

INDUSTRIE AUTOMOBILE AU MAROC : QUELLE REALITE DERRIERE LES CHIFFRES ?

Par Ouassim Bernossi

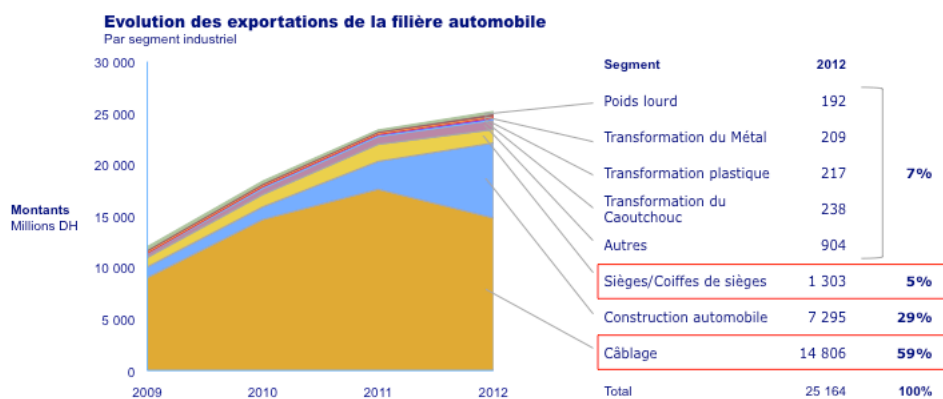
- Explosion des exportations du Maroc dans le secteur, pour atteindre 31,02 milliards de dirhams en 2013
- Des activités peu diversifiées chez les équipementiers, focalisés sur 2 créneaux
- Baisse de la valeur ajoutée captée par le Maroc
- Forte concentration du secteur autour d'une dizaine d'acteurs géants
- Baisse de l'impact positif sur la balance commerciale du Maroc

La stratégie du Maroc pour le décollage de son industrie automobile est un succès indiscutable. En 2013, les exportations de ce secteur ont atteint 31,02 milliards de dirhams, en progression de 144% par rapport aux 10,7 milliards de dirhams de 2009 (1). L'industrie automobile a attiré un total de 3,9 milliards de dirhams d'IDE (2) entre 2011 et 2012, principalement tiré par l'installation de l'usine Renault à Tanger. Cette stratégie, et l'effort fourni par les acteurs du secteur, ont permis au Maroc de conquérir une part de marché mondial de 0,23%, avec 110 000 unités de véhicules produites en 2013 (3).

Sur le plan national, le développement de l'industrie automobile contribue à l'économie par une valeur ajoutée estimée à 9,8 milliards de dirhams en 2012, créant plus de 85 000 emplois sur 150 sites de production environ. Ces chiffres prouvent que le Maroc a réussi son entrée dans le secteur automobile, mais qu'en est-il réellement ?

Faible diversité des activités industrielles automobiles

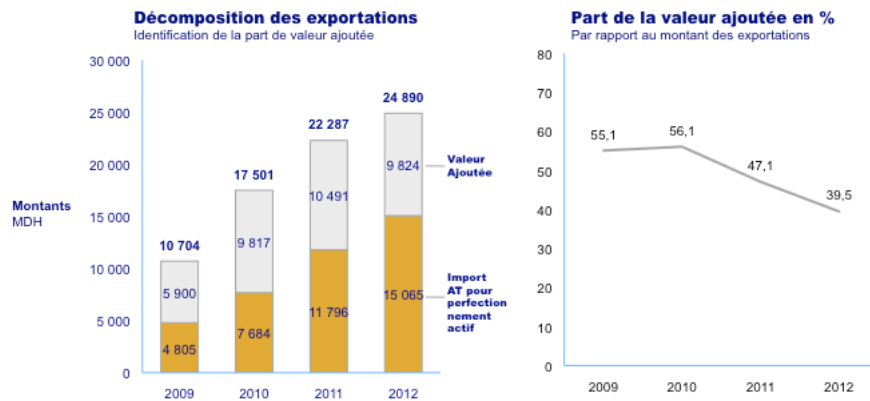
Avant la mise en œuvre de la stratégie industrielle visant le secteur automobile, le Maroc se positionnait déjà sur certaines activités en tant qu'équipementier de rang 1 ou en rang 2, principalement sur le câblage et les sièges / coiffes de sièges. Avec le déploiement de la stratégie, ces deux activités ont maintenu leur domination, seulement concurrencée par l'assemblage de véhicules dans les usines de Renault à Tanger et Casablanca. A elles seules, ces trois activités totalisent 93% des exportations du Maroc dans le créneau automobile (voir graphique).



Les investissements se sont donc concentrés sur le renforcement des activités existantes, mais de nouveaux segments pourraient bientôt émerger, soit par l'implantation d'équipementiers étrangers, soit par la diversification d'industriels locaux vers les métiers de l'automobile.

Perte progressive de productivité

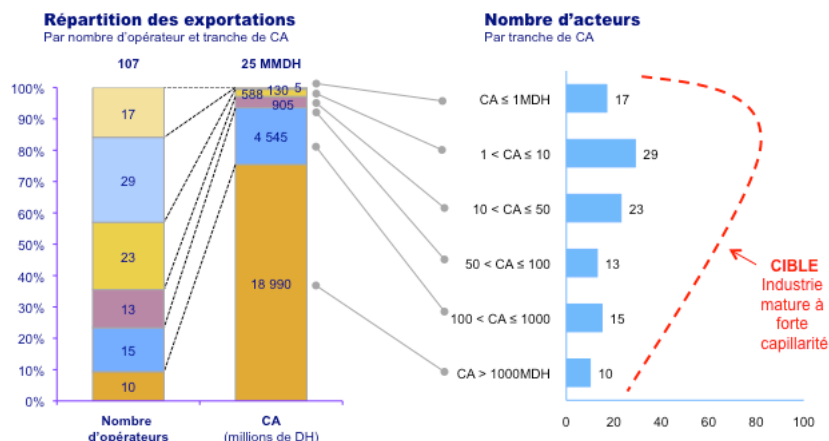
Entre 2009 et 2012, les exportations automobiles du Maroc sont passées de 10,7 à 24,9 milliards de dirhams. Dans le même temps, les imports en AT pour perfectionnement actif sont passés de 4,8 à 15,1 milliards de dirhams. Ainsi, le taux de valeur ajoutée s'est réduit de 15,6 points de base, passant de 55,1% à 39,5%. Cela signifie que la valeur captée par le Maroc dans son activité a diminué, au profit des acteurs en amont ou en aval de la chaîne de valeur.



Cette tendance indique que les investissements pourraient être mieux rentabilisés en captant plus de valeur sur l'activité industrielle, par exemple en se positionnant sur les étapes complexes et coûteuse du processus de fabrication.

Forte concentration du secteur

En se basant sur les 107 principaux industriels du secteur automobile, qui totalisent 25 milliards de dirhams d'exportations environ, il apparaît que 10 de ces industriels réalisent plus de 75% des exportations. Les 97 acteurs restants se partagent moins de 25% du marché.

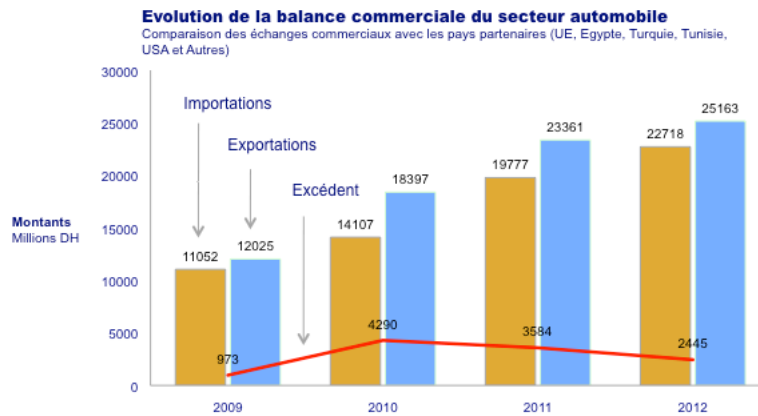


Il existe donc une forte concentration sur le secteur, mais celle-ci est un frein à son développement. En effet, la structuration du secteur automobile est basée sur une stratification des équipementiers, où le constructeur est servi par les équipementiers de Rang 1, eux-mêmes servis par les Rang 2, et ainsi de suite. La forte concentration peut donc traduire un manque de capillarité du réseau d'équipementiers, obligés de

s'approvisionner à l'étranger pour servir leurs besoins en produits et services, et laissant à ce titre échapper des opportunités d'affaires pour le tissu local.

Diminution de l'avantage sur la balance commerciale

En analysant la balance commerciale du secteur automobile depuis 2010 jusqu'à 2012, il apparaît que l'excédent commercial est passé de 4,3 à 2,45 milliards de dirhams. Sur la même période, les exportations sont passées de 18,4 à 25,2 milliards de dirhams (4). Ainsi, après l'effet positif observé sur les exportations suite à l'arrivée du constructeur Renault, le Maroc perd progressivement un avantage commercial qu'il pourrait conserver en développant mieux son industrie.



Le développement de l'industrie automobile est une opportunité pour le Maroc, et l'accroissement des exportations démontre de réelles affinités du pays avec ce secteur. Mais il est nécessaire de mettre en œuvre les mécanismes appropriés une fois atteinte la taille critique pour tirer des bénéfices de cette opportunité, et non pas en faire un écosystème qui tourne à vide.

Notes :

- (1) Chiffres de l'Office des Changes (décembre 2013)
- (2) Investissements Directs Etrangers
- (3) Chiffres de l'Oxford Business Group
- (4) Certains chiffres peuvent légèrement varier selon les méthodes de calcul de l'Office des Changes

Le Cabinet OBI Conseil a été créée en 2007 par Ouassim Bernossi, ancien consultant Mercer Management Consulting (Paris), Oliver Wyman (Paris) et Cap Gemini Ernst & Young (Paris), ancien chargé de mission auprès de la direction générale pour un promoteur immobilier d'envergure nationale et ancien directeur général d'une société opérant dans l'industrie lourde.

Depuis son lancement, le Cabinet accompagne ses clients dans leur recherche de performance et de croissance à travers ses méthodes d'analyse et d'étude qui s'adaptent spécifiquement à chaque client.

Le Cabinet a développé une expertise sectorielle dans l'Automobile, l'Industrie, le Textile, la Promotion immobilière & le BTP, le Transport & la Logistique et les études pour les organismes institutionnels.

Il possède également une expertise métier dans la stratégie, l'organisation, la performance industrielle, la performance commerciale et la performance achats.

Biographie de l'auteur Ouassim Bernossi est diplômé de l'Ecole Polytechnique de Paris et de l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications de Paris. Il a d'abord rejoint les bureaux parisiens d'Oliver Wyman, leader mondial du Conseil, avant d'assumer la direction générale d'un groupement de carrières d'agrégats dans la région Nord. Il quittera après quelques années ce poste pour fonder et diriger OBI CONSEIL, cabinet de conseil en stratégie et organisation à Tanger.

Mentions Légales *Toutes les informations contenues dans le présent document sont données à titre indicatif et peuvent être sujettes à correction. Elles ne peuvent en aucun cas être considérées comme une consultation ou un avis donné par OBI Conseil ou ses collaborateurs. Le lecteur est prié de contacter directement OBI Conseil pour une information complète. Ce document, et les informations qu'il contient, ne peuvent être copiés ou réutilisés partiellement ou totalement sans l'accord de OBI Conseil.*

Pour plus d'informations, rendez-vous sur

www.obi-conseil.com

Contact OBI CONSEIL
2 rue Abdellah El Habti
Résidence Paradise B
Tél +212 (0) 5 39 94 00 14
Email contact@obi-conseil.com
Website www.obi-conseil.com