métier, et le développement d'un secteur privé dynamique créent des débouchés nouveaux pour des solutions globales de mobilité pour l'entreprise. Pour ces grandes entreprises, le recours à un gestionnaire de parc peut faire économiser jusqu'à 20%.

⊕ Les besoins de financement : les pays émergents en Méditerranée comme la Turquie ont connu une forte croissance économique ces dernières années mais les infrastructures financières sont inadaptées ou inexistantes, d'où l'expansion du leasing dans ces pays.

Des partenaires amont et aval qui s'implantent eux-mêmes en Méditerranée

⊕ Souvent adossés à des banques ou à des constructeurs automobiles, les gestionnaires de parcs automobiles ont aussi besoin d'intégrer des prestations de pointe en matière d'assurance-assistance et de maintenance. A mesure que le secteur financier se modernise, que les grands constructeurs automobiles s'implantent et que des enseignes modernes de garages et stations-services se multiplient, l'exercice du métier devient possible.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Location longue durée : déjà un succès en Méditerranée

Le *fleet management* s'accompagne souvent de propositions de financement et services de locations. ALD Automotive, filiale du groupe Société Générale, est spécialisée dans la gestion de parcs automobiles mais aussi dans la location longue durée (*leasing*). L'entreprise a décidé d'étendre sa couverture géographique en Méditerranée. D'abord présente au Maroc, grâce à sa filiale créée en 2000 à Marrakech, elle a choisi de s'implanter en Turquie et en Egypte en 2005. Plus récemment, le groupe a investi le marché algérien, confirmant ainsi ses perspectives de développement dans la région.

Arval est également spécialisée dans la gestion et le *leasing* de véhicules, Implantée au Maroc depuis octobre 2002, cette filiale du groupe BNP Paribas travaille en association avec la BMCI (Banque Marocaine pour le Commerce et l'Industrie), elle aussi affiliée à la banque française. Aujourd'hui, son activité représente environ 15% du marché marocain (soit plus de 2 300 véhicules).

Mitsubishi investit 3 milliards de dollars en Turquie

La branche *leasing* du conglomérat japonais Mitsubishi (Mitsubishi UFJ Lease & Finance Company Limited) a acquis 45% du groupe turc Intercity en 2008. Intercity est leader sur le marché national du *fleet management* et du *leasing* automobile. Mitsubishi anticipe une forte demande en Turquie, marché émergent qui connaît d'importants besoins en services financiers. Le géant japonais compte investir 3 milliards USD sur 4 ans. Pour le manager général de la filiale *leasing*, "la Turquie est un pays avec un fort potentiel".

Des entreprises locales se lancent sur ce nouveau marché

En Tunisie, l'homme d'affaires Ahmed Abdelkefi a lancé en 2005 Tunisie LLD, une société spécialisée dans la location longue durée et dans la gestion de véhicules d'entreprise. Au Liban, Advanced Car Rental, basée à Beyrouth, est une société de location de véhicules qui offre des solutions de *leasing* pour certains de ses produits.

Des outils de mesure du marché: le cas du Maroc

En 2007, le premier Observatoire des véhicules d'entreprises au Maroc a été lancé par Arval Maroc, avec le soutien de la BMCI. L'Observatoire analyse les grandes tendances du marché de la mobilité automobile afin d'en donner une meilleure vision aux entreprises et aux différents acteurs de la filière. L'Expert Automobile offre quant à lui un outil de maîtrise des budgets de maintenance et de réparation de la flotte automobile.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ ALD Automotive (www.aldautomotive.com)
- ✦ Arval Maroc (www.arval.ma)
- ✦ Intercity Turquie (www.intercityrentacar.com)
- ✦ Tunisie LLD (www.tunisielld.com)
- ✦ Advanced Car Rental Liban (www.advanced-car.org)
- ✦ L'Expert Automobile Maroc (www.lea-maroc.com)





Les métiers : formation initiale et continue de techniciens et managers; *training academies* ; centres de recherche et de formation

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Diversification de la formation professionnelle face à l'évolution du marché du travail : formation continue / alternance, centres de formation créés par les entreprises (Renault Academy Maroc, Cisco Academy Training Centers en Egypte), *e-learning*, coaching d'entreprise, etc. Internationalisation et mise à niveau des filières techniques et managériales d'excellence : multiplication des échanges d'étudiants et de professeurs, partenariats (doubles diplômes, cursus multi-campus).

Le positionnement Med actuel

⊕ Nouveaux besoins des entreprises (formations de base souvent inadaptées). Forte demande de techniciens et managers dans les secteurs dynamiques : aéronautique, automobile, banque-assurance, télécoms et activités offshore (informatique, centres d'appels).

⊕ Marché professionnel (*training academies* dans des secteurs techniques) et universitaire (partenariats avec des établissements européens renommés), pour étudiants locaux et internationaux. Avantage concurrentiel : coûts de fonctionnement et ressources humaines qualifiées.

⊕ Objectifs : combler le manque de cadres compétents et bien formés, en particulier des ingénieurs ; miser sur la formation pour développer l'activité économique. Barrière : le choix de la langue d'enseignement.

Marchés potentiels : Entreprises locales publiques et privées ; Etudiants nationaux et internationaux

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un réseau d'universités MED souvent lié à des établissements étrangers

⊕ Quelques Grandes écoles de commerce MED (non exhaustif) : [l'École Supérieure Algérienne des Affaires](#) (Algérie) ; [Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth](#) (Liban) ; [Institut des Hautes Etudes de Management](#) à Casablanca et [Université Al Akhawayn](#) à Ifrane (Maroc) ; [Ecole Supérieure de Commerce](#) de Tunis (Tunisie).

⊕ Quelques Instituts techniques MED de référence (non exhaustif) : [Ecole Nationale Supérieure Polytechnique Alger](#) (Algérie) ; [Cairo University](#) (Egypte) ; [Technion Institute of Technology](#) (Israël) ; [Jordan University of Science & Technology](#) (Jordanie) ; [Ecole Supérieure d'Ingénieurs de Beyrouth](#) (Liban) ; [Université al Fateh](#) (Libye) ; [Islamic University of Gaza](#) (Autorité Palestinienne) ; [Istanbul Technical University](#) (Turquie).

⊕ Incitations étatiques : au Maroc, plan "Emergence" pour former 10.000 cadres techniques et ingénieurs par an d'ici 2010 ; accréditation des universités et passage au LMD (licence, master, doctorat).

Formations professionnelles et 'training academies'

⊕ De plus en plus d'investisseurs étrangers créent leur propres centres de formations (cf Centre de formation Lafarge en Egypte, etc.). HP, en partenariat avec l'ONUUDI, forme des jeunes professionnels et diplômés aux technologies de l'information en Algérie, en Egypte, et au Maroc, dans le cadre du programme GET-IT (Graduate Entrepreneurship Training through IT). En 2006, Intel avait prévu en de créer dans la bande de Gaza un Centre d'Excellence en technologies de l'information.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Pigier : la formation professionnelle en Égypte, Algérie et Liban

L'école française Pigier spécialisée dans la formation aux métiers du secrétariat, de la comptabilité, du commerce, et du médico-social, dispose de plus de 90 établissements dans le monde (dont plus de la moitié au Maroc) et accueille plus de 7 000 élèves par an à l'étranger. Réseau privé d'écoles techniques, l'école offre de nombreuses formations validées par des diplômes d'état. Après l'Égypte et le Liban, c'est au tour de l'Algérie d'inaugurer ses premiers établissements.

Succès des *corporate training academies* dans les pays Med

Maghreb : au Maroc, dans les secteurs de l'automobile (Renault Academy), de l'hôtellerie (Académie Accor), de l'aéronautique (Boeing) et de l'informatique (Ubisoft Entertainment) ; en Tunisie, le Français Accor et l'Espagnol Telinfor (secrétariat médico-social) à Tunis. En Algérie, la société chinoise d'ingénierie et de construction CSCEC a prévu d'ouvrir plusieurs écoles.

Machreck : en Jordanie, dans la zone de Mafraq, un centre de formation du groupe émirati Aramex PJSC (solutions logistiques) ; en Egypte, un centre régional d'assistance technique et de formation au Caire par le Chinois Huawei (fournisseur de réseaux pour opérateurs télécoms).

Secteurs innovants : le géant américain Cisco Systems multiplie les formations en Algérie et en Egypte dans le domaine des technologies de l'information et de l'e-learning (Cisco Networking Academy). Smart Technologie, entreprise canadienne spécialisée dans l'industrie des tableaux blancs interactifs envisage de s'étendre en Algérie et de créer un centre de formation certifié Smart Technologie au sein du Cyber Parc en construction dans la ville de Sidi Abdellah.

Le Maroc, marché privilégié pour les grandes écoles françaises

Les liens historiques et la proximité culturelle lient les deux pays poussent les universités et écoles françaises à se développer au Maroc. Les Ecoles Supérieures de Commerce de Toulouse et de Lille y délivrent des masters et Euromed Management (Marseille) ouvre en 2009 un nouveau campus (Marrakech). Antennes marocaines d'Ecole d'ingénieurs françaises à Casablanca : l'Ecole des ingénieurs en génie des systèmes industriels (La Rochelle) ; l'Ecole supérieure d'informatique, électronique et automatique (Paris-Laval) ; et l'Epitech (Paris-Provence).

Sciences-Po Paris a choisi d'aider le Maroc à créer sur son modèle un Institut de Sciences Politiques à Rabat. La Chambre française de commerce et d'industrie du Maroc a également contribué à la création de l'Ecole française des affaires, qui forme des cadres dans le commerce, la gestion et le marketing. Quand au groupe Supinfo, il souhaite créer au Maroc 8 campus en 5 ans avec cycle préparatoire, ingénieur (double diplôme), masters, formation continue, etc.

D'autres partenariats encore: l'Ecole supérieure du commerce et des affaires au Maroc avec plusieurs écoles françaises dont Grenoble Ecole de Management (mastère en logistique) et Cegos (formation professionnelle) ; Sup de Co Marrakech avec les écoles Supérieures de Commerce de Toulouse et Grenoble.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✚ Ecole Pigier (www.pigier.com) ; Cisco Networking Academy (Cisco Systems)
- ✚ Réseau Méditerranéen des Ecoles d'Ingénieurs (RMEI) : rmei.info





Les métiers : blanchisserie industrielle ; location et entretien de vêtements professionnels ; restauration d'entreprise

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Forte demande pour la blanchisserie : traitement du linge plat pour l'hôtellerie, la restauration, et les hôpitaux (draps/serviettes, tabliers/blouses, etc.). Essor de la location de vêtements de travail pour tout type d'industries (traitements adaptés, vêtements sur-mesure).

⊕ Croissance du marché de la restauration collective (industries, administration) et du *catering* (approvisionnement en repas). Nombreux débouchés dans les entreprises, les établissements publics (santé, enseignement, armée), les aéroports, les collectivités.

Le positionnement Med actuel Obstacles & menaces

⊕ Filière Med sous-dimensionnée en dépit d'un marché potentiel important (boom des capacités hôtelières, progression du salariat et de la scolarisation, investissements industriels étrangers, modernisation des entreprises et services publics, du secteur de la santé). Forte demande pour la blanchisserie. Location de vêtements de travail quasi inexistante. Essor très progressif de la restauration collective (Turquie et Maroc).

Obstacles & menaces

⊕ Forte résilience des cadres collectifs (accords pause-déjeuner, etc.), poids des habitudes, défiance vis-à-vis de l'externalisation.

Marchés potentiels : hôtellerie et restauration ; entreprises et industries locales ; collectivités et administrations publiques.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Forte présence de clients potentiels pour ce type d'activités

⊕ Boom touristique (hôtels, restaurants), des industries locales (agroalimentaire, mécanique, automobile, pharmaceutique, etc.), des infrastructures de santé (hôpitaux, maisons de retraite, cliniques) ; multitudes d'entreprises étrangères.

Externaliser la blanchisserie industrielle

⊕ Les normes d'hygiène imposées à l'exportation plaident en faveur de l'externalisation. Main d'œuvre Med disponible, déjà formée aux métiers de la blanchisserie. Objectifs : structurer et industrialiser la filière localement ; assurer un entretien spécifique (linge hospitalier, vêtements professionnels).

Développer le marché de la restauration collective d'entreprise

⊕ En Turquie, les grands employeurs fournissent habituellement le repas ou des coupons-déjeuners. Les entreprises locales de restauration collective, souvent à des savoir-faire étrangers, se sont multipliées depuis la décennie 1980. Valeur du marché de la restauration collective d'entreprise en 2005: plus de 2,6 Mds de dollars, soit environ 30% du secteur HRI (Hotel, Restaurant & Institutional (HRI) food service).

Leaders-capacités (2005)
Sofra (Royaume-Uni) 165 000
Sodexho (France) 100 000
Sardunya (Danemark) 100 000
Doruk (Turquie) 80 000
Pamuk (Turquie) 50 000
Mis-Keyveni (Turquie) 40 000
USAS (Suisse-Turquie) 40 000
Seda (Turquie) 25 000
Emin (Turquie) 25 000





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Une offre de services *all-inclusive* embryonnaire

Des entreprises locales, spécialisées dans le *facility management*, incluent parfois les services de restauration et de blanchisserie parmi leurs prestations habituelles (nettoyage, gardiennage, etc.). En Jordanie, [Daoud & Partners](#) offre des services de gestion immobilière, de recrutement, de maintenance et de sécurité, mais aussi de restauration industrielle et d'équipements pour l'entretien du linge.

En Egypte, [Al Tajamouat](#) développe des unités complètes de restauration (préparation des aliments, cuisson et livraison) et des parcs industriels intégrés qui comprennent notamment des restaurants d'entreprise.

En Turquie, le géant danois [ISS](#) a multiplié les acquisitions afin de gagner des parts de marché rapidement. ISS a notamment acquis [Sardunya](#) en 2007, 3e prestataire turc de services de restauration collective.

Le groupe [Cossa Maroc](#), acteur majeur de la restauration collective dans le pays, réalise plus de 2 000 repas par jour et intervient désormais sur d'autres secteurs (nettoyage industriel et hospitalier ; sécurité, gardiennage et jardinage ; organisation d'événements).

CIS : une *success story* marseillaise

[CIS](#) (Catering International and Services), basée à Marseille, est un leader des services de restauration et d'intendance dans les zones difficiles d'accès. Son chiffre d'affaires est réalisé à 100% à l'export (grands groupes français et étrangers dans les secteurs du pétrole, du gaz, de l'industrie minière et du BTP). CIS se développe en Algérie où elle a acquis en 2006 75% de la société de *catering* Cieptal implantée dans le sud algérien, ainsi qu'en Libye.

Dynamisme du Maroc pour les services collectifs

Le pays offre un terrain propice aux services de restauration : plan étatique de développement du tourisme, croissance du trafic aérien, journée continue dans les services publics, exonérations sur les bons de restauration, etc. [Sodexo Maroc](#), filiale du groupe Sodexo, créée depuis plusieurs années, propose aux entreprises des bons d'achats à destination des employés valables dans de nombreuses enseignes d'alimentation.

Le groupe [Newrest](#), présent lui aussi à travers une filiale locale, développe l'intégralité de ses métiers sur le marché marocain : restauration collective, catering (restauration ferroviaire, aéroports) et *facility management*. Eurest Maroc, rebaptisé Newrest Maroc, a ainsi repris l'activité de restauration que tenait Rahal à l'aéroport Mohammed V à Casablanca ainsi que son pôle *catering*.

[Anett](#), une entreprise française spécialisée dans la location de linge et basée à Thouars (près de Nantes), a choisi le Maroc pour sa 1ère implantation hors-France. En partenariat avec 2 jeunes Marocains, Anett a acheté une blanchisserie industrielle à Casablanca afin de développer l'entretien du linge et la location de vêtements de travail, des secteurs d'activité encore sous-exploités au Maroc.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

Daoud & Partners (www.daoudco.com) ; AL Tajamouat (www.altajamouategypt.com) ; Cossa Maroc (www.cossamaroc.com) ; CIS (www.cis-catering.com) ; Sodexo Maroc (ma.sodexo.com/mafr) ; Newrest (www.newrest.eu) ; Anett (www.anett.fr).





Les métiers : producteurs de coton bio, fabricants de fibres bio et de tissus bio (filature, tissage, finissage), créateurs, fabricants et distributeurs de vêtements bio, spécialistes en certification bio

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Comme tout ce qui touche au corps (alimentation, cosmétiques), le textile est touché par la vague bio. Le coton bénéficie d'une attention particulière (respect de l'environnement, des conditions des travailleurs, etc.). Bio et équitable vont souvent de pair aux yeux des consommateurs, et les plus grandes marques et distributeurs suivent la tendance.

Le positionnement Med actuel

⊕ Selon Organic Exchange, la production mondiale de fibre bio atteignait 146 000 tonnes en 2008 (+152% en un an). Malgré des désajustements en 2009, la production bio pourrait franchir rapidement le seuil de 5-10% du total (contre 0,55% en 2008). La Syrie et la Turquie sont respectivement 2e et 3e producteurs mondiaux, et l'Egypte 9e.

⊕ La conversion au bio (fibres, tissage et travail à façon) d'une partie des capacités de production de la filière textile-habillement Med pourrait compenser les pertes de parts de marchés occasionnées par la libéralisation des importations textiles européennes (fin des quotas).

Menaces et obstacles

⊕ Rendements aléatoires dépendants de facteurs météo : pour satisfaire aux exigences des négociants (engagement sur des volumes stables), besoin de constituer de larges groupements de producteurs.

Marchés potentiels : Clientèle occidentale sensibilisée. Prêt-à-porter, vêtements pour enfant et bébé, linge (de maison, de bain, de lit).

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché potentiel immense

⊕ A mesure que les marques grand public, sportswear et *fast fashion* inclus, de même que la grande distribution, se convertissent au textile bio, c'est toute la filière qui bouge.

⊕ Un marché à conquérir : demande forte et identifiée de la part de consommateurs occidentaux. Le marché mondial des textiles coton bio pesait 3,2 milliards de dollars, contre un peu moins de 2 en 2007.

Une région forte de son industrie textile, mais dépendante économiquement, et fragile au plan environnemental et social

⊕ La culture conventionnelle du coton générerait entre un 1/4 et la moitié des insecticides-pesticides dispersés dans le sol de la planète, et requiert des quantités d'eau choquantes. Une meilleure valorisation économique du coton permettrait d'investir dans l'irrigation *high tech*.

⊕ Sa durabilité sociale et environnementale positionne le textile bio sur un segment moyen-haut de gamme, générateur de marges importantes, à condition de maîtriser la chaîne de valeur : culture, fabrication des tissus, travail à façon (teintures bio, etc.), marques et design Med.

⊕ L'existence de boucles de production-distribution Med courtes pour le *fast fashion* se conjugue mieux avec l'impératif "local" du bio que des importations, même "éthiques", en provenance d'Asie.

Principaux acheteurs au monde	
1. Wal-Mart (USA)	6. Anvil (USA)
2. C&A (Belgium)	7. Coop (Switzerland)
3. Nike (USA)	8. Pottery Barn (USA)
4. H&M (SE)	9. Greensource (USA)
5. Zara (Spain)	10. Hess Natur (Germ)





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

La commercialisation de textile bio en Europe : illustrations

Petites boutiques et grandes chaînes se mettent au coton bio, tandis qu'en amont la distribution des tissus et autres intrants s'organise. En France, certains marchands en ligne proposent des gammes de plus en plus complètes de tissus bio, dont beaucoup viennent de Turquie, au détail ou en gros (tissus-ecologiques.fr, biotissus.canalblog.com).

Certaines boutiques proposent du prêt-à-porter bio confectionné dans la région Med : Surikat à Nantes (Egypte et Tunisie) ou encore Amana à Londres (Atlas marocain). Monsieur Poulet propose des T-shirts et *sweats* confectionnés au Maroc dans un atelier-modèle, à partir de coton bio africain certifié par Max Havelaar. La déco finale est réalisée par un sérigraphe certifié Imprim'Vert du Sud de la France (recyclage des déchets, encres non toxiques, etc.).

Bayshore Concept fournit supports et services pour créer des petites séries grâce à son bureau artistique français et des centres de production intégrés en Syrie (et Inde).

Certains créateurs parviennent même à faire distribuer leurs produits par la grande distribution (stratégie bio des supermarchés Monoprix).

La Turquie, modèle de filière textile bio intégrée

Le pays est à ce jour le seul de la région Med à maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur avec certification à chaque étape. Izmir est devenue "capitale de la production du coton bio". C'est là que sont implantés production des tissus et confection. ParKo Textile et la JV turco-hollandaise Orimpex commercialisent par exemple des fils, tissus et vêtements à prix compétitifs, certifiés GOTS.

Vers un cluster textile bio Europe-Afrique-Méditerranée ?

Fin 2008, la région Bretagne annonçait un partenariat sur 3 ans avec l'Union économique et monétaire d'Afrique de l'ouest (UEMOA) visant à sécuriser des approvisionnements réguliers en coton bio équitable africain au bénéfice de l'industrie textile régionale (Armor Lux, Dolmen, Ekyog, etc.).

Pour commencer, 1.000 tonnes de coton du Mali et du Burkina Faso devaient ainsi être égrenées au Mali, tandis que le filage devait être partagé entre une usine du groupe Caulliez à Fes au Maroc et l'entreprise TDV de Laval. A terme ce sont 3.000t/an qui devraient être livrées.

Cinq mille cotonculteurs africains ont pu s'organiser en coopératives, acheter des outils et acquérir le savoir-faire nécessaire pour cultiver le coton bio. L'initiative gagnerait à être répliquée dans la région Med.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Surikat (surikatcompany.com); Monsieur Poulet (www.monsieurpoulet.com); Bayshore Concept (www.bayshoreconcept.fr), Amana (www.amanalondon.com)
- ✦ ParKo Textile (www.parkotex.com/fr); Orimpex (www.orimpex.nl)
- ✦ The "Institutional Development of Organic Agriculture in Syria" project (www.organicvrija.com)
- ✦ World Congress on Organic Cotton, Interlaken, Switzerland, September 21-25, 2009 (www.fashiontosustainability.org)
- ✦ Global Organic Textile Standard ([G.O.T.S.](http://G.O.T.S))





Les métiers : conception et production de fibres et tissus à usages industriels

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Planche de salut des industriels européens historiquement tournés vers l'habillement, les textiles techniques s'immiscent dans tous les domaines de l'industrie. Fibres de verre et composites, etc. se sont ajoutées à la palette des entrants de la filière, à côté des fibres naturelles. Matériau souple, ses propriétés et applications sont multiples : résistance à l'usure ou aux agressions chimiques ; performances mécaniques, thermiques ou électriques ; résistance à des tractions de plusieurs tonnes ; etc.

⊕ Utilisé aussi bien dans les procédés de fabrication qu'incorporé au produit fini, la demande de textile technique est large : agriculture, emballage, génie civil et bâtiment (y compris second œuvre), automobile, aéronautique ; équipements pour industries chimiques, agroalimentaires et minières ; etc.

Le positionnement Med actuel

⊕ L'industrie textile Med est presque exclusivement positionnée sur la confection pour l'habillement.

⊕ Menaces et obstacles : les industriels européens maintiennent à ce jour la production de textiles à haute valeur ajoutée en Europe.

Marchés potentiels : construction/bâtiment, (les géotextiles pour les terrassements) industrie, débouchés locaux ou export



La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché en pleine croissance

⊕ Au plan mondial : la consommation de textile technique dans le monde a fortement augmenté ces dernières années (65 Mds d'€ en 1995, 85 Mds d'€ en 2005, prévision de 100 Mds d'€ en 2010). Selon Clubtex, les débouchés industriels représentent en valeur 60% du marché mondial des textiles techniques (dont 26% pour les transports). Le BTP est le débouché qui croît le plus rapidement (dont les géotextiles pour les travaux de terrassement).

⊕ Au plan local : avec l'introduction de techniques de construction de pointe dans le BTP méditerranéen et le développement de clusters automobiles, aéronautiques, etc. au Sud, la demande Med de textile technique va croître rapidement.

L'industrie textile en quête de diversification

⊕ Activité à haute valeur ajoutée, le textile technique contribuerait à la diversification des débouchés pour la filière textile Med et réduirait sa trop grande dépendance envers la consommation européenne de prêt-à-porter (forte concurrence entre pays à bas coûts).

De nouveaux dispositifs de soutien

⊕ Les pays liés par l'Accord d'Agadir travaillent au développement du textile technique : lancement d'une Association Textile Agadir, élaboration d'un Plan Tissus Intelligents.

⊕ Création de clusters industrie-recherche : MFCPôle à Monastir, etc.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Confection de produits textiles pour automobiles à Tanger

Le groupe espagnol Antolin a installé en 2005 une usine au Maroc pour la fabrication de housses de siège et de revêtements de portes pour automobile. L'implantation sur la zone franche de Tanger a nécessité un investissement de l'ordre de 50 millions de dirhams (environ 4,5 millions d'euros). L'usine emploie une centaine de personnes et exporte ses produits principalement vers les marchés européens. Toujours à Tanger, l'entreprise portugaise Sunviauto a quant à elle investi 40 millions de dirhams (environ 3,6 millions d'euros) pour mettre en place une unité de production de coiffes de sièges de voitures – la production étant destinée au Portugal et à d'autres pays d'Europe.

Développer le Textile Technique en Méditerranée

L'initiative TexTech Med, menée dans le cadre du programme Invest in Med, vise à développer les marchés du textile technique en Méditerranée (offre Med, demande européenne) à travers l'organisation de rencontres "Research to Business" (projets collaboratifs de type R&D et innovation entre centres de ressources et de recherche, PME PMI et Start up), "Business to Business" (partenariats techniques et commerciaux, relations clients-fournisseurs) et "Business to Investment" (mise en relation d'acteurs industriels et financiers pour des opérations de Joint venture, et des financements de projets).

Pour + d'infos, contacter [European Business & Innovation Centre Network](#), leader de l'initiative.

Röder et Sofileta s'implantent en Turquie

Le fabricant allemand de stands et de préfabriqués a récemment installé son principal centre de production de tentes dans la ville de Düzce, à l'est d'Istanbul. Pour un investissement de 10 millions d'euros, l'entreprise souhaite orienter 90% de sa production à l'exportation, profitant de la proximité de la Turquie avec les marchés d'Europe de l'Est et du Moyen Orient. Röder estime cependant que le marché turc pourrait constituer une opportunité de marché en temps de crise.

L'entreprise française Sofileta, spécialisée dans la conception et la production de textiles techniques et fonctionnels innovants est également présente en Turquie.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Invest in Med (www.invest-in-med.eu)
- ✦ Antolin (www.grupoantolin.com), Sunviauto (www.sunviauto.pt)
- ✦ Röder Group / Röder Turquie (www.roder.com.tr)
- ✦ Sofileta (www.sofileta.com)
- ✦ Dialogue Euromed sur le Textile-Habillement : ec.europa.eu/enterprise/textile/euromed.htm
- ✦ Pôle de Compétitivité textile de Monastir/EL Fejja-la Manouba www.mfcpole.com.tn
- ✦ Euromed Textile (www.euromedtextile.com) & Clubtex (www.clubtex.com)





Les métiers : conception et production de fibres et tissus techniques ; tissus intelligents / *smart fabrics*
confection et assemblage

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Le textile technique pénètre tous les segments de l'habillement et de la protection des personnes (textiles médicaux, etc.). Au-delà des fibres polaires et du Gore-tex, l'invention constante de nouvelles fibres synthétiques (résistantes à la chaleur et aux flammes, anti-UV, antitache, infroissable, anti-acariens, anti-bactéries, etc.) alimente une révolution discrète de notre quotidien. Les fibres d'aramide servent ainsi pour les gilets pare-balles autant qu'à remplacer l'amiante comme isolant.

⊕ Outre ses applications industrielles, le textile technique permet de mieux protéger (vêtements professionnels, pompiers, forces de l'ordre) et soigner la personne (bandages, pansements, plâtres, lingettes, serviettes hygiéniques, vêtements de compression) mais aussi d'améliorer son confort quotidien et accroître ses performances sportives (combinaisons pour nageurs, etc.).

Le positionnement Med actuel

⊕ Peu d'innovation et de capacités de production hors Israël. Réticence des détenteurs de brevets à produire les fibres dans la région.

Marchés potentiels : marchés développés, commandes publiques (militaires, etc.), industrielles (vêtements de protection).

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché en pleine croissance

⊕ La consommation de textile technique dans le monde a fortement augmenté ces dernières années (65 Mds d'€ en 1995, 85 Mds d'€ en 2005, prévision de 100 Mds d'€ en 2010).

⊕ Selon Clubtex, l'habillement et la protection des personnes pesaient en valeur 40% du marché mondial des fibres techniques. Le marché du textile européen reste dominé par l'habillement (34%) et le linge de maison (27%).

Un savoir-faire certain dans la confection, un environnement propice à la production des fibres et des tissus

⊕ La région Med offre de grandes capacités disponibles pour la confection, et peut compter sur des circuits d'approvisionnement et de distribution bien établis depuis et vers l'Europe. C'est le business model retenu par l'israélien Tefron, qui fabrique en Israël et en Europe ses fibres et tissus, et confie la confection des vêtements à des usines jordaniennes, égyptiennes, turques, etc.

⊕ Le formidable essor de la pétrochimie dans les pays Med bien dotés en hydrocarbures, combiné au savoir-faire existant dans les filatures et le tissage (Egypte, Syrie, etc.) commence à attirer des fabricants de textiles à plus forte valeur ajoutée. En 2008 était ainsi annoncée à Suez une usine sino-égyptienne de tissu non-tissé, tandis que l'indien Birla Cellulose investissait 130 millions d'euros à Alexandrie pour une usine de fibranne-viscose destinée à l'Europe.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Le textile médical français à la conquête des pays Med

L'entreprise Thuasne, spécialisée dans le textile médical, a créé en 2007 une filiale en Algérie. Cette entité de petite taille répond à un marché spécifique : les vêtements de compression destinés aux grands brûlés. La filiale est chargée de la coupe et de la confection, le produit final étant vendu sur le marché algérien. En outre, l'entreprise vend du matériel orthopédique à des pharmacies et hôpitaux d'Algérie et du Maroc, via un réseau de distributeurs.

Pour le fabricant français de chaussures thérapeutiques Delcros, l'implantation dans la région Med s'est opérée il y a une dizaine d'années. Le choix s'est porté sur la Jordanie, dans le but d'accéder aux marchés du Moyen Orient. Le groupe y a lancé la production en série de modèles pour enfants, en installant un bureau puis un atelier de production qui emploie une dizaine de personnes. Les fournisseurs sont locaux (cuir, etc.), et les clients sont des pharmacies d'Arabie Saoudite, du Qatar, de la Libye, du Liban, et des Emirats Arabes Unis.

Le jordanien SPIC, spécialiste du textile non tissé

Specialized Industries Co (SPIC) fut le premier producteur de textile non tissé au Moyen Orient (l'entreprise étant alors dénommée Advanced Industries Co). Membre du groupe jordanien Nuqul Group, SPIC est spécialisé dans la production de couches pour bébé, serviettes hygiéniques, et autres applications médicales. Au total, près de 85% de la production est exportée vers le Moyen Orient, l'Asie et l'Europe.

Israël au cœur de l'innovation textile

Tefron, fabricant israélien de tissus techniques et de vêtements sans couture (lingerie, sport), fournit les plus grandes marques (Nike, Victoria's Secret, Calvin Klein, Reebok, etc.). Le groupe a lancé Sensil Bodyfresh, un fil contenant un agent anti-bactérien destiné à combattre les odeurs pour les vêtements de sport. Tefron a des usines en Israël, en Jordanie et en Egypte, mais aussi en Asie et aux Etats-Unis. Le groupe a par ailleurs formé en 2006 une JV avec un fabricant de chaussettes turc. Pour le PDG de Tefron, Yosef Shiran, la Turquie constitue un lieu privilégié entre l'Europe et l'Asie, avec à la clé, une réduction des coûts de transport et une plus grande accessibilité aux marchés.

Nilit est une autres *success story* israélienne. Le groupe fabrique des tissus synthétiques techniques et des fibres plastiques pour la lingerie, le sportswear, mais aussi pour l'automobile, la santé ou les produits de grande consommation.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Tefron (www.tefron.com) et Nilit (www.nilit.com), Thuasne (www.thuasne.com), Delcros (www.delcros.com), SPIC (www.spic-nonwovens.com)
- ✦ Association des entreprises du textile technique (www.dubtex.com)
- ✦ Dialogue Euromed sur le Textile-Habillement: ec.europa.eu/enterprise/textile/euromed.htm
- ✦ Cercle Euroméditerranéen des Dirigeants Textile-Habillement (CEDITH) (www.cedith.com)





Les métiers : Maquettes 3D, BIM (Building Information Modeling), animation 3D, prototypage virtuel, logiciels géospatiaux, etc.

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Le progrès rapide de l'économie numérique renouvelle en profondeur de nombreux métiers de la conception et de l'édition, depuis le monde de la publicité jusqu'à celui de l'innovation industrielle. La 3D se généralise en effet partout : jeux vidéo et cinéma, publicité, maquettes et prototypage, etc.

Le positionnement Med actuel

⊕ Grand dynamisme du secteur des services informatiques, mais la 3D reste marginale;

⊕ Contexte général de développement rapide de plateformes offshore prenant en charge des tâches standards simples (sous-traitance, saisie, développement simple, etc.), principalement tournées vers l'export, sans beaucoup d'interactions productives locales.

Menaces et obstacles

⊕ Hors technoparc, qualité parfois inégale des infrastructures IT;

⊕ Manque de formations professionnelles ciblées;

⊕ Clusterisation insuffisante (hors Israël) qui joue parfois contre l'implantation des activités de prototypage virtuel en particulier.

Marchés potentiels : Cabinets d'architecture et d'urbanisme, promoteurs immobiliers, sociétés d'ingénieries, CAO, prototypage virtuel, publicité, multimédia et jeux vidéo, cinéma, etc.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Quelques formations spécialisées (non exhaustif)

⊕ NET-INFO à Nabeul en Tunisie (www.netinfonabeul.com), Campus Ubisoft et école IHB de Casablanca (www.campusubisoft.m et www.ihb-art-media.com) département informatique de la Future University du Caire (www.futureuniversity.edu.eg) et de l'American University of Cairo (www.aucegypt.edu), Faculty of Information technology, The Princess Sumaya University for Technology (www.psut.edu.jo) à Amman, American University College of Technology à Beyrouth (www.aust.edu.lb) ou encore l'Université Saint-Esprit de Kaslik (www.usek.edu.lb) toujours au Liban, etc.

Des aides publiques pour former vos employés sur poste

⊕ Dispositifs d'incitation : des aides à l'embauche et/ou à la formation spécifiques au secteur des TIC existent dans plusieurs pays Med.

Des infrastructures de pointe permettant le télétravail

⊕ Bonne qualité des infrastructures TIC pour la plupart des grands pôles urbains MED et des clusters dédiés (Pôle Elgazala des Technologies de la Communication (www.elgazalacom.nat.tn, Tunisie), CasaNearshore (www.casanearshore.com). CyberParc Sidi Abdallah (www.anpt.dz, Alger), Pôle Technologique Berytech (www.berytch.org, Liban), SmartVillage Egypte (www.smart-villages.com).

⊕ Coûts d'accès variables selon les pays mais abordables dans l'ensemble.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Ubisoft Entertainment : jeux vidéo *made in Med*

Ubisoft a choisi dès la fin des années 1990 d'implanter au Maroc un de ses 22 studios de production. L'éditeur français est aujourd'hui en train de répliquer à Casablanca l'expérience de Montréal (Québec) où, grâce au soutien des autorités publiques et des universités locales, il a développé un des plus grands studios du monde. En 2007, le groupe a lancé un programme de recrutement de 150 nouveaux collaborateurs d'ici 2010, avec le soutien des autorités marocaines, et grâce au vivier fourni par le campus Ubisoft implanté sur place.

ESI Group : le virtuel au service de l'innovation industrielle

Éditeur de progiciels d'essais virtuels, ESI figure parmi les principaux acteurs mondiaux de la simulation numérique des prototypes et procédés de fabrication industriels. Ses logiciels et services liés visent à aider ses clients industriels à répondre à la nécessité d'innover plus vite et mieux, et aussi à moindre coût, par le développement virtuel.

ESI a annoncé courant 2009 son implantation en Tunisie, où il s'appuiera sur une jeune équipe d'ingénieurs de haut niveau, issus des meilleures institutions tunisiennes et encadrée par des experts français, en partenariat avec la société tunisienne Acoustica. Positionnée initialement dans la vibro-acoustique, cette société d'études et de conseils met en œuvre des projets de contrôle du bruit et d'activités de simulation numérique. Selon ESI, ce partenariat vise "à faciliter le recrutement d'ingénieurs expérimentés immédiatement opérationnels, et à bénéficier de la connaissance du marché et de l'expertise d'un acteur local afin de s'implanter dans un pays du bassin méditerranéen, et fournir des services haut de gamme à des prix très compétitifs."

Jeunes pousses locales : la créativité Med révélée

Quelques jeunes pousses locales se développent dans les pays Med, principalement tournées vers une clientèle locale, à l'image de [Pixel One Studio](#), start-up fondée par 2 trentenaires tunisiens Anis Mzali et Wassim Makni, à l'origine du personnage de Lakhdhar, rapidement devenu une icône de la publicité tunisienne. Le studio travaille aussi pour modéliser les projets des promoteurs immobiliers étrangers chargés de changer la face du Grand Tunis.

Voir aussi le succès de [SIGMA](#), studio implanté à Casablanca depuis 1989, qui, au travers de Sigmatoons, produit la série TV (animation 3D) Adam & Ramzy, dessin animé 100% *made in Morocco*, qui est diffusé en arabe sur la chaîne *Al Jazeera Children* à chaque Ramadan.

C'est aussi la Méditerranée et ses talents qui ont poussé Thomas Méduri à créer [Medto](#) à Casablanca, agence de design et graphisme 3D et 2D (rendus 3D de prototype, d'architecture intérieure, etc.).

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ E-3M : Rencontres d'Affaires TIC franco-maghrébines, + d'infos sur www.medinnov.com
- ✦ ESI group (www.esi-group.com) ; Ubisoft Entertainment (www.ubisoftgroup.com) et Campus Ubisoft de Casablanca (www.campusubisoft.ma)
- ✦ Pixel One Studio (www.pixelonestudio.com) ; Medto (medto.net) ; SIGMA Technologies (sigmatechno.com)





Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

TIC_ *Sécurité des systèmes d'information (SSI)*

Les métiers : intégrateur de solutions de sécurité, audit & conseil en sécurité des systèmes d'information et réseaux, maintenance et traitements curatifs (y compris à distance), mobile security solutions, etc.

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Avec la migration accélérée des outils et des données professionnelles vers le numérique, la sécurité des systèmes d'information de l'entreprise est devenue un enjeu vital.

⊕ La convergence numérique, le progrès de la mobilité (smartphones, PDA, mini-notebooks), la connexion généralisée au web des équipements domestiques et professionnels en réseau alimentent une forte croissance du marché mondial des équipements et solutions de sécurité des systèmes et des contenus.

Le positionnement Med actuel

⊕ La région Med en tant que débouché pour produits et services de sécurité informatique reste à ce jour marginale au sein d'un marché mondial de la SSI estimé à 13,5 milliards d'USD en 2008 (Gartner).

⊕ Cependant, la progression des taux d'équipement des entreprises, la multiplication des entreprises "connectées" et leur exposition croissante au risque numérique et à la cybercriminalité locale et internationale augure de perspectives attractives.

⊕ La production Med de solutions et de services de sécurité devrait croître avec les progrès de l'offre locale de services informatiques.

Marchés potentiels : offshore (développement, maintenance à distance) et local (grandes entreprises, administrations e-gov, secteur financier).

Débouché local  Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché mondial immense, une offre offshore MED limitée

⊕ Selon le cabinet Gartner, les dépenses mondiales en SSI devraient augmenter de 4% en 2010, en dépit de la contraction générale des budgets informatiques. La demande en services de sécurité informatique devrait croître plus fortement que la demande en logiciels (+3%).

⊕ L'intégration de solutions de sécurité par des informaticiens Med et des prestations d'audit et de maintenance à distance pour des clients européens se développent rapidement (France-Maghreb surtout).

Un marché local en plein essor, porté entre autres par des initiatives publiques

⊕ Nombreux programmes publics en faveur de l'équipement informatique des PME, de l'accès de tous à l'internet et de la sécurité informatique (cf CyberSecurity Initiative 2007-9 en Egypte), ce qui élargit d'autant le marché. Les marchés liés aux programmes de e-government (Jordanie, l'Egypte, la Tunisie, le Maroc, etc.) sont importants *per se*. En Tunisie, l'obligation faite (Loi N°5-2004 et décrets associés) aux administrations publiques et sociétés privées sensibles de faire réaliser par des prestataires tunisiens certifiés un audit de sécurité informatique annuel a créé un vrai appel d'air.

⊕ Les grands fournisseurs d'équipements et logiciels disposent en Méditerranée d'un nombre croissant de distributeurs, installateurs et intégrateurs, voire s'implantent en direct (Stonesoft en Tunisie). L'offre locale de services (voir [Star Ware Network Security](#) en Egypte) reste malgré tout lacunaire, justifiant l'implantation de spécialistes étrangers.



ANIMA Investment Network
Ensemble pour une Méditerranée compétitive

pour le programme

INVEST
in med



Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

TIC_ *Sécurité des systèmes d'information (SSI)*

Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Des talents Med qui séduisent : un aperçu

En 2008, SEGULA Technologies acquiert Mapsys, bien positionnée auprès des grands comptes hexagonaux de la finance, et qui possède une filiale en Tunisie, [IGM](#). Dirigée par des ingénieurs issus des grandes écoles françaises, IGM offre aujourd'hui, entre autres, des prestations offshore et locales en SSI : mise en place de solutions logicielles Open Source, audit certifié, formation et conseil.

L'Algérie était un marché sous-investi jusqu'à l'arrivée de prestataires tels qu'UNI-DEES, une SSII basée à Paris et à Nîmes, qui a créé à Alger une filiale, [UNIDEES Algérie](#) afin de développer notamment une activité de formation et de certification, sur des sujets tels que la SSI. En Syrie, le fer de lance du secteur est le groupe [Platinum](#) qui, avec ses 35 développeurs et ingénieurs, a su développer des produits et services de pointe, ainsi que des formations, en SSI, et ainsi remporter de grands contrats, notamment publics.

Mais c'est Israël qui offre la plus vaste étendue de talents en sécurité informatique de toute la région. Certains de ses produits sont mondialement connus du grand public, tel le logiciel de contrôle parental PureSight. Le gouvernement soutient l'essor d'un cluster dédié, en subventionnant notamment le groupement d'entreprise [I Safe group](#), qui réunit des fournisseurs d'équipements et services très complémentaires. I Safe Group représente ses membres sur les grands salons internationaux, et fait la promotion de son offre intégrée sur le web.

Salons Med-IT : une occasion de sensibiliser les professionnels du Maghreb à la cause de la sécurité informatique

L'agence de communication marseillaise [XCOM](#) organise avec le soutien du programme Invest in Med des salons consacrées aux technologies de l'information et de la communication au Maghreb. Le salon Med-IT d'Alger de mai 2009 offrait ainsi deux journées de formation gratuite sur le thème de la sécurité des systèmes d'information. Les salons Med-IT de Casablanca en novembre 2009 et Tunis en décembre proposeront également des conférences pour experts et des formations sur ce thème, une occasion à ne pas rater!

L'offre locale en sécurité informatique : le cas du Maroc

Dans un marché encore jeune, les distributeurs de hardware (serveurs, etc.) et les prestataires de services se multiplient, depuis les grands cabinets comme [Deloitte](#) qui étoffent leur offre en SSI, jusqu'à la petite SSII marocaine [Axeli](#) à Temara.

Début 2004, [Mitre Group International \(MGI\)](#), cabinet new-yorkais spécialisé dans le conseil en sécurité des systèmes d'information choisit le Maroc pour sa 1^{ère} implantation à l'étranger, et crée une filiale à Rabat. Objectif, selon Rachid Yahya, en charge de la succursale marocaine : "se positionner sur le marché local et régional", avec l'expertise de NY prête à être mobilisée.

Pour le finlandais [Stonesoft](#), référence mondiale dans les solutions logicielles de sécurité-réseau, c'est par son bureau tunisien créé en 2003 que le marché marocain est couvert.

Symantec, un des géants du secteur, indiquait par la bouche de Stéphane Gailard, Regional Manager, Afrique du Nord, en juin 2009 que son top management envisageait d'ouvrir une antenne à Casablanca, "pour être plus proche des clients".

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Agence Nationale de la Sécurité Informatique (Tunisie) www.ansi.tn
- ✦ Official Jordan E-Government portal (www.jordan.gov.jo)
- ✦ Dr. Sherif Hashem, [Towards an Egyptian Framework for CyberSecurity](#), communication pour le ITU Regional Cybersecurity Forum for Africa and Arab States, Tunis, (juin 2009) www.itu.int
- ✦ Salon MED-IT, Casablanca (3-5 novembre 2009) et Tunis (9-10 décembre 2009) www.med-it.com



Programme cofinancé par l'Union Européenne



Date : 16/09/2009 - Production & Validation P. HENRY, ANIMA



Les métiers : web design & développement d'applications web, maintenance, référencement/ positionnement, intégration de solutions Open source.

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Avoir sa propre vitrine sur le web est en passe de devenir indispensable pour les individus, les associations, les institutions publiques comme les entreprises. Le marché de la création de sites internet et du développement d'applications web, de la simple page perso au site marchand le plus complexe, explose au Nord, tandis que le Sud suit la tendance à mesure que pénétration et infrastructures progressent.

⊕ 90% de tous les sites web dans le monde souffrent d'un manque voire d'une absence totale de maintenance une fois mis en ligne.

Le positionnement Med actuel

⊕ Grand dynamisme du secteur des services informatiques, développement rapide de plateformes offshore prenant en charge des tâches standards simples (saisie, développement simple, etc.).

Menaces et obstacles

⊕ Marché local encore limité, manque d'offre intégrée (graphisme, ergonomie, etc.), besoin d'une présence commerciale de proximité avec le client pour projets complexes (cahier des charges fin).

Marchés potentiels : customisation de sites *low cost* standards pour particuliers et PME, sous-traitance pour le développement d'applications web complexes, maintenance, marchés européens et Golfe

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

La personnalisation de packages standards, segment promoteur locallement, et porteur à l'export

⊕ Beaucoup d'agences de web design subissent la concurrence de packages standardisés (low cost web design), qui incluent ou non des prestations de personnalisation. Des outils gratuits ont aussi commencé à faire leur apparition (Google Sites), de même que des logiciels libres (Joomla, Oscommerce, Typo3), qui remplacent (pour des projets simples et des utilisateurs débrouillards) ou peuvent servir de base à l'intervention d'un professionnel. La demande de customisation de ces solutions standards devrait générer une offre de prestations réalisées dans des pays à bas coûts [cf prestations Open Source par Artifex et SODIFRANCE (Tunisie), Elmotaheda et Egy Me (Egypte), kdconcept (Algérie), etc].

La Méditerranée, une offre nearshore en plein essor

⊕ Les gouvernements Med ont décidé d'investir massivement dans les TIC, encourageant la création de filières de formations et de technoparcs dédiés, avec incitations fiscales et autres à la clef.

⊕ La croissance rapide de la demande locale et la fragmentation de l'offre locale peuvent apporter relais de croissance et diversification des revenus pour une implantation offshore d'agence étrangère.

⊕ Selon le classement annuel des meilleurs sites d'externalisation de services réalisé par le cabinet Tholons, le Caire occupait le 7e rang mondial en 2008. D'autres sites Med progressent rapidement.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

De nombreux talents *Made in Med*

Tous les pays Med comptent des agences web très capables aux plans techniques et graphiques, même dans des pays encore peu visibles sur ce marché.

En Syrie par exemple, Business Optimization Consultants (www.bocme.com), a été créé dès 1994, et compte aujourd'hui une agence à Damas et une autre à Alep. En Algérie, l'agence BSA Développement offre des prestations graphiques remarquable. Voir le florilège (non exhaustif) d'agences dans l'encadré "Pour aller plus loin" ci-contre.

EBiz Production, la Méditerranée comme base de production et comme marché

L'agence web française a dès ses origines intégré dans son business model une dimension méditerranéenne (production et débouchés). Créée en 1998 à Marseille, EBizproduction s'est immédiatement appuyée sur internet pour préparer son implantation au Liban, faire de la prospection et recruter ses collaborateurs. En 2004, 9 salariés sur les 11 que comptaient alors la société travaillent au studio de production web d'EBizproduction à Berytech (technoparc de Beyrouth), au sein du campus de l'Ecole Supérieure des Ingénieurs de Beyrouth (ESIB), qui réalise 70% de la production.

Aujourd'hui, l'agence compte des clients dans 7 pays du bassin méditerranéen, servis pas des équipes commerciales implantées à Marseille et Beyrouth, et un réseau de partenaires complémentaires en France, au Liban, en Tunisie et en Jordanie. Pour se faire connaître, EBizproduction a adopté une stratégie efficace et bon marché reposant sur la création des portails First Mediterranean (First Liban, Jordanie, Maroc, Tunisie, Provence Alpes Côte d'azur, Egypte, Emirats Arabes Unis et le site mère First Mediterranean). Au Liban, la création dès 1998 de ce portail local en français et en anglais consacré aux affaires et au tourisme, et sur lequel de nombreux acteurs locaux ont voulu figurer, a permis de nouer des contacts avec plus de 3.000 entreprises en un an.

Open Web Lab : l'union fait la force!

Autoproclamé "open web laboratory", OWL est la réunion de talents dispersés à Beyrouth, Paris, Londres et NY. Leurs spécialités : visual branding, web design et marketing internet.

L'hébergement et les services administratifs sont à Londres, le développement est réalisé à Beyrouth, tandis que le design est pris en charge au Liban, en France, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. La production est multilingue (français, anglais et arabe, italien, espagnol, portugais et allemand), au bénéfice de clients du monde arabe, d'Europe et d'Amérique.

Parmi leurs références on trouve le Magazine Vogue, de grands journaux libanais, des ONG, des sites d'artistes, de fédérations professionnelles, etc. [voir openweblab.com]

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

✦ Quelques agences "créatives" : Amman (www.dukahneh.com), Beyrouth (www.cre8mania.com), Egypte (www.graphiccano.com, www.vadep.com.net, www.egyptwebsolutions.com et www.clicknet-eg.com), Maroc (naforp-maroc.numericarts.com), Algérie (BSA www.agence-web-algerie.com et www.agence84.com), etc...

✦ Intégration de solutions Open Source : www.artifexsoft.net (Tunisie), Egypte (www.elmotaheda.com et www.egyme.com), Liban (www.ebizproduction.com), Algérie (www.kdconcept.net), etc.

✦ Outils gratuits / open Source : Google sites (sites.google.com), Joomla (www.joomla.org)

✦ Top 50 Global Emerging Cities, Tholons (www.tholons.com)





Les métiers : agences , écotourisme sportif, agricole, culturel, écocuide, écolodge, écotourisme, formation-conseil-ingénierie, etc.

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ L'écotourisme, forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien être des populations locales, répond à une demande croissante bien qu'encore minoritaire d'authenticité, de découverte et de rencontre.

Le positionnement Med actuel

⊕ La croissance du tourisme balnéaire et de croisières, des voyages culturels (Istanbul, les pyramides, les souks de Marrakech, etc.) a fait du secteur une source vitale de devises et d'emplois. L'accroissement infini des capacités d'accueil du seul tourisme balnéaire estival de masse (plan Azur du Maroc, ambitions de la Turquie, de l'Egypte, de la Tunisie, de la Jordanie et celles, plus nouvelles, de l'Algérie, la Libye ou la Syrie) risque d'aboutir à la saturation d'une offre *low cost*, impersonnelle, et à une dégradation de la nature (corail de la Mer rouge).

⊕ Développer de nouvelles niches, arriver à un meilleur partage de la valeur ajoutée en nouant de véritables partenariats locaux, et imposer un mode de développement plus intégré (environnement, insertion dans le tissu économique et social local).

Menaces et obstacles

⊕ Manque de sensibilisation des gouvernements qui élaborent les projets touristiques nationaux, manque de moyens des collectivités locales, certification, financement, titres fonciers.

Marchés potentiels : Clientèle occidentale sensibilisée

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché de niche mais avec des retombées locales importantes

⊕ L'écotourisme représenterait entre 3 à 7% du marché mondial du tourisme (20% selon la définition la plus large) et constitue le segment de marché ayant enregistré le plus fort taux de croissance sur 2003-08.

⊕ L'enjeu : faire de l'écotourisme un axe à part entière des stratégies nationales de développement touristique, et non un appendice de la politique environnementale (Egypte), souvent un parent pauvre des priorités gouvernementales. Au Maroc, les investissements dans le tourisme rural figurent parmi les priorités de la Vision 2010 du gouvernement pour le tourisme (cf [portail promotionnel dédié](#)).

La Méditerranée, un patrimoine en partage

⊕ L'écotourisme veut préserver et partager patrimoines naturels et culturels et non bouleverser paysages et sociétés locales pour faire place au touriste. Multiplication des zones protégées et réserves naturelles MED : l'Egypte compte 23 zones protégées couvrant presque 100.000 km², soit 9% de la superficie du pays. Ces zones protégées restent pourtant menacées : beaucoup de projets se donnent des faux semblants "durables", tel le mégaprojet à 22 milliards d'euros du promoteur Preatoni dans le nord-ouest tunisien, région protégée parmi les 13 sites méditerranéens distingués par le WWF.

⊕ Outil de développement des zones rurales, montagneuses et désertiques : écotourisme rural, [villages berbères](#), tentes bédouines en [Egypte](#) et en Jordanie ([Petra](#), Wadi Rum). Manque d'écoguides locaux et de solutions de financement de micro-projets ruraux : l'aide internationale au développement et le micro-crédit sont souvent les seuls recours.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Les cèdres du Liban et les joies de la randonnée

[Joseph Karam](#) est à l'origine de la création du Sentier de la Montagne Libanaise ([LMT](#)), qui s'inspire du sentier des Appalaches, randonnée mythique reliant le Maine à la Géorgie. Le LMT, aménagé entre 2006 et 2008 avec le soutien de l'USAID et des collectivités locales, court sur 400 km découpés en 26 circuits permettant de découvrir 75 villages. Des gîtes ont été restaurés et des guides locaux formés, tandis que l'ONG Lebanon Mountain Trail Association était fondée pour gérer le sentier. Le LMT traverse notamment la réserve de Chouf, classée réserve de la biosphère par l'UNESCO, dont les cèdres millénaires attirent entre 20 et 30 000 visiteurs chaque année, libanais surtout.

Le projet Ecotourisme de Fayoum en Egypte

La dépression géologique de Fayoum, à 90 km au sud-ouest du Caire, est restée ignorée des touristes jusqu'à ce qu'une étude réalisée en 2000 signale un grand potentiel pour le développement de projets éco touristiques avec ses lacs, ses oiseaux et ses formations géologiques uniques. Le [Fayoum Ecotourism Project](#) propose aujourd'hui des guides de randonnée, des ecoguides pour observer les oiseaux et des ateliers de poterie traditionnelle à Nazla.

Construction d'écologdes : exemples à suivre

L'essor de l'écoconstruction en Nouvelle Calédonie a conduit à la création d'[Écologde](#), concepteur de structures modulaires (bungalows) eco-compatibles, livrables en kit. Une idée qui pourrait avoir un avenir dans la région Med, qui présente par ailleurs quelques modèles d'écologdes autochtones primées : le magazine [National Geographic](#) sacrait ainsi en 2009 la Feynan Eco Lodge en Jordanie comme 1 des 10 meilleures au monde pour la catégorie déserts, jungles, montagnes et savanes.

Maroc pour un Tourisme Responsable et écotourisme tunisien

Le programme Maroc pour un Tourisme Responsable veut introduire de la durabilité dans les activités touristiques "en assurant la préservation des atouts différenciateurs du Maroc : sa nature, ses populations et ses valeurs, et sa culture et ses traditions". Les Trophées Maroc du Tourisme Responsable distinguent ainsi chaque année des projets exemplaires. Parmi les lauréats 2008, le projet [Ouednoujoum](#). Aujourd'hui le pays est un des pays Med où l'offre écotouristique est la plus développée et la plus visible. Le site français [Voyagespourlaplanete.com](#) guide de voyages en ligne spécialisé écotourisme, propose ainsi [10 séjours au Maroc](#), contre un seul pour l'Egypte et la Tunisie. L'agence [Terres Nomades](#) de Marrakech propose ainsi des randonnées et finance des projets de développement ruraux dans la vallée de l'Anergui (Atlas).

La Tunisie vient quant à elle de se doter d'une stratégie qui prévoit l'équipement et la promotion de 6 circuits principaux, dont la route de l'eau de Zaghouan jusqu'à Carthage (travaux lancés dès 2007).

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ ["Eco-Tourism with Social Dimension. An overview of the Egyptian context: Presentation of Ecotourism Fayoum project"](#), North South Consultants Exchange, G. Rizza, 2007
- ✦ Association Marocaine pour l'Ecotourisme et la Protection de la Nature [www.amepn.fr.od](#)
- ✦ European Tourism Association: [sustainable tourism web ressources](#)
- ✦ [Tunisie: Etude stratégique sur le développement de l'écotourisme](#), juin 2009
- ✦ International Ecotourism Society: [www.ecotourism.org](#)





Les métiers : agences et intermédiaires professionnels spécialisés dans l'organisation d'événements privés et professionnels

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

✦ Le recours à des professionnels pour l'organisation d'événements privés (mariage, anniversaire, réception, fête religieuse, etc.) est une pratique qui tend à se démocratiser. Disposant d'un savoir-faire touristique reconnu, d'une structure de coûts compétitive et d'infrastructures disponibles hors-saison, la région Med représente un nouveau débouché pour la gestion événementielle privée, mais aussi professionnelle (congrès, séminaires, *team building*, etc.).

Le positionnement Med actuel

✦ La croissance exponentielle du tourisme balnéaire représente pour les pays Med une source vitale de devises et d'emplois. Ces activités sont cependant marquées par une forte saisonnalité, les performances touristiques hors-saison restant très inférieures à leur potentiel ;

✦ Une offre événementielle privée sur ces sites de bord de mer permettrait d'accroître la rentabilité des infrastructures existantes et de fidéliser les personnels qualifiés (emploi permanent).

✦ Obstacles : attrait limité de stations balnéaires sans enracinement urbain/vie culturelle pendant la période creuse ; infrastructures parfois inadéquates pour ce type de tourisme ; mobilisation nécessaire de prestataires connexes (restauration, animation).

Marchés potentiels : Clientèle étrangère privée surtout, *team building* pour entreprises.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Des infrastructures disponibles en basse saison

✦ De grandes capacités d'accueil : futures stations balnéaires marocaines, sites balnéaires tunisiens, *resorts* égyptiens (méditerranéens et Mer Rouge), Aqaba en Jordanie, Eilat en Israël, et les *resorts* méditerranéens turcs ;

✦ Des prix compétitifs ; une météo clémente toute l'année ; une grande proximité géographique, linguistique et culturelle combinée à de bonnes dessertes depuis l'Europe.

Un tourisme à double détente

✦ Un produit d'appel avec d'importantes retombées : fidélisation (participant à un séminaire d'entreprise qui revient dans le même hôtel avec sa famille), pérennisation des activités connexes (restauration, animations, divertissement, commerces) ;

✦ Un marché potentiel immense : à titre d'exemple, le marché du mariage représentait en France en 2004 près de 265 000 mariages, soit 25 millions de convives, et un chiffre d'affaires de plus de 5 milliards d'euros (liste de mariage et organisation de la réception, étude Xerfi, janvier 2005), soit environ 19 000 euros par mariage.

Une diversification de l'offre touristique appuyée par les autorités

✦ Face à la réduction de la durée moyenne de séjour des touristes et à la baisse des taux d'occupation, la stratégie du gouvernement tunisien s'oriente par exemple vers une diversification de l'offre.



ANIMA Investment Network

Ensemble pour une Méditerranée compétitive

pour le programme

INVEST
in med



Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Fêtes privées : destination Tunisie avec Insolita Agency

Depuis la France, l'agence Insolita Agency, installée à Paris, organise en Tunisie divers événements privés (mariages, anniversaires de mariage, barmitzva, soirées privées...).

Il s'agit à la fois d'offrir un service de qualité, personnalisé, et de faire découvrir la Tunisie autrement. A l'aide de partenaires en Tunisie, l'agence organise par exemple un mariage sur mesure (dans une villa, sur la plage, dans le désert, etc.).

L'étape suivante pourrait être d'industrialiser la filière en proposant des packages standard et à bas prix en partenariat avec des sociétés de transport (vol charter pour les invités), et les hôteliers, restaurateurs et animateurs locaux.

Une offre locale pour événements privés et professionnels

L'offre existe également sur le plan local.

Les entreprises Egypt Event et Eventers, toutes deux basées au Caire, sont spécialisées dans la gestion et l'organisation d'événements professionnels et privés en Egypte : rencontres d'affaires, conférences, cérémonies, expositions mais aussi mariages, concerts et anniversaires.

En Tunisie, la société Voyages Aventures, basée à Nabeul propose d'organiser séminaires, événements, réunions, ou encore des team-building, comme par exemple des chasses au trésor en équipe à Sidi Bou Saïd, dans la médina de Tunis, Hammamet, Djerba ou Tozeur.

Wedding planner à Marrakech

Certains entrepreneurs se sont installés dans le pays-hôte des événements. Marrakech-Bubbles est une agence de *wedding planners* fondée par Séverine de Freycinet à Marrakech. L'agence a pour but de faciliter la conception et l'organisation de mariages au Maroc (préparer le mariage, contacter les prestataires, conseiller les futurs mariés, organiser la réception, etc.).

Une autre société basée elle aussi à Marrakech, Instants Magiques, propose le même type de service.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ *La filière tourisme dans les pays méditerranéens*, étude ANIMA n°17 : téléchargeable gratuitement sur www.anima.coop
- ✦ Meditour, forum méditerranéen du Tourisme organisé par les Chambres de Commerce méditerranéennes (www.ascame.org)
- ✦ Insolita Agency (www.perfectdays.fr)
- ✦ Marrakech-Bubbles (www.marrakech-bubbles.com)
- ✦ Instants magiques (www.instantsmagiques-marrakech.com)
- ✦ Egypt Event (www.egyptevent.com)
- ✦ Eventers (www.eventers-eg.com)





Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Tourisme_ *Organisation de séjours médicaux*

Les métiers : agences de voyages et professionnels chargés de l'organisation du séjour médical (accueil de patients étrangers, prise en charge des soins, organisation logistique).

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ La Méditerranée se trouve à proximité de 2 zones de chalandise complémentaires : l'Europe et ses systèmes d'assurance-maladie publics saturés (listes d'attente), qui se désengagent de certains soins coûteux (voire poussent ouvertement, comme certaines assurances-employeurs aux Etats-Unis, au tourisme médical) et répondent mal à une demande croissante de soins de confort ; l'Afrique et le monde arabe, et leurs patients en quête de soins vitaux non disponibles chez eux, et privés d'accès aux hôpitaux européens.

Le positionnement Med actuel

⊕ Filière en cours de structuration, à la suite des pionniers jordaniens, turcs et tunisiens. Esquisse de spécialisation : traitement de la fertilité (FIV, etc.), cardiologie, orthopédie et arthroplastie, oncologie, chirurgie oculaire (Jordanie, Turquie, Israël) ; spa/ thalasso en Tunisie, Turquie et Jordanie-Israël (Mer Morte), soins dentaires en Turquie et en Israël, chirurgie esthétique partout.

Obstacles et menaces

⊕ Manque d'intermédiaires dignes de confiance, capables de faire interface entre clientèle étrangère et prestataires locaux qualifiés.
⊕ Contrôle qualité (accréditations internationales), responsabilité du prestataire étranger et de son assureur pour les complications post-opératoires non couvertes par l'assurance-maladie du pays d'origine.

Marchés potentiels : Occidentaux (soins de confort/ pressés/coûteux: 750.000 patients américains en 2007, 6m en 2010 et 10m d'ici 2012, Deloitte 2007), Algérie-Libye-Golfe & Afrique (soins lourds).

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Des infrastructures de pointe et un personnel qualifié

⊕ Prestations compétitives (30-50% moins cher qu'en Europe, jusqu'à 1/4 seulement des coûts pratiqués aux Etats-Unis) ; main d'œuvre hautement qualifiée (praticiens formés dans des universités occidentales) ; infrastructures et équipements récents ; proximité géographique et linguistique.

Quelques établissements réputés (non exhaustif), qui gagneraient à organiser eux-mêmes l'offre

⊕ En Jordanie, l'hôpital public King Hussein Cancer Centre ; en Tunisie, projet d'un complexe santé à Gabès, et cliniques situées dans la région de Tunis (El Amen, La Marsa, La Soukra, Saint-Augustin, Taoufik, El Menzah, Avicenne, El Manar et Alyssa) ; au Maroc, les centres d'oncologie de Casablanca (Le Littoral) et de Rabat (Al Azhar) ; au Liban, à Beyrouth (l'Hôtel-Dieu de France, Trad hospital & Medical Center, Sahel General Hospital), etc.

⊕ De plus en plus d'établissements Med, certifiés aux normes internationales, figurent dans la *shortlist* des prescripteurs. Le groupe américain Healthbase a ainsi ajouté en juillet 2009 certains établissements jordaniens à sa base de partenaires, jusqu'alors plutôt formée de cliniques asiatiques ou latines.

Des mesures étatiques pour développer la filière

⊕ Guichets *ad hoc* pour les visas médicaux, formalités d'entrée dans le pays simplifiées (cf file spéciale à l'aéroport d'Amman), financement public de campagnes de promotion à l'étranger, etc.

⊕ Les gouvernements font le pari que l'amélioration de l'offre locale de soins devrait à terme bénéficier aux patients du pays, malgré des risques d'évictions à court terme. Même la Libye a dévoilé en 2009 son intention de suivre cette piste.



ANIMA Investment Network
Ensemble pour une Méditerranée compétitive

pour le programme

INVEST
in med



Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Ypsée : le tourisme médical à la française

Fondée par Sébastien Valverde et Moezz Sedkaoui en 2007, l'entreprise Ypsée joue un rôle d'accompagnateur, d'intermédiaire entre les patients français et les prestataires du Maghreb (chirurgie esthétique essentiellement).

L'intermédiation consiste à sélectionner les cliniques et les chirurgiens, organiser les mises en relations (possibilité d'établir des devis avec différents prestataires), ainsi que gérer l'accueil sur place et la logistique (transport, hébergement).

Le Liban rêve de s'imposer comme "hôpital du Moyen-Orient"

Le tourisme médical au Liban est considéré comme un des piliers de l'économie du pays. Image Concept, basée à Dubaï, mise aujourd'hui sur ce segment de marché.

Première entreprise spécialisée dans le tourisme esthétique au Liban, elle travaille étroitement avec l'hôpital HIMC, spécialisé dans les opérations de chirurgie esthétique, et avec l'agence de voyages libanaise Nakhla Tours.

Pour Zeina El Haj, fondatrice d'Image Concept *"c'est un véritable concept novateur et le premier de son genre dans la région. Il combine deux secteurs reconnus et renommés de l'économie libanaise, le secteur médical et l'industrie du tourisme, lesquels ont acquis une solide réputation à travers le monde. En combinant ces deux aspects, nous aidons les touristes qui recherchent des soins médicaux au Liban à satisfaire leurs besoins en toute confidentialité"*.

Quelques pionniers tunisiens

Plusieurs agences basées en Tunisie s'adressent à chaque segment du marché. Cosmetica Travel, branche tourisme médical de l'agence Siroko Travel, tout comme Estetika Tour, proposent des packs *all inclusive* pour la chirurgie esthétique comprenant séjour, intervention et convalescence, dans des hébergements luxueux et à des tarifs compétitifs.

Apollo HCA et le SMEDI ciblent quant à elles les patients d'Afrique subsaharienne pour des traitements lourds. Apollo HCA a conclu des conventions avec des caisses d'assurance-maladie et des mutuelles au Mali, au Bénin, au Sénégal, en Côte d'Ivoire et en Mauritanie. Le SMEDI a de son côté ouvert une antenne à N'Djamena, au Tchad.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Centre des Liaisons Européennes et Internationales de Sécurité Sociale : www.cleiss.fr
- ✦ Agences citées : Ypsée (www.ypsee.com), Cosmetica Travel : (www.cosmeticatour.com), Estetika Tour : (www.estetikatour.com)
- ✦ Une étude Banque Mondiale sur les échanges internationaux de services de santé (en anglais, 2005, disponible en ligne) : [Does Health Insurance Impede Trade in Health Care Services?](#), by Aaditya Mattoo and Randeep Rathindran, WPS3667
- ✦ Deloitte, juillet 2008 (en anglais) : [Medical Tourism: Consumers in Search of Value](#)
- ✦ The [Joint Commission International](#) (Accréditation internationale)





Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Voyages culturels_ *Tourisme cinématographique*

Les métiers : agences de voyages ; hôtellerie et restauration ; production / réalisation de films et services connexes

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Les lieux de tournage et les studios où sont réalisés les grands succès du box office mondial ou bien les séries régionales populaires, ainsi que les parcs à thème liés à la culture cinématographique qui se multiplient dans le monde, deviennent des destinations prisées des touristes internationaux. Les lieux de production cinématographique, mais aussi les villes et régions mises à l'honneur sur le grand écran, attirent de nombreux visiteurs nationaux et étrangers.

Le positionnement Med actuel

- ⊕ Outre les villes américaines et les différentes capitales européennes, c'est au tour des pays Med de multiplier les sites de production cinématographique, avec à la clé du chiffre d'affaire pour les prestataires locaux et de la publicité gratuite pour le pays (arrivées internationales).
- ⊕ Dans les pays Med, la richesse des paysages naturels se conjugue à des coûts de production moins élevés qu'en Europe.

Défis posés aux pays Med

- ⊕ Sur un marché très concurrentiel, nécessité de promouvoir les sites Med auprès des producteurs et réalisateurs sous forme de guides présentant les avantages économiques et fiscaux, etc.

Marchés potentiels : Clientèle étrangère essentiellement, fans de grands succès du box office international ou de séries populaires régionales.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Les pays Med sur le devant de la scène

⊕ Des paysages désormais célèbres : en Tunisie, Matmata et Oung Jemel (*Guerre des Etoiles*), Chott el Jerid et El Mahdia (*Le Patient Anglais*) ; en Jordanie, Petra (*Indiana Jones et la Dernière Croisade*), Wadi Rum (*Lawrence d'Arabie*) ; en Egypte, Karnak et Abou Simbel (*Mort sur le Nil*).

⊕ Des sites de production : les studios Atlas de Ouarzazate (*Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre*) ; *A la poursuite du diamant vert* ; *Gladiators* ; entre autres) ; les studios Misr du Caire.

Une diversité de l'offre culturelle soutenue par les autorités

⊕ Atouts : utiliser une main d'œuvre locale et diversifier le secteur touristique, essentiellement balnéaire. En Tunisie, sont réalisés des voyages sur le thème de la *Guerre des Etoiles* et d'*Indiana Jones (Les Aventuriers de l'Arche Perdue)*.

⊕ Attirer les cinéastes vers les pays Med : courant 2008, le Maroc a reçu une vingtaine de productions cinématographiques étrangères pour un investissement de 845 millions de dirhams (forte croissance du secteur : 563 millions de dinars d'investissement étranger en 2007 ; 472 millions en 2006 ; 293 millions en 2005).

⊕ Cependant, la filière cinématographique dans les pays Med souffre d'un manque de réglementation et de coordination. Un secteur mieux structuré et des infrastructures adaptées apparaissent nécessaires face à ces nouvelles opportunités de marché, à la fois pour promouvoir les



ANIMA Investment Network

Ensemble pour une Méditerranée compétitive pour le programme

INVEST
in med



Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Les pays Med font leur cinéma

En Turquie, la popularité de certains feuilletons télévisés, par exemple "Noor", a entraîné la hausse de la fréquentation de la ville d'Istanbul, en particulier par les touristes arabes. L'agence de voyages Barakuda Turizm, spécialisée dans la clientèle arabe, a vu son nombre de clients doubler en un an. Désormais, les agences incluent dans les visites guidées de la ville les sites apparaissant dans les séries télévisées. Si le nombre total de touristes étrangers en Turquie a diminué en 2009, le nombre de touristes arabes a augmenté, de 20% à 50% selon les nationalités.

Nouvel eldorado du cinéma africain, la ville marocaine de Ouarzazate, surnommée l'Hollywood du Maroc, accueille de nombreuses productions audiovisuelles. Des plateaux naturels, une main d'œuvre peu coûteuse, un ensoleillement et une luminosité constante, sont différents facteurs qui contribuent au succès de la ville auprès des réalisateurs de téléfilms, documentaires, spots publicitaires et vidéo clips. Conséquence directe de ces activités, la fréquentation touristique est en hausse.

Star Wars : les sites de tournage "made in Tunisia"



A gauche, Matmata, sud tunisien (près de Gabès)

A droite, Oung Jemel, désert tunisien (près de Tozeur)



Des initiatives au service d'une filière film-tourisme

Dans le cadre du projet MovieMed, financé par le programme Invest in Med, la CCI de Marseille-Provence et ses partenaires vont réaliser une étude sur la filière cinématographique méditerranéenne et organiser des ateliers et rencontres B to B avec les professionnels de la filière.

L'objectif est de valoriser la production audiovisuelle en Méditerranée : identifier les sites de production et de tournage, augmenter le nombre de productions et tournages réalisés en Méditerranée, regrouper les différents acteurs de la filière, et enfin développer une filière film-tourisme dans la région (circuits cinéma, *movie maps*).

Autre exemple, le Centre cinématographique marocain (CCM) qui mène en particulier des opérations médiatiques pour promouvoir la production audiovisuelle au Maroc lors de grandes manifestations internationales (Cannes, Marrakech).

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ *La filière tourisme dans les pays méditerranéens*, étude ANIMA n°17: téléchargeable gratuitement sur www.anima.coop
- ✦ MovieMed, initiative pour un meilleur marketing de l'industrie méditerranéenne du cinéma, sur le site d'Invest in Med : www.invest-in-med.eu
- ✦ Festival International du Film de Marrakech (festival annuel, prochaine édition en décembre 2009) : www.festivalmarrakech.info





Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Tourisme_ *Tourisme domestique*

Les métiers : hôtellerie & restauration, transports, agences de voyage et activités culturelles visant une clientèle nationale

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Le tourisme domestique (intérieur ou national), longtemps négligé dans les pays Med, n'est plus seulement sollicité en basse saison ou lors de crises, mais constitue désormais un segment de marché propre. Traditionnellement alimenté par des déplacements religieux (pèlerinage), des événements familiaux ou professionnels, ce marché doit développer une offre adaptée de séjours balnéaires, sportifs et culturels.

Le positionnement Med actuel

⊕ Le tourisme intérieur représente de fait une part non négligeable du tourisme global MED : 20% au Maroc, 12% en Égypte, 8% en Tunisie. Marché prometteur en Jordanie (évolution des modes de vie).

⊕ Une offre adaptée permettrait d'accroître la rentabilité des infrastructures existantes (séjours et week-ends, basse saison), et de fidéliser une clientèle de proximité, parfois à haut pouvoir d'achat.

Obstacles et menaces

⊕ Réticence des opérateurs à baisser les prix pour la clientèle locale. Inadaptation des produits aux goûts et pouvoir d'achat des touristes nationaux.

Marchés potentiels : Clientèle nationale mais aussi régionale (pays Med, Golfe) ; pour les classes moyennes (hébergement 2* et 3*) et supérieures (*resorts*, tourisme de luxe).

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Des infrastructures balnéaires disponibles toute l'année

⊕ L'essor du tourisme balnéaire offre de belles opportunités pour les touristes nationaux : services, infrastructures et savoir-faire ; proximité géographique.

⊕ Une offre packagée à des prix intéressants ; une demande locale identifiée (hausse du niveau des revenus des habitants des pays Med) et un marché potentiel immense : 25% des revenus du tourisme en Syrie, 10% au Maroc.

Adapter l'offre aux besoins locaux

⊕ Nécessité d'offrir des infrastructures (villas, hôtels intermédiaires, camping, etc..) et des dessertes (transport régional) adaptées. Problème de saisonnalité (vacances scolaires et été) et facteurs culturels (difficulté de réserver à l'avance / de passer par une agence ; hébergement chez l'habitant).

Une forme de tourisme appuyée par les autorités

⊕ Campagnes publicitaires ; chèque-vacances; promotion des voyages de loisirs et séjours hors-saison ; conventions signées avec les professionnels (hôteliers, agences de voyages, transporteurs).

⊕ En Tunisie, création d'une centrale de réservation hôtelière destinée aux Tunisiens (2006). Au Maroc, campagne Kounouz Biladi (trésors de mon pays) ; prix spéciaux sur les hébergements et le transport pour Marocains. Construction de stations touristiques adaptées (plan Biladi) et remise à niveau de campings pour les touristes locaux.



ANIMA Investment Network

Ensemble pour une Méditerranée compétitive

pour le programme

INVEST
in med



Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Tourisme_ *Tourisme domestique*

Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Express voyage : "faire voyager le Marocain à travers le Maroc"

Le groupe touristique espagnol Serhs a remporté un appel d'offres lancé par le gouvernement marocain dans le cadre de sa politique de promotion du tourisme national (plan Biladi). La concession porte sur la création d'un nouveau tour-opérateur dans le Royaume. Associé au groupe marocain Rahal, spécialiste de la restauration, Serhs créé Express Voyage. Le nouveau tour-opérateur commercialise ses produits sous l'enseigne Bladi Voyage. L'objectif est de "faire voyager le Marocain à travers le Maroc et également à l'étranger". Dans une première phase, les partenaires prévoient d'investir 1,4 million d'euros pour la mise en place du réseau d'agences de voyages à Casablanca, Rabat, Tanger, Marrakech et Agadir.

Toujours au Maroc, le groupe tunisien Cyber Tour&Travel (aujourd'hui Splendid Tour SA) a signé en 2005 un partenariat avec le voyageur local Ulysse Voyages afin de commercialiser les marques e-tourisme du groupe dans le pays.

Faire d'Aqaba une destination privilégiée aussi pour les Jordaniens

L'Autorité de la Zone Economique Spéciale d'Aqaba (ASEZA) a lancé en 2006 un appel aux tours opérateurs afin de promouvoir le site d'Aqaba auprès de touristes locaux.

L'objectif est de créer des voyages spécifiques aux Jordaniens, à destination d'Aqaba, du Wadi Rum et de Petra (surnommé le "triangle d'or" du tourisme jordanien) et ainsi développer une industrie touristique locale durable.

Au-delà du tourisme domestique, le tourisme arabe régional

Investir dans la constitution d'une offre spécifique adaptée au tourisme national peut se justifier par l'importance et la similarité de la demande du tourisme arabe (pays Med voisins, Golfe) qui se développe fortement, bien au-delà de la seule clientèle aisée originaire du Golfe. Ce tourisme régional peut fournir un pendant contra-cyclique à la grande exposition du secteur aux arrivées de touristes occidentaux: crises géopolitiques (9/11, conflits au Proche et Moyen Orient), crise économique.

On assiste à une hausse constante du nombre de touristes algériens en Tunisie : 800.000 en 2003 ; 900.000 en 2004 et 2005 ; 1 million aujourd'hui (1,2 puis 1,4 million en 2008 et 2009). Les Libyens s'y rendent aussi en masse. Au Liban, les touristes des pays du Golfe et du Macccheck abondent: Arabie Saoudite (20% de la fréquentation totale), EAU et Koweït (12%), Egypte (8%) et Jordanie (7%). En Jordanie, les touristes arabes pesaient 25% du nombre total de visiteurs en 2009.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ La filière tourisme dans les pays méditerranéens, étude ANIMA n°17 : téléchargeable gratuitement sur www.anima.coop
- ✦ Serhs : www.serhs.com, Groupe Rahal : www.grouperahal.com, Splendid Tour SA : www.splendidtour.com
- ✦ Stratégie marocaine de développement du tourisme interne: www.kounouzbiladi.com, www.tourinvest.ma
- ✦ ASEZA : www.aqabazone.com



Programme cofinancé par l'Union Européenne



Date : 10/08/2009 - Production A. Joanny, validation P. Henry, ANIMA



Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Urbain & Environnement_ *Energie éolienne* ⚡

Les métiers : production des équipements (mâts & pâles, turbines), installation, exploitation et maintenance de fermes

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ L'énergie éolienne a le vent en poupe, en particulier en Europe et aux Etats-Unis. Définie comme une énergie propre qui ne consomme pas d'eau et ne pollue presque pas (elle ne produit ni dioxyde de carbone, ni déchets radioactifs, etc.), elle prend toute sa place à côté de l'énergie solaire dans les pays Med.

Le positionnement Med actuel

⊕ De forts besoins en énergie couplés à des conditions météorologiques favorables font des pays Med une région attractive pour l'implantation de parcs éoliens. Le coût d'installation est abordable, et les conditions opérationnelles attractives. L'Egypte jouit ainsi d'une des vitesses moyennes de vent les plus élevées au monde à 10 m/s, ce qui permet d'y exploiter une ferme éolienne 3 900 h/an, contre 1 900 en Espagne et en Grèce.

⊕ Après les 1^{ers} projets industriels souvent appuyés sur les Mécanismes de Développement Propre (MDP) de Kyoto (cf cimenterie Lafarge à Tétouan), essor des projets de centrales éoliennes autonomes. Même les pays Med bien dotés en hydrocarbures visent la diversification durable de leurs bouquets énergétiques.

⊕ Obstacles-menaces: concurrence Plan Solaire Méditerranéen, accès foncier, état du réseau électrique local et incitations étatiques faibles.

Marchés potentiels : distributeurs locaux d'électricité, investisseurs industriels étrangers (compensation carbone MDP), industriels locaux

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un potentiel éolien avéré

⊕ Avec 125 mégawatts (MW) installés en 2008 et 975 MW en construction), l'éolien est en vogue au Maroc. Le pays dispose d'un fort potentiel : 6 000 MW répartis sur les 3 500 km de côtes et une vitesse moyenne du vent de 8 m/s.

⊕ L'Egypte jouissait en 2008 d'une capacité installée de 400 MW, avec d'importants projets d'investissements en cours de réalisation.

⊕ Forte croissance de l'éolien en Turquie : la capacité installée est passée de 20MW en 2005 à 147 MW en 2007 et 490 MW en 2009. Le pays vise 1500 MW pour 2010, tandis que le régulateur [EMRA](#) a accordé des licences à 78 projets totalisant 2900 MW de capacités future.

Des incitations pour accroître la production éolienne

⊕ Selon l'Office National de l'Electricité, le Maroc doit investir 2,1 milliards d'euros pour développer les énergies renouvelables d'ici 2012. L'objectif est de porter à 10% la part des énergies renouvelables dans la production totale d'énergie, contre 4% actuellement. Une initiative envisage d'augmenter la capacité éolienne du pays à 1000 MW.

⊕ En Egypte, le gouvernement vise 20% d'énergies renouvelables dans son bouquet énergétique d'ici 2020, dont 12% pour l'éolien (soit 7 000 MW). Des programmes d'incitation aux investisseurs, avec garanties financières et administratives, sont en cours d'élaboration. Une stratégie également suivie par la Tunisie qui ambitionne de produire 200 MW d'énergie éolienne à l'horizon 2011, 1100 MW en 2020 et 1800 MW en 2030.



ANIMA Investment Network
Ensemble pour une Méditerranée compétitive

pour le programme

INVEST
in med



Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Urbain & Environnement_ *Energie éolienne* ⚡

Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Les Européens soufflent le chaud et le froid au Maghreb

Un nouveau parc éolien est en construction entre les villes de Tanger et Tétouan. Conduit par l'entreprise espagnole [Gamesa-Eolica](#), le projet ambitionne une production totale d'énergie de 140 mégawatts. Le coût est estimé à près de 240 millions d'euros, financé par la Banque Européenne d'Investissement, la banque allemande KfW, un fonds espagnol, et des fonds propres de l'ONE marocain.

En 2008, Gamesa avait vendu 91 turbines à la Société Tunisienne d'Electricité et de Gaz, pour 200 millions d'euros, afin d'équiper les sites de Metline et Kchabta dans la région de Bizerte.

Pour la branche énergie renouvelable du producteur espagnol d'électricité [Iberdrola](#), le Maroc représente également de grandes potentialités dans l'éolien, plus importantes qu'en Espagne. Le groupe envisage d'y renforcer sa présence, pour profiter d'une demande en énergie qui croît annuellement de 10%. [Théolia](#), un spécialiste français de l'éolien compte beaucoup sur le Maroc. Il y a même formé en 2008 une [alliance](#) avec Abu Dhabi National Energy Company (Taqa).

La filiale du britannique [Renewable Energy Systems \(RES\)](#), RES Méditerranée, prévoit d'installer des centrales de production d'énergie renouvelable sur le pourtour méditerranéen. Une 1^{ère} implantation est en cours en Turquie, avec RES Anatolia, une société chargée d'installer des fermes éoliennes et photovoltaïques. D'autres pays sont visés : l'Égypte, le Maroc et la Tunisie.



Des savoir-faire locaux pour la fabrication des équipements

El Sewedy Câbles, fabricant égyptien de câbles métalliques, a récemment créé une division dédiée à l'énergie éolienne, SWEG (Sewedy Wind Energy Group). En 2008, afin d'accéder à des technologies de pointe, il a acquis pour 40 millions d'euros 30% de la branche équipements éoliens du conglomérat espagnol M Torres Olvega. Le groupe a également signé un accord de JV avec l'allemand SIAG, spécialisé dans la fabrication de mâts éoliens. Enfin, le fabricant égyptien a récemment acheté PSP, une société locale d'ingénierie électrique, afin de maîtriser tous les métiers nécessaires.

Le turc Soytes Clean Energy and Electrotechnics Industry Co. Inc. est le premier à produire un prototype d'éolienne de 250 kW en Turquie. Malgré le contexte de crise économique, l'énergie éolienne constitue un secteur très dynamique en Turquie : faire face aux pénuries d'électricité ; respecter le protocole de Kyoto. L'allemand Enercon et le turc Model Enerji jouent aussi un rôle important dans la production d'éoliennes.

Delattre Levivier Maroc (DLM) a construit à Tit Mellil (Grand Casablanca) une usine de production de mâts d'éolienne. Opérationnelle depuis avril 2008, cette usine a une capacité de production de 300 mâts d'éolienne par an (65 à 100m de haut, plus de 60 tonnes).

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

Gamesa Eolica (www.gamesacorp.com) ; Renewable Energy Systems (www.res-group.com) ; El Sewedy Câbles (www.elsewedycables.com)



Programme cofinancé par l'Union Européenne



Date : 06/08/2009 - Production A. Joanny, validation P. Henry, ANIMA



Les métiers : bureau d'études, gestion des risques environnementaux, professionnels du tri, laboratoires, etc.

Contexte et marché

Déchets de chantiers, déchets médicaux et déchets industriels

⊕ Le BTP, en plein boom dans la région MED produit plusieurs millions de tonnes de déchets par an, dont la gestion a été longtemps négligée : colles, peintures, solvants, isolants, etc. -souvent toxiques- finissent très souvent dans de simples décharges publiques. Le durcissement des réglementations environnementales (création de l'ANGEP en Tunisie) force de nombreux professionnels à mettre en place un tri sélectif des déchets (inertes, industriels banals et dangereux), afin de mieux maîtriser leurs coûts d'élimination.

⊕ Les déchets médicaux sont issus des activités de soin prodiguées dans différentes structures médicalisées. Selon l'OMS, "les déchets liés aux soins de santé constituent un réservoir de micro-organismes potentiellement dangereux susceptibles d'infecter les malades hospitalisés, les agents de santé et le grand public". Il faut savoir que l'Algérie produit à elle seule 80.000 tonnes de déchets médicaux chaque année, selon le quotidien *El Watan*.

⊕ Les déchets industriels sont produits par l'industrie, le commerce, l'artisanat et les transports (bois, verre, cartons et emballages, caoutchouc, métaux, plastiques, textile, huiles, etc.). En Algérie comme presque partout, le marché des déchets spéciaux (plusieurs millions de tonnes de déchets industriels banals -mais aussi dangereux type amiante, insecticide, etc. - s'entassent année après année) reste largement sous-exploité, tandis que la Tunisie a décidé de réagir en créant la première usine de traitement des déchets industriels à l'échelle de la région.

Marchés potentiels : Collectivités locales et agences nationales, groupes industriels locaux, etc.



La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Med : un marché encore peu sensibilisé mais très prometteur !

⊕ Un début de prise de conscience écologique indéniable : développement de l'éco-tourisme, adhésion aux normes internationales type convention de Bâle sur les déchets, renforcement progressif des législations anti-pollution même si un gros effort de mise en application reste à accomplir, etc.

⊕ Des politiques publiques plus ambitieuses. Au Maghreb par exemple, le Maroc a créé un Fond de dépollution Industrielle (FODEP) de 92 millions de MAD avec l'appui de banque publique allemande KFW, et qui a pour but d'inciter les industries locales à mieux gérer leurs déchets. En Tunisie a été inauguré un centre de traitement des déchets dangereux à Jradou, qui pourra traiter jusque 90.000 tonnes de déchets dangereux par an. L'Algérie a mis en place le Plan National de Gestion des Déchets Spéciaux (PNAGDES).

La région a besoin de compétences étrangères

⊕ Formation professionnelle : besoin de formations sur mesure pour les grandes entreprises industrielles de la région (type Sonatrach) pour la gestion / recyclage de leurs déchets spéciaux inertes (bois, pierre, tuiles, bétons, etc.) et dangereux (peintures au plomb, matériels médicaux radioactifs, amiante, huiles isolantes, etc.);

⊕ Besoin d'expertise : études d'impact, création de laboratoires de toxicologie agréés pour la gestion des déchets chimiques, création de zones d'enfouissements techniques (niveau 1,2,3);

⊕ Valorisation des PPP : le gestion déléguée des déchets spéciaux à des groupes étrangers progresse (Véolia pour la gestion des déchets spéciaux à Alexandrie ; en Syrie lancement d'un appel d'offres pour la gestion des déchets solides et médicaux dans les régions accueillant un grand nombre de réfugiés irakiens, etc.).





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Ciment : Holcim Maroc montre l'exemple dans la valorisation des déchets industriels

Le géant suisse du ciment Holcim dispose au Maroc d'une capacité de production totale de 4,5 millions de tonnes. Le groupe y a aussi créé Ecoval, une unité de traitement située à 30 km de Casablanca et totalement dédiée à la valorisation des déchets industriels. Le site emploie une vingtaine de personnes. Dans un premier temps, les déchets des cimenteries sont identifiés en laboratoire et ensuite traités. Une partie, valorisable, est destinée aux fours de ses cimenteries, tandis que l'autre partie (déchets ultimes non recyclables) est orientée vers les filières professionnelles de recyclage.

La Jordanie s'équipe pour le traitement des déchets dangereux & médicaux

Amman commençait en janvier 2009 la construction du tout premier centre de traitement et valorisation des déchets médicaux, industriels et dangereux du pays. Le centre de traitement, fruit d'un partenariat public-privé, pourra traiter jusque 23.000 tonnes de déchets spéciaux par an d'ici 2013. Le Royaume jordanien, qui produit chaque année 3.000 tonnes de déchets médicaux et 15.000 tonnes de déchets industriels et dangereux, pourra ainsi retraiter et enfouir (selon les normes internationales) presque la totalité de ses déchets solides spéciaux. Une première dans la région Med, où tout reste à faire.

Opportunités à saisir : le Jordan Investment Board de même que la General Authority for Investment en Egypte recherchent des investisseurs étrangers pour la création d'incinérateurs pour déchets médicaux.

Un géant américain de la chimie parie sur une découverte israélienne

Dow Chemical obtenait en septembre 2009 l'exclusivité pour la commercialisation en direction de vastes segments de marché de l'extraction et du raffinage d'hydrocarbures d'une technologie anti-polluants développée en Israël. BioPetroClean, société basée au Texas qui s'appuie sur une équipe de R&D à Tel-Aviv, a en effet développé une solution simple mais terriblement efficace de traitement des eaux usées industrielles basée sur des bactéries. Le procédé de traitement chimostatique automatisé de BPC (automated chemostat treatment-ACT) permet de traiter des raffineries, cuves de stockage, sites de forage, centrales électriques au fuel, marinas et autres réservoirs. Le personnel de Tel-Aviv devrait rapidement passer de 20 à 100 ingénieurs.

Pour en savoir plus (en anglais): «*Gobbling up the dirt in water*», [Israel21c](#), 17/09/2009

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Agence Tunisienne de gestion des déchets (www.anged.nat.tn)
- ✦ Ministère Algérien de l'Aménagement, de l'Environnement et du Tourisme (www.matet.dz)
- ✦ Jordan Investment Board, Medical Waste Incinerator Project: www.jordanecb.org/pdf/investment/pytsec_medwaste.pdf
- ✦ Holcim Morocco (www.holcim.com/ma)





Les métiers : fabricants, installateurs, maintenance d'éclairage public (voirie, architectural, sportifs, industriels, etc.)

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Toutes les grandes villes Med sont ou seront appelées à repenser leur éclairage public, qui représente souvent près de la moitié de leur consommation d'électricité et qui, comme il participe à la pointe d'appel de puissance, contribue aux émissions de gaz à effet de serre. Améliorer le service d'éclairage public, tout en maîtrisant les dépenses et les nuisances, voilà l'enjeu.

Le positionnement Med actuel

⊕ Croissance exponentielle de l'éclairage public depuis 20 ans et forte demande des grandes et moyennes communes en expertise (diagnostic, création de villes nouvelles, rénovation de parcs existants, sensibilisation au "green business", etc.). Parcs d'éclairage public existants souvent vétustes et peu renouvelés, manque d'entretien. Besoin de sécurisation des réseaux électriques (vandalisme, raccordement électrique illicite, etc.)

⊕ Forte demande potentielle en éclairage industriel et éclairages d'infrastructures : création de zones économiques spéciales en Egypte, Tanger Med I et extension Tanger Med II au Maroc, éclairage routier (nouvelles autoroutes en Algérie, etc.).

Marchés potentiels : Collectivités territoriales, zones d'activités économiques et industrielles, infrastructures de transports, etc.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Des gisements de taille pour l'équipement et le renouvellement

⊕ Lancements réguliers d'appel d'offres (A.O.) publics pour la réalisation de travaux de voiries incluant l'éclairage public : voir par exemple ceux émis en mars 2009 par l'Agence algérienne de promotion et de développement des parcs technologiques pour équiper le cyberparc de Sidi Abdallah, par le Maroc pour le renforcement du réseau d'éclairage public de la ville de Ksar-el-Kébir, le marché d'équipement pour plusieurs millions de mètres carrés de la nouvelle zone industrielle d'Enfidha en Tunisie, etc.

⊕ Selon l'entreprise de réalisation et de maintenance de l'éclairage public d'Alger (ERMA), "*plus de 50% du réseau d'éclairage public de la wilaya d'Alger est vétuste et nécessite d'être réhabilité et modernisé*".

Faire appel aux savoir-faire étrangers pour combiner baisse des coûts et développement durable

⊕ Rentabiliser des installations à flux perdus ou mal maîtrisées (gros besoins en diagnostic urbain et rural et en recherche de procédés innovants, notamment dans la perspective de l'augmentation des coûts de l'énergie, par ex au Liban). Soutenir l'innovation / créer des partenariats régionaux (l'Israélien Power Electronics a par ex mis au point le LEC (Lighting Efficient Controller), qui permet d'économiser jusqu'à 30%.

⊕ Valorisation des PPPs entre entreprises de luminaires et municipalités Med (délégation de service public, affermage, contrat clé en main, etc. Voir quelques success stories au dos.





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Citelum révolutionne l'éclairage urbain à coût constant

La filiale de Dalkia (Veolia) spécialisée dans la lumière urbaine (2160 employés) voit la Méditerranée comme un marché majeur. Elle a implanté à Rabat, au Maroc, Citelum Maghreb (200 employés), une JV 51/49 avec la CDG marocaine.

Le manque de corps de métiers qualifiés parmi les personnels des administrations en charge de l'éclairage urbain offre en effet un boulevard à la prise en charge par des sociétés privées (déléataires de service public), du renouvellement et de l'extension des éclairages urbains.

Le business model de Citelum est attractif pour des collectivités désargentées : à coûts constants, Citelum prend en charge la rénovation du parc lumière urbain, en se rémunérant sur les économies d'énergies réalisées.



Le français Schröder domine le marché égyptien des luminaires

Créé à Alexandrie en 1977, Schröder Egypt, filiale locale du fabricant français de mobilier d'éclairage urbain est rapidement devenu incontournable à mesure qu'elle développait des produits spécifiques au marché local: produits d'éclairage extérieur hautement résistants à la chaleur (milieux désertiques) et aux risques de corrosion (destinés en particulier au bord de mer).

Pour satisfaire une demande locale et régionale importante, Schröder Egypt développe et fabrique en grande partie sur place ses produits (éclairage urbain, industriel, routiers, tunnels, etc.). Tous les éléments mécaniques sont *made in Egypt* (réflecteurs et structures aluminium).

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Schröder (www.schreder.com)
- ✦ Portail Algérien des Energies Renouvelables (portail.cder.dz/spip.php?rubrique15)
- ✦ Portail Marocain des Marchés Publics(www.marchespublics.gov.ma/wps/portal)
- ✦ Citelum (www.citelum.fr)
- ✦ Association Française de l'Eclairage (www.afe-eclairage.com.fr)
- ✦ Professional Lighting Designers' Association (PLDA) www.pld-a.org





Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Urbain & Environnement *Efficacité énergétique* ⚡

Les métiers : conseil et ingénierie en efficacité énergétique ; assistance à maîtrise d'ouvrage ; certification et labellisation

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Enjeu considérable de développement économique, la recherche d'efficacité énergétique répond aux préoccupations environnementales tout en accroissant les rendements économiques. Forte demande en conseil et ingénierie venant des entreprises (améliorer la chaîne de production, les procédés et les outillages), du bâtiment (concevoir ou rénover des bâtiments en fonction de normes écologiques) et des individus (réduire la consommation en énergie).

Le positionnement Med actuel

⊕ Immense potentiel des pays Med dans la réduction de la facture énergétique. Le Moyen Orient et l'Afrique représentent près de 10% de la demande mondiale d'énergie primaire (contre 19% pour l'Europe et 23% pour l'Amérique du Nord). Transformer une contrainte en source de développement industriel ; optimiser les installations industrielles et l'habitat (isolation, chauffage).

⊕ *Le green building* trouve d'immenses débouchés en Méditerranée : nombreux projets de construction (immobiliers, touristiques) et nouvelles opportunités dans la rénovation et la maintenance. Outre les performances environnementales, l'amélioration de l'efficacité énergétique pourrait entraîner la diminution des importations de pétrole pour les pays non producteurs.

Marchés potentiels : Industries et entreprises locales ; entreprises du BTP et fabricants-fournisseurs de matériaux ; gestionnaires de parcs immobiliers, municipalités, bailleurs publics et privés, etc.

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Le marché immense et peu exploité des pays émergents

⊕ Opportunités : ingénierie, conseil, équipements (matériaux d'isolation, chauffage etc.). Différents domaines d'activité concernés : le bâtiment, l'industrie, les transports, le commerce et surtout le secteur résidentiel qui présente un potentiel technique et économique significatif pour la maîtrise de l'énergie et l'utilisation des énergies renouvelables.

⊕ Selon une étude McKinsey, les pays émergents pourraient réduire de moitié leur augmentation annuelle de consommation d'énergie en utilisant toutes les techniques d'efficacité énergétique développées à ce jour (passer de 3,4% par an à 1,4% par an). Aujourd'hui les pays émergents représentent 51% de la consommation énergétique mondiale (dont 21% pour la Chine et l'Inde) et si l'on suit les tendances actuelles, leur demande d'énergie augmentera de 65% d'ici 2020.

Savoir-faire étrangers et pionniers locaux

⊕ Le capital-risque, souvent un bon outil de détection d'opportunité, s'intéresse à l'efficacité énergétique: Jordan Dubai Capital, au travers de sa branche énergie, faisait ainsi dès 2006 l'acquisition de 55% de la jordanienne Energy Management Services ([EMS International](#)), société de conseil en efficacité énergétique implantée partout dans le Golfe.

⊕ En Tunisie, le bureau d'études [CRAZE](#) propose depuis 1987 audits énergétiques et optimisation des installations techniques dans les secteurs industriels, tertiaires et transport. L'essor du marché local a poussé le français [Strategeco Eneovia](#) à signer un partenariat exclusif avec [BSB](#), groupe industriel tunisien, en vue de développer le marché local des bâtiments bioclimatiques.



ANIMA Investment Network

Ensemble pour une Méditerranée compétitive

INVEST
in med



Filières à développer aujourd'hui en *Méditerranée*

Urbain & Environnement *Efficacité énergétique* ⚡

Ils l'ont fait : histoires de pionniers

La certification environnementale appliquée au bâtiment Med

Dans le bâtiment, le respect de l'environnement gagne peu à peu le cœur des préoccupations des maîtres d'ouvrage, architectes, investisseurs, et des pouvoirs publics. Diverses certifications ont été créées à travers le monde pour attester de la qualité environnementale et/ou énergétique des nouvelles générations de bâtiments : Breeam en Grande Bretagne, Passivhaus en Allemagne, Minergie en Suisse, Building America aux USA, NF Démarche HQE® en France, LEED dans le monde anglo-saxon (Leader in Energy and Environmental Design) - chacune ayant ses modes de calcul et d'évaluation en fonction du pays. En 2008 a été créé le réseau SB Alliance afin d'harmoniser le tout.

En Egypte, un projet de *Code vert pour la construction*, conforme à la certification LEED, a été présenté début 2009. Au Maroc, le port de Tanger Med a été construit dans cette optique écologique. Lancée en 2005 la certification française 'NF Bâtiments Tertiaires - Démarche HQE®' couvre une opération de bureaux en Algérie (BNP Paribas El Djazair) et concernera d'autres opérations en Tunisie et au Maroc.

Développer l'éco-construction dans les pays Med

[Interco Aquitaine](#), agence de coopération internationale du Conseil Régional d'Aquitaine, souhaite lancer dans le cadre du programme [Invest in Med](#) un projet en Syrie, au Liban et en Tunisie visant à promouvoir les matériaux de construction durables et les énergies renouvelables (solaire, géothermique) dans l'habitat social.

Selon les promoteurs de l'initiative, *« en prenant en compte les facteurs environnementaux, économiques et sociaux, il s'agit de développer une construction de qualité, respectueuse de l'environnement et dont les bénéficiaires seraient les populations les plus défavorisées »*.

Batimed, un pont entre l'Europe et les pays Med

L'initiative Batimed, menée dans le cadre du programme [Invest in Med](#), a pour objectif d'accroître les échanges entre des pays européens et de la région Med dans le secteur du bâtiment. La Chambre Polonaise de Commerce et ses partenaires vont ainsi organiser des ateliers au Maroc et en Pologne, des visites d'entreprises, et des rencontres d'affaires.

L'initiative se concentre sur l'Algérie et le Maroc, qui mettent en œuvre d'importants programmes d'aménagement. En Algérie, l'autoroute est-ouest et des Hauts Plateaux, le réseau routier et l'électrification du réseau ferré, mais aussi la construction de villes nouvelles, d'hôpitaux, de stations de dessalement d'eau de mer, etc. Au Maroc : le port Tanger Med, l'amélioration du réseau autoroutier, les nouvelles zones d'investissements, les infrastructures touristiques, etc. La livraison de la plupart de ces ouvrages est programmée entre 2009 et 2012.

La croissance du secteur de la construction étant soutenue par les projets immobiliers, touristiques et les grands travaux d'infrastructure, le but de l'initiative est de transmettre à des sociétés algériennes et marocaines des connaissances sur les expériences de l'Union Européenne : l'efficacité énergétique dans le bâtiment et l'utilisation de matériaux de construction performants (technologies nouvelles) ; l'essor de l'habitat social ; la protection de l'environnement ; et la gestion de l'eau et des services collectifs.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

✦ Pages Vertes, répertoire international des prestataires « verts », recherches par pays: www.eco-web.com



Programme cofinancé par l'Union Européenne



Date : 9/12/2009 - Production A. Joanny, validation P. Henry, ANIMA



Les métiers : auditeur développement durable, consultant carbone, certification, études d'impact environnemental, génie industriel, paysagiste, etc.

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ A l'heure où l'on commence à mesurer, dans le but de la réduire, l'empreinte écologique d'un nombre croissant d'activités, le marché des études environnementales explose.

Le positionnement Med actuel

⊕ Marché de l'évaluation de l'impact environnemental des programmes d'investissements MED en grandes infrastructures (tourisme, BTP, zones industrielles, etc.). Multiplication des projets industriels compensés (Mécanismes de Développement Propre-MDP, etc.). Nouveau contexte socio-économique (décollage industriel mal encadré, pêches et agriculture intensive) et changement dans les modes de consommation font peser des menaces réelles sur le patrimoine environnemental de la région : urbanisation anarchique au détriment des terrains agricoles, désertification, pollution de l'eau et de l'atmosphère, etc.

⊕ Programmes de mise à niveau environnementale et industrielle (notamment sous l'impulsion des collectivités territoriales). Les maîtres d'œuvres locaux font de plus en plus appel à des prestataires mandataires, notamment dans la phase d'évaluation (assistance technique, diagnostic partagé et partage d'expériences, etc.). Une expertise extérieure qui intéresse aussi les entreprises.

Marchés potentiels : Collectivités territoriales, groupes industriels et immobiliers, financeurs internationaux, consultants locaux (accès marché)

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Une demande qui explose, une offre locale encore incomplète mais bourgeonnante : quelques illustrations

⊕ Le Maroc, qui veut attirer 10 millions de touristes d'ici 2010, moderniser son agriculture et devenir un pôle industriel et de services offshore est confronté à de nombreux défis environnementaux. Ce dynamisme a provoqué la création de Phénixia, JV 50/50 entre le français Burgeap et le bureau d'études allemand IGIP, qui est spécialisé dans la conduite d'études d'impact (gestion des déchets, études d'alimentation en eau potable des études rurales, qualité de l'air, etc.) et qui a déjà évalué plusieurs projets touristiques (Marrakech) et routiers (désenclavement de zones rurales), etc.

⊕ Sur les 20.000 entreprises industrielles égyptiennes, environ 1.000 sont responsables de 80% de la pollution industrielle totale. Le pays est appelé à devenir un marché de choix pour l'éco-business.

⊕ L'intervention publique élargit le marché : intégration d'objectifs verts dans les cahiers des charges des appels d'offres publics (Code algérien version 2009), conditionnalité environnementale de l'aide au développement et du financement international de projets, diversification du bouquet énergétique (objectif algérien de couvrir 10% des besoins énergétiques par les énergies renouvelables d'ici 2030).

⊕ En créant les "Pages Vertes", la Tunisie s'est doté d'un portail web recensant offres de services (annuaire des professionnels de l'environnement -locaux et étrangers- en Tunisie) et besoins (marchés locaux, bourse aux opportunités, centres de ressources, etc.).





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

L'éco-business en Algérie : le point de vue d'un expert local

Le cabinet d'expertise industrielle Halfaoui de Tlemcen est un précurseur dans le domaine des études environnementales en Algérie. Lotfi Halfaoui, qui préside également la commission développement durable à la CCI de Tafna, estime que le secteur, même embryonnaire, reste sous-investi. Le marché est peu structuré et les compétences locales ne sont pas en nombre suffisant pour répondre à une demande potentielle importante. Pour le cabinet Halfaoui, la mise en place de partenariats Nord-Sud pourrait grandement contribuer à développer la filière en Algérie : formation et mise à niveau des cadres locaux, adaptation aux normes réglementaires européennes (notamment pour l'export), efforts de sensibilisation ciblés (forums, conférences, etc.), constitution de clusters spécialisés.

Savoir-faire étranger & talents locaux face à une demande forte

De nombreux bureaux d'études Med ont su saisir les opportunités offertes par le boom des études environnementales, tandis que certaines demandes de pointe (connaissance des normes étrangères, etc.) poussaient des prestataires étrangers à s'implanter. [ASCONIT](#) Consultants, spécialiste français de l'aménagement du territoire et de l'environnement, avec un intérêt particulier pour les milieux aquatiques, a ainsi créé un bureau à Tunis.

En Egypte, le groupement [Green Environment Consultants](#) a développé une offre intégrée très complète, de même que le cabinet [Active Brains](#). [Envirotech](#) s'est rapidement étendu en Egypte et en Syrie, après les 1^{ers} contrats obtenus au Liban. La [Jordan Climate Change Consultancy](#) s'est spécialisée dans l'accompagnement de projets MDP.



La Méditerranée se convertit au marché carbone

Selon la Banque mondiale, le marché mondial des crédits carbone devrait passer le seuil des 200 milliards de dollars d'ici 2012. Au sud de la Méditerranée, les projets MDP (Mécanisme de développement propre) gagnent peu à peu en attractivité (cf Pour aller plus loin). La CDG marocaine a ainsi lancé en 2008 le premier fonds maghrébin de finance carbone (26 millions d'euros) destiné à financer des projets MDP sur la période 2008-2017. Le fonds, géré par la société marocaine Accès Capital Atlantique, a reçu le soutien de la BEI et de la CDC française. Il interviendra principalement dans les énergies renouvelables (éolienne et solaire), l'efficacité énergétique et la gestion des décharges.

Le marché carbone est aussi une aubaine pour les spécialistes européens des diagnostics tels que le britannique Ecoscurities, qui accompagne l'entreprise textile libanaise AbboudCo Uniforms dans la réduction de ses émissions de CO2. EcoSecurities intervient également en Egypte, auprès du groupe gazier émirati Dana Gas. En Jordanie, c'est l'australien Carbon Planet qui s'est allié au local New Energy Company pour accompagner des projets de réductions d'émissions carbone dans la région.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Cabinet en expertise industrielle Halfaoui : www.cei-halfaoui.com
- ✦ Les pages vertes tunisiennes : www.pagesvertestunisie.com
- ✦ Wupertal Institute for Climate, Environment, Energy: profils-pays pour l'Égypte, la Tunisie et le Maroc, été 2006 (FR) / Preliminary Inventory of
- ✦ [Potential CDM Opportunities In the MENA region](#), S. Amous & A.O Abdel-Aziz, MENA Carbon Forum, Cairo may 2009





Les métiers : promoteur, architecte, constructeur, assistance à maîtrise d'ouvrage, ascensoriste, chauffagiste, etc...

Contexte et marché

La filière aujourd'hui

⊕ Les marchés immobiliers Med sont partout en effervescence depuis plusieurs années. Les promoteurs locaux et étrangers ont multiplié les projets résidentiels et tertiaires haut de gamme visant les nouveaux riches, les investisseurs étrangers (petro-dollars, résidences secondaires pour Européens, entreprises étrangères, etc.). La crise économique en Europe et la crise immobilière du Golfe menacent beaucoup de ces projets souvent pharaoniques, incitant les promoteurs à se tourner vers les besoins réels mais négligés des classes populaires ([cas de l'Égypte](#)).

Le positionnement Med actuel

⊕ Face à la vétusté du parc social existant et à ses insuffisances en volume, les gouvernements Med ont lancé d'ambitieux programmes de création ou de réhabilitation d'habitat social.

⊕ En dehors de quelques expérimentations éparses (Maroc, Turquie, voir encadré au verso), le gros de ces programmes est financé par les Etats, et réalisé par des constructeurs locaux dont les techniques ne correspondent pas toujours aux meilleures pratiques internationales en termes de durabilité (malfaçons, performances énergétiques, etc.).

⊕ Menaces et obstacles : spéculation foncière et matériaux de construction, financement des programmes et incitations, garanties publiques pour crédit immobilier pour classes populaires.

Marchés potentiels : grands projets de construction (villes nouvelles, opérations de renouvellement urbain), rénovation d'ensembles existants

Débouché local



Export

La Méditerranée: pourquoi, comment ?

Un marché réellement infini

⊕ Depuis les années 1970, développement effréné de l'habitat "spontané" (non réglementaire). Selon le Plan Bleu, entre 30 et 70% des citadins Med accéderaient à un logement par ce biais.

⊕ La résorption des bidonvilles, l'ajustement de l'offre de logements décents et abordables à une demande qui explose (croissance démographique et urbaine) ne peut résulter de la seule initiative publique (le logement social locatif algérien est financé à 100% par l'Etat).

⊕ Selon Toufik Jhira, ministre délégué marocain chargé du Logement et de l'Urbanisme, il manque un million d'unités au Maroc, à comparer aux 130 000 programmées par les pouvoirs publics. En Jordanie, l'initiative *Decent Housing for All* représentera des investissements de 7 Mds de dinars, pour un déficit annuel du budget de l'Etat d'1 Md de dinars.

L'initiative privée est nécessaire et désormais encouragée

⊕ Le marché de la construction de logements sociaux peut paraître moins lucratif et plus risqué. En faisant jouer l'effet volume, et en apportant des garanties suffisantes, les pouvoirs publics Med peuvent cependant rendre leurs programmes très attractifs : en Egypte par exemple, le gouvernement offre aux promoteurs des terrains à prix coûtant avec paiement en 10 fois sans intérêt, et apporte sa garantie aux banques qui octroient des crédits immobiliers aux pauvres.

Grands programmes publics MED	
Algérie 2010-2014: 300 Mds de dinars , rénovation + construction d'un million de logements sociaux dont 1/4 en locatif	
Maroc 2008-2012: 129 138 logements programmés, dont 35% confiés au privé	
Égypte 2005-2011: 500 000 logements sociaux construits par le National Housing Project, dont 20% par le privé	
Jordanie 2008-2013: 100 000 unités	





Ils l'ont fait : histoires de pionniers

Partenariat public-privé pour la création de nouveaux ensembles abordables et performants au Maroc

Le programme marocain de construction de logements sociaux, qui court sur la période 2008-2012, sera directement réalisé à hauteur de 65% par le Holding d'Aménagement Al Omrane, alors que les 35% restants seront pris en charge par des promoteurs privés, totalement exonérés d'impôts, en partenariat avec les filiales régionales du holding marocain.

Al Omrane a lancé, avec le Ministère de l'Habitat, de l'Urbanisme et de l'Aménagement de l'Espace, un appel à propositions en vue d'identifier des procédés techniques innovants permettant de produire des logements diversifiés, répondant à des exigences strictes de qualité architecturale, urbaine et environnementale durables et à coûts et charges maîtrisés.

Investissements directs étrangers dans le logement social MED

Le fonds souverain du Koweït (KIA) a conclu en 2008 un accord avec l'agence turque du logement (TOKI) pour financer la construction de 66.000 appartements à Kayabasi, un quartier d'Istanbul. La réussite de ce partenariat pourrait convaincre d'autres fonds souverains et investisseurs du Golfe échaudés par leurs déconvenues dans l'immobilier de prestige. Le promoteur suisse [Orascom Development \(OD\)](#) a aussi signé en mars 2009 avec TOKI pour des développements pour classes moyennes et populaires sur 7,5 millions de m² à Ankara, et 5,5 millions à Istanbul. [Samih Sawiris](#), propriétaire égyptien d'OD, prévoit que le logement social représentera 10% de son chiffre d'affaires d'ici 2011, contre 0 en 2008. Les seuls projets turcs devraient lui rapporter entre 800 et 900 millions de dollars.

[Mixta Africa](#), affiliée au groupe espagnol Renta, s'est récemment lancé dans la construction de 4.300 logements de type économique au Maroc et en Egypte en 2009, pour un investissement total de 164 millions d'euros. Mixta Africa est un véhicule d'investissement dans le logement social en Afrique du Nord pour la SFI (9%), la banque d'affaires Morgan Stanley (16%), et le prince saoudien Alwaleed Bin Talal Bin Abdulaziz Alsaud (21%).

Dispositifs de soutien à la réhabilitation des parcs existants: le cas algérien

En Algérie, c'est la Caisse Nationale du Logement ([CNL](#)), qui gère selon ses statuts "les contributions et aides de l'Etat en faveur de l'habitat, notamment en matière de loyers, de résorption de l'habitat précaire, de restructuration urbaine, de réhabilitation et de maintenance du cadre bâti et de promotion du logement à caractère social". La grande vétusté du parc social existant appelle des programmes ambitieux de réhabilitation, qui sont autant d'opportunités d'affaires (isolation, menuiseries, chauffage, ascenseurs, etc.). Les décaissements effectués par la Caisse nationale du logement (CNL) sur la période 1999-2008 ont atteint 880,78 milliards de dinars dont une petite moitié au bénéfice du logement social locatif.

En Tunisie, c'est l'Agence de Réhabilitation et de Rénovation urbaine ([ARRU](#)) qui finance la rénovation urbaine. A titre d'illustration, elle a dépensé à cette fin environ 110 millions de dinars sur la période 2002-06.

Pour aller plus loin... (liens utiles, ressources, contacts)

- ✦ Egypte : National Housing Project, Ministère du Logement: www.housing-utility.gov.eg / Appels d'offres publics pour la construction de logements sociaux : www.amcham.org.eg / "Developers eye low income market", Erin Cunningham, Business Monthly Egypt 23-04-2009
- ✦ Maroc : site officiel du programme des 140 000 logements (www.logement140000.ma), "[Construction Coopérative](#)", Oxford Business Group Latest Briefings, 25-04-2009
- ✦ Jordanie : [Projet Decent Home for Decent Living](#)
- ✦ "[Affordable Housing: Markets & Governments](#)", Turkish Real Estate Summit, Istanbul, April 2007 [Affordable Housing Institute](#), David A. Smith.
- ✦ Turquie : Ministère du Logement (TOKI) www.toki.gov.tr

