

ETUDE D'ANALYSE DU POTENTIEL DE LA BRANCHE

DISTRIBUTION DE LA PIECE DE RECHANGE ET REPARATION AUTOMOBILE AU MAROC

ETUDE REALISEE AVEC LE SOUTIEN FINANCIER
DU PROGRAMME MEDA DE L'UNION EUROPEENNE

Année 2004

ETUDE REALISEE PAR

| | |
|-----------------------------|------------------|
| Cabinet : | TRANSTEC |
| Consultant internationaux : | Bruno DE CENIVAL |
| Consultant national: | Chakib ZERHOUNI |

COMITE DE PILOTAGE

| | |
|-------------|--|
| Président : | M. Ali MOAHMAH Président De l'Association Marocaine pour l'Industrie et le Commerce de l'Automobile (AMICA) |
|-------------|--|

| | |
|-----------|---|
| Membres : | Ministère de l'Industrie du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie (MICMNE) Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise (ANPME) Euro Maroc Entreprise (EME) |
|-----------|---|

Cette étude a été réalisée avec le soutien financier du programme MEDA de l'Union Européenne. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de ses auteurs et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Union Européenne.

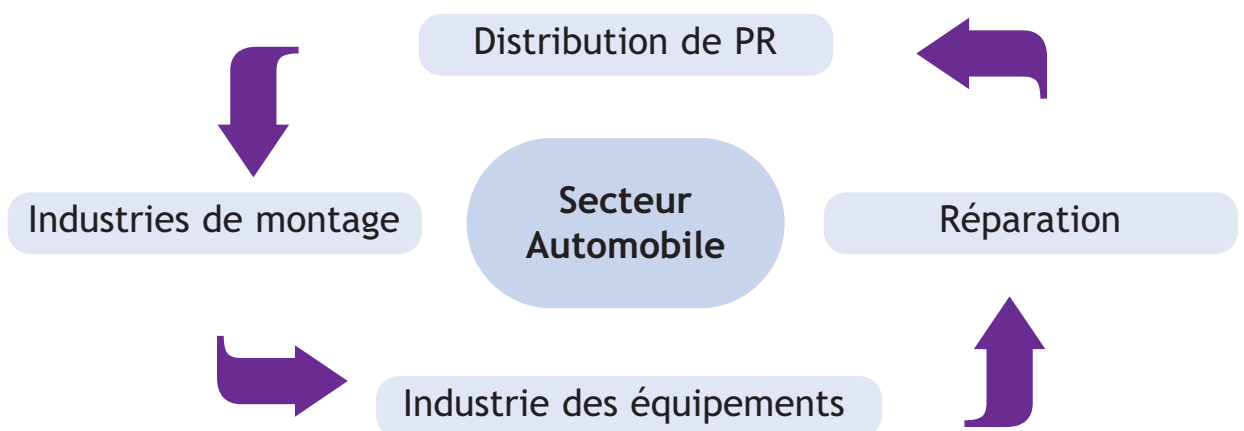
| | |
|---|-----------|
| I. CADRE GENERAL ET PRINCIPAUX OBJECTIFS DE L'ETUDE | 7 |
| I.1 Contexte de l'étude sur le secteur de la distribution de la pièce de rechange (PR) et de la réparation automobile (RP) au Maroc | 7 |
| I.2 Précision des objectifs poursuivis | 8 |
| I.2.1 Objectifs de la mission | 8 |
| I.2.2 Principaux résultats attendus | 8 |
| I.3 Méthodologie utilisée | 8 |
| I.4 Structure du rapport | 10 |
| PREMIERE PARTIE : DIAGNOSTIC DES FILIERES ET BENCHMARKING | 11 |
| II. DIAGNOSTIC DES ENTREPRISES DES SECTEURS DE LA DISTRIBUTION DE PR ET DE LA REPARATION AUTOMOBILE AU MAROC | 13 |
| II.1 Introduction | 13 |
| II.2 Le secteur automobile marocain en chiffres | 14 |
| II.3 Diagnostic du secteur de la « Distribution de PR » | 16 |
| II.3.1 Situation actuelle et étapes cruciales de développement du secteur de la distribution de pièces de rechange | 16 |
| II.3.2 Problématique du secteur de la pièce de rechange au Maroc | 17 |
| II.3.3 Evolution de la demande en PR | 18 |
| II.3.4 Organisation de l'offre et principaux acteurs du marché | 18 |
| II.3.5 L'informel | 25 |
| II.3.6 Les niveaux de prix relatifs | 28 |
| II.4 Diagnostic du secteur de la réparation automobile | 29 |
| II.4.1 Situation du secteur et étapes cruciales de développement du secteur RP | 29 |
| II.4.2 Problématique du secteur de la réparation au Maroc | 30 |
| II.4.3 Evolution de la demande en réparation automobile au Maroc | 30 |
| II.4.4 Organisation de l'offre et principaux acteurs de la réparation | 31 |
| II.4.5 L'informel | 38 |
| II.5 Support institutionnel aux deux secteurs | 38 |
| II.5.1 Formation professionnelle | 38 |
| II.5.2 Homologation des véhicules | 39 |
| II.5.3 Normalisation des produits | 39 |
| II.5.4 Rôle et impact des contrôles techniques | 40 |
| II.5.5 Rôle et impact des assurances, douanes, et sécurité routière | 41 |
| II.5.6 Structuration du marché de l'occasion | 42 |
| II.5.7 Mise à niveau et rôle de l'AMICA et des professionnels | 43 |
| III. ETUDE DE BENCHMARKING DES SECTEURS DISTRIBUTION ET REPARATION EN FRANCE | 44 |
| III.1 Rappel des sources et organismes interrogés | 44 |
| III.2 Données automobiles mondiales | 44 |
| III.3 L'environnement automobile en France | 46 |
| III.3.1 Le parc automobile en France | 47 |
| III.3.2 Les Immatriculations | 47 |
| III.3.3 Les règlements européens. | 48 |
| III.3.4 Le contrôle technique et les pannes | 50 |

| | |
|--|------------|
| III.4 Le marché de la pièce de rechange en France | 51 |
| III.4.1 Données du marché | 51 |
| III.4.2 Les familles de produits | 51 |
| III.4.3 Les acteurs et les circuits de commercialisation | 52 |
| III.4.4 Marques et qualité des pièces | 55 |
| III.4.5 Prix relatifs et tarification | 56 |
| III.5 Le marché de la réparation en France | 57 |
| III.5.1 Données du marché | 57 |
| III.5.2 Les acteurs | 57 |
| III.5.3 Moyens et équipements | 59 |
| III.5.4 Mode de facturation | 60 |
| III.5.5 Approvisionnements en pièces et logistique | 60 |
| III.6 Tendances à 5 ans | 61 |
| IV. SYNTHESE BENCHMARKING FRANCE - MAROC | 62 |
| V. ANALYSE DES FORCES FAIBLESSES, MENACES ET OPPORTUNITES (SWOT) | 69 |
| DEUXIEME PARTIE : ORIENTATIONS STRATEGIQUES ET PLAN D' ACTIONS | 71 |
| VI. RECOMMANDATIONS STRATEGIQUES | 73 |
| VI.1 Recommandations micro-économiques | 74 |
| VI.1.1 Secteur de la pièce de rechange | 74 |
| VI.1.2 Secteur de la réparation | 78 |
| VI.2 Recommandations méso-économiques | 80 |
| VI.2.1 Renforcer la représentativité des garages et distributeurs de PR au sein de l'AMICA | 80 |
| VI.2.2 Renforcer les coopérations internationales de l'AMICA. | 80 |
| VI.2.3 Encadrement des opérateurs dans leur mise à niveau | 80 |
| VI.2.4 Formation initiale et continue adaptées aux opérateurs de la RP et de la PR | 81 |
| VI.2.5 Renforcement de la normalisation et mise en place du centre technique automobile | 82 |
| VI.2.6 Accompagnement à la labellisation de centres de réparation | 82 |
| VI.2.7 Communication autour des axes sécurité, qualité, environnement | 83 |
| VI.2.8 Mise en place d'un observatoire statistique pour le secteur de la pièce de rechange et de la réparation | 83 |
| VI.3 Recommandations macro-économiques | 84 |
| VI.3.1 Mise en place d'une réglementation adéquate | 84 |
| VI.3.2 Renforcement de l'efficacité du contrôle technique | 85 |
| VI.3.3 Dispositif de régulation à l'entrée des pièces de rechange | 85 |
| VI.3.4 Instauration de passerelles université – secteur | 86 |
| VI.3.5 Soutien de la mise à niveau des acteurs (PR et RP) | 86 |
| VI.3.6 Aide étatique pour soutenir les garagistes dans leur mutation | 86 |
| VI.3.7 Mesures incitatives pour la baisse de l'informel | 87 |
| VII. PLAN D' ACTION | 88 |
| VII.1 Actions micro économiques | 88 |
| VII.2 Actions méso-économiques | 92 |
| VII.3 Actions macro-économiques | 96 |
| VII.4 Synthèses priorités/calendrier | 101 |
| ANNEXES | 103 |

I.1 CONTEXTE DE L'ÉTUDE SUR LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION DE LA PIÈCE DE RECHANGE (PR) ET DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE (RP) AU MAROC

Dans le cadre du Programme de Développement du Secteur Privé au Maroc, l'ANPME et Euro Maroc Entreprise en liaison avec l'AMICA (Association Marocaine pour l'Industrie et le Commerce de l'Automobile) et le MICMNE (Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Mise à Niveau de l'Economie), ont lancé une étude sectorielle des secteurs de la distribution de la pièce de rechange et de la réparation automobile au Maroc. Ce travail intervient suite à la finalisation d'une étude de potentiel du secteur des équipements automobiles avec le concours de la GTZ, ayant formulé les grandes orientations pour l'industrialisation du secteur et son développement pérenne. Ce travail s'annonce, également, à la veille de l'élaboration d'un contrat programme qui devra figer la vision stratégique du secteur automobile au Maroc et les engagements réciproques de toutes les parties prenantes.

L'investigation des secteurs de la distribution de la pièce de rechange (PR) et de la réparation (RP) vient à point nommé en prolongement du travail initié par l'AMICA, tel qu'il ressort de son programme de développement 2002-2004. Ceci permettra donc de structurer l'information officielle autour du secteur de l'automobile, et d'aboutir à l'établissement d'un plan d'action opérationnel pour enclencher la mise à niveau des entreprises relevant des secteurs de la PR et RP.



I.2 PRECISION DES OBJECTIFS POURSUIVIS

I.2.1 Objectifs de la mission

Considérant que les branches de la distribution de PR et de la réparation automobile font partie intégrante de la filière automobile nationale et eu égard aux nouvelles orientations stratégiques du secteur consistant à faire du Maroc une plate forme de production et de délocalisation régionale, l'étude du secteur de la distribution de pièces de rechange et de la réparation vise, notamment à :

- Apporter un éclairage sur l'état des lieux du secteur et la situation actuelle des deux filières ;
- Identifier les écarts par rapport aux mêmes filières en France ;
- Proposer des recommandations stratégiques et opérationnelles, matérialisées pour mieux structurer le secteur, atténuer les disparités constatées par rapport à l'état de l'art en Europe, œuvrer à la réduction de l'informel, promouvoir la distribution des pièces neuves et la professionnalisation de la réparation consolidant ainsi la nouvelle vision stratégique du secteur automobile marocain.

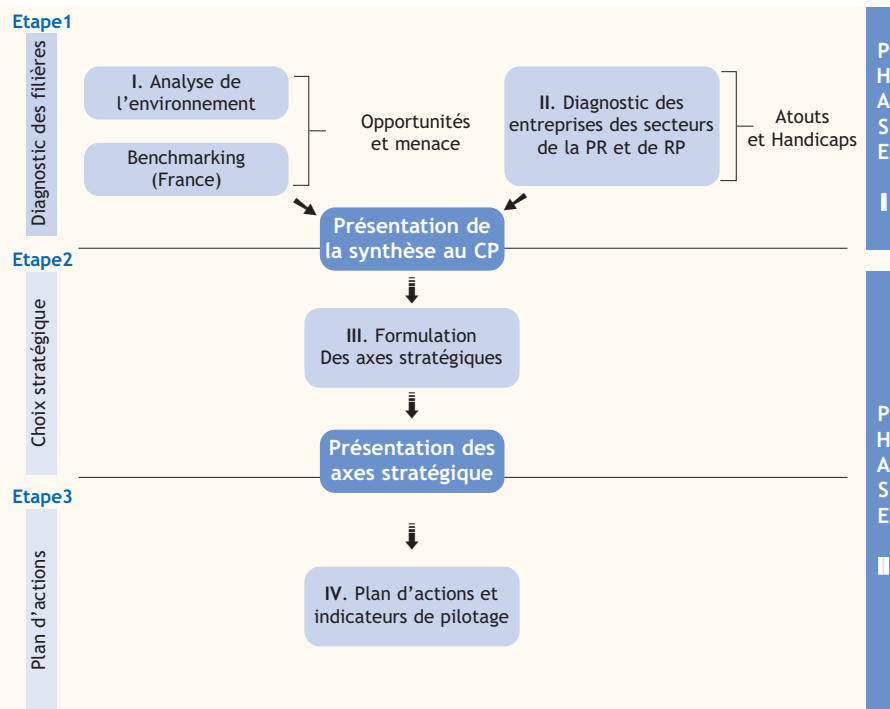
I.2.2 Principaux résultats attendus

- Un diagnostic de la branche «Distribution de PR» et « Réparation automobile» incluant l'organisation de l'offre et les principaux acteurs, les circuits de distribution, l'évolution de la demande, les sources d'approvisionnements, le niveau d'encadrement, la part de l'informel et l'ensemble des éléments nécessaires à une appréciation pertinente de la situation des deux filières ;
- Une analyse comparative soulignant l'organisation des deux branches étudiées au Maroc et en France ; relever les écarts y afférents, identifier les tendances lourdes et en tirer les enseignements pour capitaliser sur l'expérience française ;
- Des actions et des recommandations à la fois volontaristes et réalistes pour le développement à court et moyen terme des deux filières de distribution de PR et de réparation automobile.

I.3 METHODOLOGIE UTILISEE

Le processus méthodologique conformément aux termes de référence s'est donc déroulé en 2 grandes phases réparties en 4 étapes :

- Etape 1 : Diagnostic et Benchmarking
- Etape 2 : Formulation des orientations stratégiques pour les secteurs de la distribution de PR et de la réparation automobile
- Etape 3 : Elaboration du plan d'actions



La première étape concernant le diagnostic et Benchmarking des filières s'est déroulée comme suit :

- 1- Des visites à un échantillon d'entreprises sélectionnées par le comité de pilotage et constituées de distributeurs de PR et de réparateurs a permis d'analyser l'état des lieux des deux filières, de remonter les attentes des acteurs et apprécier leur niveau de performance relative. Ces visites ont utilisé comme support un guide d'entretien.
- 2- Une étude en France sur la structuration des secteurs de la distribution et de la réparation a été réalisée immédiatement après la première séquence au Maroc à partir de visites des principales associations et fédérations concernées. Cette étape a permis la formalisation d'un rapport sur la situation des deux branches en France.
- 3- Des visites complémentaires ont été effectuées auprès, notamment, des organismes parties prenantes, à la fois publics et privés, pour apporter les précisions nécessaires aux interrogations soulevées à l'issue des diagnostics d'entreprises.
- 4- Au terme de ces visites, une étape d'analyse a permis de formaliser un draft du rapport de diagnostic des deux filières tenant compte à la fois des éléments de l'environnement et des aspects internes aux entreprises.

De même, l'étude Benchmarking a été l'occasion de comparer le Maroc par rapport à la France sur un ensemble de critères pertinents pour mieux appréhender les écarts existants. Au terme de cette étape, une analyse SWOT a été réalisée pour mettre en exergue, pour chaque filière, ses forces et faiblesses, ses menaces et ses opportunités.

La seconde étape concernant la formulation des recommandations stratégiques au titre des deux branches a pris comme point de départ les atouts et les handicaps du secteur ainsi que les opportunités et les freins y afférents.

Les voies stratégiques de développement ainsi formulées ont été exprimées sous forme d'axes opérationnels pré-requis pour l'atteinte des objectifs et ce à trois niveaux :

- Au niveau Meso-économique : associations et structures de soutien
- Au niveau Macro-économique : instances gouvernementales
- Au niveau Micro-économique : entreprises et opérateurs privés.

La troisième et dernière étape a consisté à décliner les axes stratégiques en actions opérationnelles en y associant des priorités, des responsabilités et une articulation cohérente dans le temps et ce au niveau des trois strates évoquées plus haut.

I.4 STRUCTURE DU RAPPORT

Le rapport élaboré suite à cette étude est constitué des parties suivantes :

- Cadre général et objectifs de l'étude.
- Etat des lieux des secteurs de la distribution de pièces de rechange et de la réparation automobile au Maroc.
- Analyse des facteurs de supports jugés transversaux aux deux branches industrielles étudiées.
- Benchmarking réalisée en France pour les deux secteurs PR et RP.
- Analyse des forces et faiblesses, des menaces et opportunités, comme conséquence des parties précédentes.
- synthèse des recommandations et des axes de développement stratégiques des secteurs PR et RP au Maroc.
- Plan d'actions détaillé aux niveaux macro-économique, meso-économique et micro-économique.

Première partie
**Diagnostic des filières
et Benchmarking**

II.1 INTRODUCTION

La rechange et la réparation automobile sont deux filières qui jouent de plus en plus des rôles de première importance dans les économies nationales et internationales. Elles appartiennent au monde de l'automobile tout en ayant leurs propres caractéristiques, qui se résument en trois mots : dimension, complexité et évolution.

La dimension du secteur joue un rôle clé dans les économies, notamment, dans les pays développés, elle mériterait à elle seule que les acteurs publics, privés et institutionnels, s'y intéressent de plus près. Rien que la rechange indépendante en Europe, elle représente un chiffre d'affaires annuel estimé à plus de 100 milliards d'Euros et emploi environ un million de personnes. Les chiffres afférents à ces deux filières au Maroc donnés dans ce rapport sont, à juste titre, éloquentes et ne manquent pas d'intérêt non plus.

C'est un secteur hautement complexe puisque la distribution et la réparation intègrent des produits de plus en plus sophistiqués où toutes les technologies se retrouvent : la mécanique, l'hydraulique, l'électricité, l'électronique, l'informatique ...

Le secteur connaît une déréglementation accentuée par l'ouverture du marché générée par les différents accords multilatéraux (OMC) , régionaux (ZLE-U.E, accord quadri, quadripartie...) ou les conventions bilatérales (Tunisie, Egypte,).

C'est dire combien sont importants les enjeux dans ce secteur qui s'avère plein de promesses au vu de la croissance dont témoigne le parc automobile qui a presque doublé durant ces dix dernières années. En outre, cette croissance pourrait être dopée avec le développement attendu du tourisme. Les deux filières le constituant, devraient être identifiées et reconnues à travers des actions de communication structurées et évolutives auprès des pouvoirs publics et du privé mais aussi auprès des différentes institutions d'appui et d'accompagnement à leur structuration et modernisation.

En effet, le secteur de la distribution de la pièce de rechange et de la réparation automobile reste globalement peu structuré avec un niveau d'encadrement très faible. L'informel rend le secteur opaque et exige des barrières à l'entrée pour tout acteur structuré souhaitant investir ce marché. Au rythme de son évolution, il risque de prendre un tournant ne servant pas forcément l'intérêt des professionnels encore moins l'économie nationale.

Administration, Institutions, et professionnels sont plus que jamais interpellés pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie pour la rechange et la réparation automobile en vue de mieux structurer les deux branches, conserver leur dynamisme économique tout en soutenant la modernisation du secteur automobile et préservant la sécurité des usagers.

II.2 LE SECTEUR AUTOMOBILE MAROCAIN EN CHIFFRES

| <i>Evolution du parc automobile en circulation</i> | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|
| | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | TCAM |
| VP | 1 172 188 | 1 230 068 | 1 278 262 | 1 326 108 | 1 375 725 | 4,1% |
| VUL | 408 604 | 424 992 | 441 050 | 460 101 | 474 559 | 3,8% |
| Total | 1 580 792 | 1 655 060 | 1 719 312 | 1 786 209 | 1 850 284 | 4,0% |

Source : Ministère de l'équipement et du transport

Le Maroc compte quelques 1.8 millions de véhicules en circulation hors poids lourds. Ce chiffre suit un taux de croissance annuel moyen établi à 4%. Tendence relativement rapide, dénotant du dynamisme du secteur et soulignant un meilleur accès de la population aux véhicules. Néanmoins, le pays reste sous motorisé puisque seul 1 marocain sur 15 dispose d'une voiture, contre un véhicule pour 1,7 personnes en France.

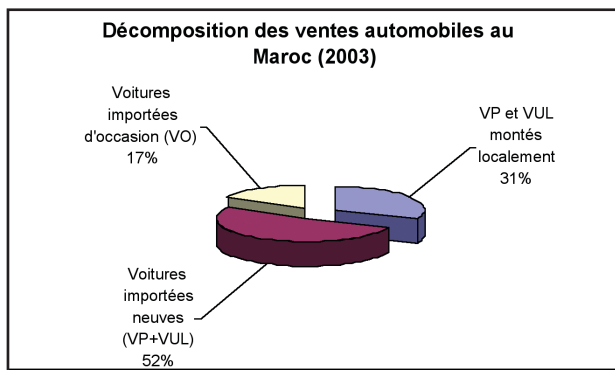
| | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | en % total 2003 | TCAM |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------|
| VP et VUL montés localement | 20 434 | 15 577 | 11 980 | 10 184 | 9 562 | 18 310 | 17 274 | 17 055 | 21 006 | 18 709 | 21 231 | 19 640 | 18 684 | 31% | -1% |
| Voitures importées neuves (VP+VUL) | 1 460 | 2 488 | 2 684 | 4 182 | 5 112 | 9 295 | 14 115 | 18 157 | 21 841 | 23 518 | 25 311 | 28 297 | 30 933 | 52% | 26% |
| Voiture importées d'occasion (VO) | 26 169 | 63 146 | 72 517 | 91 202 | 38 398 | 14 173 | 18 565 | 20 284 | 24 685 | 25 584 | 14 530 | 9 478 | 9 899 | 17% | -7% |
| Marché Total (VP + VUL) | 48 063 | 81 211 | 87 181 | 105 568 | 53 072 | 41 778 | 49 954 | 55 496 | 67 532 | 67 811 | 61 072 | 57 415 | 59 516 | 100% | 2% |
| Marché Total (VP + VUL) neuve | 21 894 | 18 065 | 14 664 | 14 366 | 14 674 | 27 605 | 31 389 | 35 212 | 42 847 | 42 227 | 46 542 | 47 937 | 49 617 | 83% | 6% |

Source : AMICA

Le marché des véhicules neufs au Maroc poursuit une progression de 6% par an en moyenne. Cette évolution est particulièrement élevée en comparaison aux standards européens. Elle souligne un recul significatif des importations de véhicules d'occasion devenues dissuasives suite au régime douanier mis en place visant le renforcement de l'industrialisation du secteur à partir de 1995.

Le nombre de véhicules importés et des véhicules produits localement entre 1991 et 2003 s'élève à 835.669 unités, soit moins de la moitié du parc en circulation tel qu'il est estimé plus haut. Ceci pourrait renseigner, en l'absence de statistiques officielles, sur l'âge moyen des véhicules qui doit dépasser de loin les 13 années synthétisées dans ce tableau. Une moyenne autour de 17 ans serait tout à fait plausible dans ce contexte.

La répartition des ventes automobiles en 2003 se présente comme suit :



Source : Données AMICA

La prédominance des véhicules neufs montés localement ou importés devrait contribuer au rajeunissement futur du parc automobile en circulation.

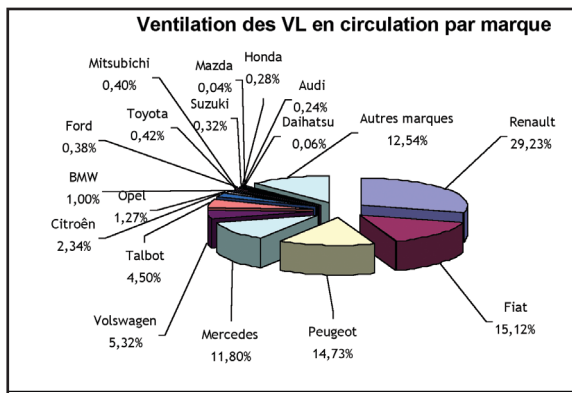
Evolution des transactions de véhicules industriels (Camions)

| | 2001 | 2002 | 2003 | TCAM |
|----|------|------|------|------|
| PL | 3521 | 3997 | 3730 | 2,9% |

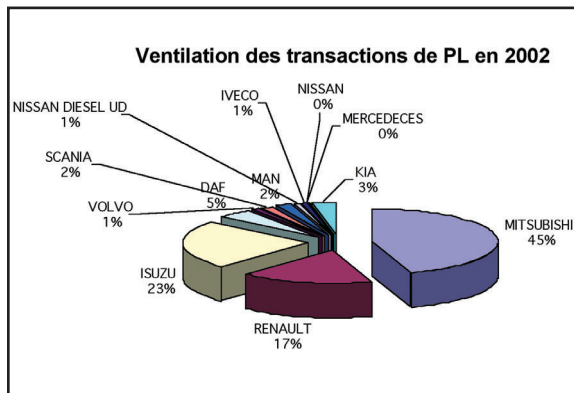
Source : GPLC

Les ventes de poids lourds sont relativement stables et ne contribuent qu'à hauteur de 6% des ventes de véhicules neufs au Maroc en 2003.

Par ailleurs, le marché automobile marocain compte la présence des représentants des principaux constructeurs sur le plan mondial, que ce soit pour les VP, les VUL et les PL.



Source : direction des statistiques (chiffres 2000)



Source : GPLC

La répartition des véhicules légers en circulation au Maroc montre une domination des marques françaises avec des parts de marché proches de 50%, suivies des marques allemandes, notamment Mercedes, adoptée fréquemment pour sa robustesse et sa résistance à l'usure. Ce graphique doit néanmoins être nuancé, dans la mesure où les marques asiatiques ont fortement pénétré le marché automobile national durant les trois dernières années occupant ainsi plus de 15% des parts de marché en 2003, au détriment notamment des marques françaises .

S'agissant des poids lourds, la tendance est inverse. Ce sont plutôt les véhicules japonais qui dominent le marché avec une percée relative de la marque européenne Renault.

II.3 DIAGNOSTIC DU SECTEUR « DISTRIBUTION DE PR »

II.3.1 Situation actuelle

Le secteur de la pièce de rechange suit globalement la physionomie du marché automobile national. Le développement du parc automobile marocain induit une croissance mécanique du secteur de la pièce soutenue par plusieurs types d'acteurs :

- Le réseau des constructeurs employant environ 200 personnes dont 40 en moyenne pour la seule activité de distribution de PR à travers tout le Royaume, soit 640 personnes en tenant compte des 16 marques représentées au Maroc ;
- Les importateurs de pièces de grandes marques au nombre d'une vingtaine employant quelques 400 personnes ;
- Les importateurs de pièces adaptables estimés à 200 acteurs employant en moyenne 12 personnes chacun, soit plus de 2400 personnes
- Les grossistes et détaillants au nombre estimé de 1500 répartis à hauteur de 20% pour les sociétés morales et 80% pour les sociétés intuitu personae. Ces derniers disposant de magasins de stockage emploient en moyenne 3 personnes chacun, portant ainsi le nombre d'emplois créés au titre de cette catégorie à 4500.
- Les ambulants représentant une population de 800 personnes (2 par camion), ils utilisent des camions pour assurer la distribution des pièces dans les endroits les moins desservis du pays.
- Enfin les ferrailles au nombre de 50 au Maroc, dont deux majeures à Casablanca. Ces deux dernières comptent environ 400 stands chacune gérés par 2 personnes en moyenne, soit 800 personnes pour la seule région de Casablanca. Quant aux autres régions, une moyenne de 50 stands par ferraille permet de souligner un nombre d'emplois créés par les 48 autres ferrailles d'environ 4.800 personnes.

Aussi, nous pouvons conclure que la filière de la pièce de rechange au Maroc emploierait plus de 14.000 en dehors des effectifs des équipementiers locaux.

En outre, le C.A du secteur de la distribution de PR au Maroc s'élève à 4.900 mDh, soit environ une dépense moyenne de 2640 DH (240 Euros) par véhicule en circulation, contre 390 Euros par véhicule en circulation en France. Ce chiffre n'inclut pas l'incidence de la main d'œuvre agissant dans la branche réparation.

Ces chiffres permettent de mesurer le poids du secteur de la pièce de rechange au Maroc et sa contribution en terme de création de richesses et d'emploi dans le pays.

II.3.2 Problématique du secteur de la pièce de rechange au Maroc

Sous-tendu par le développement du parc automobile en circulation, le secteur de la pièce de rechange connaît une évolution croissante.

Ce secteur a été soumis depuis de nombreuses années à une réglementation caractérisée par la mise en place de prix de références fixant les valeurs minimums d'importation par typologie de pièces, des inspections de la commission des valeurs et enfin un coefficient maximum de prix de vente à 1,8 du prix d'importation.

En 2000, la promulgation de la loi sur la concurrence a impliqué la suppression de la commission des valeurs libéralisant ainsi le secteur. A cela s'ajoute la suppression des prix planchers d'importation à partir de 2003 insufflée par les accords signés entre le Maroc et l'OMC et ceux avec l'U.E. Cette nouvelle tendance pourrait favoriser les importations sauvages de pièces de rechange notamment des pays asiatiques tels que la Chine. Ceci est d'autant plus inquiétant que les niveaux de qualité des pièces de rechange adaptables et leur respect des exigences de sécurité peuvent varier sensiblement, sans que cela ne soit perçu, en l'absence d'un dispositif de contrôle à l'entrée.

En outre, en dehors d'une centaine d'acteurs, le secteur de la pièce de rechange reste globalement peu structuré. Le niveau d'encadrement y afférent est très faible. L'informel rend le secteur opaque et érige des barrières à l'entrée pour tout nouvel acteur structuré souhaitant investir ce marché. De même, une fraction importante des emplois créés gravite autour du secteur informel.

Dans ce contexte, deux tendances contrastées semblent se tracer à l'horizon :

1. Une politique industrielle claire dans le secteur automobile, surtout avec la consolidation de Renault dans la Somaca et sa volonté de faire du Maroc une plate forme de production d'un véhicule économique régional. Une vision claire relative au développement du tissu industriel des équipements automobiles sous forme à la fois de plate forme de production et de délocalisation régionale ;

2. Un secteur de la pièce de rechange encore peu structuré prenant un tournant progressivement chaotique au rythme du démantèlement tarifaire et ne servant pas l'intérêt du secteur et la sécurité des automobilistes.

Quelle stratégie pour le secteur de la pièce de rechange en vue de mieux structurer la branche, conserver son dynamisme économique, soutenir le développement industriel du secteur des équipements automobile tout en préservant la sécurité des usagers ?

II.3.3 Evolution de la demande en PR

Pour reconstituer la demande en pièces de rechange, l'étude s'est appuyée sur les statistiques d'importations, d'exportations et de production locale. Le marché a été évalué en utilisant l'équation suivante :

Demande = Importations + Production destinée au marché local

Il reste entendu que cette demande n'est pas celle du consommateur final, elle ne tient pas compte des droits d'importation et de la marge des intermédiaires (importateurs, grossistes , détaillants,..). Pour ce faire, un coefficient de 1,7 a été appliqué.

| <i>Estimation marché de PR (En KDH)</i> | |
|---|------------------|
| | <i>2002</i> |
| Importations | 2 268 377 |
| Production pour marché local | 596 288 |
| Total hors marge distribution | 2 864 665 |
| Total y compris marges distribution (1,7) hors contrebande | 4 869 930 |

Sources : reconstitution sur la base des statistiques fournit par l'office des changes et l'AMICA.

Le marché de la pièce de rechange s'est établi en 2002 à environ 4.869 mDh. Ce chiffre incorpore l'incidence des marges distributeurs, grossistes et détaillants.

II.3.4 Organisation de l'offre et principaux acteurs du marché

Acteurs du marché PR :

Les principaux acteurs de la distribution de pièces de rechange au Maroc peuvent être décomposés en plusieurs catégories :

- les réseaux des constructeurs
- les importateurs/distributeurs focalisés sur les pièces de grands équipementiers internationaux
- les importateurs/distributeurs distribuant principalement des pièces dites « adaptables de qualité »

- des importateurs/distributeurs distribuant des pièces dites « autre qualité »
- les réseaux des fabricants de pièces locaux
- les grossistes et détaillants
- les ambulants
- la ferraille
- les prescripteurs au client final (garagistes, stations services, grandes surfaces, ...)

Les réseaux des constructeurs

Ces réseaux sont composés des concessionnaires et agents de marques des constructeurs automobile implantés au Maroc. 16 grands groupes de distribution de véhicule se partagent le marché de manière très inégale. Renault et Sopriam représentent à eux seuls 42% des ventes. Les sites sont en nombres limités (environ 100 à 150) mais représentent environ 12% du volume de pièces mises sur le marché marocain.

Les destinataires de pièces sont majoritairement les véhicules en réparation dans les réseaux (80%) mais également des grossistes et détaillants (10%), d'autres garagistes (5%) et des flottes (5%).

Les pièces distribuées sont approvisionnées presque exclusivement auprès des directions « pièces de rechange » de la maison mère des constructeurs. Un peu moins de 5%, suivant les constructeurs, sont approvisionnés localement et correspondent aux pièces utilisées par les chaînes d'assemblage locales des constructeurs.

Elles sont vendues sous emballage au nom du constructeur (bien que généralement fabriquées par les équipementiers).

La qualité des pièces correspond à la qualité « origine » et répond au cahier de charges 1ère monte des constructeurs.

Les importateurs/distributeurs focalisés sur les pièces de grands équipementiers internationaux

Cette catégorie d'importateurs est également peu nombreuse (environ 20 sur l'ensemble des produits) et ancienne sur le marché (création en majorité sous le protectorat français) mais ils sont généralement de taille importante. Ils représentent environ 13% du volume des pièces mises en ventes au Maroc.

Une des principales raisons de leur nombre limité est que les grands équipementiers internationaux, parmi lesquels on peut citer Valeo, Bosch, Delphi, Michelin, ... pour ne prendre que les plus importants, désirent absolument contrôler le mode de distribution de leurs pièces afin de préserver une stratégie mondiale homogène. Cela les conduit à ne retenir pour distribuer leurs pièces qu'un nombre extrêmement limité

de partenaires, généralement entre 1 et 4. Ces partenaires redistribuent ensuite ces pièces sur l'ensemble du réseau.

Dans cette catégorie, nous pouvons citer, sans être exhaustif, des acteurs comme Autodistribution, Gima, Kaufmann, Maghreb Accessoires, Rousseau, Standard Auto Accessoires, ..., et des spécialistes de pneumatiques.

Leur chiffre d'affaires varie généralement entre 50 et 100 millions dhs .

Ces acteurs sont fortement impliqués dans l'AMICA et participent régulièrement aux salons internationaux.

Comme le caractérise cette catégorie, plus de 90% de leurs approvisionnements se font en Europe ou marginalement aux USA et au Japon. Les achats locaux, lorsqu'ils existent se concentrent sur un nombre limité de produits et de fournisseurs.

Il faut noter, en outre, une réticence de ce type d'acteur à travailler avec les équipementiers locaux souvent présentés comme les concurrents directs sur leur clientèle et comme ayant des politiques de prix fluctuantes. A titre indicatif, en France et en Europe, les équipementiers s'interdisent généralement de vendre directement à des clients de leurs principaux clients.

Les clients sont essentiellement les grossistes mais également, pour une plus faible part, des détaillants, des garagistes en direct ou des entreprises et flottes. La vente au comptoir est généralement marginale(5%). Les grossistes peuvent éventuellement dépendre directement du distributeur comme succursales.

Les marques utilisées sont les marques des équipementiers, sauf pour quelques volumes marginaux pour des marques de distributeur avec des enseignes dites « nouvelle distribution ».

La qualité des pièces fournies par les grands équipementiers mondiaux correspond essentiellement à la qualité origine lorsque les équipementiers sont fournisseurs en 1ère monte de la référence ou également à l'appellation « pièces de qualité origine équivalente » lorsqu'elles sont fabriquées sur les mêmes chaînes et les mêmes spécifications que les pièces d'origine. Quelques références de « complément de gamme » peuvent correspondre à une qualité dite « adaptable de qualité » répondant aux normes de sécurité mais pas à la totalité des spécificités des constructeurs.

Les importateurs/distributeurs distribuant principalement des pièces dites «adaptables»

Cette catégorie représente une part importante des entrées au Maroc et du nombre d'acteurs de la filière.

On peut estimer à 46% la part des pièces mises sur le marché marocain par cette catégorie composée approximativement de 200 entreprises.

Parmi les acteurs, certains sont de taille importante, d'autres par contre sont de taille plus modeste et sont spécialisés sur un nombre limité de produits et de marques. Une trentaine d'entreprises concentre environ 80% de l'activité.

Les marques utilisées sont généralement celles des équipementiers fabricant les pièces.

Les fournisseurs sont très nombreux et sont localisés en Europe et en Asie (70%) mais également au Maroc pour les produits fabriqués localement comme, entre autres, les plaquettes de frein, les filtres, les batteries ou l'échappement (30%).

Pour les acteurs les plus importants qui distribuent principalement des pièces de qualité, les clients sont les mêmes que ceux de la catégorie précédente (pièces de grands équipementiers) avec cependant une part plus importante de vente aux prescripteurs finaux et au comptoir (10%).

Ils distribuent généralement une part de pièces de grandes marques qui correspondent aux critères décrits plus haut, mais également une partie importante de pièces dites « adaptables de qualité ».

Cette catégorie rassemble également de nombreux autres types d'acteurs qui commercialisent des pièces de qualité incertaine. En effet, en plus des pièces adaptables de qualité, d'autres pièces dont la qualité est mal définie existent également. L'absence de normes de performance et qualité sur les produits entraîne l'importation de pièces dont la qualité n'a pas fait l'objet de contrôle. Cela offre de nombreuses opportunités à des acteurs de réaliser des opérations qui peuvent être lucratives à court terme. Ces opérations sont souvent limitées sur un produit et éventuellement sur des lots de pièces occasionnels.

Les clients sont généralement des petits détaillants, des prescripteurs finaux ainsi que des ambulants.

Il est bien évident que l'intervention des distributeurs informel, qui sera abordée plus loin, rentre pour une part importante dans cette catégorie.

Les réseaux des fabricants locaux de pièces

Un certain nombre de lignes de produits sont fabriquées au Maroc et sont distribuées directement par leurs fabricants.

C'est le cas pour des produits comme les filtres, les plaquettes de frein, les échappements, les radiateurs, les joints, les courroies, les câbles de commande et les vitrages.

Ces fabricants sont fournisseurs des grands distributeurs mais disposent également de leur propre réseau qui concurrence les distributeurs.

Les réseaux sont constitués de clients grossistes exclusifs ou non suivant les produits. Certains vendent directement aux détaillants (entre 300 et 500 points de

ventes) ou au contraire se concentrent sur un nombre limité de partenaires distributeurs (entre 20 et 50) .

Les marques utilisées sont généralement celles des fabricants ou des marques à notoriété historique.

La qualité des pièces correspond le plus souvent à « l'adaptable de qualité » avec quelques cas de « qualité équivalent origine ».

La part des pièces mises sur le marché par cette catégorie peut être estimée à plus de 20% concentrée sur quelques lignes de produits.

Les grossistes et détaillants

Le nombre de ces acteurs est extrêmement important et peut être estimé à plusieurs milliers. La plupart sont généralistes et d'autres sont spécialisés sur un certain type de produits comme les radiatoristes, les pneumaticiens, les électriciens, les échappementiers,

Ils s'approvisionnent majoritairement auprès des importateurs mais également par le réseau des équipementiers locaux.

Les différents types de marques et catégories de qualité coexistent généralement et sont vendues en fonction des besoins techniques exprimés et surtout du pouvoir d'achat du client final.

Les clients sont principalement les garagistes pour 70% du volume mais également les sociétés et les particuliers qui se procurent les pièces pour leurs propres réparations et pour une part importante pour les fournir au garagiste de quartier qui fera la réparation.

les ambulants

Il s'agit de commerçants propriétaires de camions dont l'intérieur est aménagé en magasin de pièces automobile. Ce sont donc des détaillants principalement actifs dans les zones à faible densité de population et difficilement accessibles.

La part de l'informel est parfois importante.

Environ 400 camions sont opérationnels, le chiffre d'affaires est de l'ordre de 700 millions dhs.

La ferraille

Une cinquantaine de ferrailles sont recensées au Maroc dont les deux plus importantes sont à Casablanca (Salmia et Sidi Moumen) étendues chacune sur un quinzaine d'hectares). Leur structure est légère ou inexistante.

La part des pièces commercialisées par les ferrailles est de l'ordre de 7% du total du marché.

La clientèle est constituée de garagistes ou prescripteurs finaux ainsi que des particuliers.

Les raisons d'achat par ce canal sont le prix mais souvent également la disponibilité.

Les prescripteurs au client final

Certains acteurs atteignent directement le consommateur final à travers leurs ventes au comptoir destinées aux réparations par l'automobiliste lui-même.

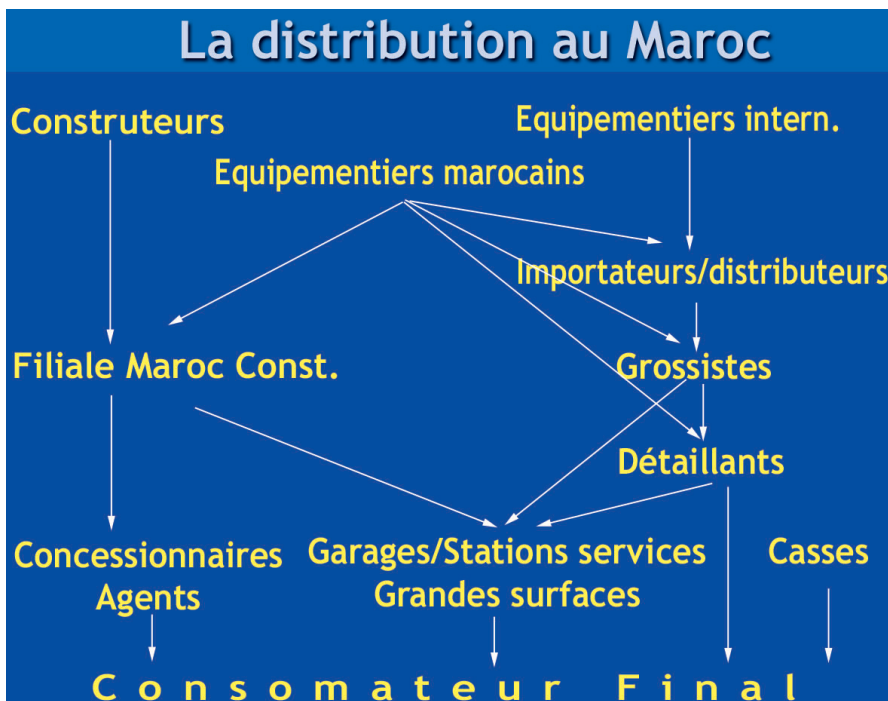
Cependant, la majorité du volume passe à travers « le prescripteur final », c'est à dire l'acteur qui va vendre des pièces en tant que telles ou au travers d'une intervention de réparation.

Cela inclut les garagistes, les stations services, les chaînes de réparation rapide comme Midas ou Speedy, mais également les casses qui fournissent des pièces d'occasion de façon plus ou moins structurée.

Le nombre de points de ventes est estimé à environ 15 000 sur le territoire marocain.

C'est à ce niveau que se fait réellement la répartition entre les différentes catégories de qualité de produit, en fonction du pouvoir d'achat du consommateur et des marges finales du prescripteur.

En synthèse, un schéma simplifié des principaux flux et canaux entre les principaux acteurs peut être représenté comme suit :



En se situant au niveau du dernier acteur fournissant le client final, la répartition serait alors la suivante :

| | |
|------------------------|-----|
| Réseau constructeur | 10% |
| Importateurs | 5% |
| Garages techniques | 16% |
| Garages de quartier | 28% |
| Grossistes détaillants | 22% |
| Stations service | 8% |
| Ferrailles | 5% |
| Autres | 6% |

Organisation et logistique des acteurs PR

La diversité des acteurs se reflète dans la diversité des organisations d'entreprise rencontrées.

Le réseau des constructeurs, est caractérisé par une organisation, une structuration et un professionnalisme similaires à ceux des constructeurs internationaux. L'activité pièces de rechange est rattachée à une direction après-vente qui regroupe la pièce et la réparation.

La logistique des approvisionnements est centralisée au sein d'un magasin central gérant un stock d'environ 3 mois et chaque concessionnaire ou agent est ensuite approvisionné selon ses besoins et possède lui-même un stock variant de une semaine à un mois suivant les pièces.

L'entreprise est bien informatisée et fonctionne généralement en Echange de Données Informatisées avec sa maison mère. Les systèmes informatiques sont la plupart du temps des systèmes développés par le constructeur lui-même.

La formation technique est assurée par des formateurs internes, eux-même formés par la maison mère. Les formations administratives sont faites localement en interne ou externalisées.

Les organisations sont presque systématiquement certifiées ISO 9001/2000 ou 9002.

Les importateurs distributeurs, de taille plus réduite et ne faisant pas partie d'une grande entreprise, sont moins structurés. Cependant leurs organisations sont généralement bien adaptées à leurs besoins.

Par contre, suivant la catégorie à laquelle ils correspondent et suivant la classification faite plus haut, l'organisation, le professionnalisme et le système d'information varient assez largement.

L'organisation va d'une structuration par fonction (achat, gestion, logistique, préparation, commercial, ...) bien établie jusqu'à la présence d'hommes orchestres pilotant l'ensemble des opérations.

Le professionnalisme et la formation sont elles aussi très variables. Les acteurs traitant avec les grands équipementiers internationaux bénéficient d'une formation technique par ces derniers, ce qui n'existe pas pour les autres. On ressent ainsi une grande disparité de professionnalisme suivant les acteurs correspondant généralement à des visions à plus ou moins long terme.

Le niveau des stocks est globalement élevé et la norme actuelle se situe aux environs de 4 mois avec certaines actions engagées pour le réduire à 3 mois.

L'informatisation est adaptée au strict nécessaire et limitée aux micro-ordinateurs en réseau ou non.

Les entreprises ne sont pas certifiées par un référentiel qualité type ISO mais certaines ont une approche interne qui va dans ce sens.

Les grossistes et détaillants sont par contre généralement nettement moins structurés et leur professionnalisme souvent insuffisant.

Ce sont, pour la plupart, des petites entreprises dirigées par un patron polyvalent sur lequel repose la totalité de l'organisation.

Ils ont généralement un niveau de stock assez faible, reposant sur l'efficacité de la logistique de leurs fournisseurs qui les livrent généralement en moins de 24h sur Casablanca et moins de 48h sur le reste du pays sauf certaines pièces comme les pièces de carrosserie. Ce positionnement comporte d'ailleurs des risques à moyen terme lorsque la filière se restructurera nécessairement et la répartition des rôles entre les différents échelons de la distribution (dont certains probablement excédentaires) sera revue.

C'est certainement sur cette catégorie d'acteurs que devront porter des réflexions concernant leur évolution et leur rapport avec le reste de la filière.

Quant aux prescripteurs finaux, ils sont une étape primordiale dans le flux des pièces de rechange mais chacun appartient à un type de profession spécifique avec ses propres caractéristiques.

II.3.5 L'informel

Sous ce seul mot se cache une multitude de phénomènes se combinant souvent entre eux et qui sont des éléments déterminants dans le fonctionnement de la filière de la distribution de la pièce de rechange au Maroc.

Sans probablement être exhaustif, les principales composantes de l'informel sont :

- la contrebande
- la sous facturation en douane
- la contrefaçon
- la non-déclaration fiscale
- la non-déclaration sociale

Il n'est pas dans l'objet de cette étude de se prononcer sur les moyens mis en œuvre pour réduire ces phénomènes ou même la faisabilité sociale et économique de sa

suppression, mais il est indéniable que ce sujet a été récurrent dans tous les interviews menés auprès des acteurs de la filière.

Les principales conséquences de l'informel sont une forte distorsion de la concurrence, un frein à la restructuration et à la professionnalisation du secteur, un champ libre à des politiques commerciales et financières à court terme y compris la spéculation, une aggravation de la non-sécurité des automobilistes et la pollution de l'environnement.

La contrebande concerne principalement les familles de produits qui sont encore aujourd'hui sujets à des droits de douanes qui constitue une protection pour ce genre de pièces fabriquées localement.

La sous facturation relève du même principe mais elle se limite à sous estimer la valeur déclarée en douane afin de minimiser les taxes, le restant des factures étant payé par d'autres canaux financiers.

La contrefaçon touche par contre la presque totalité des pièces à condition cependant qu'elles ne soient ni trop techniques ni trop encombrantes. Les produits les plus touchés sont de consommation courante permettant de faire rentrer sur le territoire des quantités importantes. La contrefaçon a généralement comme caractéristique de faire croire au consommateur qu'il se trouve face à un produit de marque avec ses caractéristiques de technicité et de qualité alors qu'il ne s'agit souvent que d'une copie à ressemblance strictement externe dont l'utilisation sera généralement dangereuse et d'une durée de vie réduite.

Les pays de fabrication les plus cités sont la Chine, Taïwan, la Turquie, l'Italie d'autres pays en voie de développement. Pour les voies de transit de la contrebande, les canaux les plus cités sont les « enclaves du nord », la frontière algérienne et les îles Canaries, sans bien sûr que des preuves concrètes ne soient apportées.

La non-déclaration fiscale correspond à des activités de professionnels non déclarés en tant que telles ou déclarant des sommes forfaitaires très largement sous évaluées. Ceci se retrouve pour une grande part chez de nombreux petits intervenants détaillants, prescripteurs, ambulants, ferrailles, ...) sans que cela ne soit une exclusivité.

La non-déclaration sociale peut apparaître seule ou se combiner avec la précédente. Il s'agit ici de main d'œuvre pas ou partiellement déclarée et ne supportant donc pas les charges sociales correspondantes.

Il est évident que le caractère non déclaré de ces activités rend extrêmement difficile l'estimation de ses conséquences économiques.

Deux aspects peuvent être cependant approchés : les conséquences sur les prix de ventes et l'estimation de la part de l'informel sur le marché.

Pour la contrebande et la sous facturation, les écarts de prix répercutés sur les prix de ventes sont variables selon les droits de douanes. A qualité de produit équivalent. On peut estimer que 50% des taxes non payées se retrouve dans les prix.

Sur des produits comme des pistons, des amortisseurs, des accumulateurs ou des bougies de grandes marques, les écarts de prix pour le consommateur final peuvent être de 20 à 50%.

Pour les produits de contrefaçon, les écarts peuvent être plus importants. De nombreux exemples ont été donnés pour différents produits. La comparaison de prix se fait par rapport au produit de grande marque contrefait :

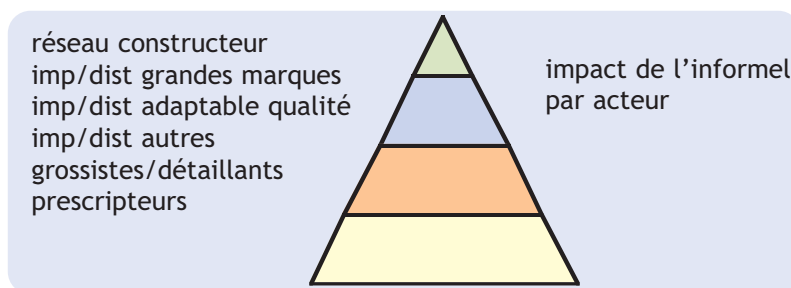
| | | |
|-----------------------------|---|-------|
| -un filtre diesel | : | - 40% |
| -une bougie | : | - 50% |
| -un balai d'essuie glace | : | - 50% |
| -un régulateur | : | - 80% |
| -une fourchette d'embrayage | : | - 60% |
| -un silent block | : | - 45% |

L'estimation de la part de l'informel sur le marché de la pièce de rechange au Maroc, ne peut se faire que sur le volume de pièces touché d'une façon ou d'une autre par le phénomène.

D'après les avis recueillis, les estimations du volume de pièces touchées par une part d'informel pourraient être :

| | |
|-------------------------------|-------------|
| -Contrebande/sous facturation | 15 à 20% |
| -Contrefaçon | 3 à 5% |
| -Non fiscale et sociale | 20 à 30% |
| -Total | environ 40% |

La répartition entre les types d'acteurs de ce volume est également difficile à établir mais un consensus est clairement apparu qu'à degré ou à un autre, tous les acteurs sont touchés ou impliqués à un degré ou à un autre tel que illustré par le schéma suivant :



II.3.6 Les niveaux de prix relatifs

La multiplicité des réseaux et la grande disparité de caractéristiques et de qualité de pièces fait que le prix du marché, pour un même niveau dans la chaîne de distribution, est très variable.

En ce qui concerne les prix d'échange entre les acteurs de la filière, la règle d'usage est basée sur un système de prix brut et de prix net avec remise. La remise est traditionnellement de 35% mais peut largement varier suivant les relations entre acteurs, les volumes commercialisés et les opérations promotionnelles.

L'instabilité des prix est en particulier liée à des actions parfois erratiques des acteurs liées presque systématiquement à des motivations court terme. Ceci concerne malheureusement aujourd'hui la totalité des acteurs, chacun reportant la responsabilité sur les autres. Un produit dont le prix de marché est à peu près établi se verra soudainement proposé sur le marché à moitié prix, déstabilisant immédiatement les concurrents. Ce cas, multiplié à l'extrême, rendra le marché très difficile à contrôler.

Le poids de l'informel que nous avons vu plus haut concourt bien entendu largement à ce phénomène même si ce n'est pas le seul facteur en cause.

Les prix d'achats des acteurs de premier rang (réseaux constructeur, importateurs, ...) se font généralement sur la base de prix nets négociés avec leurs fournisseurs. Ces prix tiennent compte de la situation concurrentielle du pays, des droits de douanes, et du pouvoir d'achat des consommateurs concernés par chaque type et qualité de produit.

Sur le marché marocain, il est bien sûr difficile d'établir précisément le prix relatif des pièces suivant l'acteur réalisant la vente, la marque et la qualité du produit.

En faisant des recoupements entre les différentes informations reçues lors des interviews d'entreprises, donner les fourchettes suivantes peuvent être avancées, en prenant comme base 100 le prix de vente public d'un produit de grande marque vendu sur les réseaux indépendants :

| | | |
|---------------------------------|---|-----------|
| - Marques constructeurs | : | 110 à 120 |
| - Marques grands équipementiers | : | 100 |
| - Marques adaptables de qualité | : | 60 à 80 |
| - Autres | : | 30 à 50 |

Les pièces d'occasion provenant de l'importation ou des casses sont difficiles à positionner du fait que le prix dépendra en premier lieu de sa disponibilité. Le prix pourra alors aller de 10 à 100.

Bien entendu, ces chiffres ne sont qu'indicatifs et font l'objet de nombreuses exceptions en fonction de la grande fluctuation des prix mentionnés plus haut et de l'impact souvent imprévisible des différentes formes d'informel.

Cependant, la résorption progressive de ces disparités et instabilités des prix sera nécessaire et sera un des enjeux de la modernisation à terme du secteur.

II.4 DIAGNOSTIC DU SECTEUR REPARATION AUTOMOBILE

II.4.1 Situation et étapes cruciales de développement du secteur de la réparation

Le secteur de la réparation automobile génère environ 1,1Milliards de DH de C.A par an. en ne considérant que la valeur ajoutée (hors pièces) ; il est structuré autour de 5 grandes typologies d'acteurs :

- La réparation par les constructeurs qui emploie une moyenne de 120 personnes par importateur distributeur de véhicules. Elle assure quelques 1920 emplois à travers les 16 marques représentées au Maroc et ce par le biais de succursales et de concessionnaires répartis à travers l'ensemble du territoire ;
- Les garages structurés disposant de moyens et équipements de diagnostics évolués, et couvrant l'ensemble des métiers de la réparation. Ils sont estimés au Maroc au nombre de 200 et doivent employer chacun en moyenne une vingtaine de personnes, soit 4000 personnes au total ;
- Les garages dits « de quartiers » positionnés sur les différentes spécialités, telles que la carrosserie, l'électricité, la mécanique, la thermie, et la tuyauterie ainsi que la pneumatique. Ces derniers répondent généralement à un besoin de proximité et constituent la première population en volume, soit environ 12.000 garages à travers le Maroc, employant chacun une moyenne de 3 personnes. Cette catégorie de garages est de loin la plus utilisatrice de main d'œuvre, soit environ 36.000 personnes.
- La réparation rapide adossée au concept de la Franchise, est une tendance récente au Maroc. Aujourd'hui, il existe environ une dizaine de points de réparations appartenant aux réseaux Speedy et Midas réalisant une moyenne de 3millions de Dh par centre et employant à peine 5 personnes compte tenu de la forte automatisation des méthodes de travail ;
- Les stations de services, notamment celles nouvellement créées ou ayant fait l'objet d'une rénovation récente et bénéficiant d'un niveau de trafic significatif, dédient généralement un à deux personnes à la réparation rapide (contrôle des vidanges, des pneus,...). 2000 stations de services sont répertoriées au Maroc,

représentant des groupes pétroliers internationaux et nationaux (Shell, Mobile, Total, Afriquia, CMH, Somepi, Petromine, ...). A peine 35% du réseau détiendrait des ateliers techniques de réparation, soit 700 stations, employant presque 1 millier de personnes consacrées à cette activité ;

- Enfin, les ferrailles abritent généralement des réparateurs ambulants. Leur nombre avoisinerait les 200 personnes à Casablanca et quelques 800 personnes à travers les autres ferrailles du pays, soit au total un millier de mécaniciens réparateurs.

Ainsi, le secteur de la réparation, quoiqu'à un niveau de structuration contrasté, emploie près de 43.000 personnes à travers l'ensemble du territoire.

II.4.2 - Problématique du secteur de la réparation au Maroc

Si le secteur de la pièce de rechange affronte des défis en terme d'une part, de la structuration du secteur (pénalisé par l'activité informelle et la contrebande), et d'autre part, en terme de régulation des importations de pièces douteuses aggravées par le démantèlement tarifaire, le secteur de la réparation affronte les mêmes enjeux, en tant que prescripteur et utilisateur de la pièce.

En outre, l'activité de la réparation au Maroc s'apprête à vivre un tournant décisif induit par une très forte augmentation de l'électronique embarquée dans les véhicules. En effet, si la mécanique reste encore la technologie prédominante dans le fonctionnement de l'automobile, l'utilisation grandissante de l'électronique dans les nouveaux modèles de véhicules constitue de nouvelles barrières pour les garagistes et réparateurs qui, une fois l'accord du constructeur acquis, doivent nécessairement s'équiper en appareillage de diagnostic poussé.

Cette nouvelle donne menace surtout les garages de quartier, employant plus de 80% de la main d'œuvre du secteur, qui rencontrera deux problèmes majeurs :

- Le manque de compétences nécessaires pour résoudre des problèmes liés à l'électronique embarquée ;
- Le manque de moyens requis pour s'équiper en matériel de diagnostic adéquat.

Comment le secteur réagira-t-il à ce changement technologique ? qu'en est-il des garages de quartier, acculés à se structurer ou disparaître ? Vont-ils se regrouper, où se transformeront-ils en salariés de garages structurés ? Autant de questions auxquelles l'étude devra tenter de fournir des éléments de réponses.

II.4.3 Evolution de la demande en réparation automobile au Maroc

L'activité de réparation représente globalement 20% de l'activité intégrant pièce et main d'œuvre. Ce chiffre a été conforté par l'enquête de terrain réalisée notamment

auprès du réseau des constructeurs Renault et Sopriam. En partant de ce constat, l'activité de la réparation aurait évolué au Maroc suivant la tendance que l'activité pièce de rechange. Bien entendu, cette évolution est d'autant plus défendable que le parc automobile national n'a pas connu de bouleversement particulier durant les trois dernières années, en terme d'âge moyen des véhicules en circulation, maintenance des véhicules, accidents de la circulation, volume du parc en circulation.... .

En partant du chiffre d'affaires réalisé par la pièce de rechange, la demande en réparation en 2002 avoisinerait les 1.100 millions de Dh.

II.4.4 Organisation de l'offre et principaux acteurs de la réparation

Les acteurs

Comme pour les acteurs de la distribution de la pièce de rechange, il est utile, pour mieux analyser le secteur, de segmenter les différents intervenants.

Leur nombre est en effet extrêmement important (approximativement 13 000 sur le territoire marocain plus 2000 stations service) et très disparates dans leurs caractéristiques.

Le chiffre d'affaires de ce secteur peut être estimé à 1,1 milliards dhs de valeur ajoutée, fourniture des pièces non incluse.

En prenant en compte les critères de domaine d'intervention, de taille, d'équipement et de professionnalisme, nous avons décomposé les acteurs selon les catégories :

- le réseau des constructeurs ;
- les garagistes de niveau équivalent constructeur ;
- les garagistes expérimentés et équipés ;
- la réparation rapide ;
- les stations service ;
- les garagistes de quartier ;

En complément de cette répartition par type de structure, considérée comme critère principal d'analyse, il faut également distinguer les acteurs par type d'intervention réalisée :

- garages généralistes ;
- carrossiers ;
- électriciens ;
- injection carburateur allumage ;
- spécialistes d'un composant ou fonction...

Analyse des caractéristiques des acteurs

- le réseau constructeur :

Ce réseau regroupe l'ensemble des concessions et agents des différents constructeurs commercialisant des véhicules au Maroc.

Le nombre de sites est relativement limité (un peu plus de 100) et leur activité représente environ 18% de la valeur ajoutée de l'activité réparation.

Dans une opération de réparation, la part du coût des pièces est majoritaire et correspond pour ce réseau à 75% du prix de l'intervention, la main d'œuvre représentant 25%.

Leur clientèle privilégiée est principalement les propriétaires de véhicules récents et particulièrement ceux sous garantie. Les véhicules de sociétés, souvent haut de gamme sont fidèle à ce réseau et constituent une part importante de la clientèle. La facturation se fait, pour plus du tiers, à travers les assurances.

A titre d'exemple, on peut estimer le taux de fidélisation des clients à ce réseau à :

50% sur les 3 premières années d'âge du véhicule ;
20% sur les années 4 à 6 ;
entre 0 et 10% pour les années suivantes.

Ces sites sont bien entendu des garages généralistes et assurent l'ensemble des interventions .

Les interventions mécaniques représentent 50% de l'activité, l'entretien 30% et la carrosserie 20%.

Les pièces utilisées lors des réparations sont les mêmes que celles décrites pour la distribution de pièces, c'est à dire presque exclusivement des pièces importées directement de la maison mère de chaque constructeur.

Lorsque des réparations sont opérées sur d'autres marques de véhicules que la leur, ce qui est très marginal, les pièces sont achetées au concessionnaire correspondant ou à un importateur.

Les sites des concessionnaires, et à un degré moindre, ceux des agents sont bien équipés en matériel technique. En particulier, tous les moyens de diagnostic de pannes, électroniques et autres, ainsi que les moyens de contrôle de pollution, d'éclairage et d'autres équipements de sécurité sont présents ou disponibles dans le réseau.

Le personnel présent est qualifié et reçoit une formation technique régulière en interne et par des formateurs venus de la maison mère.

Les entreprises sont généralement certifiées ISO 9000 et ont un système d'information moderne.

L'image qu'ils ont auprès de leur clients leur permet une fidélisation malgré des coûts plus élevés grâce à la connaissance des véhicules, la formation du personnel, la documentation technique, l'équipement et la garantie.

- **les garagistes indépendants de niveau équivalent constructeur**
- **les garagistes expérimentés et équipés**

Ces deux catégories de garages que nous appellerons garages techniques ont des positionnements proches sur le marché.

La première correspond à des établissements récents ou récemment restructurés. Ils sont géographiquement situés dans des zones où l'accessibilité à des surfaces importantes est possible. Leur vocation est d'offrir une alternative à la clientèle des réseaux constructeur avec le même professionnalisme et un service plus personnalisé.

La deuxième est historiquement plus ancienne et se situe géographiquement à proximité de sa clientèle. Le professionnalisme est bon, mais souvent concentré sur un nombre limité de personnes et l'organisation est plus informelle.

Ces deux catégories représentent encore un nombre limité d'acteurs (environ 200), mais couvre environ 15% de la VA de l'activité de réparation sur le territoire. Ils sont concentrés pour la plus grande part sur Casablanca et sur quelques grandes villes.

Ils sont, pour le plus grand nombre, généralistes mais certains sont plus spécialisés sur une activité dominante comme la carrosserie.

Un site emploie entre 10 et 40 personnes et traite entre 2 et 8 clients par jour.

Certaines enseignes de distribution ont en projet de développer des chaînes franchisées de tels garages mais le démarrage est peu rapide. Leur chiffre d'affaires est de 5 à 10 millions dhs.

La facturation se fait le plus souvent au forfait négocié, mais parfois au taux horaire. Ils sont agréés par les compagnies d'assurance. Ces dernières représentant entre 30 et 50% de leur facturation. Une part minoritaire est facturée aux particuliers (environ 20%) et le reste aux sociétés. D'une manière générale, les véhicules concernés sont des véhicules hors garantie mais récents et plutôt haut de gamme.

Les pièces utilisées sont majoritairement des pièces de grandes marques internationales (80 %), le reste étant des pièces locales ou importées de qualité.

La disponibilité des pièces est acceptable auprès des importateurs fournisseurs, mais l'est moins pour les approvisionnements auprès des constructeurs. Cela est particulièrement vrai pour les pièces de carrosserie pour lesquelles garages sont souvent obligés de déroger à leurs règles normales d'approvisionnement.

Ces garages sont bien équipés et disposent pour la plupart de stations de diagnostic, de cabine de peinture, de marbre (parfois piloté au laser), de banc de contrôle divers (pollution, suspension, train, ...) et de station d'air conditionné.

La certification ISO n'est souvent pas un objectif prioritaire, même si certains ont commencé la démarche.

L'image qu'ils ont auprès de leurs clients est bonne, en particulier pour la qualité du service et sa flexibilité.

- La réparation rapide

Ceci est un concept récent que l'on voit apparaître au Maroc avec l'arrivée de Speedy et Midas en particulier.

Le nombre de sites est de quinze centres. L'activité est encore faible aujourd'hui et représente à peine 1 % du marché . Ce chiffre serait supérieur si la comparaison se faisait pièces comprises.

Le créneau visé est l'entretien courant du véhicule de tourisme. Les principales fonctions sont l'échappement, les pneumatiques, les vidanges, l'allumage et le freinage.

Du fait des exigences liées aux franchises, les sites sont professionnels et les équipements en matériel sont modernes. Un centre est animé par environ 5 personnes et gère environ 30 clients par jour. Le chiffre d'affaires est de 2 à 3 millions dhs dont 85% de pièces.

L'entretien est rapide et sans prise de rendez-vous. la facturation se fait exclusivement au forfait avec une garantie de un ou deux ans suivant les pièces.

L'image est en train de se construire, mais cette catégorie d'acteur pourrait prendre dans l'avenir une part de marché significative au détriment des stations services et même des garages de quartier, comme cela a été le cas en Europe.

- Les garages de quartiers

Cette catégorie représente le corps de la réparation automobile au Maroc.

Le nombre d'acteur est extrêmement important (12 000 sites environ) et représente 51% de l'activité en valeur ajoutée. Cette estimation est approximative du fait du caractère diffus du secteur et du manque d'information déclarée des acteurs.

Un garage moyen est généralement exploité par 2 ou 3 personnes. Il est dirigé par un patron qui s'entoure de collaborateurs souvent jeunes dont il assure la formation. On retrouve dans ce contexte la notion traditionnelle de mâallem marocain jouant le rôle en même temps de patron, d'éducateur et de formateur .

La majorité de ces garages est concentrée sur la Wilaya du grand Casablanca où l'on dénombre environ 4000 garages. Dans ce type d'activité , il faudra dissocier les

spécialités suivantes : Mécanique générale , tôlerie et peinture, électricité auto, réparateur pneumatique, radiateuristes, autres. Leur réparation est comme suit :

| | | |
|--------------------------|---|-------|
| Mécanique générale | : | 4 000 |
| Electricité Auto | : | 1 500 |
| Tôlerie et peinture | : | 1 700 |
| Réparateurs pneumatiques | : | 1 700 |
| Radiateuristes | : | 800 |
| Autres | : | 500 |

Le chiffre d'affaires par garage varie de 25 000 à 120 000 dhs/an.

La clientèle est constituée essentiellement d'individus à revenus limités tels que petits fonctionnaires, petits commerçants, employés, etc ...

Le professionnalisme est limité aux types d'intervention dont le garage a la spécialité.

La structure et l'organisation de l'entreprise sont concentrées au niveau du responsable.

L'apparition de nouveautés techniques est un grand danger pour ces acteurs du fait de leurs capacités limitées à s'adapter aux nouvelles technologies et leur accès difficile à la formation.

Cette catégorie de garages sera soumise à de très fortes contraintes qui les conduiront, au moins pour une partie d'entre eux à se restructurer, s'associer à des groupements ou disparaître.

- Les stations service

Les stations services qui sont également des acteurs de proximité sont, par contre, structurées différemment du fait de leur intégration à des groupes de distribution pétroliers.

On en compte environ 2000. Une partie d'entre elles intègre, en plus de la distribution de carburant, une activité significative d'entretien et de réparation de véhicules.

Leur part de marché est estimé à 15%. 1 à 3 personnes sont affectés à cette activité sur le site.

Elles sont spécialisées dans l'entretien courant et se rapprochent de ce fait de la structure de réparation rapide vu précédemment.

- La concurrence et les prix

La concurrence se fait sur un ensemble de critères comme la technicité, la rapidité, le service, la proximité etc.... Ces points ont été abordés plus haut dans l'analyse des acteurs. Cependant, étant donné la forte disparité du pouvoir d'achat des différentes clientèles, le facteur prix reste éminemment primordial.

A titre de rappel, la part des pièces est prépondérante (entre 75% et 85% suivant les acteurs et la spécialité).

Suivant les acteurs, le prix de facturation de la main d'œuvre varie également.

C'est donc à partir des combinaisons prix pièces (abordé au chapitre distribution) et coût de la main d'œuvre que doit se faire l'analyse des caractéristiques et de la compétitivité des offres en fonction de la clientèle finale.

Pour rappel également, la hiérarchie des prix de pièces suivant leurs caractéristiques a été estimée à :

| | | |
|--|---|-----------|
| - Constructeurs | : | 100 à 120 |
| - Grands équipementiers internationaux | : | 100 |
| - Adaptables de qualité | : | 60 à 80 |
| - Autres | : | 30 à 50 |

En ce qui concerne le prix de la main d'œuvre (taux horaire), l'estimation relative serait :

| | | |
|----------------------|---|---|
| Constructeurs | : | 100 à 130 dhs. Les constructeurs allemands de haut de gamme et japonais étant considérés comme les plus chers |
| Grands garages | : | 75 à 85 dhs pouvant être négocié à 65 par les assurances pour agrément |
| Garages de quartiers | : | non disponible, car le prix du forfait est systématique |

Les pièces et la main d'œuvre se combinant suivant les types d'acteurs et de clientèles visées et il est très difficile de faire des comparaisons à prestations égales. On peut cependant relever des écarts de facturation dépassant le rapport de 1 à 3, ou même plus, si des parts d'informel interviennent.

Ceci est un point fondamental pour le futur du secteur qui devra progressivement se rationaliser, mais il faudra pour cela, prendre en compte toutes les données socio-économiques afin de ne pas déstabiliser la consommation des différentes populations concernées.

- Le rôle des assurances

Le rôle des assurances devient, depuis quelques années, de plus en plus important sur le comportement des consommateurs automobilistes et des acteurs des filières pièces de rechange et réparation.

L'assurance des véhicules est obligatoire, mais seule la « responsabilité civile » est exigée. A ce jour, les assurances limitées à cette obligation représentent 90% des contrats.

Les prix des primes d'assurances obligatoires sont aujourd'hui encadrés, mais seront libérés en 2006. Les tarifs des assurances complémentaires sont, quant à eux, libres. Depuis 2001, la notion de garages agréés par les assurances est apparue. Ces agréments permettent un règlement des factures de réparations directement par

l'assurance au garagiste pour les risques couverts par le contrat concerné.

Un garage, pour être agréé, doit répondre à un certain nombre de critères portant sur la taille, la qualification, l'équipement et le service. Ces critères limitent le nombre de garages potentiellement titulaires d'agrément et excluent la plupart des garages de quartier.

Cependant, l'importance croissante du volume traité par cette procédure induit des relations spécifiques entre les deux acteurs, assurances et garagistes qui ont tendance à s'étendre sur l'ensemble de la profession. Ceci conduit à des négociations qui ont elles-même un impact direct sur la nature des pièces utilisées et le tarifs de la main d'œuvre.

Pour la main d'œuvre, le taux horaire servant de base à la facturation ou à l'établissement du devis forfaitaire est négocié pour les garagistes indépendants agréés et se positionne souvent à 15 ou 20% sous le tarif normalement pratiqué.

Pour les pièces, le prix dépend de la combinaison des notions de franchise et de vétusté.

La franchise, qui varie suivant les compagnies et les contrats, est la partie non remboursée par l'assurance et est basée soit sur un pourcentage du prix du véhicule neuf soit sur un pourcentage des réparations.

La vétusté est un coefficient appliqué au prix d'une pièce en fonction de son âge. Elle peut être de 10 à 15% sur des pièces récentes et aller jusqu'à 50% sur des pièces anciennes. La notion d'ancienneté varie suivant la nature de la pièce.

Pour les garages non agréés, la négociation, faite à travers les experts, se fait sur un forfait prenant en compte l'âge et l'état du véhicule.

A partir du type de contrat (de responsabilité civile à tous risques), de la franchise, de la vétusté, de ses capacités financières et de trésorerie, le client automobiliste est alors libre en dernier ressort de choisir le type de garagiste utilisé, la nature des pièces de rechanges et l'étendue des réparations.

L'ensemble des contraintes à prendre en compte conduisent l'automobiliste à une grande réserve sur la facture proposée et le conduit, de façon très naturelle, à privilégier les produits les moins chers, en particulier les pièces adaptables de qualité ou autres. Les pièces de récupération sont également utilisées pour des raisons de prix, mais aussi souvent pour des raisons de disponibilité, surtout pour les pièces de carrosserie.

La pratique, parfois constatée, de partage de remise dont le prix reste cher limite également l'utilisation de pièces dites de grandes marques.

Les différentes mesures qui devront être prises dans le cadre de l'amélioration de la sécurité et de la préservation de l'environnement, devront être abordées en tenant compte de ces acteurs primordiaux que sont les assureurs.

II.4.5 - L'informel

L'informel au niveau du secteur de la réparation rejoint bien entendu celui qui a été décrit pour le secteur de la pièce de rechange.

Du fait que les pièces représentent entre 75 et 85% du prix des prestations de réparation et que la main d'œuvre est aussi touchée par l'informel au niveau du déclaratif fiscal et social, le niveau de l'informel pour le secteur de la réparation est comparable en pourcentage à celui du secteur de la distribution des pièces de rechange.

II.5 SUPPORT INSTITUTIONNEL AUX DEUX SECTEURS

II.5.1 Formation professionnelle

La formation dans le secteur automobile et ses composants est orchestrée par la Fédération des Industries Métallurgiques, Mécaniques, Electriques et Electroniques du Maroc (FIMME) et l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT) avec le soutien de la coopération allemande (programme GTZ). Le contenu pédagogique de la formation est construit en fonction des besoins des opérateurs industriels, importateurs et réparateurs dans le secteur automobile, par le biais notamment de l'AMICA.

La formation duale, basée sur le système allemand, se déroule au sein de l'Institut Supérieur de Technologie Appliquée Inter-Entreprises (ISTA-IE) qui assure en alternance une formation aux techniciens et agents de maîtrise des différentes filières automobiles sur une durée de 2 ans. Ce cycle offrant des promotions d'environ 180 personnes par an, traite notamment des sujets suivants :

- Maintenance machine-outil ;
- Maintenance automobile ;
- Electromécanique ;
- Electronique ;
- Mécanique ;
- Hydraulique / pneumatique.

La formation est gratuite pour les étudiants bacheliers, de même qu'elle est subventionnée pour le personnel en cours d'emploi au sein des entreprises.

D'autres formations sont assurées par d'autres établissements rattachés à l'OFPPT portant sur les thématiques suivantes :

- Plastique
- Peinture
- Carrosserie
- Ventes de véhicules et pièces techniques de rechange

Enfin les centres de formation sont bien équipés et permettent aux étudiants d'accéder aux dernières technologies en vigueur autour des métiers de l'automobile.

II.5.2 Homologation des véhicules

Les critères d'homologation pour les véhicules existent. Ils concernent, en premier lieu, tous les nouveaux véhicules neufs fabriqués localement ou importés. Dans ce cas, l'homologation se fait sur tous les modèles nouveaux mis en ventes et sur chacune de leurs variantes d'origine ou nouvelle.

Ils concernent également chacun des véhicules d'occasions importés ainsi que tout véhicule ayant subi des modifications significatives de mécanique ou de structure.

Ces homologations de nature normative portent principalement sur :

- la puissance fiscale
- la conformité au code de la route
- la conformité des dimensions et charges
- les aménagements pour transport de passagers
- la sécurité (freinage, suspension, éclairage, ...)

Ces contrôles sont réalisés par le Centre National d'Essai et d'Homologation et certains sites privés auprès desquels le Centre sous-traite l'opération tout en gardant la responsabilité.

2010 homologations ont ainsi été réalisées en 2003 dont 1237 sur véhicules importés et 773 sur véhicules locaux.

II.5.3 Normalisation des produits

Le dispositif de normalisation actuellement en-cours dans le secteur de la pièce automobile est orchestré par la direction de la normalisation au sein du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Télécommunications.

Un comité technique, réunissant l'AMICA et les responsables désignés par le Ministère à cet effet, a été créé il y a environ 5 ans pour valider des normes européennes et les faire appliquer au Maroc. Ces normes diffusées au nombre de 88 à fin 2003 sont facultatives. Elles ont pour vocation d'accompagner les équipementiers locaux dans la mise en conformité de leurs produits par rapport à des référentiels unanimement reconnus.

Les normes en vigueur portent généralement sur les différents composants automobiles:

- produits électriques ;
- commandes et fonctions de freinage ;
- carrosseries et châssis ;
- filtres ;

- émissions gazeuses ;
- verres et glaces ;
- Sièges ;
- Fils et câbles faisceaux ;
- D'autres normes portant sur la tuyauterie et les pièces électroniques seront bientôt mise en place ;
- Les normes portant sur l'étiquetage et l'emballage est déjà obligatoire (cf annexe).

Cependant, ces normes traitent davantage des modalités d'essais, de critères géométriques que des notions de performances, de qualité et de sécurité. Elles ne protègent donc pas le secteur des importations sauvages de pièces défectueuses.

De même, le dispositif de normalisation actuel est confronté à l'absence d'un Centre Technique approprié pour la réalisation des essais nécessaires sur des pièces à la fois importées et produites localement. A ce titre, une étude de faisabilité a conclu à la mise en place d'un Centre Technique pour les pièces automobiles. Ce projet a été retenu dans le cadre du projet MEDA2 qui assurerait son financement à hauteur de 35mDh. Le budget affecté devra couvrir les dépenses relatives à l'acquisition d'une liste d'appareillage jugée nécessaire par les professionnels et par le comité technique de normalisation (Cf. annexes). Ce matériel reste ,toutefois, non exhaustif et serait amené à être complété pour la réalisation de l'ensemble des tests de performances sus-mentionnés.

II.5.4 Rôle et impact des contrôles techniques

Le contrôle technique est obligatoire et concerne toutes les catégories de véhicules, particuliers, utilitaires et poids lourds. Le contrôle technique doit intervenir au terme de la cinquième année de circulation du véhicule suivi de contre-visites annuelles.

275 centres de contrôle technique sont recensés dans l'ensemble du territoire, dont une très forte concentration sur Casablanca.

Le contrôle porte principalement sur le freinage, les pneumatiques, l'éclairage et la suspension.

La constatation faite sur le terrain est cependant nettement différente de ce qui est décrit. Il apparaît ,en effet, qu'une très grande proportion de ces contrôles ne soit pas systématiquement réalisée et que beaucoup d'autres se limitent à un acte administratif n'impliquant pas de contrôle physique complet. La procédure de contre-visite semble également ignorée.

Cela affecte sérieusement la crédibilité du système et permet la circulation de véhicules mal entretenus, voire dangereux.

La défaillance du contrôle technique contribue indirectement à l'entretien d'un parc de véhicules vétustes, utilisant des pièces de rechanges douteuses, mettant en péril la sécurité des usagers et la qualité de l'environnement ;

II.5.5 Rôle et impact des assurances, douanes, et sécurité routière

Les assurances

L'assurance existe sous deux formes :

- l'assurance obligatoire qui couvre notamment la responsabilité civile (RC) et à laquelle tous types de véhicules roulants doivent souscrire (90%) ;
- l'assurance complémentaire portant sur d'autres risques qui couvrent le vol, l'incendie et les accidents tiers partis

Les mécanismes de remboursement des assurances au Maroc reposent sur des coefficients de vétusté dont les règles sont propres à chaque compagnie, mais tentent à se rapprocher le plus possible de la valeur des pièces avant l'accident. Néanmoins, les niveaux de remboursement alloués aux assurés encouragent davantage le recours aux pièces dites adaptables.

De manière générale, les assurances au Maroc jouent un rôle peu structurant en comparaison des compagnies européennes, voire françaises.

La Douane

Les importations totales de PR en 2002 se sont élevées à 2.269 mDh hors câbles pour faisceaux.

L'Administration des douanes applique les orientations tracées par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Télécommunications dont le souci majeur est la protection des industries locales. Cependant, le démantèlement tarifaire impose aux entreprises nationales, aujourd'hui plus que jamais, d'être performantes afin de pouvoir affronter la concurrence étrangère. Un sentiment d'inquiétude règne chez les équipementiers qui commencent à prendre les mesures nécessaires pour affronter l'après 2010, date à partir de laquelle tous les produits originaires de la CEE seront exonérés de droits de douane.

Les problèmes majeurs affectant le secteur de la pièce de rechange concernent l'informel dont notamment :

- La contrebande ;
- La sous facturation ;
- La contre façon.

► La contrebande est aujourd'hui connue de tous. Cependant , elle reste un problème avant tout social dans la mesure où elle permet la survie d'une population dense, notamment, dans le Nord du Maroc. Selon les prévisions, même avec la suppression des droits de douane en 2010 pour les produits en provenance de la CEE, le phénomène ne disparaîtra pas complètement car il y aura toujours la TVA de 20 % qui grèvera le prix et encouragera par conséquent la fraude .

Depuis la suppression du prix plancher, la douane ne dispose plus d'éléments pour procéder à un contrôle efficient de la valeur déclarée .

- ▣ La contre façon : ce phénomène ne relève pas de la compétence de l'Administration des Douanes, mais du tribunal de commerce. La douane ne peut intervenir que sur ordonnance de référé pour procéder à une saisie conservatoire en attendant la décision du juge.

Le réseau et la sécurité routière

Le réseau routier au Maroc est relativement dense avec une prédominance des routes provinciales constituant plus de 62% de la longueur du réseau national en 2002. Les routes nationales et régionales y contribuent respectivement à hauteur de 19,5% et 17,5%, alors que les autoroutes y participent à moins de 1%, et ce malgré un programme volontariste de la société des Autoroutes du Maroc. Les routes provinciales, notamment celles qui sont excentrées se trouvent parfois très mal entretenues favorisant les accidents de circulation.

A ce titre, le Maroc dispose d'un record en terme d'accidents de circulation qui se sont établis à 54.023 en 2002 dont plus de 3000 mortels, soit en augmentation de 5,5% l'an depuis 1999. Cette triste réalité résulte de plusieurs facteurs dont nous citons ici :

- l'état des véhicules ;
- l'état des routes ;
- le non respect du code de la route ;
- l'excès de vitesse ;
- etc...

Pour pallier à ce problème national, la direction de la sécurité routière articule son action autour de 5 principaux axes :

- La réforme des textes législatifs portant notamment sur le code de la route et les conditions d'octroi du permis de conduire ;
- Le renforcement des contrôles techniques par la mise en place de véritables centres agréés qui doivent se conformer à un cahier de charge précis ;
- L'amélioration des voiries en milieu urbain et rural ;
- La sensibilisation des usagers.

II.5.6 Structuration du marché de l'occasion

Le marché de l'occasion au Maroc est très peu structuré. Longtemps alimenté par les importations par le biais notamment des marocains résidents à l'étranger, ce marché est aujourd'hui concentré sur le marché local et animé par les ventes de gré à gré ou via des garagistes spécialisés. Hormis quelques rares exceptions, les ventes de véhicules d'occasion ne sont soumises à aucun contrôle technique et ne bénéficient d'aucune garantie à la vente. Les garages de contrôle ne bénéficient donc pas de ce

segment de marché. De même, il n'existe pas d'Argus officiel servant de référence aux acteurs de l'occasion et toutes les transactions s'opèrent sur la base d'un prix de marché implicite.

II.5.7 Mise à niveau et rôle de l'AMICA et des professionnels

Si l'AMICA a entrepris un programme d'accompagnement de ses membres équipementiers dans leur mise à niveau, le secteur de la distribution et de la réparation automobile, pour sa part, n'a pas encore bénéficié à ce jour d'une démarche d'accompagnement structurante et mutualisée. En effet, l'AMICA a lancé un programme de mise à niveau pour le compte des équipementiers, premiers concernés par les enjeux de la déprotection tarifaire. Des actions ont été ainsi menées pour accompagner quelques équipementiers membres de l'association dans les démarches suivantes :

- Etude stratégique et business plan ;
- Démarche qualité ISO 9001 V 2000 ;
- Démarche qualité ISO TS 16949 ;
- Plan marketing à l'export ;
- Plan de formation sectoriel.

Le Département du Commerce Intérieur au niveau du Ministère de l'Industrie et du Commerce et des Télécommunications a lancé des campagnes incitatives à la mise en place de normes comptables et ce en s'appuyant sur les Chambres de Commerce et d'Industrie régionales.

III.1 RAPPEL DES SOURCES ET ORGANISMES CONSULTES

Outre les connaissances générales de l'expert et les données disponibles dans la presse spécialisée, les organismes et personnes suivants ont été consultés :

- FEDA Fédération des Syndicats de la distribution Automobile
 Gabriel de BERARD *Président*
 Patrick JOUBERT *Directeur*
 Jean-Marie MOREL *Communication*

- CNPA Conseil National des Professions de l'Automobile
 Jean-Loup de SALINS *Directeur Général*

- FIEV Fédération des Industries de l'Équipement Automobile
 Christian BOURE *Secrétaire Général*

- GIPA Groupement Inter-Professionnel de l'Automobile
 Jean-Jacques DELAGE *Président* *Directeur Général*

- TEAM Association Trans Experts Automobile Management
 Alain MERCIER *Président*

III.2 DONNEES AUTOMOBILES MONDIALES

L'industrie française de l'équipement automobile se situe au quatrième rang mondial. En 2002, elle a employé 143.000 personnes réparties sur 300 entreprises qui génèrent un C.A de 27 milliards d'euros.

La production et les immatriculations mondiales de véhicules particuliers et utilitaires en 2002 se présentent comme suit :

| | <i>La production de véhicules particuliers et utilitaires dans le monde en 2002</i> | <i>Les immatriculations en 2002</i> |
|--------------------------|---|-------------------------------------|
| <i>Afrique :</i> | 286.000 | 718.000 |
| <i>Europe :</i> | 19.342.000 | 19.898 .000 |
| <i>Asie :</i> | 19.926 .000 | 15.521.000 |
| <i>Etats unis :</i> | 16.724.000 | 19.890.000 |
| <i>Amérique du sud :</i> | 2.006.000 | 2299.000 |

La production des principaux constructeurs automobiles en 2002 est évaluée comme suit :

| Rang | Constructeurs | Véhicules (milliers) | Marques |
|------|-------------------------|----------------------|--|
| 1 | General motors | 8326 | Opel - Vauxhall - Saab - Chevrolet - Pontiac,... |
| 2 | Ford | 6729 | Ford - Jaguar - Volvo - Land-Rover, ... |
| 3 | Toyota - Daihatsu -Hino | 6626 | |
| 4 | Renault-Nissan | 5048 | Renault - Dacia - Samsung - Nissan |
| 5 | Groupe VW | 5017 | Volkswagen - Audi - Seat - Skodia |
| 6 | Daimler Chrysler | 4456 | Mercedes Benz-Chrysler-jeep-Smart |
| 7 | PSA Peugeot Citroen | 3262 | |
| 8 | Honda | 2988 | |
| 9 | Hyundai -Kia | 2642 | |
| 10 | Fiat - Iveco | 2191 | Fiat-Alfa Roméo-Lancia-Ferrari |
| | Autres constructeurs Op | 11555 | |
| | | 58 840 | |

Le chiffre d'affaires réalisé par les principaux équipementiers mondiaux se présente en 2002 comme suit :

| Rang | Groupe | Pays | CA automobiles(MUSD) |
|------|---------------------|------------|----------------------|
| 1 | Delphi Corp. | Etats-Unis | 25,5 |
| 2 | Robert Bosch | Allemagne | 19,1 |
| 3 | Visteon Corp. | Etats-Unis | 16,9 |
| 4 | Denso Corp. | Japon | 15,3 |
| 5 | Lear | Etats-Unis | 14,4 |
| 6 | Jonshon controls | Etats-Unis | 13,7 |
| 7 | Magna international | Canada | 12,1 |
| 8 | Aisin Seiki | Japon | 10,7 |
| 9 | Trw | Etats-Unis | 9,9 |
| 10 | Faurecia | France | 9,9 |
| 11 | Valeo | France | 9,8 |

Les principales grandeurs économiques de la fabrication d'équipements automobiles dans l'Union Européenne (non compris électronique et sièges) sont les suivantes :

| | UE | Allemagne | France | Italie | Espagne |
|--|-----|-----------|--------|--------|---------|
| Personnel employé (en milliers) | 680 | 280 | 95 | 73 | 67 |
| Chiffres d'affaires (en milliards Euros) | 122 | 54 | 21 | 12 | 11 |
| Valeur de la production (en milliards Euros) | 113 | 47 | 20 | 12 | 10 |
| Valeur ajoutée aux coûts des facteurs (en milliards Euros) | 33 | 16 | 5 | 3 | 3 |
| Dépenses de personnel(en milliards Euros) | 27 | 13 | 4 | 2 | 2 |

III.3 L'ENVIRONNEMENT AUTOMOBILE EN FRANCE

L'année 2003 n'a pas connu le redressement que l'on pouvait attendre avec l'amorce de reprise économique mondiale.

Les ventes de véhicules neufs ont régressé d'environ 4% par rapport à l'année 2002, qui elle-même était en baisse de 4,9% par rapport à 2001.

Le marché de la rechange et de la réparation est resté lui-même stable ou même en légère régression (en euros constants).

Le budget annuel de l'automobiliste est de 5500 euros (hors accident) dont 30% de taxes. Il se décompose en :

| | | |
|-------------------|---|-----|
| -Achat | : | 38% |
| -Carburant | : | 19% |
| -Entretien | : | 13% |
| -Assurance | : | 11% |
| -Garage | : | 10% |
| -Péages | : | 3% |
| -Frais financiers | : | 6% |

Une estimation relative à 2001 fait état de 2 350 000 personnes travaillant dans l'orbite de l'automobile, soit près de un français actif sur 10, dont :

- 750 000 pour la production (véhicules et équipements) ;
- 1 000 000 pour les activités transport et annexes ;
- 600 000 pour la maintenance.

Par contre, plusieurs événements importants sont venus marquer l'année 2003.

En premier lieu, la promulgation du nouveau règlement d'exemption qui va, dans les années à venir, contribuer à une forte redistribution des cartes entre les acteurs, en particulier entre les constructeurs et les acteurs indépendants.

Ensuite, les mouvements de restructuration, de fusion et de concentration ont continué, participant ainsi à l'apparition d'acteurs de plus en plus structurés et internationaux.

Enfin, de nombreux accords de coopération ou de co-développement au sein des filières tendent à rendre de plus en plus interdépendants les différents acteurs, en particulier entre la distribution et la réparation.

La rapide évolution technologique des véhicules et de leurs équipements est un sujet largement débattu. Il est porteur de grandes opportunités mais soulève de larges problématiques concernant le rôle des acteurs.

III.3.1 Le parc automobile en France

En 2003, le parc roulant est estimé à :

- 28 700 000 véhicules particuliers ;
- 5 200 000 véhicules utilitaires légers ;
- 560 000 poids lourds ;
- 80 000 bus et cars.

Depuis 10 ans, le parc croît de façon constante. Sur cette période, sa croissance a été de 24% et en 25 ans il a pratiquement doublé.

La France possède 575 véhicules pour 1000 habitants ce qui la situe dans la moyenne européenne à comparer avec 790 pour les Etats-Unis et 10 pour la Chine.

L'âge moyen du parc qui est de 7,7 ans en 2002 est en légère augmentation, due en partie à l'amélioration de la qualité des produits.

La répartition du parc par tranche d'âge comme suit :

| | | |
|---------------|---|-----|
| - 0 – 3 ans | : | 18% |
| - 4 – 5 ans | : | 14% |
| - 6 – 7 ans | : | 14% |
| - 8 – 9 ans | : | 12% |
| - 10 – 11 ans | : | 10% |
| - 12 et plus | : | 32% |

Le kilométrage annuel moyen est de 14000 kilomètres.

Le kilométrage moyen au compteur est de 106 000 kilomètres.

La motorisation diesel représente 38% du parc roulant.

III.3.2 Les Immatriculations

Les achats concernent des véhicules neufs comme des véhicules d'occasion. On peut estimer à 1/3 les achats de véhicules neufs et à 2/3 les achats de véhicules d'occasion.

En 2002, les immatriculations de véhicules neufs ont été de :

▣ 2 145 000 véhicules particuliers, répartis entre :

| | | |
|--------------|---|-------|
| - Renault | : | 27,0% |
| - Peugeot | : | 20,1% |
| - Citroën | : | 13,5% |
| - Volkswagen | : | 6,4% |
| - Opel | : | 5,7% |

| | | |
|------------|---|-------|
| - Ford | : | 4,7% |
| - Fiat | : | 3,2% |
| - Toyota | : | 3,0% |
| - Mercedes | : | 2,6% |
| - Audi | : | 1,8% |
| - Autres | : | 16,8% |

sur ces véhicules la motorisation diesel représente 63% des ventes

▣▣▣ 405 000 utilitaires légers, répartis entre :

| | | |
|-----------|---|-------|
| - Renault | : | 32,7% |
| - Peugeot | : | 19,4% |
| - Citroën | : | 19,0% |
| - Fiat | : | 6,3% |
| - Autres | : | 12,6% |

▣▣▣ 52 000 véhicules industriels répartis entre :

| | | |
|------------|---|-------|
| - Renault | : | 39,2% |
| - Mercedes | : | 15,6% |
| - Ivéco | : | 12,2% |
| - Daf | : | 10,0% |
| - Autres | : | 19,3% |

- Environ 5 000 cars et bus

A ceci, il faut ajouter les véhicules vendus d'occasion, soit :

- 5 462 000 véhicules particuliers
- 693 000 véhicules utilitaires légers
- 42 000 véhicules industriels, cars et bus

III.3.3 Les règlements européens.

L'ancien « Règlement d'Exemption 1475/95 » a expiré le 30 septembre 2002. De longues négociations ont été menées par les responsables européens à Bruxelles avec les différentes parties concernées par la filière automobile.

Le Règlement d'Exemption n° 1400/2002 est ainsi né.

Ce règlement envoie un signal positif au marché de l'entretien et de la réparation automobile en conservant la séparation entre la vente des véhicules et leur après-vente. Il permet en particulier aux réparateurs agréés et indépendants d'accéder indifféremment à toutes les pièces :

- ▣ « pièces d'origines » fournies par les constructeurs.
- ▣ « pièces de rechange d'origine » fabriquées par les équipementiers sur les mêmes lignes de production que les composants utilisés pour le montage du véhicule.
- ▣ « pièces de rechange de qualité équivalente » pour lesquelles le fabricant peut prouver qu'elles sont de qualité équivalente à celles utilisées pour le montage du véhicule.

Ceci rompt le lien obligatoire entre le constructeur et son réseau en terme de pièces.

N.B. : ce règlement ne concerne pas les pièces dites « adaptables » qui, même si elles respectent des critères de sécurité, ne répondent pas strictement aux cahiers des charges constructeur.

Les réparateurs indépendants ont également accès, suivant ce règlement, à l'information technique des constructeurs suivant les mêmes principes et les mêmes droits que les réparateurs agréés. Ceci, de nouveau, évite toute discrimination entre le réseau constructeur et le réseau indépendant.

Les règlements concernant les pièces de carrosserie sont, par contre, moins clairs.

« Une occasion ratée pour établir un standard clair dans le domaine du design » a dit Mario Monti, Commissaire Européen.

Cependant, la FIGIEFA a réussi à faire insérer une « clause de réparation » dans le règlement européen 6/2002.

Cette clause prévoit que le constructeur obtient la protection du design quant à la forme extérieure du véhicule mais seulement sur les pièces de véhicules neufs. La clause préserve, cependant, le droit d'utilisation à des fins de réparation pour d'autres acteurs. Dans ce cas, il est reconnu au constructeur le droit de protéger son design en imposant un paiement équitable à l'équipementier.

Les modalités de mise en place de ces clauses seront concrétisées à l'avenir.

En complément, des directives européennes règlent d'autres contraintes liées à la fin de vie des véhicules, à l'environnement et à la contre façon.

III.3.4 Le contrôle technique et les pannes

Le contrôle technique est obligatoire et concerne les véhicules particuliers et les utilitaires légers.

Un premier contrôle est à faire la 4ème année et ensuite tous les 2 ans.

Le contrôle porte sur 511 défauts dont 213 sont soumis à contre-visite.

En 2002, 17 700 000 visites ont été effectuées, dont :

- 15 200 000 visites initiales ;
- 2 500 000 contre-visites.

En ce qui concerne les défauts soumis à contre-visite, 80% des véhicules ne comportaient aucun défaut, 13% comportaient un ou deux défauts et 7% plus de 3 défauts.

Les dix défauts les plus courants sont :

- Le déséquilibre des freins ;
- L'usure des pneus ;
- La teneur en CO2 à l'échappement ;
- Le frein à main ;
- Les feux stop ;
- Les fuites à l'échappement ;
- Le jeu des rotules du train ;
- Les feux de position ;
- Les flexibles de freins ;
- L'opacité des fumées d'échappement .

En dehors du contrôle technique, on peut noter également une forte évolution dans le type de pannes rencontrées.

Les pannes qui autrefois étaient mécaniques, franches et fréquentes deviennent maintenant essentiellement électroniques, intermittentes et rares (hors accidents).

On peut noter qu'en dix ans, le nombre de pannes recensées a ainsi été divisé par 3. Cela ne veut pas dire que l'activité de réparation a subi une telle évolution importante. Le coût moyen de la panne est cependant en forte augmentation du fait des technologies mises en œuvre.

III.4 LE MARCHÉ DE LA PIÈCE DE RECHANGE EN FRANCE

III.4.1 Données du marché

En 2002, le marché français des pièces de rechange a été de 13,2 milliards d'Euros H.T. Ce chiffre se décompose en différentes catégories.

Une première distinction est à faire entre pièces concurrencées (accessible au marché indépendant) et les pièces captives (monopolisées par les constructeurs, la carrosserie en particulier) :

| | | |
|------------------------|---|----------------|
| - Pièces concurrencées | : | 10,7 milliards |
| - Pièces captives | : | 2,5 milliards |

Sur les pièces concurrencées, la répartition entre la rechange vendue par les constructeurs et la rechange indépendante est la suivante :

| | | | |
|-------------------------|---|---------------|-----|
| - Constructeurs | : | 4,5 milliards | 42% |
| - Rechange indépendante | : | 6,2 milliards | 58% |

Sur le total du marché, cela nous conduit donc à la répartition suivante au niveau du premier niveau de distribution:

| | | | |
|-------------------------|---|---------------|-----|
| - Constructeurs | : | 7,0 milliards | 53% |
| - Rechange indépendante | : | 6,2 milliards | 47% |

Rappel : au niveau de la fabrication, les constructeurs représentent 23% du volume des pièces et les équipementiers 77%

III.4.2 Les familles de produits

Les pièces automobiles sont regroupées en grandes familles :

| | |
|----------------------------------|--|
| <u>Moteur et environnement</u> : | Moteur, courroies, filtres, thermique, pompes, ventilation, joints, ... |
| <u>Organes mécaniques</u> : | Embrayage, transmission/direction, freinage, suspension, roulements, ... |
| <u>Electricité</u> : | Batteries, allumage, éclairage/signalisation, machines tournantes, sécurité, ... |
| <u>Carrosserie</u> : | Pièces de tôleries, peintures, produits de préparation et entretien, glaces, ... |

Plus les accessoires : autoradios/son/guidage, outillages, ...

Historiquement, les pneumatiques sont traités indépendamment de ces familles.

III.4.3 Les acteurs et les circuits de commercialisation

De très nombreux acteurs interviennent dans la commercialisation des pièces de rechange. On estime à environ 60 000 les points de service automobile en France dont 30% ont des liens avec un constructeur.

Deux grands réseaux coexistent en effet : le réseau contrôlé par les constructeurs et le réseau indépendant alimenté directement par les équipementiers.

▣▣▣ Le réseau des constructeurs est composé comme suit :

- Les succursales et filiales de marques appartenant au constructeur ;
- Les concessionnaires indépendants liés contractuellement au constructeur ;
- Les agents de marques à qui le panonceau est accordé par une succursale ou un concessionnaire.

Pour le réseau indépendant, les acteurs sont nombreux et variés :

- Les groupements d'achat de distributeurs stockistes qui se développent et se structurent de plus en plus.
- Les distributeurs stockistes indépendants
- Les Mécaniciens Réparateurs Automobiles (MRA) qui sont des garagistes indépendants.
- Les centres de réparation rapides
- Les centres auto et les supermarchés
- Les stations services
- Les casses

Auxquels il faut ajouter des électriciens, des carrossiers, des reconstruteurs de moteur, et des ateliers intégrés.

En ce qui concerne le réseau constructeur, on dénombre en 2002 :

- 342 filiales et succursales dont 288 VP et 54 VI
- 1827 sites secondaires dont 1448 VP et 379VI
- 4758 concessionnaires dont 4379 VP et 379 VI
- 15239 agents agréés dont 14627 VP et 612 VI

▣▣▣ Les distributeurs stockistes :

Les distributeurs stockistes constituent la base du système traditionnel de la distribution de pièces. Le nombre de points de vente est estimé à 2200 sites. Ils s'approvisionnent auprès des équipementiers et sont, la plupart du temps, capables de livrer l'ensemble des familles de produits à leurs clients qui sont généralement les prescripteurs du client final automobiliste. C'est à ce niveau de la distribution que se

situe le plus grand volume de stocks qui peut varier entre un et trois mois suivant les produits. Un grand nombre de ces distributeurs sont intégrés dans des groupements qui leur servent d'enseigne et de centrale d'achat. Les plus importants sont :

| | | |
|----------------------|---|--|
| Autodistribution | : | 521 points de vente |
| Groupe 3G | : | 240 |
| Partner's | : | 210 |
| Starexcel | : | 250 |
| Temot France | : | 48 |
| Autres distributeurs | : | ATR, Agra, Cecauro, Centaure, CDA, Gefa, Moteur Service, TVI, |

▣▣▣ Les MRA

Les MRA ont pour principale vocation la réparation, mais distribuent également des pièces en tant que prescripteurs finaux. Ils sont environ 16 000, auxquels il faut ajouter

1000 spécialistes électriciens, 250 reconSTRUCTEURS de moteurs et 3500 ateliers de carrosserie.

▣▣▣ La réparation rapide

Les centres de réparation rapides se sont beaucoup développés depuis 15 ans. En général, ils étaient spécialistes d'une fonction (échappement, amortisseurs, pneumatiques, ...) mais se sont progressivement transformés en généraliste de l'entretien courant. Leur activité essentielle est l'entretien et pratiquent peu de vente directe de pièces. Les principaux acteurs généralistes sont Speedy, Midas et Axto (AD) qui constituent 850 centres, plus un grand nombre de centres à dominante pneumatique (1800) comme Euromaster, Eurotyre, Vulco, G6, Point S,

A cela, on peut ajouter les spécialistes du vitrages (950 centres) comme Glass Go, Carglass, ...

▣▣▣ Les centres auto

Les centres auto sont une particularité française dans la mesure où ils y sont plus développés qu'ailleurs. Leur vocation est de vendre aux particuliers des pièces et accessoires avec possibilité de les faire monter sur place si le client le désire. Ceux qui ne le demandent pas pratiqueront eux-même le montage (Do It Yourself). On recense aujourd'hui 1100 centres auto dont les principales enseignes sont Feu Vert, Norauto, Station marché, FAP, Maxauto, ...

▣▣▣ Les hyper –marchés

Les hyper et supermarché ont également de plus en plus de rayons « pièces et accessoires automobile » . On peut en estimer le nombre à 1200 magasins

Les stations services

Les 8000 stations services voient leur activité pièces décroître au profit des nouveaux types de distribution.

La casse est estimée à 1000 unités et fait l'objet actuellement de réorganisation et de professionnalisation dans le cadre des lois « véhicules fin de vie ». Leur raison d'être dominante est le tri sélectif des matériaux et la revente plus que le commerce de pièces.

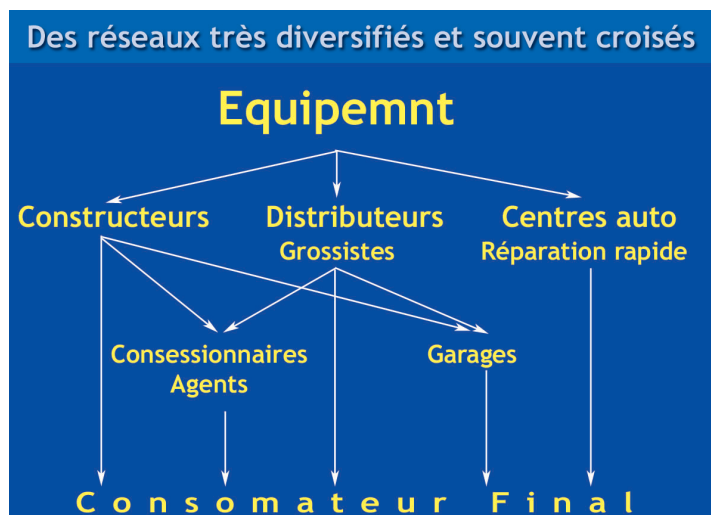
En synthèse, en se plaçant au niveau du dernier acteur face au client final automobiliste, l'estimation des parts de marché respectives de la rechange serait :

| | | |
|--|---|------|
| - Concessionnaires | : | 32 % |
| - MRA / Agents | : | 20 % |
| - Réparation rapide et spécialistes | : | 16 % |
| - Centres auto | : | 10% |
| - Hyper / Supermarchés | : | 8 % |
| - Stations Services | : | 4 % |
| - Casses | : | <2 % |
| - Ventes en gros au public (distr. stock.) | : | 3 % |
| - Divers | : | 5 % |

En se positionnant au niveau de l'entrée des pièces sur le marché, la répartition serait par contre la suivante :

| | | |
|----------------------------|---|-----|
| - Réseau constructeurs | : | 53% |
| - Distributeurs stockistes | : | 25% |
| - Réparation rapide | : | 12% |
| - Centres auto | : | 5% |
| - Hypermarchés | : | 4% |

Entre ces deux niveaux, le cheminement de pièces depuis le fabricant jusqu'au consommateur final est particulièrement complexe. Le schéma simplifié suivant tente de le représenter.



III.4.4 Marques et qualité des pièces

Le marché français de la pièce de rechange reste aujourd'hui largement dominé par les pièces de grands équipementiers fournisseurs en 1ère monte et d'une qualité origine ou équivalent à la qualité origine.

Ces pièces sont vendues sous différentes marques

- Marques constructeur : il s'agit des pièces livrées par les fabricants au constructeur qui les commercialise dans son réseau sous son propre nom. Le nom du fabricant peut (de droit depuis le nouveau règlement européen) figurer sur la pièce. La plupart du temps, il s'agit des pièces correspondant aux pièces livrées en 1ère monte mais il arrive désormais que le constructeur homologue des fournisseurs spécifiques pour les besoins de la rechange avec un cahier des charges similaires à celui d'origine.
- Marques des grands équipementiers fournisseurs/partenaires des constructeurs en 1ère monte : Une part importante de la gamme correspond à des produits livrés en 1ère monte, mais le reste de la gamme que le fabricant ne livre pas au constructeur est alors réalisé sur des chaînes identiques et suivant les mêmes cahiers des charges. Ces pièces sont dites «pièces de qualité origine équivalente »
- Marques de producteurs non présents en 1ère monte ou 2ème marque de grands équipementiers : il s'agit de pièces dites « adaptables » qui répondent aux spécifications de sécurité mais pas nécessairement à la totalité du cahiers des charges constructeur.
- Des marques dont la présence sur le marché est marginale et dont la qualité n'a pas fait l'objet de démonstration évidente. L'accès de ces pièces aux grands réseaux de distribution est très limité et ne peut porter sur des pièces de sécurité.

Il faut noter qu'un certain nombre de pièces font l'objet d'obligation de normes (éclairage, pneumatiques, ...) ou même d'homologation par référence comme le règlement R90 pour les plaquettes de frein.

A ces marques dont les noms correspondent au nom du constructeur ou du fabricant, il faut ajouter les marques dites « marques de distributeur ». Elles concernent essentiellement les grands groupements de distributeurs/stockistes, les centres auto et les hyper/supermarchés. Elles ne sont généralement pas exclusives et coexistent avec les marques d'équipementiers.

En terme de volume, les pièces « constructeur » et « grands équipementiers » dominant largement le marché avec 80% de pénétration et de 10 à 15% vendues en « marque de distributeur ». Cette dernière catégorie a, par contre, tendance à progresser régulièrement.

III.4.5 Prix relatifs et tarification

D'une manière générale, la tarification dans le secteur de la distribution est basée sur la notion de « Tarif Public ».

La référence est généralement le prix au client final facturé par le réseau constructeur.

Sur cette base, les équipementiers établissent leurs propres tarifs publics se rapprochant des premiers à plus ou moins 15% (estimation globale pour la profession pouvant ne pas s'appliquer pour certains).

A partir de cette référence, la concurrence joue pleinement par la conclusion de contrats commerciaux entre acteurs prenant en compte divers éléments tels que le volume de pièces, la progression, l'assistance technique, la promotion, l'aide marketing ,

Ceci se traduit par des remises qui se cumulent et respectent un niveau de compétitivité négocié pour des niveaux de distribution équivalents.

Pour les filières dites « nouvelles distribution », l'approche peut être identique ou être plus spécifique, intégrant parfois la notion de prix net.

Quant aux prix relatifs entre types de marques et de réseaux de distribution, ils ne répondent pas à des règles précises.

On peut cependant considérer que les prix entre pièces constructeurs et les pièces grands équipementiers sont souvent de niveau proche.

Les 3 niveaux de prix indiqués ci-après à titre d'exemple pour une batterie correspondent à des caractéristiques différentes de ce produit en termes d'origine de technologie et de garantie accordée.

| | | | |
|---------|---|------|-----|
| Produit | grand équipementier international marque de l'équipementier technologie récente garantie 3 ans | prix | 100 |
| Produit | équipementier national marque de distributeur technologie mature garantie 3 ans | prix | 80 |
| Produit | non européen marque non connue technologie ancienne garantie 1 an | prix | 55 |

III.5 LE MARCHÉ DE LA REPARATION EN FRANCE

III.5.1 Données du marché

Le marché de la réparation est estimé en France pour 2002 à 11,6 milliards d'euros en ne retenant que la valeur ajoutée (hors pièces).

Ce marché a historiquement toujours été en croissance annuelle positive. 2002 est la première année de stagnation, ou même de décroissance hors inflation (- 1,2%).

Ci-après un exemple de chiffres d'affaire réalisés sur quelques opérations courantes (pièces et main d'œuvre TTC) :

| | | |
|----------------------------|-----|-----------------|
| <u>Freinage</u> | 5,5 | milliards euros |
| <u>Essuyage</u> | 1,5 | « |
| <u>Démarrage et charge</u> | 2,1 | « |
| <u>Amortisseurs</u> | 2,5 | « |

III.5.2 Les acteurs

Les acteurs de la réparation sont les mêmes que ceux de la distribution, hormis les distributeurs grossistes, les hyper/supermarchés et les casses qui alimentent le « Do It Yourself ». Le nombre d'acteurs identifiés est légèrement supérieur à 50 000 sites.

Il s'agit essentiellement des acteurs suivants :

- Le réseau constructeur
- Les MRA
- Les centres auto
- Les spécialistes
- Les carrossiers
- Les stations services

▣► Le réseau constructeur :

Il représente :

37% des sites

51% du chiffre d'affaires

L'image perçue de ce réseau est synonyme de qualité, accueil/conseil.

La proximité est assurée par des agents relais dépendant des grandes enseignes.

Sa problématique est de fidéliser au delà de la période de garantie.

▣▣▣ Les MRA

Il représentent :

31% des sites

12% du chiffre d'affaires

Image perçue est synonyme de proximité, accueil/conseil.

Les MRA sont par définition des garages généralistes. Mal reconnus sur le marché, ils doivent absolument se structurer et s'organiser en réseau. A ce jour, sur les 16000 MRA, environ 3000 sont déjà affiliés à des réseaux qui, la plupart du temps, sont directement liés à des grandes centrales de distributeurs stockistes comme l'Autodistribution, 3G,

▣▣▣ Les centres auto

Il représentent :

2% des sites

8% du chiffre d'affaire

Ils sont appréciés pour les prix pratiques et la rapidité du service.

L'activité réparation est complémentaire de la vente de pièces (cela peut rendre, d'ailleurs, difficile l'estimation exacte de cette activité dont le montant donné ici est indicatif) et porte sur des opérations simples.

La création de nouveaux centres s'est ralentie ces dernières années à l'exception de quelques enseignes.

▣▣▣ Les spécialistes

Il représentent :

9% des sites

14% du chiffre d'affaires

Ils sont reconnus pour la rapidité des prestations et la qualité du service.

Il s'agit essentiellement des acteurs de la réparation rapide spécialisés dans l'entretien courant : pneumaticiens et spécialistes vitrage.

L'évolution récente est une forte amélioration de leur image qualité.

▣▣▣ Les carrossiers

Il représentent :

7% des sites

8% du chiffre d'affaires

La description précise de ces acteurs est rendue difficile en raison de leur interpénétration avec les autres intervenants pour lesquels ils sont la plupart du temps des sous-traitants. Ce secteur se modernise rapidement et sa principale problématique reste l'accessibilité aux pièces de carrosserie monopolisés par les constructeurs.

▣▣▣ Les stations services

Il représentent :

16% des sites

5% du chiffre d'affaires

Le nombre de stations service se réduit énormément en France. Leur activité maintenance, est elle même, en forte diminution.

Par ailleurs et au delà des services conduisant directement à l'image perçue que nous avons identifié pour les acteurs (proximité, accueil, technicité, ...), d'autres prestations apparaissent :

D'une manière générale, la plupart des réparations font l'objet d'une garantie sur les pièces et parfois sur la main d'œuvre d'une durée de 6 mois à 1 an.

Le réseau constructeur et certains gros garages indépendants proposent souvent un véhicule de remplacement gratuitement (ou à un tarif privilégié) à l'occasion d'une réparation. Ils prennent ainsi le relais des assurances qui fournissent le même type de service en cas d'accident.

La réparation rapide propose souvent un salon d'attente.

Les concessionnaires proposent un département spécifique d'intervention rapide sans rendez-vous mais leur démarrage est lent.

De plus en plus, la concurrence se fait au niveau du service qui fait réellement la différence plus que la technicité.

III.5.3 Moyens et équipements

| | nbre de salariés | surface atelier m ² | nbre de ponts |
|------------------|------------------|--------------------------------|---------------|
| concessionnaires | 24 | 3000 | 7 |
| agents | 6 | 800 | 3 |
| MRA | 2 à 3 | 450 | 2 |
| centres auto | 11 | 750 | 5 |
| spécialistes | 5 | 600 | 4 |
| carrossiers | 6 | 800 | 2 |

▣▣▣ Taux d'équipement des acteurs :

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Equilibreuse | 77% |
| Réglage phares | 74% |
| Géométrie train avant | 59% |
| Analyseur gaz | 58% |
| Station de diagnostique électronique | 60% |
| Contrôle suspension | 27% |
| Banc de freinage à rouleau | 26% |

III.5.3 Informatique et Echange de Données Informatisées

L'informatique est à peu près généralisée par tous les acteurs pour la gestion courante (comptabilité, stocks, factures, ...)

L'EDI se développe rapidement. Les concessionnaires, spécialistes et centres auto sont déjà majoritairement équipés en particulier pour les relations avec leurs fournisseurs.

III.5.4 Mode de facturation

III.5.4.1 Les taux horaires (chiffres 2000)

| | |
|------------------|----------------------|
| Concessionnaires | 40 euros |
| Autres acteurs | entre 30 et 33 euros |

III.5.4.2 La facturation au forfait

| | |
|-----------------------------|------|
| Spécialistes et centre auto | 100% |
| Concessionnaires et agents | 80% |
| MRA | 46% |
| Carrossiers | 26% |

III.5.5 Approvisionnements en pièces et logistique

III.5.5.1 Logistique

Le stock moyen varie suivant qu'il s'agit de produits de grandes ventes (balais, filtres, bougies, batteries), de produits d'usure (freinage, échappement, amortisseurs) ou de pièces techniques.

Les deux premières catégories sont couvertes généralement par un stock d'au moins 8 jours, les autres pièces étant approvisionnées sur commande.

Les livraisons par le fournisseur se font généralement dans la demi-journée et peuvent aller jusqu'à 48h pour certaines pièces techniques.

III.5.5.2 Les fournisseurs

| | |
|------------------|--|
| Concessionnaires | 90% constructeurs (sauf pneus 60% au fabricant) 10% distributeurs |
| Agents | 75% concessionnaire 25% distributeurs |
| MRA | 80% distributeurs 20% concessionnaire |
| centres auto | 50% distributeurs |
| spécialistes | 50% équipementiers 75% équipementiers 25% distributeurs |

III.6 TENDANCES A 5 ANS

Les prochaines années seront marquées essentiellement par les phénomènes suivants :

- Application des nouveaux règlements européens ouvrant une véritable concurrence entre les réseaux constructeurs et indépendants ;
- Une technicité croissante des véhicules entraînant une professionnalisation de l'ensemble de la filière ;
- Une longévité et fiabilité croissante des véhicules et de leurs équipements ;
- Un marché sans croissance et parfois en décroissance sur certaines activités;
- Une concentration forte des acteurs dans la lignée de grands leaders ;
- Une organisation transversale équipementier/distributeur/réparateur en réseau concurrençant les réseaux constructeurs ;
- Une internationalisation des structures et des pôles de décision européens.

| | FRANCE | MAROC |
|---|---|---|
| DONNEES NATIONALES | | |
| Population | 63 millions d'habitants | 30 millions d'habitants |
| PIB / habitant | 24.750 euros | 1.250 euros |
| LE MARCHE AUTOMOBILE | | |
| Tendances du marché | | |
| Croissance du marché sur les 5 dernières années | Parc : +2,5% par an sur 5 ans Ventes de véhicules neufs : +1,3% par an sur 5 ans | Parc : +4% par an sur 5 ans Ventes de véhicules neufs : +7% par an sur 5 ans |
| Perspectives | Parc : + 1,3% par an sur 5 ans | - |
| | Ventes : 1,0% par an sur 5 ans | - Ventes : + 12% par an sur 5 ans |
| Données macro économiques | | |
| Marché pièces de rechange | 13,2 Mds euros | 4,9 Mds dhs (0,44 Mds euros) |
| Marché de la réparation (VA) | 11,6 Mds euros | 1,1 Mds dhs (0,10 Mds euros) |
| Effectifs entretien véhicules | 600 000 personnes | 58 000 dont 14 000 dist. pièces 44 000 réparation |
| Nombre de véhicules par habitant | 575 / 1000 | 66/1000 |
| Budget usager (hors accident) | 5500 euros | - |
| Le parc | | |
| Parc VP | 28 700 000 | 1 375 725 |
| Parc VUL | 5 200 000 | 474 559 (VU+PL) |
| Parc VI | 560 000 | - |
| Parc bus | 80 000 | - |
| Age moyen | 7,7 ans | 17 ans |
| Kilométrage annuel | 14 000 kms | A confirmer |
| Part du diesel | Parc 41% Ventes 63% | Parc : VP 40% VU 77% |

| Ventes et immatriculations | | |
|-----------------------------------|--|--|
| Ventes VP neuf | 2 145 000 Renault 27% PSA 35% Autres 38% B 39% M1 33% M2 15% H 7% Autres 6% | 35 200 Renault 16% PSA 23% Autres 59% |
| Ventes VP neuf | 404 000 | 14 500 Renault 20% PSA 50% Autres 30% |
| Ventes PL | 51 000 | 3 700 |
| Immatriculations occasions | VP 5 457 000 VUL 693 000 PL 56 000 | - |
| Ventes et immatriculations | | |
| National | Pratiques commerciales (loi Galland) | La loi sur la concurrence a été promulguée mais l'application n'est pas opérationnelle Normes étiquetage et emballage en voie d'application obligatoire |
| Internationales | Règlement d'exemption Eurodesign Directive européenne sur contrefaçon Performance produit (frein, pneumatique, éclairage, ...) Environnement Véhicules fin de vie | |
| Le contrôle technique | | |
| Fréquence | Tous les 2 ans à partir de 4 ans | Tous les ans à partir de 5 ans |
| Contrôles | Conformité au code de la route sur tout composant fixe et non d'usure Contrôle par mesure de : usure pneumatique état échappement pollution frein (équilibre et efficacité) suspension (effic. et dissym.) train roulant éclairage Contre visite obligatoire pour certains défauts. | Conformité au code de la route Contrôle de : frein signalisation roues et pneumatiques direction chassis, suspension, train échappement |
| Nombre de visites/an | 17 700 000 visites dont 2 500 000 contre visites | 1 470 000 visites (estimé) |
| Taux effectif d'exécution | > 95% | < 30% |

LA PIECE DE RECHANGE

Le marché

| | | |
|-------------------------|----------------|------------------------------|
| Chiffre d'affaire | 13,2 mds euros | 4,9 Mds dhs (0,44 mds euros) |
| Croissance | 0% | 9% |
| Budget pièces /véhicule | 390 euros | 2640 dhs (240 euros) |
| Nombre de sites | 60 000 | 16 000 |

Les acteurs

| | | | | |
|--|---|--|-------------------------|-------|
| Nombre de sites par acteurs | Réseau constructeur | 22000 | Réseau constructeur | 150 |
| | Distrib. Stockistes | 2200 | Import. Grandes marques | 20 |
| Ventes de pièces au client final | MRA et assim. | 20000 | Import. Adaptables | 200 |
| | Réparation rapide | 4000 | Grossistes/détaillants | 1500 |
| | Centres auto | 1100 | Ambulants | 400 |
| | Hypermarchés | 1200 | Ferrailles | 50 |
| | Stations service | 8000 | Garages | 12000 |
| | Casses | 1000 | Stations service | 2000 |
| | Réseau constructeur | 32% | Réseau constructeur | 10% |
| | Distrib. Stockistes | 3% | Importateurs | 5% |
| | MRA et assim. | 20% | Garagistes techniques | 16% |
| | Réparation rapide | 16% | Garagistes de quartier | 25% |
| Centres auto | 10% | Grossistes/détaillants | 25% | |
| Hypermarchés | 8% | Stations service | 8% | |
| Stations service | 4% | Ferrailles | 5% | |
| Casses | <2% | Autres | 6% | |
| Canaux d'entrée des pièces sur le marché | Réseau constructeur | 53% | Réseau constructeur | 12% |
| | Distrib. Stockistes | 25% | Import. Grandes marques | 13% |
| | Réparation rapide | 12% | Import. Adaptables | 46% |
| | Centres auto | 5% | Équipementiers locaux | 20% |
| | Hypermarchés | 4% | Ferrailles | 7% |
| Les fournisseurs | <ul style="list-style-type: none"> • Concessionnaires : 90% constructeurs 10% distributeurs • Agents : 75% concessionnaire 25% distributeurs • Distributeurs : 100% équipementiers • MRA : 80% distributeurs 20% concessionnaires • Centres auto 50% équipementiers 50% distributeurs • Spécialistes : 75% équipementiers 25% distributeurs | <ul style="list-style-type: none"> • Réseau constructeurs : 95% constructeurs 5% équipementiers locaux • Import. grandes marques : 95% import équipementiers 5% équipementiers locaux • Import. adaptables : 70% import équipementiers 30% équipementiers locaux • Grossistes/détaillants : 80% importateurs 20% équipementiers locaux • Garages techniques : 70% importateurs 10% équipementiers locaux 20% grossistes • Garages de quartiers : 85% grossistes 15% ferrailles ou autres | | |

| Les circuits de distribution | | |
|---|--|---|
| Circuits | Voir schéma France | Voir schéma Maroc |
| Centrale d'achats | 80% des sites font partie d'un groupement (filiale ou franchisés) | Non existant |
| Nb de niveaux intermédiaires entre équipementiers et consommateurs | 1 à 2 | 2 à 3 |
| Logistique | | |
| Stocks | De 1 à 3 mois suivant acteurs | De 3 à 4 mois |
| Délai livraison fournisseurs | 1/2j à 48h | - journée (Casablanca) à 48h |
| Marques et qualité | | |
| Constructeurs (origine) | 50% | 14% |
| Grands équipementiers (qualité origine) | 30% | 18% |
| Adaptable de qualité | 10% | environ 43% |
| MDD (adaptable de qualité) | 10% | NS |
| Autres | NS | environ 25% |
| Formation | | |
| Formation continue | De 1 à 3% de la masse salariale | 1,6% de la masse salariale (ofppt) |
| Formation spécialisée | Ecoles de techniciens et cadres/ingénieurs (conception, réparation, distribution) | ISTAIE : Formation technicien bac+2 pour les métiers automobiles CREA : Spécialisé dans la formation de vendeurs de véhicules et aussi de vendeurs de pièces de rechange |
| Formation par équipementiers | Vers constructeurs, distribution et garagistes indépendants | Formation seulement par équipementier de grandes marques |
| Formation par constructeurs | Vers concessionnaires et agents | Vers réseau constructeur |
| Les prix | | |
| Prix relatifs | Prix équivalents à produits et marques équivalents. Piècesconstructeurs 100 Pièces qualité origine 100 Pièces adaptable 80 Autres 55 | Marques constructeur 110 à 120 Marques grands équipement. 100 Marques adaptable qualité 60 à 80 Autres 30 à 50 |
| Tarification | Majoritairement Prix Public remisé. | Majoritairement prix nets |

| L'informel | | | | | | |
|---------------------------------------|---|-----|---------|--|-----|---------|
| Contrebande/sous facturation | < 5% | | | 20 à 25% | | |
| Contrefaçon | Existe mais marginal | | | 3 à 5% | | |
| Fraude fiscale et sociale | | | | 20 à 30% | | |
| Total | | | | Environ 40% potentiellement touché | | |
| LA REPARATION | | | | | | |
| Le marché (VA) | 11,6 mds euros | | | 1,1 Mds dhs (0,1 Mds euros) | | |
| Croissance (VA) | 3 % par an | | | 9% par an | | |
| Les acteurs | | | | | | |
| | Nbre de sites | CA | VA/site | Nbre de sites | CA | VA/site |
| Concessionnaires | 3500 | 28% | 1000 k€ | | | |
| Agents | 13500 | 23% | 200 k€ | | | |
| MRA ou garages quartier | 16000 | 12% | 100 k€ | | | |
| Spécialistes et répar. rapides | 4500 | 14% | 350 k€ | | | |
| Centre auto | 1100 | 4% | 400 k€ | | | |
| Carrossiers | 3500 | 8% | 270 k€ | | | |
| Stations services | 8000 | 5% | 70 k€ | | | |
| Réseau constructeur | | | | 100 | 18% | 180 k€ |
| Garages techniques | | | | 200 | 14% | 70 k€ |
| Garages de quartiers | | | | 12000 | 51% | 4 k€ |
| Stations services | | | | 2000 | 15% | 8 k€ |
| Réparation rapide | | | | 10 | <2% | 70 k€ |
| Les clients | | | | | | |
| | Véhicules récents : constructeurs Véhicules 3 à 10 ans : MRA, réparation rapide, centres auto Véhicules > 10 ans : MRA , do it yourself | | | Véhicules sous garantie et haut de gamme : constructeurs. Véhicules récents : garages techniques Autres : garages quartier ou do it yourself | | |
| Les fournisseurs | | | | | | |
| | Voir « la pièce de rechange » | | | Voir pièces de rechange | | |

Rôle des assurances

| | | |
|------------------|--|---|
| Type d'assurance | Environ 40% tous risques 5% tierce collision 55% RC (tiers) | 90% RC |
| Modalités | Franchise (fixe suivant contrat) Remboursement sur la base de coûts réels incorporant des pièces qualité origine. | Franchise Vétusté incorporé pour remboursement des pièces (liberté ensuite pour l'automobiliste) favorisant les pièces peu chères. |

Moyens

| | Nbre de salariés/site | Surface (m ²) | Nbre de salariés/site | Surface (m ²) |
|----------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Concessionnaires | 24 | 3000 | | |
| Agents | 6 | 800 | | |
| MRA | 2,5 | 450 | | |
| Centres auto | 11 | 750 | | |
| Spécialistes | 5 | 600 | | |
| Carrossiers | 6 | 800 | | |
| Réseau constructeurs | | | 20 | |
| Garages techniques | | | 20 | |
| Garages de quartiers | | | 3 | |
| Réparation rapide | | | 5 | |
| Stations services | | | 1,5 | |

Moyens

| | | |
|------------------------------------|---|---|
| Equilibreuses | 77% | Réseau constructeur, réparation rapide et garages techniques : Bon équipement de base Banc freinage, suspension et suspension : 10% environ Station de diagnostic électronique en cours de généralisation Garages de quartiers : faible équipement en général |
| Réglage phares | 74% | |
| Géométrie train avant | 59% | |
| Analyseur gaz | 58% | |
| Station de diagnostic électronique | 60% | |
| Contrôle suspension | 27% | |
| Banc de freinage à rouleau | 26% | |
| Informatique | Généralisé EDI en développement rapide | Micro informatique en réseau ou non chez les acteurs techniques |

| Formation | | |
|----------------------------|---|--|
| Taux horaires | Concessionnaires 40 euros Autres acteurs 30 à 33 euros | Réseau constructeur 100 à 130dhs Garages techniques 75 à 85dhs (65 si indépendant agréé par assurance) Garages de quartier : NS |
| Facturation forfait | Concessionnaires 80% Agents 80% MRA 46% Carrossiers 26% Spécialistes 100% Centres auto 100% | Forfait généralisé sauf quelques cas chez constructeurs et carrossiers |
| TENDANCES A 5 ANS | | |
| | Nouveaux règlements européens libérant une véritable concurrence entre constructeurs et indépendants Technicité et professionnalisme Longévité et fiabilité des véhicules Arrêt de la croissance Concentration des acteurs Organisation transversale des indépendants Européanisation des centres de décision | |

FORCES

- ▶ Secteurs fortement pourvoyeurs d'emploi ;
- ▶ Densité du réseau de distribution ;
- ▶ Densité du réseau de réparation ;
- ▶ Emergence d'acteurs structurés ;
- ▶ Apparition de nouveaux modes de distribution et réparation ;
- ▶ Age du parc offrant un volume actuel important ;
- ▶ Bonne formation générale des cadres et des agents de maîtrises ;
- ▶ Adaptation rapide des acteurs aux évolutions de l'environnement ;
- ▶ Rôle de l'AMICA et sa présence multi-secteurs dans l'industrie et le commerce de véhicules et des équipements automobile.

FAIBLESSES

- ▶ Rôle économique de la filière trop ignoré ;
- ▶ Faible pouvoir d'achat de l'automobiliste ;
- ▶ Professionnalisme et technicité de certains acteurs insuffisants ;
- ▶ Faible niveau d'instruction des garages de quartier et détaillants PR ;
- ▶ Faible structuration des acteurs ;
- ▶ Individualisme des entrepreneurs ;
- ▶ Poids de l'informel faussant la concurrence et bloquant les initiatives ;
- ▶ Instabilité des prix ;
- ▶ Vision court terme et dominante financière ;
- ▶ Qualité, sécurité et environnement négligés au profit des prix ;
- ▶ Absence de normes et réglementations ;
- ▶ Grande multitude des petits acteurs ;
- ▶ Circuits de distribution PR complexe et lourd ;
- ▶ Mauvaise application du contrôle technique ;
- ▶ Difficultés de paiements ;
- ▶ Faible présence de l'AMICA sur les petits acteurs et dans le secteur de la réparation.

OPPORTUNITES

- ▶ Renforcement de l'industrie automobile locale (Somaca, ...) ;
- ▶ Développement du véhicule Renault L 90 ;
- ▶ Croissance des ventes d'automobiles et du parc ;
- ▶ Augmentation du pouvoir d'achat et des dispositifs d'aides à la consommation ;
- ▶ Impact du développement du tourisme ;
- ▶ Prise en considération accrue de l'environnement et de la sécurité.
- ▶ Implication forte des administrations et institutions ;

- ▶ Perspectives de mise en place d'un Contrat Programme pour le secteur des équipementiers automobiles au Maroc ;
- ▶ Aide comptable aux petits acteurs au forfait fiscal ;
- ▶ Réduction progressive de l'informel en tenant compte des contraintes socio-économiques ;
- ▶ Rajeunissement du parc permettant une rationalisation des références obsolètes ;
- ▶ Développement de normes et réglementations marocaines ou internationales ;
- ▶ Structuration et développement des équipementiers locaux ;
- ▶ Structuration des acteurs par regroupements (ou coopérations) horizontaux et verticaux ;
- ▶ Développement de certaines formations spécifiques à l'automobile ;
- ▶ Intégration de la formation comme un facteur stratégique de développement ;
- ▶ Création d'un centre technique automobile.

MENACES

- ▶ Technicité des véhicules ;
- ▶ Présence accrue des acteurs mondiaux ;
- ▶ Développement rapide de l'importation de produits depuis l'Extrême Orient déstabilisant le marché ;
- ▶ Forte présence de véhicules anciens pour lesquels la non disponibilité des pièces favorise les circuits informels et les pièces de mauvaise qualité ;
- ▶ Accord de Libre Echange en perspective avec la Turquie ;
- ▶ Retard pour prendre le tournant de la modernisation.

Deuxième partie
**Orientations Stratégiques
et Plan d'actions**

PREAMBULE: VISION ET OBJECTIFS STRATEGIQUES DU SECTEUR PR ET RP

Préambule : Vision et objectifs stratégiques du secteur

Les enjeux mentionnés précédemment, issus des différentes analyses menées dans un contexte de mutation du secteur de l'automobile marocain, imposent la mise en place d'une stratégie pour la pérennisation de cette branche et sa promotion.

La prise en compte insuffisante de la sécurité, de l'environnement et de la qualité, ainsi que le fort éclatement de la profession et la place importante de l'informel dans les deux secteurs sont des points essentiels à prendre en compte pour les recommandations stratégiques.

Plusieurs approches stratégiques pourraient être envisagées :

- 1 Lutter frontalement contre l'informel et les produits dangereux.
- 2 Structurer le marché pour accompagner et aider l'ensemble des acteurs à se positionner.
- 3 Laisser jouer le jeu d'une concurrence permettant aux plus performants d'émerger.

La première solution appliquée sans accompagnement serait non seulement irréaliste, mais comporterait des conséquences socio-économiques importantes.

La troisième conduirait à un nouvel équilibre accentuant probablement la notion de secteur à deux vitesses et qui ne serait pas suffisamment bien armé pour affronter la mondialisation.

C'est donc tout naturellement la deuxième approche qui est retenue. Elle permettra, par la structuration et la visibilité des acteurs, de réduire progressivement l'espace dans lequel l'informel se développe actuellement.

Les recommandations stratégiques seront abordées à trois niveaux d'implication :

- les entreprises sur le plan micro-économique.
- les associations professionnelles et structures de soutien sur un plan méso-économique.
- les autorités de tutelle pour accompagner les secteurs sur un plan macro-économique.

Les objectifs généraux qui devront être pris en compte pour la restructuration des secteurs seront principalement :

- permettre le développement d'entreprises pérennes et profitables ;
- tenir compte des évolutions technologiques, moraliser le marché et permettre une concurrence loyale ;
- pérenniser et développer l'emploi ;
- s'adapter au pouvoir d'achat des consommateurs ;
- améliorer la sécurité des utilisateurs ;
- promouvoir une politique environnementale.

VI.1 RECOMMANDATIONS MICRO-ECONOMIQUES

VI.1.1 Secteur de la pièce de rechange

VI.1.1.1 Généralisation des préalables en termes d'organisation, de système d'information, de logistique, de qualité,

Cet aspect correspond aux programmes de mises à niveau en cours chez les équipementiers et sera repris dans l'approche « méso » pour les secteurs qui nous concernent ici.

VI.1.1.2 Restructuration des acteurs

Une des premières constatations que l'on peut faire, en analysant le secteur de la pièce de rechange, est la très forte concurrence entre les acteurs, le grand nombre d'acteurs autonomes, la complexité des circuits de distribution et l'instabilité de l'offre en particulier au niveau des prix.

En reprenant la comparaison avec la France, et bien que ce pays ne constitue en aucun cas un modèle à imposer au Maroc, certains points peuvent servir de base à la réflexion :

- Le nombre d'intermédiaires entre le fabricant d'une pièce et sa mise à disposition du client automobiliste est généralement supérieur d'un échelon au Maroc.
- Les acteurs, même les plus importants, ne contrôlent pas l'ensemble de la filière distribution mais sont spécialisés dans un niveau particulier (importation, grossiste, détaillant, ...).
- La notion de centrale d'achat n'est qu'émergente.
- De nouveaux acteurs sont encore au stade du démarrage (réparation rapide) ou inexistants (centres auto et grandes surfaces généralistes).
- De nombreux acteurs sont des très petites entreprises insuffisamment professionnelles et dont l'image qualité/sécurité est peu lisible.

En fonction de ces constats, les premières recommandations stratégiques pourraient ainsi être émises :

1. Favoriser l'émergence d'acteurs couvrant la filière depuis l'achat aux équipementiers jusqu'à la livraison au prescripteur final.

Il s'agit, ici, de regroupement d'acteurs intervenant à différents échelons de la chaîne de distribution.

Ce regroupement peut se faire sous la forme de création ou d'acquisition de points de ventes, mais également par simple accord de partenariat, de coopération de franchise.

Ces ensembles peuvent alors mettre en commun un nombre important de facteurs de développement comme les catalogues, la politique tarifaire (en respectant la législation), la communication.

Au-delà de ces premiers effets, la synergie la plus importante sera obtenue par la mise place de centrales d'achat et d'une logistique simplifiée et optimisée évitant la redondance des stocks.

Une autre retombée, qui correspond au besoin de visibilité de la clientèle sur l'offre, est la possibilité de mettre en place des marques ou des labels mettant en exergue les valeurs et missions de ces groupements.

2. Réduire le nombre d'échelons de distribution

Entre les équipementiers et les prescripteurs finaux (garagistes, stations services, ...), une réorganisation plus horizontale des rôles des acteurs doit permettre de simplifier le nombre d'intermédiaires et ainsi réduire les coûts globaux de distribution et même d'améliorer le service en supprimant les opérations superflues à l'origine des dysfonctionnements.

Les regroupements évoqués plus haut favoriseront largement cette approche.

3. Intégrer l'émergence de nouveaux acteurs dans la stratégie

Il s'agit, aujourd'hui, essentiellement de la distribution de pièces réalisées par les acteurs récemment implantés de la réparation rapide.

Il pourra s'agir ultérieurement des centres autos dont le développement a été très important en Europe, bien que leur croissance aie aujourd'hui diminué.

De même, la vente de pièces automobile, d'entretien courant, dans les grandes surfaces généralistes fera probablement son apparition.

Une des caractéristiques de ces acteurs est d'être simultanément des acteurs de distribution mais également des prescripteurs finaux.

Ils sont souvent liés à des groupes internationaux et peuvent bénéficier de centrales d'achats s'approvisionnant directement chez les équipementiers.

La réponse des acteurs de la distribution traditionnelle passera par la qualité et la personnalisation du service mais nécessitera d'anticiper cette nouvelle concurrence par la mise en place de mutualisation des ressources et la mise en place de centrales d'achat .

4. Rationaliser les relations entre les équipementiers locaux et la distribution.

Contrairement à la France où les équipementiers n'interviennent pas directement auprès des clients de leurs clients primaires, ceci est aujourd'hui l'usage au Maroc.

D'après les nombreux interviews menés, cela établirait une méfiance réciproque entre les acteurs dont les missions sont différentes.

D'un autre côté, les équipementiers considèrent que les distributeurs importent des produits, faussant l'équilibre du marché.

Il serait bon que ceci soit abordé par la profession, dans le cadre de règles déontologiques établies et en respectant la législation.

VI.1.1.3 Restructuration de l'offre produit

Actuellement, comme cela a été vu dans le diagnostic du secteur, l'offre produit est variée, les écarts de prix très importants et les acteurs de la distribution souvent spécialisés.

Ainsi, le réseau constructeur distribue des pièces constructeur, certains importateurs sont plus fortement centrés sur les pièces qualité origine des grands équipementiers, d'autres sur des pièces adaptables de qualité et certains circuits, comme la contrefaçon et parfois les ferrailles, diffusent des pièces de qualité non vérifiée.

La disponibilité sur le marché de ces différentes qualités de pièces est nécessaire et répond à des besoins bien spécifiques (pièces dangereuses exclues). Cependant, les pratiques actuelles privilégient largement le critère prix par rapport au besoin réel et à la sécurité du véhicule.

En France, 80% des pièces vendues sont origine ou qualité origine. Dans le cas du Maroc, l'âge du parc et le pouvoir d'achat du consommateur justifie les 32% constatés.

Il serait par contre nécessaire que l'offre soit structurée en fonction des besoins réels. Dans ce sens, les préconisations suivantes pourraient être faites :

1. Présenter une offre couvrant l'ensemble des besoins

Les acteurs principaux et les regroupements évoqués plus haut devront s'efforcer de construire une offre complète proposant une couverture des besoins en tenant compte en particulier les types de véhicules et leur âge : < 5 ans, <10 ans, > 10 ans.

L'offre intégrera des pièces « origine ou qualité origine » ainsi que des pièces « adaptable de qualité ». (Une offre par d'autres acteurs pourra exister pour des pièces d'occasions, hors pièces de sécurité, pour les véhicules de fin de vie).

2. Rendre lisible la qualité des produits

La gamme qualité origine sera commercialisée sous la marque de l'équipementier comme c'est le cas actuellement.

La gamme adaptable pourra se faire sous la marque de l'équipementier fabricant si sa réputation de qualité est suffisante pour être clairement identifiée par le consommateur en terme.

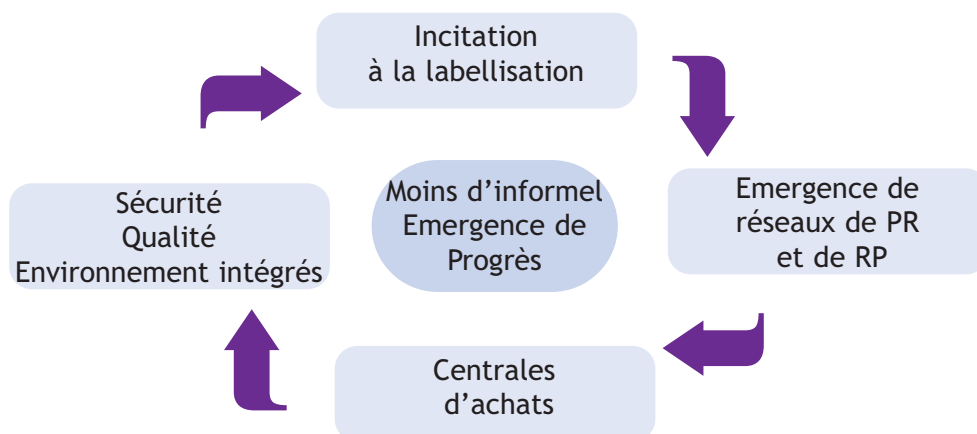
Dans les autres cas, il est recommandé de créer une gamme dite « Marque De Distributeur » (MDD) comme le font les grandes enseignes de distributeurs en France. Cela permet une bonne lisibilité de la qualité que le distributeur s'engage à commercialiser.

3. Utiliser au maximum les opportunités de labelliser les produits.

Ce label peut être la marque reconnue comme citée plus haut, mais également une référence à toute norme reconnue à l'échelon national (N.M.) ou européenne (exemple : R90 pour les plaquettes de frein).

C'est à travers ces labels et une offre lisible, que la prise de conscience par rapport à la qualité, la sécurité et l'environnement rentrera progressivement dans les esprits et permettra de lutter ainsi contre les produits dangereux.

La roue vertueuse pourrait se formuler ainsi au niveau du secteur de la pièce de rechange :



4. Introduire une plus grande rigueur dans les tarifications et leurs variations.

Les écarts de prix entre pièces de même qualité par différents acteurs ainsi que les conséquences des disponibilités de pièces liées au secteur informel, conduisent à une

grande instabilité des prix et des concurrences parfois désordonnées. Une plus grande rigueur devrait être mise en place pour qu'à partir des tarifs publics, la tarification et les actions de promotion soit plus clairement explicitées afin que la concurrence, qui doit bien sur être préservée, se fasse sur des critères plus lisibles.

Ceci correspond à ce qu'on appelle en France les « conditions générales de ventes » qui fixent les règles de tarification et qui sont opposables à tous les clients d'un acteur.

VI.1.2 Secteur de la réparation

Comme pour le secteur de la pièce de rechange, le nombre et les types d'acteurs sont très importants.

Certains, qui représentent cependant la minorité, ont bien pris le virage de la modernisation, tant au niveau technique que pour leur organisation et leur offre de service. Au-delà du réseau des constructeurs, cela concerne plus particulièrement ce qui été appelé les garages techniques mais également certains acteurs émergents de la réparation rapide.

Par contre, la majorité de l'entretien et de la réparation est aujourd'hui réalisée par des acteurs dont les prestations sont adaptées aux nombreux véhicules anciens du parc. Cependant, ces acteurs sont rarement préparés à la mutation qui sera progressivement demandée par le marché et plus particulièrement par l'évolution technologique des véhicules.

La mutation des ces acteurs représentera un des plus importants enjeux de la profession en particulier par ses impacts économiques et sociaux.

VI.1.2.1 Généralisation des préalables de mise à niveau

Cela concerne tous les domaines de gestion d'une entreprise en terme comptable, système d'information, commercial et bien entendu technique en portant une attention toute particulière aux plus petits acteurs qui devront ainsi être préparés à faire évoluer leurs entreprises par eux mêmes ou par association avec d'autres acteurs.

1. Préparer les petits acteurs à assurer dans de bonnes conditions leur mutation nécessaire à l'environnement économique et technologique.

Ceci est un préalable à la restructuration des acteurs si l'on veut éviter d'importantes conséquences sociales. Les modalités seront reprises dans les rubriques méso et macro.

VI.1.2.2 Restructuration des acteurs

Une grande différence avec la France dans le domaine de la réparation est le poids relativement faible du réseau constructeur au Maroc par rapport au réseau indépendant (environ 20% contre 50% du marché). Ceci ne constitue cependant pas un enjeu stratégique pour la profession dans son ensemble. On peut noter que ce pourcentage

est également faible aux Etats-Unis en comparaison avec l'Europe.

Par contre, le très fort éclatement des acteurs indépendants, sans réelle lisibilité de leur vocation et de leurs compétences, est un sujet qu'il faut aborder concrètement.

1. Constituer des réseaux de garages labellisés facilitant la lisibilité de l'offre et la diffusion de la formation technique et professionnelle.

Comme pour la distribution de la pièce de rechange, une tendance lourde constatée en Europe a été la constitution de réseaux de garages.

Ces réseaux sont parfois le résultat d'associations capitalistiques mais souvent des franchises ou plus simplement des labels. Dans la plupart des cas, des moyens sont mis en commun comme la formation, la communication et parfois les approvisionnements de pièces. L'appartenance à un groupement de ce type exige au préalable de disposer d'un certain niveau d'équipement et d'organisation et surtout d'adhérer à des chartes définissant clairement les engagements des membres.

Cette évolution répond à une partie importante de la problématique marocaine en particulier en terme de lisibilité des acteurs et pour l'intégration des garages de quartier dans une mouvance technique et professionnelle nouvelle.

2. Favoriser les regroupements locaux d'acteurs spécialisés permettant une offre complète d'entretien et réparation.

Une autre caractéristique du secteur est la forte spécialisation sur un type particulier d'intervention (électricité, radiateurs, ...) de nombreux acteurs. La notion de réseau peut également être reprise localement afin que ces acteurs puissent se rapprocher et offrir des prestations complètes aux clients au même titre qu'un garage généraliste.

3. Etablir une coopération étroite ente distributeurs et réparateurs afin de présenter au marché une offre lisible et cohérente.

Des relations étroites entre les distributeurs et les réparateurs sont nécessaires pour que les recommandations faites au niveau des pièces de rechange en terme de lisibilité qualité, sécurité et environnement puissent être appliquées efficacement et de façon cohérente.

Des accords privilégiés entre des groupements d'acteurs de distribution et des groupements d'acteurs de réparation pourront avantageusement être mis en place.

Ceci correspond également à une tendance lourde en Europe où les grands groupes de distribution ont créé et développé des réseaux de garages franchisés ou contrôlés. Cette approche crée de facto des labels dans lesquels le consommateur pourra se reconnaître.

VI.2 RECOMMANDATIONS MESO-ECONOMIQUES

VI.2.1 Renforcer la représentativité des garages et distributeurs de PR au sein de l'AMICA

L'AMICA devra créer une branche réunissant les professionnels de la pièce de rechange ainsi que de la réparation automobile. Ce faisant, elle sera mieux à même de défendre les intérêts du secteur dans le respect des enjeux de chaque famille d'acteurs, constructeurs, équipementiers, distributeurs de PR et réparateurs automobiles. Le renforcement de l'esprit associatif permettra aussi de rompre avec l'isolationnisme de mise dans la PR et la RP, et profitera ainsi à l'ensemble des acteurs, notamment par la mutualisation des actions ayant trait à l'encadrement, la sensibilisation, la formation, voire l'accès à l'information sectorielle. Il reste entendu que cette branche de l'association AMICA constituera une force de proposition auprès des autorités de tutelle dans le cadre de négociations profitant au développement global de la distribution de PR et réparation automobile au Maroc.

VI.2.2 Renforcer les coopérations internationales de l'AMICA.

Il s'agit ici, en tout premier lieu, de renforcer les liens existant aujourd'hui avec la Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile et la Fédération des industries des équipements pour automobiles en France mais également de renouer avec la FIFIEFA, organisme regroupant toutes les associations européennes de la distribution. Ceci donnera accès aux informations sur l'évolution du secteur mais également aux opportunités de marchés et de partenariats.

Cela sera indéniablement un facteur de progrès pour la profession.

VI.2.3 Encadrement des opérateurs dans leur mise à niveau

L'objectif global de l'AMICA consiste à orchestrer la mise à niveau du secteur de la distribution et de la réparation automobile au Maroc. Elle se fera à différents niveaux et à différents degrés en fonction de l'avancement de chaque professionnel et de son positionnement actuel sur le marché.

1. En priorité, il s'agit de lancer une action de réalisation de diagnostics stratégiques suivis de business plan en vue de définir pour chaque acteur sa vision dans un horizon de 3ans en terme de positionnement marchés et produits, de moyens à mettre en œuvre, et de performances attendues. Cette action devra être matérialisée par un plan d'actions opérationnel propre à chaque intervenant dans les branches de la distribution de PR et de la réparation automobile.
2. Lancer une démarche qualité auprès des acteurs de la distribution et de la réparation automobile disposant d'une taille significative. Cette démarche, qui pourra suivre le référentiel ISO 9001V2000, également adaptée aux sociétés de services, ou un référentiel simplifié pour les acteurs de taille plus modeste, doit permettre aux

entreprises concernées de construire un système de gestion rigoureux et de gagner en efficacité et productivité.

3. Accompagnement des acteurs dans le choix et l'implantation de solutions EDI (Echanges de données informatisées), reliant l'ensemble des maillons clients – fournisseurs chez les équipementiers, les grossistes et les distributeurs. Certains acteurs de taille significative gagneraient à implanter des systèmes d'information intégrés leur permettant une communication fiable et rapide entre leurs différents sites (sièges-agences). Ce thème a fait l'objet en France d'une association paritaire FIEV/FEDA dénommée GOLDA pour la promotion de tels systèmes.
4. Coordonner un accompagnement transversal à l'ensemble des acteurs de la PR et de la RP, articulé autour des thématiques suivantes :
 - a. Gestion comptable.
 - b. Gestion de stocks.
 - c. Informatisation des flux de gestion.
 - d. l'Organisation et la qualité.

VI.2.4 Formation initiale et continue adaptées aux opérateurs de la RP et de la PR

▣▣▣ Formation initiale

L'AMICA devra consolider les accords qui la lient aux établissements de l'OFPPPT. Cela aura pour but d'aider les membres de la profession, distributeurs et réparateurs, à améliorer leurs compétences sur leurs marchés par la progression de la qualification de l'ensemble des employés de leurs entreprises. Les axes d'enseignement peuvent être aussi bien techniques que commerciaux . Ils devront également mettre l'accent sur les liens existant entre ces deux fonctions.

▣▣▣ Référentiel de compétences et formation continue

l'AMICA, en collaboration avec l'OFPPPT, devra constituer un référentiel « Métiers » dans le cadre d'une étude emploi/formation au titre des secteurs de la distribution de PR et de la réparation automobile.

En effet, cette étude devra mettre en évidence les besoins actuels et futurs de formation pour les principaux métiers des entreprises du secteur. Une liste des métiers prioritaires pourra ainsi être identifiée, tenant compte de ceux en devenir et ceux en récession. Les adhérents de l'AMICA pourront ainsi, dans le cadre de cette action, contribuer activement en concevant les référentiels métiers et décrivant le contenu de la qualification requise pour chaque emploi prioritaire.

Outre cette première action, l'AMICA devra ensuite mettre en œuvre un plan de formation sectoriel incluant les principales thématiques suivantes :

- Formation technico-commerciale pour vendeurs sédentaires et itinérants ;
- Formation des cadres ;
- Formation technique par technologie des véhicules (mécanique, électronique, thermique, ...) ;
- Formation au magasinage et à la gestion de stocks ;
- Alphabétisation pour le personnel analphabète.

De même, et pour promouvoir la labellisation structurante des branches de la distribution des PR et de la réparation automobile, il serait fortement souhaitable d'animer pour les membres de l'AMICA, des formations autour du concept de la « franchise » même si ce concept ne se développera pas probablement rapidement .

VI.2.5 Renforcement de la normalisation et mise en place du centre technique automobile

En vue de mieux faire face à la qualité douteuse de certaines pièces de rechange en circulation qui pénalisent non seulement les professionnels, notamment au plan tarifaire, mais surtout la sécurité des usagers, il est fortement recommandé d'activer le processus déjà enclenché concernant l'instauration d'un centre technique pour les essais et tests des pièces automobiles.

Ce centre, dont le local a été attribué par le MICMNE et dont les investissements en matériels de mesure et d'essai ont pu obtenir l'adhésion du fonds MEDA, doit permettre la réduction significative des pièces ne respectant pas les normes en vigueur ou à définir.

Il existe aujourd'hui très peu de normes appliquées dans le secteur des véhicules roulants. Les professionnels gagneraient à s'impliquer fortement, comme ils ont commencé à le faire, dans les commissions réunissant le MICMNE et l'AMICA pour valider les normes européennes relatives aux pièces automobiles et veiller sur leur application (voir recommandations macro-économiques).

VI.2.6 Accompagnement à la labellisation de centres de réparation

L'AMICA, dans le cadre d'une commission créée à cet effet, réunissant les autorités de tutelle et les professionnels concernés, devra lancer une étude de faisabilité pour la mise en place d'une labellisation pertinente des centres de réparation automobile.

En effet, des milliers de réparateurs indépendants coexistent, soutenus par des distributeurs de pièces de qualités variées et diverses, et forment ensemble une forte population de professionnels de l'automobile au Maroc.

L'automobiliste pourrait reconnaître grâce à un label distinctif, « ex : une, deux ou trois étoiles ; ou « Professionnel automobile du Maroc, .. », un garagiste offrant un niveau de qualité de prestation (équipements techniques, pièces de qualité contrôlée et reconnue) affirmée par une charte de bonne conduite.

En sus de la structuration du secteur de la réparation, la labellisation permettra ainsi la promotion de la qualité dans le secteur de la réparation au Maroc, la réduction du nombre d'accidents de circulation, la préservation de l'environnement et la diminution progressive et de facto de l'emprise de l'informel.

VI.2.7 Communication autour des axes sécurité, qualité, environnement

A l'instar des campagnes de communication menées par la FEDA et la FIEV, l'AMICA devra renforcer sa coopération avec le Comité National de Prévention des Accidents de la Circulation pour lancer des actions de communication tous azimuts afin de sensibiliser les usagers, les prescripteurs, les autorités et l'ensemble des parties prenantes (assureurs, centres de contrôle technique, ...) à l'importance des aspects suivants :

- La qualité des pièces utilisées et leur incidence directe sur la sécurité des véhicules et des usagers.
- La qualité des contrôles techniques et l'impérieuse nécessité de leur crédibilité.
- La qualité des pièces et leur impact sur l'environnement.

Il convient de noter que cette action peut être menée en collaboration avec des associations civiques telles que AFAK. De même, et pour consolider ces campagnes de communication, l'AMICA peut se concerter avec le Ministère du Transport.

VI.2.8 Mise en place d'un observatoire statistique pour le secteur de la pièce de rechange et de la réparation

L'AMICA, en collaboration avec les associations professionnelles concernées, devra également activer la mise en place des résultats de l'étude relative à l'observatoire automobile au Maroc. Ceci afin de renseigner ses membres et de leur donner une meilleure visibilité, notamment concernant les éléments ci-après :

- Statistiques générales (parc en circulation, catégories de véhicules, immatriculations, marques en circulation, catégorisation, nature des motorisations, âge moyen des véhicules, etc.) ;
- Acteurs en présence et leurs métiers (équipementiers, distributeurs de PR, réparateurs, ...)
- Importations de pièces de rechanges en unités et en valeurs et ce par provenance ;
- Exportations de pièces de rechanges en unités et en valeur et ce par destination ;
- Production locale de pièces de rechanges en unités et en valeurs.

L'utilisation des statistiques fournies sera également de nature à encourager l'adhésion en masse des acteurs désireux d'accéder à l'information officielle du secteur automobile au Maroc.

VI.3 RECOMMANDATIONS MACRO-ECONOMIQUES

VI.3.1 Mise en place d'une réglementation adéquate

Face au vide juridique que connaît le secteur de la pièce de rechange et de la réparation automobile au Maroc, il est important de mettre en place des lois régissant, notamment les aspects ayant trait à :

VI.3.1.1 Normalisation des composants PR

L'effort important mené actuellement pour développer et valider des normes internationales devra être prolongé. Il devra porter sur les normes dimensionnels, les normes d'essais et de performance.

Des décrets d'application législatifs devront être mis en place, avec la participation active des professionnels, pour réglementer les conditions d'adoption de normes spécifiques aux pièces de rechange rendues obligatoires ainsi que les conditions de leur application. Ces normes devront porter en priorité sur les fonctions stratégiques des véhicules ayant une incidence sur la sécurité des usagers, à savoir :

- Les éléments de freinage ;
- Les pièces de suspension ;
- Les pneumatiques ;
- Les fonctions d'éclairage ;
- Les fonctions d'essuyage.

Parallèlement, les dispositifs juridiques existant devront être utilisés pour assurer le contrôle systématique à l'entrée des pièces de rechange, parfois de qualité douteuse et ce en provenance de pays de bas prix, « low cost ». Un tel contrôle est conditionné, comme cela a été évoqué précédemment, par la création d'un centre de contrôle et d'essais pour tester la fiabilité des pièces et leur respect des exigences requises. Ces essais devront porter en priorité sur les pièces dites stratégiques.

VI.3.1.2 Tracabilité des pièces

A l'instar des pratiques européennes, il est fortement recommandé de poursuivre l'action initiée par l'AMICA et le MICMNE, concernant la norme d'étiquetage et d'emballage et veiller sur son application effective. Des normes complémentaires devront concerner le marquage des pièces elles-même. Ces normes, qui combattent l'informel et les importations en vrac, devront constituer le préalable à la mise en oeuvre d'un système de traçabilité permettant d'identifier les sources d'approvisionnement et d'agir en conséquence.

VI.3.1.3 Adaptation de la loi d'exemption européenne

Une loi régissant les relations entre les différents acteurs (constructeurs automobiles – équipementiers – distributeurs- réparateurs) de la filière automobile et incluant des directives sur la pièce de rechange et la réparation gagnerait à être mise en place. Elle pourrait consister en une adaptation de la loi d'exemption européenne par le législateur dans le but de défendre la distribution et la réparation indépendante. Cette loi devra traiter des aspects relatifs notamment à :

- L'accès du secteur indépendant aux données techniques du véhicule ;
- La possibilité des équipementiers et des distributeurs de vendre les pièces aux concessionnaires ;
- Le droit d'utilisation des marques équipementiers avec les distinctions origine, équivalent origine et adaptable ;
- La levée de tout type d'obstacle au libre commerce des pièces automobiles (hors pièces de carrosserie en attente de la finalisation du règlement « Eurodesign »).

VI.3.1.4 Contribution des assurances dans la structuration du marché de la PR

Les assurances devraient, sous l'impulsion d'un cadre juridique adéquat, favoriser l'utilisation de pièces de rechange de qualité reconnue et contrôlée. Cette mesure est, sans doute, parmi les plus structurantes du secteur, permettant une généralisation progressive de l'utilisation de pièce de qualité.

VI.3.2 Renforcement de l'efficacité du contrôle technique

Une série de mesures semble, au regard des pratiques actuelles, indispensable pour renforcer l'efficacité des contrôles techniques de véhicules :

- 1- Révision du système d'octroi des agréments d'exploitation accordés aux centres techniques ;
- 2- Elaboration des systèmes de mesures des fonctions contrôlées ;
- 3- Conception d'attestations incluant les résultats des mesures et les éventuelles réserves exprimées ;
- 4- Conception d'un système d'audits appliqués aux centres de contrôle technique par les services du ministère de tutelle et prévision des mesures d'accompagnement y afférentes.

VI.3.3 Dispositif de régulation à l'entrée des pièces de rechange

Pour mieux contrer les importations de PR, il est indispensable d'utiliser les règles existantes et mettre en application un dispositif de régulation afin de dissuader les importateurs de pièces de contrefaçon ne respectant pas les critères minimaux garantissant la sécurité des automobilistes. Ce dispositif devra se servir des « normes produits » et du centre technique en tant qu'instruments de contrôle pour vérifier la

fiabilité des pièces. Ce système a déjà été mis en place par certains pays comme l’Egypte.

Les principaux objectifs seront la lutte contre la contrefaçon, le dumping (en coopération avec les industriels), la sous facturation et les produits de sécurité douteuse.

De même, un système de veille autour des importations de PR devra être initié en collaboration avec les services du commerce extérieur afin de surveiller les tendances lourdes et de mieux piloter les contrôles à l’entrée des produits.

VI.3.4 Instauration de passerelles université – secteur

En marge de l’enseignement dispensé par les établissements de l’OFPPPT et afin de mieux servir les intérêts du secteur automobile et assurer une montée en compétence en cohérence avec le développement de l’automobile au Maroc, il est vivement recommandé d’établir des partenariats entre les professionnels et les universités à vocation technique pour une meilleure diffusion de la technologie automobile.

Ce rapprochement permettra à travers des cycles dédiés, des stages en entreprises, des programmes alternés, d’intéresser les étudiants au secteur de la pièce et de la réparation et de les rendre immédiatement opérationnels à leur sortie d’école.

VI.3.5 Soutien de la mise à niveau des acteurs (PR et RP)

L’objectif de cette action consiste à apporter un soutien par le biais de l’Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise dans l’amélioration de la performance des acteurs actifs dans les secteurs de la pièce de rechange et de la réparation automobile qui a été évoquée dans les recommandations « méso ». Elle se ferait à travers, notamment :

- une concertation continue avec les professionnels quant au contenu et propriétés du programmes de mise à niveau.
- Un suivi de l’efficacité des actions de mise à niveau engagées et leur continuation dans le temps.

VI.3.6 Aide étatique pour soutenir les garagistes dans leur mutation

Compte tenu de l’enjeu du secteur de la réparation au Maroc et des défis qu’il s’apprête à affronter tels qu’évoqués précédemment, il est fortement souhaitable de concevoir, avec le concours des professionnels, des scénarios de reconversion d’une main d’œuvre abondante, menacée par des ruptures technologiques et la nécessité d’investir pour poursuivre l’exploitation. Des voies peuvent être signalées ici, telles que :

- l’Octroi d’aides gouvernementales au reclassement des ressources marginalisées.
- l’Incitation à l’embauche de main d’œuvre expérimentée au niveau des garages structurés.

- l'Incitation au regroupement des garages de même discipline ou de disciplines complémentaires afin d'atteindre des tailles critiques pouvant justifier des investissements techniques et en formation....

VI.3.7 Mesures incitatives pour la baisse de l'informel

Au-delà des conséquences induites par l'ensemble des recommandations micro/méso/macro précédemment présentées et qui ont elles-même des impacts positifs sur la diminution de l'informel, plusieurs recommandations spécifiques pourront être mises en œuvre :

- Elaborer un programme de réinsertion pour les populations de la région Nord vivant exclusivement de la contrebande de Ceuta et Melilia .
- Identifier dans une première phase, en liaison avec l'AMICA, les PR objets de contrebande puis remonter la filière jusqu'au fournisseur par la tracabilité mise en place. Les autorités pourraient ensuite dissuader, par des moyens à définir, les intermédiaires d'utiliser ces circuits.
- Concevoir un programme pour la sédentarisation des vendeurs ambulants. Dans le cadre de ce programme, il serait opportun de procéder à la création de centres commerciaux exclusifs à la PR et ce, au niveau de chacune des seize régions du territoire.
- Mettre l'activité des ferrailles dans la même mouvance que les autres acteurs avec les mêmes droits mais également les mêmes obligations. Il s'agit ici de cesser la situation d'exception de cette filière, dont les produits peuvent répondre à certains besoins s'ils ne sont pas dangereux, mais qui fonctionne aujourd'hui suivant des modalités qui peuvent fausser la concurrence au sein de la profession.
- Encourager, par le biais d'incitations, les garages de quartiers à déclarer les « apprentis » se trouvant en fonction .
- Développer les créations des centres de gestion de comptabilité agréés au sein des Chambres de Commerce d'Industries et de Services afin d'aider les commerçants à tenir une comptabilité et à adopter un régime fiscal reflétant la réalité de leurs transactions commerciales .

Les actions à suivre, d'après les recommandations stratégiques, sont formulées sous forme de fiches d'actions explicitant l'action elle-même, ses objectifs, son financement souhaité, lorsque c'est nécessaire, sa durée, son démarrage ainsi que sa priorité (de ° à °°°).

VII.1 ACTIONS MICRO ECONOMIQUES

Secteur distribution de pièce de rechange

Fiche d'action N° 1

| | |
|----------------------------|--|
| Action | Favoriser l'émergence d'acteurs couvrant la filière complète PR. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Regroupement d'acteur couvrant la filière depuis l'achat aux équipementiers jusqu'à la livraison aux prescripteurs finaux. - Mise en commun de facteurs de développement, de centrale d'achat et de chaîne logistique. - Visibilité de la clientèle sur l'offre. |
| En charge | Les acteurs PR avec l'appui de l'AMICA |
| Financement | l'ANPME (Etudes stratégiques) |
| Pré-conditions | Communication et information vers les acteurs. Réalisation de plans stratégiques par les acteurs tenant compte des options de regroupement. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Ratios d'acteurs regroupés et comparaison des performances. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 2

| | |
|----------------------------|---|
| Action | Réduire le nombre d'échelons de distribution. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Simplification des circuits. - Réduction des coûts de distribution. - Amélioration du service à la clientèle. |
| En charge | Les acteurs PR en amont de la filière. |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Début de rationalisation des acteurs. Sélection des partenaires les plus adaptées. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Recensement des acteurs actifs. |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 3

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Intégrer l'émergence de nouveaux acteurs PR. |
| Objectifs | - Prise en compte des réseaux de centre auto, de réparation rapide et de vente en grandes surfaces. |
| En charge | Les acteurs PR. |
| Financement | l'ANPME (Etudes stratégiques), GIAC1 |
| Pré-conditions | Réalisation de plans stratégiques par les acteurs Généralisation des circuits courts et des centrales d'achat. |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2006 |
| Actions de suivi suggérées | Nombre d'opérateurs (centres auto, réparation rapide et grandes surfaces) installés |
| Priorité | ° |

Fiche d'action N° 4

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Rationaliser les relations entre équipementiers locaux et distributeurs. |
| Objectifs | - Introduction de règles déontologiques entre les acteurs concernant leurs modes de distribution. |
| En charge | Les acteurs PR (distributeurs et équipementiers) avec l'appui de l'AMICA. |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Création d'un groupe de travail au sein de l'AMICA |
| Durée estimée | 1 an |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Existence d'un protocole adapté |
| Priorité | ° |

Fiche d'action N° 5

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Présenter une offre produit couvrant l'ensemble des besoins. |
| Objectifs | - Offre par les acteurs d'une gamme complète intégrant les différents types de produits adaptés au besoin réel du client. |
| En charge | Les acteurs PR avec l'appui de l'AMICA |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Lisibilité de l'offre Information du consommateur |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Part des généralistes de la PR offrant un large panel de produits. |
| Priorité | °° |

Fiche d'action N° 6

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Labelliser les produits. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Rendre lisible par le consommateur l'adéquation entre l'offre produit et son besoin. - Utiliser les marques reconnues, des marques de distributeur et des références aux normes marocaines ou européennes. |
| En charge | Les acteurs, AMICA, et le MICMNE |
| Financement | |
| Pré-conditions | Existence de normes |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Ratio produits identifiés. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 7

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Introduire plus de rigueur dans la tarification. |
| Objectifs | Mise en place de « conditions générales de vente » fixant les règles de tarification et opposables à tous les clients d'un acteur. |
| En charge | Les acteurs PR, AMICA et le ministère du Commerce. |
| Financement | - |
| Pré-conditions | |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 8

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Préparer les petits acteurs RP à assurer leur mutation. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Information sur la mutation en cours. - Implication dans les processus de formation proposés. - Implication dans la restructuration du secteur. |
| En charge | Les acteurs majeurs de la réparation Les petits acteurs eux-même. AMICA et lministère de l'industrie |
| Financement | OFPPT, l'ANPME, GIAC1 |
| Pré-conditions | Prise de conscience des acteurs concernés. Réalisation de diagnostics de positionnement. |
| Durée estimée | 5 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Suivi des statistiques concernant les acteurs de quartiers : partenariat, label, regroupement, ... |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 9

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Constituer des réseaux de garages labellisés. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Regroupement ou partenariat entre acteurs. - Labellisation lisible par les clients - Mise en commun des facteurs de développement et réduction des coûts - Accès à la formation et aux nouvelles technologies. |
| En charge | Les acteurs RP avec l'appui de l'AMICA |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Prise de conscience des acteurs concernés. Sensibilisation des acteurs aux concepts de franchise. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de garages labellisés |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 10

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Favoriser les regroupements locaux d'acteurs RP spécialisés |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Mise en réseau ou partenariat entre des acteurs spécialisés d'une même zone géographique. - Accès à des opportunités de locaux adaptés. - Mutualisation des facteurs de progrès. |
| En charge | Les acteurs concernés, les municipalités avec le soutien de l'ANPME et du MICMNE. |
| Pré-conditions | Volonté des acteurs |
| Financement | |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | |
| Priorité | ° |

Fiche d'action N° 11

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Etablir une coopération entre distributeurs et réparateurs. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Lisibilité cohérente pour les clients des approches qualité, sécurité et environnement. - Actions concertées de baisse de l'informel. - Partenariat ou regroupement d'acteurs impliqués dans PR et RP. |
| En charge | Les acteurs PR et RP. AMICA. |
| Pré-conditions | Appropriation des enjeux par les acteurs. |
| Financement | - |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Groupe de travail dédié et suivi trimestriel des actions en cours. |
| Priorité | ° ° ° |

VII.2 ACTIONS MÉSO-ÉCONOMIQUES

Fiche d'action N° 12

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Renforcer la représentation PR et RP au sein de l'AMICA. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Défense des intérêts du secteur dans sa totalité. - Rupture de l'isolationnisme entre métiers. - Mutualisation des actions de développement sectoriel. - Diffusion de l'information sectorielle. - Force de proposition crédible auprès des autorités de tutelles. |
| En charge | AMICA et les acteurs RP et PR |
| Financement | P.A.A.P |
| Pré-conditions | Adaptation des structures de l'AMICA |
| Durée estimée | 1 an |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Constitution de commissions. Reconnaissance auprès des autorités de tutelles. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 13

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Renforcer les relations internationales de l'AMICA. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Renforcement des liens existants avec la FEDA et la FIEV en France. - Reprise des liens avec la FIGIEFA. - Accès aux informations sur les opportunités de marchés et de partenariats. - Accès aux informations sur l'évolution du secteur. |
| En charge | AMICA |
| Financement | |
| Pré-conditions | Etablissement d'une structure de coopération officielle. |
| Durée estimée | 1 an |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Actions de partenariats réalisées |
| Priorité | ° |

Fiche d'action N° 14

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Encadrer les acteurs dans leur mise à niveau |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de diagnostics stratégiques. - Prolongement des démarches qualité - Promotion de l'EDI - Coordination d'un accompagnement transversal à l'ensemble des acteurs PR et RP (gestion, logistique, systèmes d'information, ...) |
| En charge | AMICA, MICMNE |
| Financement | GTZ, OFPPT, ANPME |
| Pré-conditions | Motivation des acteurs à se restructurer. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Vérification de l'implication de tous les acteurs y compris les plus petits. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 15

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Assurer la formation initiale et continue adaptée aux opérateurs PR et RP. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Consolidation des accords AMICA/OFPPT - Constitution d'un référentiel « métiers » - Mise en œuvre d'un plan de formation sectoriel avec ses priorités. - Initiation au droit des affaires : partenariats, association, franchise, ... |
| En charge | AMICA |
| Financement | OFPPT |
| Pré-conditions | Encadrement existant dans les entreprises, effectif >5 personnes. |
| Durée estimée | Continue |
| Démarrage de l'action | En cours |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de personnes formées / Nombre d'heures de formation dispensées. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 16

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Renforcer la normalisation et mettre en place le centre technique automobile |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Coordination du développement des normes automobiles (voir action 20) et le démarrage du centre technique automobile. - Délégation de pouvoir forte à ce centre en terme d'initiatives normatives. |
| En charge | Ministère de l'industrie, AMICA |
| Financement | MEDA, Ministère de l'industrie (octroi du local) |
| Pré-conditions | Démarrage effectif du centre technique automobile. |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | En cours |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de normes en application - nombre de normes obligatoires - nombre de tests réalisés dans le centre technique. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 17

| | |
|------------------------------|---|
| Action | Accompagner la labellisation de centres de réparation |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Labellisation de garage du type « Professionnel Automobile du Maroc » répondant à certains pré-requis d'équipements, de qualité de prestation et d'organisation. - Aide aux acteurs (en particulier les plus petits) pour une prise en compte des pré-requis exigés. - Mise en commun de facteurs de développement (formation, technologie, ...) - Lisibilité pour la clientèle. |
| En charge | AMICA, MICMNE |
| Financement | |
| Pré-conditions | Communication sur les enjeux de la profession. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 18

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Communiquer autour des axes sécurité, qualité, environnement. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation des acteurs. - Sensibilisation des consommateurs. - Implication des autorités de tutelles. |
| En charge | CNPAC en coopération avec l'AMICA |
| Financement | - |
| Pré-conditions | - |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Nombre d'accidents de circulation. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 19

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Mettre en place un observatoire statistique. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration de statistiques générales sur le secteur. - Outils stratégiques pour les acteurs. - Implication collective des acteurs. |
| En charge | AMICA ou organisme spécialisé |
| Financement | P.A.A.P |
| Pré-conditions | Implication des professionnels pour le cahier des charges |
| Durée estimée | 1 an |
| Démarrage de l'action | 2005, en prolongement de la présente étude. |
| Actions de suivi suggérées | Etablissement de l'observatoire. |
| Priorité | ° ° |

VII.3 ACTIONS MACRO-ECONOMIQUES

Fiche d'action N° 20

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Mettre en place des réglementations et normes |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Normalisation des composants PR. - Application obligatoire de ces normes sur les composants sécurité . - Adaptation de la loi d'exemption européenne |
| En charge | Ministère du Commerce et de l'Industrie, Ministère des Transports / AMICA |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Application des textes juridiques réglementant les conditions d'adoption de normes. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de normes dimensionnelles, de méthodes d'essais et de performances |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 21

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Mettre en place une tracabilité des pièces. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Identification des acteurs de la filière du fabricant au prescripteur final. - Détermination des responsabilités en cas de pièce défectueuse ou dangereuse. - Diminution de l'informel et maîtrise des importations en vrac. |
| En charge | MICMNE avec l'appui de l'AMICA |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Application des normes d'étiquetage et emballage. Création de norme de marquage/tracabilité sur les pièces. |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | En cours pour étiquetage et marquage. |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de pièces portant un marquage identifiant |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 22

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Faire jouer aux assurances un rôle dans la structuration du marché PR. |
| Objectifs | - Permettre l'utilisation de PR de qualité reconnue et contrôlée. - Sensibilisation du consommateur sur la dangerosité des certaines pièces |
| En charge | Association des Assurances, AMICA et ministère des Transports. |
| Financement | - |
| Pré-conditions | Prévoir un dispositif juridique adéquat. Définition des qualités de produits requises par rapport au besoins. |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 23

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Renforcer l'effectivité et l'efficacité du contrôle technique. |
| Objectifs | - Révision du système d'octroi des agréments. - Introduction de critères de contrôle mesurés. |
| En charge | Ministère des transports , Association des assurances , AMICA . |
| Financement | |
| Pré-conditions | - Elaboration des systèmes de mesures des fonctions contrôlées . - Conception d'un système d'audits appliqués aux centres de contrôles techniques - Conception d'attestations incluant les résultats et éventuelles réserves exprimées. |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2004 |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de contrôles effectifs |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 24

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Dispositif de régulation à l'entrée des pièces de rechange sur le territoire. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Limitation, voire suppression, de l'importation des pièces de qualité douteuse, du dumping et de la sous-facturation. - Réduction du nombre d'accidents de circulation dus à la défectuosité des PR. - Utilisation des règles existantes et mise en application d'un dispositif de régulation. |
| En charge | MICMNE , AMICA, CNPAC |
| Financement | |
| Pré-conditions | Existence des normes produits. Existence du centre technique automobile. Consultation régulière des professionnels et experts. |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2006 |
| Actions de suivi suggérées | Poids des pièces concernées. |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 25

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Instaurer des passerelles université / secteurs. |
| Objectifs | Partenariat entre professionnels PR & RP avec les universités à vocation technique . Diffusion de la technologie automobile |
| En charge | AMICA, ministère de l' Enseignement Supérieur |
| Financement | |
| Pré-conditions | Concertation entre le ministère, AMICA. Forte implication des acteurs. Préparation des programmes d'enseignement. |
| Durée estimée | 2 ans |
| Démarrage de l'action | 2006 |
| Actions de suivi suggérées | Suivi des travaux à assurer par les deux principales instances concernées jusqu'au lancement du dit enseignement . |
| Priorité | ° |

Fiche d'action N° 26

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Soutenir la mise à niveau des acteurs PR et RP. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Apporter un soutien par le biais de l'ANPME dans l'amélioration de la performance des acteurs qui ont été évoquées dans les recommandations « méso ». - Concertation avec les professionnels. - Etablissement de priorités. |
| En charge | ANPME, AMICA, MICMNE |
| Financement | GTZ, ANPME, GIAC1 |
| Pré-conditions | |
| Durée estimée | 3 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Nombre de structures ayant bénéficié d'une action de mise à niveau. |
| Priorité | ° ° ° |

Fiche d'action N° 27

| | |
|-----------------------------------|---|
| Action | Soutenir les garagistes dans la mutation du secteur. |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> Reconversion d'une main d'œuvre menacée. Reclassement. Embauche prioritaire des personnels concernés. Incitation au regroupement de garages. |
| En charge | Ministères de l'industrie, de l'intérieur, de l'emploi et l'AMICA |
| Financement | MEDA, Ministères |
| Pré-conditions | Recensement exhaustif des unités existantes |
| Durée estimée | 5 ans |
| Démarrage de l'action | 2005 |
| Actions de suivi suggérées | Suivi des personnels reclassés et des entreprises concernées. |
| Priorité | ° ° |

Fiche d'action N° 28

| | |
|-----------------------------------|--|
| Action | Inciter à la baisse de l'informel. |
| Objectifs | <p>Au-delà des conséquences induites par l'ensemble des actions précédentes conduisant à marginaliser de fait le territoire de l'informel :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'un programme spécifique de formation et de réinsertion. - Application des mêmes droits et mêmes obligations aux ferrailles qu'aux autres acteurs. - Utilisation de la tracabilité pour remonter les filières. - Conception d'un programme de sédentarisation des vendeurs ambulants. - Incitation à la déclaration des apprentis. - Développement de centres de gestion et comptabilité agréés. |
| En charge | ANPME, Agence du Nord, Administration des Douanes, ministères de l'Intérieur, du Commerce, de l'Emploi en concertation avec l'AMICA. |
| Financement | Ministères, MEDA |
| Pré-conditions | - |
| Durée estimée | 5 ans |
| Démarrage de l'action | En cours |
| Actions de suivi suggérées | Poids de l'informel |
| Priorité | ° ° ° |

VII.4 SYNTHESES PRIORITES/CALENDRIER

Afin de faciliter l'exploitation de ces plans d'actions, nous en avons fait une synthèse faisant apparaître par catégories leurs priorités et leur positionnement dans le temps. Les actions figurant en 2004 sont considérées comme ayant déjà partiellement démarré :

| N° | ACTIONS MICRO ECONOMIQUES | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|----|---|------|------|------|------|------|
| 1 | Favoriser l'émergence d'acteurs couvrant la filière complète PR. | ... | ... | ... | | |
| 2 | Réduire le nombre d'échelons de distribution. | | .. | .. | .. | |
| 3 | Intégrer l'émergence de nouveaux acteurs PR. | | | . | . | |
| 4 | Rationaliser les relations entre équipementiers locaux et distributeurs | . | | | | |
| 5 | Présenter une offre produit couvrant l'ensemble des besoins. | | .. | .. | | |
| 6 | Labelliser les produits. | ... | ... | ... | | |
| 7 | Introduire plus de rigueur dans la tarification. | | .. | .. | | |
| 8 | Préparer les petits acteurs RP à assurer leur mutation. | | ... | ... | ... | ... |
| 9 | Constituer des réseaux de garages labellisés. | | .. | .. | .. | |
| 10 | Favoriser les regroupements locaux d'acteurs RP spécialisés. | | . | . | . | |
| 11 | Etablir une coopération entre distributeurs et réparateurs. | ... | ... | | | |
| 12 | Renforcer la représentation PR et RP au sein de l'AMICA. | ... | | | | |
| 13 | Renforcer les relations internationales de l'AMICA. | | . | | | |
| 14 | Encadrer les acteurs dans leur mise à niveau. | | ... | ... | ... | |
| 15 | Assurer la formation initiale et continue adaptée aux opérateurs PR et RP. | ... | ... | ... | ... | ... |
| 16 | Renforcer la normalisation et mettre en place le centre technique automobile. | ... | ... | | | |

| N° | ACTIONS MICRO ECONOMIQUES | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|----|--|------|------|------|------|------|
| 17 | Accompagner la labellisation des centres de réparation. | | .. | .. | .. | |
| 18 | Communiquer autour des axes sécurité, qualité, environnement. | | ... | ... | | |
| 19 | Mettre en place un observatoire statistique. | | .. | | | |
| 20 | Mettre en place des réglementations et normes. | ... | ... | ... | | |
| 21 | Mettre en place une traçabilité des pièces. | .. | .. | | | |
| 22 | Faire jouer aux assurances un rôle dans la structuration du marché PR. | | .. | .. | | |
| 23 | Renforcer l'effectivité et l'efficacité du contrôle technique. | ... | ... | ... | | |
| 24 | Dispositif de régulation à l'entrée sur le territoire. | | | .. | .. | |
| 25 | Instaurer des passerelles université/secteurs | | | . | . | |
| 26 | Soutenir la mise à niveau des acteurs PR et RP. | | ... | ... | ... | |
| 27 | Soutenir les garagistes dans la mutation du secteur. | | .. | .. | .. | .. |
| 28 | Inciter à la baisse de l'informel. | ... | ... | ... | ... | ... |

ANNEXE 1 :

Liste des organismes et personnes rencontrées au Maroc lors de l'étude :

ADMINISTRATION DES DOUANES ET IMPOTS INDIRECTS

Abdallah ARABAN *Chef de la division de la prévention.*

AUTO DISTRIBUTION MAROC

Fouad BELEMLIH *Administrateur Délégué*

AUTO SPEEDY

Ahmed EL HAROUCHI *Directeur commercial*

AUTOMOVE

Omar BENAMOUR *Gérant*

CENTRE MAROCAIN DE PROMOTION DES EXPORTATIONS

Mr SLIMANI

CENTRE NATIONAL D'ESSAI ET D'HOMOLOGATION

Abdelali DLAJ *Chef de centre*

CONSEIL DES EXPERTS AUTOMOBILE

Larbi OUTALEB *Président*

Khalid OUTALEB *Expertise Qualiconsult Outaleb*

ELECTRO DIESEL SARL

Mr Jose Ignacio LOSADA *Gérant*

FEDERATION MAROCAINE DES SOCIETES D'ASSURANCE ET DE REASSURANCE

5 membres de l'association dirigeants des principaux assureurs

FERRAILLE SALMIA

Monsieur BOUCHTA

FERRAILLE SIDI MOUMEN

Monsieur FERHAT

GARAGE SAINT MICHEL

Georges ANDROULAKIS *propriétaire gérant*

GIMA

Sbaghi BENAÏSSA *Président Directeur Général*

KAUFMANN

Chakib HAFYANE *Directeur général adjoint*

MAGHREB ACCESSOIRES

Mekhfi GHAOUTI

*Président Directeur Général***MAROC EQUIPEMENT AUTO**

Adil JAAFARI

MIDAS SA

Yasser GHALEB

*Directeur général***MINISTERE DE L'INDUSTRIE, DE L'INDUSTRIE , DU COMMERCE ET DE LA MISE A NIVEAU DE L'ECONOMIE**

- Direction du Commerce Intérieur

Abdelkader AMRANI MANSOURI

Chef de Division Etudes et Interventions Commerciales

Brahim KHEIRDINE

*Chef de Division Approvisionnement et Distribution***MINISTERE DES TRANSPORTS ET DE L'EQUIPEMENT**

- Direction Transport

Mohamed FADILI

*Direction de la planification, des études
et de la coordination des transports.***MINISTERE DE L'INDUSTRIE, DE L'INDUSTRIE , DU COMMERCE ET DE LA MISE A NIVEAU DE L'ECONOMIE**

Division de la Normalisation

Abderrahim TAIBI

Chef de Division

Mekki KABBAJ

*Chef de service***NRF**

Gabriel NAVARRA

Gérant

Abdelali M'NOUNY

*Directeur général Adjoint***OFFICE MAROCAIN DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE**

Mr BOUAZZAOUI

OPPPT

Fouad EL AMRI

*Directeur du Complexe Formation Professionnelle
des Industries Mécaniques, Métallurgiques et Electriques.***RENAULT**

Mustapha ABDI

*Directeur Après-Vente***SINFA**

Rachid HASSINE

*Directeur commercial***SIPROF***Directeur commercial***SODIREP**

Abdessalam THAIFA

*Directeur***SODAMECO**

Mohamed MIKOU

*Directeur Général***SOPRIAM**

Tayeb LAHBICHI

Directeur des Pièces et Services

STANDARD AUTO ACCESSOIRES

Abdelislam BOUHAJA

*Directeur***TUYAUTO**

Mohamed TAZROUTI

*Directeur du Département Commercial
et Marketing***UNICA**

Jean-François CATALA

*Directeur***Wafa / CUA**

Najib LAHLOU

*Directeur Général***Commune Ain Sebaa**

(Ferraille Sidi Moumen)

Commune Sidi Othmane

(Ferraille Salmia)

Ambulant résident à Casablanca**Ambulant résident à Sidi Bennour****Détaillant à Kenitra**Garage de quartier : *Mécanique générale à Casablanca*Garage de quartier : *Electricité Auto à Casablanca*Garage de quartier : *Réparateur tuyaux échappement à Casablanca*Garage de quartier : *Réparateur pneumatiques à Casablanca*

Réparateur radiateur à Casablanca

Opérateur dans le secteur informel à Fnidek

ANNEXE : 2

Production des composants automobiles au Maroc en (Kdh)

| | Production Totale | Marché local | Intégration | PR |
|--|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| Radiateurs | 78 394 | 21 166 | 6 350 | 14 816 |
| Filtres | 118 873 | 95 444 | 2 200 | 97 444 |
| Batteries | 150 000 | 150 000 | 5 000 | 145 000 |
| Joints métalloplastiques et pièces en caoutchouc | 20 392 | 20 392 | | 20 392 |
| Pièces en plastic | 8 000 | 8 000 | 8 000 | |
| Pièces d'allumage | 9 493 | 9 493 | | 9 493 |
| Composants électroniques | 120 149 | | | |
| Silencieux et tuyaux d'echap. | 23 913 | 19 130 | 9 565 | 9 565 |
| Composants métalliques usinés | 46 300 | 26 235 | 26 235 | |
| Plaquettes et garnitures de freins | 135 551 | 73 197 | | 73 197 |
| Pneumatiques et chambres à air | 558 378 | 280 000 | 80 000 | 200 000 |
| Glace et Verre | 86 816 | 46 381 | 20 000 | 26 381 |
| Garniture de sièges | 115 125 | 115 125 | 115 125 | |
| TOTAUX | 1 471 384 | 864 563 | 272 475 | 596 288 |

ANNEXE : 3

Liste des importations de PR En 2002 (en Kdh)

| Nomenclature | Désignation | 2002 (En Kdh) |
|--------------|--|---------------|
| 3819001000 | Liquide de frein en bidon | 6 763 |
| 3819009000 | Liquide de freins en vrac ou fût | 2 496 |
| 4010210010 | Cour transm sect trapez ,60<circ<=180cm fond toile fond toile apparent | 2 970 |
| 4010210090 | Cour transm sect trapez ,60<circ<=180cm fond toile N apprent | 2 838 |
| 4010220010 | Cour transm sect trapez ,60<circ<=180cm fond toile N apprent | 38 |
| 4010220090 | Cour transm sect trapez ,60<circ<=180cm fond toile N apprent | 475 |
| 4010230081 | cour transm sect trapez ,60<circ<=180cm fond toile N apprent | 143 |
| 4010230091 | cour transm sect trapez ,60<circ<=180cm fond toile N apprent | 194 |
| 4010230099 | cour trans 60cm<circ<=150cm toile apparent | 359 |
| 4010240029 | cour trans rect larg>20cm,circ<=198 cm | 261 |
| 4010290011 | autres cour trapez fond detoile N apparent | 2 363 |
| 4010290019 | autres cour trapez fond detoile apparent | 8 258 |
| 4010290029 | autres cour trans rect larg > 20 cm fond de toile apparent | 239 |
| 4010290031 | autres cour trans rect larg > 20 cm fond de toile apparent | 585 |
| 4010290039 | autres courroies trans larg >20 cm fond de toile apparent | 338 |
| 4010290041 | autres courroies trans larg >20 cm fond de toile apparent | 465 |
| 4010290049 | autre cour trans rectang fond de toile apparent | 829 |
| 4010290091 | autres courroies trans fond de toile N apprent | 3 859 |
| 4010290099 | autres courroies trans fond de toile N apprent | 8 384 |
| 4010310010 | cour trans striées 60cm<circ<180cm fond toile caché | 1 826 |
| 4010310090 | cour trans striées 60cm <circ<180cm fond toile apparent | 959 |
| 4010320010 | cour trans non striées 60 cm < circonf < 180 cm fond toile caché | 139 |
| 4010320090 | cour trans non striées 60cm<circ<180cm fond toile apparent | 914 |
| 4010340090 | cour trans non striées 180<circon<240cm fond toile apparent | 206 |
| 4010360099 | cour trans crantées 150<circon<198cm fond toile apparent | 135 |
| 4010390011 | cour trans section trapez fond toile caché | 500 |
| 4010390019 | cour trans section trapez fond toile caché | 1 691 |
| 4010390021 | cour trans sect rect fond toile caché | 159 |
| 4010390031 | courroie trans section autre fond toile caché | 308 |
| 4011100010 | Pneus neufs voitures de tourisme poids<15kg<70kg | 18 809 |

| Nomenclature | Désignation | 2002 (En Kdh) |
|--------------|---|---------------|
| 4011100090 | Pneus neufs voitures de tourisme poids<15kg | 72 791 |
| 4011100099 | Pneus neufs voitures de tourisme poids<15kg | 18 854 |
| 4011201000 | Pneus neufs utilisés pour autobus ou camions>70kg | 38 265 |
| 4011209000 | Pneus neufs utilisés pour autobus ou camions>15kg et <70 kg | 100 242 |
| 4011992000 | Autres pneus neufs plus 15kg moins 70 kg | 3 497 |
| 4011999000 | Autres pneus neufs moins 15kg | 26 748 |
| 4012901010 | Bandage pneumatique pour véhicules automobile | 1 171 |
| 4013100010 | Chambre à air pour voitures de tourisme | 3 556 |
| 4013100090 | Chambre à air pour camions et bus | 14 902 |
| 4016992900 | Autres articles en caoutchouc non durci pr véhic du chap 87 | 9 204 |
| 7007119010 | Verre de sécurité trempé émaillé pour véh 165 | 165 |
| 7007119090 | Verre de sécurité trempé , divers pour véhicules | 5 042 |
| 7007210000 | Verres de sécurité | 10 634 |
| 7009100000 | Miroirs & rétroviseurs pour véhicules | 7 003 |
| 7320101000 | Ressorts de suspension pr véhicules du chap 87 | 6 722 |
| 8301200090 | Serrures pour auto | 3 569 |
| 8409912910 | Blocs cylindres carters culasses pr véhicules | 1 485 |
| 8409913010 | Pistons chemises - pistons pour automobiles | 5 345 |
| 8409915000 | Chemises pour moteurs | 8 281 |
| 8409919000 | Pièces détachées pour moteurs à pistons | 25 606 |
| 8409993010 | Autres pistons chemises - pistons pour moteurs auto | 28 855 |
| 8409995000 | Autres chemises pour pistons | 33 577 |
| 8409999000 | Autres pièces détachées pour autres moteurs | 195 303 |
| 8413300090 | Autres pompes à carburants huiles ou liquide | 62 285 |
| 8421239000 | Filtres à huile | 37815 |
| 8421291000 | Autres appareils de filtration des liquides pr moteurs | 26 321 |
| 8421310000 | Filtres d'entrée d'air pour moteurs à allu,par étincelle | 16 580 |
| 8421992100 | Parties d'appareils de filtration liquide pr véhicules | 6 274 |
| 8482100000 | Roulements à billes | 77 772 |
| 8482200000 | Roulements à rouleaux | 28 390 |
| 8482400000 | Roulements à aiguilles | 5 920 |
| 8483300000 | Paliers sauf à roulements incorporés , coussinets | 63 010 |
| 8483609000 | Embrayages et organes d'accouplement pr aut mot | 18 366 |
| 8484100000 | Joints métalloplastiques | 14 439 |
| 8484900000 | Jeux ou assortiments de joints | 47 154 |
| 8501311010 | Moteurs E/G +moto ventilateurs | 9 997 |
| 8507100010 | Accumulateurs élect au plomb pour démarrage auto | 28 332 |
| 8511100000 | Bougies d'allumage | 17 893 |
| 8511309000 | autres distributeurs et bobines d'allumage | 2 578 |
| 8511400000 | démarrers | 7 741 |
| 8511500000 | Autres génératrices (alternateurs) | 3 576 |
| 8511800090 | Appareils et dispositifs divers électriques d'allumage | 12 181 |
| 8511909000 | Parties et pièces détachées allumage | 6 264 |
| 8512200019 | Appareil d'éclairage pr autres véhicules automobiles | 45 085 |
| 8512309000 | autres appareils de signalisation acoustique | 3 748 |

