

Le marché d'automobile au (Marque BMW)



Réalisé par :

Encadré par :

Année scolaire : 2009 - 2010



Plan

INTRODUCTION

1. PANORAMA MONDIAL DU SECTEUR AUTOMOBILE

2. ANALYSE DU SECTEUR AUTOMOBILE MAROCAIN

3. ÉTUDE BENCHMARKING RELATIVE AU SECTEUR AUTOMOBILE

4. ANALYSE SWOT DU SECTEUR AUTOMOBILE MAROCAIN

5. PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR

6. INVESTISSEMENT DANS LE DOMAINE D'AUTOMOBILE AU MAROC

7. ENJEUX DU SECTEUR AUTOMOBILE MAROCAIN

8- L'AUTOMOBILE BMW

9. HISTORIQUE DE LA BMW

10- PROBLÉMATIQUE

11- MÉTHODOLOGIE

12- QUESTIONNAIRE

CONCLUSION

Introduction

Après plus de cent ans, l'automobile continue de nous fasciner par sa technicité et la liberté Qu'elle nous procure.

Le marché automobile dominé par l'Europe et les Etats-Unis doit faire Face depuis quelques années à la montée des pays asiatiques sur le segment des automobiles Dont ils maîtrisent de mieux en mieux la commercialisation et l'exportation.

Cette situation fragile s'est renforcée courant 2008 avec la crise financière mondiale des «subprimes ».

Le marché automobile doit faire face à une forte baisse des ventes, le marché européen est quant à lui divisé. En France, malgré la crise qui touche le pays et plus Particulièrement les la banques françaises, les constructeurs ont su adapter leurs stratégies marketing et de distribution.

On peut se demander quelles initiatives ont été prises par les constructeurs envers leurs réseaux de distributeurs pour pallier la baisse des ventes automobiles depuis ces dernières années ?

1. Panorama mondial du secteur automobile

Cette partie rassemble les pratiques des pays les plus côtés en matière de production et

d'exportations automobiles. Il s'agit principalement de l'Amérique du nord regroupant à son tour les

Etats-Unis et le Canada, la France qui constitue le principal destinataire du marché automobile

marocain et les Pays de l'Europe Centrale et Orientale (PECO).

1.1. Secteur automobile Nord-américain

Réalisant un parc d'environ 300 millions de véhicules, l'industrie automobile représente l'une des composantes majeures de l'économie nord-américaine contribuant à hauteur de 12% du PIB, de

17% des exportations totales, avec des volumes de production et d'exportations automobiles

respectifs de 16.209.764 et de 2.089.545 unités en 2003. En effet, les Etats-Unis se placent au

deuxième rang mondial des pays producteurs après le Japon. Ce pays a produit, en 2003, 20% de la

production automobile mondiale et 75% de la production nord-américaine. Quant au Canada, il se

place au 7ème rang mondial des pays producteurs, produisant en 2003 environ 5% de la production

automobile mondiale et 16 % de la production nord-américaine.

En matière d'exportations automobiles, l'Amérique du Nord a réalisé en moyenne 9% des

exportations mondiales durant la période 1996-2003. Ces exportations ont été quasi-totalement

réalisées par le Mexique enregistrant en 2003 presque 70% des exportations automobiles Nord-

Américaines. Les 30% restantes ont été réparties entre les Etats-Unis et le Canada.

Cependant, l'industrie automobile nord-américaine est confrontée à un ensemble de défis

dont particulièrement :

Croissance du défi posé par la Chine

L'une des principales préoccupations des fabricants de pièces d'automobile nord-américains

réside dans l'importance et la menace sans cesse croissantes des pays à faibles coûts de main-d'œuvre,

la Chine en tête. Cette question est cruciale parce que les constructeurs sont confrontés à

une situation de baisse des prix des véhicules neufs (environ 2% par année au cours des dernières

années) et ils imposent des concessions de prix plus marquées à leurs fournisseurs.

Une étude récente effectuée par un cabinet d'experts conseils international révèle que les

salaires et les avantages sociaux atteignent en moyenne près de 33,60 dollars US l'heure pour les

constructeurs des Etats-Unis et 23,80 pour le Canada.

Bien que ce chiffre soit inférieur au 43,90 dollars US l'heure de Allemagne, il sont plus

élevés que la rémunération offerte en Chine.

Montée en flèche des importations de la Chine

Les importations de pièces automobiles de la Chine augmentent tant au Canada qu'aux États-

Unis. Les exportateurs chinois ont livré pour 2,8 milliards de dollars US de pièces aux États-Unis et

697 millions de dollars au Canada en 2003, en hausse par rapport aux 2,2 milliards et 450 millions de

dollars de dollars US enregistrés respectivement aux Etats-Unis et au Canada en 2002.

En outre, la plupart des composantes importées de la Chine sont des pièces de base, plutôt

que des pièces très complexes. La Chine a accaparé une part réduite, mais en croissance rapide, du

marché nord-américain des pièces d'automobile et elle contribue à l'intensification des tensions

exercées sur les marges des fournisseurs qui se situent actuellement à leur niveau le plus bas.

1.2. Secteur automobile en France

Réalisant 21% de la production automobile mondiale, le secteur automobile revêt, par son

poids économique et social, un caractère stratégique pour la France. Il représente 10% du PIB et

12,5% des exportations, engendre indirectement 50 milliards d'euros de recettes fiscales pour l'Etat,

entraîne une grande partie de l'économie française et induit près de 2,6 millions d'emplois. En effet,

les grands constructeurs français (Renault, PSA, Matra) et étrangers présents en France (Toyota,

Smart) emploient à eux seuls 187.000 personnes.

Le secteur automobile français relève le défi de la compétitivité. Les deux grands

constructeurs français se montrent réactifs en France et à l'étranger. En 2001, PSA était le 5^{ème}

producteur mondial et Renault le 39^{ème}. L'intervention des pouvoirs publics consiste aujourd'hui à

créer l'environnement favorable au développement de leur compétitivité par une action ciblée et

offensive portant notamment sur l'incitation à la recherche, l'orientation de la demande et

l'amélioration des compétences de la main d'œuvre.

1.3. Secteur automobile en Europe Centrale et Orientale

L'industrie automobile était considérée, dans le processus de transition systémique des pays

d'Europe Centrale et Orientale (PECO), un des actifs les plus convoités par les firmes multinationales

de la triade¹, notamment pour ses capacités industrielles, pour les avantages de coûts de production

ou pour les potentialités des marchés locaux.

La Russie constitue le principal producteur automobile des PECO, suivi de la Pologne et de la

République-Tchèque. Ces trois pays ont connu une production croissante sur la période 1995-2003

avec des taux moyens de croissance respectifs de 6,7%, 8% et 11%. Ils ont atteint 1.496.361,

754.050 et 500.010 véhicules produits en 2003.

2. Analyse du secteur automobile marocain

2.1 Présentation du secteur

L'industrie automobile marocaine représente près de 5% du PIB industriel, assure 14% des exportations industrielles et entraîne une grande partie de l'économie marocaine. Cette activité comporte plus d'une centaine d'entreprises dont près de 85 unités spécialisées entre constructeurs et équipementiers, occupant près de 20.000 personnes en emplois directs.

L'activité de montage des véhicules particuliers et utilitaires légers s'identifie pratiquement à la Somaca qui assure actuellement, après l'échéance de la convention de la voiture économique avec Fiat, le montage des marques Citroën et Renault pour les véhicules utilitaires légers.

Cette société assurera également l'assemblage de la marque Renault pour les véhicules particuliers à partir de l'année 2005, date de la mise en vigueur de la convention portant sur la nouvelle voiture économique L90.

Le montage des véhicules du poids lourd est assuré par les unités d'assemblage de marques opérant au Maroc ². Par ces fabrications, la majorité des marques internationales est déjà présente sur le marché national. Tous ces véhicules sont importés en kit, et le taux d'intégration de pièces fabriquées localement est relativement faible. Il s'agit principalement de pneus, batteries et autres accessoires. Les pièces de rechanges sont également importées et distribuées par les distributeurs officiels.

L'activité de carrossage est assurée par des carrossiers nationaux, en association avec des partenaires internationaux. D'autres unités sont spécialisées dans la fabrication des équipements automobiles (filtres, amortisseurs, tuyaux d'échappement, pneumatiques, faisceaux de câbles...).

2.2. Performances du secteur

Depuis 1996, date de lancement des projets des véhicules économiques, l'industrie automobile au Maroc a connu un nouvel essor de productivité et d'investissement. Sur le plan de la production, cette activité a connu une progression notable entre 1996 et 2003 avec un taux de croissance de près de 86% passant de 6.089 à 11.338 millions de dirhams.

Les investissements ont également connu une hausse de près de 348% avec un montant global d'un milliard de dirhams en 2003, contre 223 millions de dirhams en 1996.

La valeur ajoutée dégagée par ce secteur a connu une croissance de plus de 53% durant la même période passant de 1.960 à 3.001 millions de dirhams.

Les exportations du secteur ont connu une nette évolution durant la même période passant de 1.592,8 millions de dirhams en 1996 à 5.840 millions de dirhams en 2003, soit une hausse de 267%.

De manière générale, le secteur automobile marocain a connu une évolution positive sur la période 1996-2003, due principalement au lancement des projets des véhicules économiques et à la mise en place d'un environnement fiscal favorable. Aussi, le développement qualitatif des entreprises du secteur en matière de certification a été à l'origine de cette croissance

2.3. Evolution du marché

Le marché automobile global a connu une progression positive durant la période 1996-2004 avec un taux de croissance moyen annuel de 4,5%.

Sur le plan du montage local (CKD), plus de 165.000 véhicules économiques ont été produits dont près de 93.000 voitures particulières. De même, les importations des voitures d'occasion ont baissé à près de 11.362 véhicules en 2004, alors qu'elles atteignaient 94.000 unités en 1994 et 25.584 unités en 2000.

L'importation du neuf (CBU) a également enregistré une tendance haussière en progressant de 8.903 véhicules en 1996 à 33.537 en 2004.

Quant au marché des poids lourds, il a stagné tout au long de la période 1996-2004 autour d'une valeur moyenne de 4.322 unités.

2.4 Evolution des ventes

En dépit de la stagnation du montage local⁵, due à l'essoufflement du projet de la voiture économique Fiat, les ventes automobiles ont poursuivi une progression de 6% par an en moyenne, passant à 54.924 unités en 2004.

Les constructeurs automobiles de l'Union européenne verront leurs ventes baisser de 10% en 2010 après une chute de 17% de leur production en 2009 imputable à la crise économique, en raison de la fin du système des primes à la casse surtout dans les pays où les programmes de renouvellement des flottes ont pris fin, ainsi qu'une stagnation des ventes d'utilitaires. estime l'Association européenne des constructeurs d'automobiles (Acea).

3-Benchmarking du secteur automobile

Ce benchmarking permet de positionner le Maroc par rapport à des concurrents potentiels

dans le cadre de la mondialisation à savoir l'Espagne, la Roumanie et la Turquie.

Le tableau ci-dessous illustre bien un certain nombre d'informations comparatives significatives.

3.1. Population et PIB

Les quatre pays analysés sont tous des pays de taille relativement importante dont les

populations vont de 22 millions d'habitants pour la Roumanie à 68 millions pour la Turquie.

Par contre, des écarts importants existent au niveau du PIB/habitant. L'Espagne est au niveau

des nations européennes développées avec un PIB/habitant de 15.000 dollars alors que les autres

pays analysés se situent entre 1.250 et 2.500, le PIB du Maroc étant le plus faible.

3.2. Industrie automobile

L'Espagne est le troisième producteur automobile européen avec 2.850.000 véhicules/an.

Ces véhicules sont fabriqués par une grande quantité de constructeurs mondiaux implantés dans ce

pays. Hormis Honda, la plupart des grands constructeurs européens, américains et japonais sont en

effet présents. La deuxième caractéristique de l'Espagne est son très fort pourcentage de véhicules

exportés. En effet, plus de 2.300.000 véhicules sont exportés soit 80% de la production. Ceci modifie

et favorise bien entendu la position des équipementiers implantés localement.

La Turquie a également une culture automobile ancienne. Elle a été la première plate-forme

de production vers l'Est de l'Europe. De nombreux constructeurs y sont également implantés, les

principaux étant Renault, Fiat, Ford, GM, VW et Mercedes pour les poids lourds. Sur les 270.000

véhicules produits, 98.000 sont exportés.

La Roumanie a une industrie automobile plus modeste avec comme constructeur Daewoo et

Dacia qui a d'importants projets de développement avec Renault. La production totale est

aujourd'hui de 70.000 véhicules dont 14.000 sont exportés.

Le Maroc, quant à lui, ne produit que 18.500 véhicules en CKD. Il présente le grand handicap

de n'en exporter aucun.

A noter également que les trois pays analysés autres que le Maroc ne pratiquent pas les droits

de douanes à l'importation alors que le Maroc applique aujourd'hui un taux de 31,5 % qui va

disparaître progressivement d'ici 2012.

3.3 Salaires

Un élément déterminant dans ces comparaisons concerne le coût de la main d'oeuvre. En

prenant les cas extrêmes du Maroc et de l'Espagne qui représentent une situation médiane pour

l'ensemble des pays de l'Union Européenne, le rapport des salaires moyens ouvrier est de 1 à 5,

même si certains indicateurs montrent que ce rapport, qui donne un avantage significatif au secteur

automobile marocain, est affecté par un écart important en terme de productivité à processus

équivalents et de différences d'automatisation.

4. Analyse SWOT du secteur automobile marocain

Cette analyse met en exergue les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces du secteur automobile marocain dans le cadre du nouveau contexte de la mondialisation.

4.1. Forces

- Structuration de l'Amica¹¹ et renforcement de son spectre d'actions au profit de ses membres.
- Modernisation de l'outil de production et des méthodes de gestion de certaines industries fournissant les chaînes de montage locales.
- Lancement par l'Amica-EME d'une démarche qualité selon la norme ISO TS 16949 pour une vingtaine d'entreprises du secteur des équipements automobiles.
- Initiation d'approches à l'export à travers l'Amica, et ce par le biais de partenariats sous différentes formes (commerciaux, technologiques, voire capitalistique).
- Initiatives de certaines industries dans la normalisation de leur production et l'homologation de leurs produits selon les normes constructeurs.
- Flexibilité d'adaptation à de nouveaux marchés (due à l'outil de production, polyvalence des ressources humaines).
- Prise de conscience de l'intérêt à porter à la normalisation et à la démarche qualité.
- Qualité et coût de la main d'oeuvre et proximité de l'Europe (France, Espagne).

4.2. Faiblesses

- Trop grande diversification répondant à une logique de petites séries pour marché local.
- Faible compréhension de l'importance de la Recherche et du Développement.

- Difficulté à exploiter correctement l'outil de production (Surcapacité de production, faible investissement dans la formation, conseil, ...).
- Retard technologique.
- Trop peu d'entreprises recourent à l'homologation produit.
- Manque d'information des dirigeants sur les marchés.
- Faible soutien des structures d'appui.
- Compétitivité pas toujours prouvée accompagnée d'une faible maîtrise des coûts.
- Assurance qualité pas très évidente après les certifications ISO.
- Inerties encore prégnantes dans les approches partenariales.
- Retard dans la mutation à la mondialisation.

4.3. Opportunités

- Trend haussier du marché de l'automobile national : marché d'acquisition, plan tourisme, durcissement de la réglementation sur l'importation des voitures d'occasion.
- Privatisation de la SOMACA
- Volonté de délocalisation d'équipementiers européens (Réduction de coûts).
- Marché régional/africain (Accord libre échange avec Afrique Sub-saharienne, Jordanie, Tunisie, Egypte).
- Accord de compensation à court terme.
- Démantèlement douanier à long terme obligeant les entreprises à s'adapter.

4.4. Menaces

- Vulnérabilité importante à la concurrence des autres pays.
- Incapacité de contrôler la concurrence déloyale.
- Démantèlement douanier mal opéré à court terme, mettant les entreprises en danger immédiat et atténuant, par la même occasion, les effets positifs de ce

démantèlement sur le long terme, tel que cela a été indiqué dans le paragraphe précédent.

- Faible prise en compte et réactivité lente aux exigences de la globalisation et la Zone de Libre Echange.

5. PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR

Corollairement à ce qui précède, l'industrie automobile marocaine présente des potentialités de développement intéressantes matérialisées par l'existence d'une construction automobile et d'une industrie de sous-traitance, ayant fait ses preuves aussi bien au niveau local qu'au niveau de marchés à l'export.

Ainsi et afin d'assurer la pérennisation du secteur automobile au Maroc, le Département de l'Industrie déploie ses meilleurs efforts dans le cadre d'une vision s'articulant autour de trois axes essentiels à savoir la pérennisation de l'activité de montage automobile, la mise à niveau de l'industrie de la sous-traitance automobile et le développement de la recherche en amont du secteur.

5.1. Mise à niveau et développement de l'industrie de la sous-traitance automobile

La concurrence observée chez les constructeurs automobiles en matière d'innovation et de développement de nouveaux produits, conjuguée au maintien des prix de vente, voire leur révision à la baisse, pousse ces derniers à exercer des pressions sans cesse sur leurs fournisseurs pour baisser les prix des composants automobiles. Cette situation impose à l'entreprise équipementière des efforts permanents en matière de réduction des coûts, ce qui nécessite une persévérance et une vigilance continue de sa part pour être en permanence à l'écoute de son environnement.

Ci-après un rappel des principales actions entreprises au profit des équipementiers du secteur.

- La densification de l'activité de la sous-traitance automobile en la faisant bénéficier du soutien du Fonds Hassan II. Ainsi, et à fin septembre 2004, le montant de l'investissement des projets relevant de ce secteur ayant fait appel à

la contribution dudit fonds, s'est élevé à près de 1,5 milliard de dirhams, créant ainsi près de 9.000 emplois, pour un engagement du Fonds Hassan II de 98 millions de dirhams.

- En matière d'exportation, des actions ont été entreprises auprès des départements achats des constructeurs partenaires du Maroc pour retenir notre pays comme source d'approvisionnement, et inciter leurs fournisseurs premiers rangs, voire les accompagner pour le développement de partenariat industriel.
- La mise en place de mesures d'accompagnement des équipementiers locaux en leur permettant de s'aligner sur les standards internationaux en matière de qualité et du management moderne. A ce niveau, il est à noter qu'une vingtaine d'entreprises d'équipements automobile ont adhéré au programme pour l'adoption du nouveau référentiel ISO/TS 16949. Un groupe de 15 entreprises vont bénéficier du nouveau programme qui sera lancé au cours de l'année 2005.
- L'amélioration de l'environnement technique du secteur par la mise en place du centre technique des industries des équipements des véhicules automobiles, qui aura comme principale mission l'appui des équipementiers locaux dans leurs efforts d'amélioration de la qualité et de maîtrise de la technologie. A ce titre, il convient de rappeler que le conseil d'Administration du centre s'est réuni le jeudi 6 janvier 2005, à l'issue de quoi, il a été décidé de lancer la construction des locaux le 10 janvier 2005 et d'arrêter les spécifications techniques des équipements pour lancer les appels d'offres y afférents. Le montant des équipements est de 4.093.887 Euros.
- La conclusion, en janvier 2004, de deux conventions entre l'Etat et les sociétés Renault Maroc et Sopriam pour la production des véhicules particuliers de marque Renault, Citroën et Peugeot et ce, en vue de préserver la dynamique du secteur et d'éviter la rupture de l'activité des équipementiers locaux, notamment ceux engagés dans le cadre du projet de la voiture économique, objet de la convention Etat/Fiat arrivée à terme le 31 décembre 2003. A noter que la production desdits véhicules atteint au titre de l'année 2004 plus de 8.700 unités, soit 58% de la production locale.
- La réalisation de missions de promotion du secteur en concertation avec la profession auprès des milieux d'affaires, notamment du sud de l'Europe (Portugal, Espagne, France).
- La réalisation, dans le cadre de l'accord de libre échange Maroc/Etats-Unis, d'une mission aux Etats-Unis au profit des membres de l'Amica, à même de s'enquérir de l'environnement du marché américain, notamment en matière de normalisation, de contrôle de la qualité des produits industriels, des réglementations techniques et des opportunités de partenariat.
- La réalisation, en étroite collaboration avec l'Amica, d'une mission en Roumanie pour s'informer sur l'évolution du projet Logan et d'examiner les moyens de

développement de certaines pièces automobiles au Maroc. A cet effet, il convient de préciser que plusieurs produits.

peuvent être fabriqués au Maroc : les pédaaliers, le frein à main, le système essuie-glaces, la

traverse, les tringles des portes, les aérateurs, les câbles de commandes, certaines pièces de

fonderie de moteur, carter de boîte à vitesse...

- La réalisation de rencontres au Maroc et en France avec les responsables de Renault et PSA en

vue d'examiner les moyens de développement du tissu de la sous-traitance automobile et la

promotion des exportations des composants automobile « Plate forme Maroc ».

- Par ailleurs, l'année 2005 sera caractérisée par des missions ciblées et directes auprès de certains

équipementiers potentiels. A titre illustratif, il convient de rappeler qu'une action est prévue dans

ce sens, en concertation avec les faisceautiers locaux, auprès de leurs fournisseurs de matières

premières, et ce en vue de les inciter à s'implanter au Maroc.

5.2. Recherche et développement en amont du secteur

Une convention a été signée le 08 avril 2004 entre l'Etat marocain et le Groupe Pininfarina,

pour la création au Maroc d'un centre de recherche et de développement complet ou partiel

d'automobile, ainsi que la création ultérieure d'un centre d'essais sur pistes de véhicules dans la

région de Marrakech.

A noter que le Groupe Valeo dispose d'un centre spécialisé dans le développement et les

essais des faisceaux de câbles.

5. Perspectives de développement du secteur

Corollairement à ce qui précède, l'industrie automobile marocaine présente des potentialités

de développement intéressantes matérialisées par l'existence d'une construction automobile et d'une

industrie de sous-traitance, ayant fait ses preuves aussi bien au niveau local qu'au niveau de marchés

à l'export.

Ainsi et afin d'assurer la pérennisation du secteur automobile au Maroc, le Département de

l'Industrie déploie ses meilleurs efforts dans le cadre d'une vision s'articulant autour de trois axes

essentiels à savoir la pérennisation de l'activité de montage automobile, la mise à niveau de

l'industrie de la sous-traitance automobile et le développement de la recherche en amont du secteur

5.1. Mise à niveau et développement de l'industrie de la sous-traitance automobile

La concurrence observée chez les constructeurs automobiles en matière d'innovation et de

développement de nouveaux produits, conjuguée au maintien des prix de vente, voire leur révision à

la baisse, pousse ces derniers à exercer des pressions sans cesse sur leurs fournisseurs pour baisser

les prix des composants automobiles.

Cette situation impose à l'entreprise équipementière des efforts permanents en matière de

réduction des coûts, ce qui nécessite une persévérance et une vigilance continue de sa part pour être

en permanence à l'écoute de son environnement.

Ci-après un rappel des principales actions entreprises au profit des équipementiers du secteur.

- La densification de l'activité de la sous-traitance automobile en la faisant bénéficier du soutien

du Fonds Hassan II. Ainsi, et à fin septembre 2004, le montant de l'investissement des projets

relevant de ce secteur ayant fait appel à la contribution dudit fonds, s'est élevé à près de 1,5

milliard de dirhams, créant ainsi près de 9.000 emplois, pour un engagement du Fonds Hassan II

de 98 millions de dirhams.

- En matière d'exportation, des actions ont été entreprises auprès des départements achats des

constructeurs partenaires du Maroc pour retenir notre pays comme source d'approvisionnement,

et inciter leurs fournisseurs premiers rangs, voire les accompagner pour le développement de

partenariat industriel.

- La mise en place de mesures d'accompagnement des équipementiers locaux en leur permettant

de s'aligner sur les standards internationaux en matière de qualité et du management moderne. A

ce niveau, il est à noter qu'une vingtaine d'entreprises d'équipements automobile ont adhéré au

programme pour l'adoption du nouveau référentiel ISO/TS 16949. Un groupe de 15 entreprises

vont bénéficier du nouveau programme qui sera lancé au cours de l'année 2005.

- L'amélioration de l'environnement technique du secteur par la mise en place du centre technique

des industries des équipements des véhicules automobiles, qui aura comme principale mission

l'appui des équipementiers locaux dans leurs efforts d'amélioration de la qualité et de maîtrise de

la technologie. A ce titre, il convient de rappeler que le conseil d'Administration du centre s'est

réuni le jeudi 6 janvier 2005, à l'issue de quoi, il a été décidé de lancer la construction des locaux

le 10 janvier 2005 et d'arrêter les spécifications techniques des équipements pour lancer les

appels d'offres y afférents. Le montant des équipements est de 4.093.887 Euros.

- La conclusion, en janvier 2004, de deux conventions entre l'Etat et les sociétés Renault Maroc et

Sopriam pour la production des véhicules particuliers de marque Renault, Citroën et Peugeot et

ce, en vue de préserver la dynamique du secteur et d'éviter la rupture de l'activité des

équipementiers locaux, notamment ceux engagés dans le cadre du projet de la voiture

économique, objet de la convention Etat/Fiat arrivée à terme le 31 décembre 2003. A noter que la

production desdits véhicules atteint au titre de l'année 2004 plus de 8.700 unités, soit 58% de la

production locale.

- La réalisation de missions de promotion du secteur en concertation avec la profession auprès des

milieux d'affaires, notamment du sud de l'Europe (Portugal, Espagne, France).

- La réalisation, dans le cadre de l'accord de libre échange Maroc/Etats-Unis, d'une mission aux

Etats-Unis au profit des membres de l'Amica, à même de s'enquérir de l'environnement du

marché américain, notamment en matière de normalisation, de contrôle de la qualité des produits

industriels, des réglementations techniques et des opportunités de partenariat.

- La réalisation, en étroite collaboration avec l'Amica, d'une mission en Roumanie pour

s'informer sur l'évolution du projet Logan et d'examiner les moyens de développement de

certaines pièces automobiles au Maroc. A cet effet, il convient de préciser que plusieurs produits

peuvent être fabriqués au Maroc : les pédaaliers, le frein à main, le système essuie-glaces, la

traverse, les tringles des portes, les aérateurs, les câbles de commandes, certaines pièces de

fonderie de moteur, carter de boîte à vitesse...

- La réalisation de rencontres au Maroc et en France avec les responsables de Renault et PSA en

vue d'examiner les moyens de développement du tissu de la sous-traitance automobile et la

promotion des exportations des composants automobile « Plate forme Maroc ».

- Par ailleurs, l'année 2005 sera caractérisée par des missions ciblées et directes auprès de certains

équipementiers potentiels. A titre illustratif, il convient de rappeler qu'une action est prévue dans

ce sens, en concertation avec les faisceautiers locaux, auprès de leurs fournisseurs de matières

premières, et ce en vue de les inciter à s'implanter au Maroc.

5.2. Recherche et développement en amont du secteur

Une convention a été signée le 08 avril 2004 entre l'Etat marocain et le Groupe Pininfarina,

pour la création au Maroc d'un centre de recherche et de développement complet ou partiel

d'automobile, ainsi que la création ultérieure d'un centre d'essais sur pistes de véhicules dans la

région de Marrakech.

A noter que le Groupe Valeo dispose d'un centre spécialisé dans le développement et les

essais des faisceaux de câbles.

6-Investissement dans le domaine d'automobile au Maroc

Inspirée du programme global Emergence, l'offre Maroc a été présentée à un public d'industriels et d'équipementiers espagnols pour un « market testing », une version donc modifiable. La réunion de finalisation de l'offre est d'ailleurs prévue le mois prochain, la version qui en sera issue sera ensuite présentée à la Primature pour approbation.

Le nouveau plan de promotion du secteur automobile au Maroc est axé sur cinq volets :

D'abord la présentation d'une meilleure offre immobilière. L'Agence spéciale Tanger Méditerranée (TMSA) devrait y aider en proposant lots et bâtiments adaptés. La réflexion est déjà lancée sur l'aménagement de lots dans un rayon de 50 mètres du port Tanger Med. Pour le moment, Tanger Free Zone (TFZ) est le seul site clairement identifié comme plate-forme logistique pour l'automobile. Casablanca devrait constituer une deuxième destination .

Le programme propose également un service amélioré sous forme de guichet unique, des plate-formes logistiques et un renforcement des unités de formation spécialisées dans le secteur de l'automobile au Maroc.

Les exposants marocains n'ont pas manqué de signaler que la langue espagnole était privilégiée dans ces formations.

Le programme propose plusieurs des mesures incitatives axées sur les avantages fiscaux : un plafonnement à 20% de l'IGR ou encore une défiscalisation limitée des salaires, entre autres

Il est aussi question de renforcement de l'aide à l'équipement et à la formation et de l'augmentation du montant du soutien proposée aujourd'hui par le Fonds Hassan II

Et les Espagnols sont gentiment invités à profiter de ces avantages. Concrètement, le Maroc veut devenir une base arrière pour l'Europe « à l'instar du Mexique pour les Etats-Unis, Shenzhen pour Hong Kong et la Corée du Nord pour la Corée du Sud », a indiqué Mounia Boucetta, directrice de l'Industrie et du Commerce au ministère éponyme. Pour cela, il offre une position géographique avantageuse et une main-d'oeuvre peu coûteuse. Le Maroc a voulu traduire à travers ses exposés une dynamique de changement qui pousserait les investisseurs à venir la saisir et participer eux-mêmes au renforcement du secteur automobile au dans le royaume.

7. Enjeux du secteur automobile marocain

Malgré les efforts consentis pour mener à terme les actions de développement précédemment

définies. Celles-ci demeurent confrontées à un ensemble de contraintes pouvant mettre en cause leur

aboutissement. Il s'agit notamment de l'arrivée à son terme de la convention qui liait l'Etat marocain

au constructeur Fiat depuis 1995 et l'entrée en vigueur du démantèlement tarifaire à partir de mars

Toutes ces échéances interviennent dans une phase de profondes mutations de l'activité

automobile à l'échelle mondiale. Les fusions-acquisitions, les programmes de coopération, les

accords entre les constructeurs et les équipementiers se sont accélérés et prennent une ampleur et des

voies jamais connues. Les grands groupes internationaux définissent leurs stratégie d'alliances, de

localisation et de positionnement dans la carte mondiale. C'est à la lumière des principales tendances

de cette mutation et des intentions des groupes présents sur le territoire que l'on pourrait évaluer les

perspectives de l'évolution de l'industrie automobile nationale.

Les difficultés de l'industrie automobile nationale de passer du stade du montage à celui de

constructeur dans un marché intérieur restreint menacent son avenir. A long terme, l'issue à ces

difficultés ne peut être autre que l'insertion dans le réseau d'un grand constructeur.

Dans un environnement d'ouverture, la justification économique des politiques de substitution aux importations ou des programmes automobiles nationaux donnant des avantages

préférentiels à un certain nombre de bénéficiaires est devenue totalement inopérante. La réalisation

d'objectifs industriels stratégiques impose la coopération avec des industries étrangères.

L'aménagement du système de protection se devait d'inciter l'industrie automobile nationale à

s'adapter à la concurrence internationale et faciliter ultérieurement son intégration dans l'économie

mondiale.

8-l'automobile BMW :

Avec une production et un chiffre d'affaires en augmentation depuis plus de dix ans, bmw est considérée comme le leader du segment haut de gamme de l'industrie automobile. L'entreprise tient cette position notamment grâce à un effort considérable en R&D. Cependant, ses principaux concurrents, Audi et Mercedes, rattrapent actuellement leur retard et pourraient à l'avenir menacer la suprématie de bmw.

De nos jours, la Bayerische Motore Werken, plus connue sous le nom de bmw, est une société dont la réputation dépasse largement les frontières allemandes, à l'intérieur desquelles elle a été créée en 1916. Tout le monde le sait : bmw évolue sur le marché de l'automobile. Selon le rapport annuel officiel, elle fait partie des dix plus grands fabricants mondiaux, notamment grâce à ses trois gammes très variées : bmw, Mini et Rolls-Royce.

9-Historique de la BMW :

BMW est née de la fusion, le 7 mars 1916, de deux entreprises de mécanique de Munich, la Bayerische Flugzeugwerke et Otto-Werke. Elle était à l'origine un fabricant de moteurs d'avion. C'est ce que rappelle l'emblème de la marque : une hélice en mouvement sur fond des couleurs de la Bavière : bleu et blanc.

C'est du moins la version officielle. La vérité est moins poétique. Lorsque l'entreprise devient la Bayerische Motoren Werke, en 1917, ses dirigeants décident d'utiliser les couleurs de la Bavière. Toutefois, pour ménager les susceptibilités de la monarchie, très centralisatrice à l'époque (l'Allemagne n'étant unie que depuis 1871, pas question de raviver les tendances régionalistes), les couleurs bavaroises sont inversées, le bleu passant avant le blanc. Ce n'est que plus tard que le lien sera fait avec les moteurs d'avions, le service marketing y voyant bien des avantages. Avec le temps, la légende a perduré².

À la suite de la défaite de l'Allemagne lors de la Première Guerre mondiale, il lui fut interdit de produire des avions ainsi que des moteurs pour son pays, et donc elle fut forcée de se reconvertir.

Siège actuel de BMW à Munich en Bavière sur l'emplacement de la première usine historique de moteur d'avion de Gustav Otto en 1911.

Elle se diversifia et produisit des moteurs pour motocyclettes (1922, avec un bicylindre à plat dessiné par Max Friz), camions et voitures.

La production de motos prit de l'importance, avec un investissement important dans la compétition. En 1929, une BMW atteint 216,75 km/h, pilotée par Ernst Henne.

En dehors d'un record d'altitude clandestin en 1920 _____ (9 760 mètres), la production de moteurs d'avions reprit dans les années 1930, d'abord avec la fabrication sous licence de moteurs Pratt & Whitney, puis avec le moteur radial BMW 801 qui équipa le Focke-Wulf Fw 190. En 1939, il équipe le Junker 52. En 1944, BMW met au point le premier turboréacteur au monde.

En 1928, BMW rachète les usines Dixi, constructeur allemand situé à Eisenach et se lance dans l'assemblage de la minuscule Austin Seven anglaise dont Dixi avait obtenu les droits. C'est ainsi que naît en 1929 la 3/15 PS. Elle gagne la coupe des Alpes de 1929.

En 1930, sort un modèle nommé Wartburg, de 748 cm³.

En 1933 sortent la 303, équipée d'un 6 cylindres de 1 773 cm³ et la 315 de 1 490 cm³.

Les activités motocyclistes continuent, puisque la 100 000^e moto sort en 1938, et que le record de vitesse passe à 279,5 km/h en 1939. Le modèle R75 avec side-car équipera l'armée.

Durant la seconde guerre mondiale, BMW a eu amplement recours au travail forcé, notamment pour la fabrication des moteurs pour avions dans le camp d'Allach près de Munich. BMW admet avoir utilisé entre 25 000 et 30 000 prisonniers dont le salaire ridicule était reversé au trésor SS. La section allemande de Ford, Fordwerke, aurait recouru aux mêmes pratiques avant sa systématisation par le gouvernement nazi.

Après-guerre :

En 1945, l'usine de Munich était presque totalement détruite et l'usine d'Eisenach était occupée par les soviétiques. Ceux-ci vandalisèrent les usines et s'emparèrent de la toute nouvelle technologie de BMW. La société dut se reconvertir dans la production de bicyclettes et d'équipements ménagers et électroménagers.

En 1952, l'entreprise d'Eisenach fut nationalisée.

Jusqu'à cette période l'usine de Munich n'avait encore jamais fabriqué de voitures. En 1952, la production d'automobiles démarra avec des modèles faisant pâle figure à côté de leur concurrent direct, Mercedes-Benz.

À cette époque, BMW fabriquera aussi bien un 8 cylindres (la 502) que l'Isetta sous licence ISO Rivolta (200 000 exemplaires vendus).

La reprise en main de la gestion de la société par Herbert Quandt, qui devint un des principaux actionnaires, réorienta radicalement la stratégie de l'entreprise, axée sur des modèles plus abordables et plus proche de la demande existante. Il fit table rase de la hiérarchie préexistante dans l'entreprise et institua un régime méritocratique dans la culture de l'entreprise, ce qui lui permit de connaître un essor sans précédent.

La BMW 1500 fut lancée au Salon mécanique de 1961 à Francfort, qui tourna une page dans l'histoire de BMW, libérée de son passé.

Puis, elle fabriqua des véhicules : motos et voitures. Ces dernières firent gagner à la marque sa notoriété lors de confrontations sportives.



En bleu : pays dans lesquels le groupe BMW possède des sites de production dans le monde

- En 1994, sous Bernd Pischetsrieder, la société prend le contrôle du groupe MG Rover, mais six ans après, Rover continuait à faire des pertes colossales et BMW cède Rover et Morris Garage aux quatre industriels britanniques, les Phoenix Partners. En 2007, BMW Group vend les droits d'utilisation de la marque Rover au groupe Ford, afin que celui-ci puisse garantir la protection commerciale de Land Rover qui lui appartenait.
- En 1998, BMW rachète le fabricant d'automobiles de luxe Rolls-Royce, qui lance en janvier 2003 son premier modèle en tant que filiale de BMW, la Rolls-Royce Phantom.
- En 2000, BMW vend Land Rover au constructeur automobile américain Ford Motor Company mais conserve la marque Mini.
- Depuis 2001, BMW vend une toute nouvelle version de la Mini.

□ Modèle de voitures :

Les modèles de la marque furent identifiés par un nombre de trois chiffres, le premier correspondant à la catégorie de véhicule, les deux autres à la cylindrée du moteur (sauf exceptions) suivi d'une lettre indiquant le carburant utilisé ou le type de transmission. Les séries principales actuelles sont :

- BMW Série 1 : berline compacte, disponible en 3 ou 5 portes, en coupé, et en cabriolet.
- BMW Série 3 : berline familiale, également disponible en break, coupé et coupé-cabriolet.
- BMW Série 5 : berline routière, également disponible en break.
- BMW Série 5 Gran Turismo : berline routière ou PAS (Progressive Activity Sedan).
- BMW Série 6 : coupé ou cabriolet Grand Tourisme.
- BMW Série 7 : berline de prestige, haut de gamme.
- BMW Série 8 : coupé Grand Tourisme.
- BMW X3 : SUV (Sport Utility Vehicle) haut de gamme.
- BMW X5 : Véhicule d'Activités Sportives VAS (Sports Activity Vehicle).
- BMW X6 : Coupé d'Activités Sportives ou SAC (Sports Activity Coupé).

- **BMW M** : véhicules sportifs et haut de gamme déclinée sur les Série 3, 5, 6, Z3, Z4, X5, X6 à travers les M3, M5, M6, Z3 M, Z4 M, X5 M et X6 M
- **BMW série Z** : coupés et/ou roadsters : Z1, Z3, Z4, Z8.

10-Problématique :

On souhaite conduire une étude ayant pour objectif de faire un diagnostic du marché d'automobile au Maroc particulièrement de la marque BMW et dégager une segmentation de ce marché marocain, afin d'atteindre ces objectifs, on a besoin des informations émanant les consommateurs sur les plans suivant:

1-notoriété et images des différentes marques de voiture et de la BMW

2-Attitudes des marocains envers la BMW

3-Satisfaction des consommateurs marocains par rapport à l'offre actuelle .

11-METHODOLOGIE :

1) Type d'étude :

L'étude mené sur le secteur d'automobile au Maroc particulièrement la BMW

2) Le support d'étude :

Le support d'étude à utiliser dans notre étude est un Questionnaire.

3) Méthode de collecte des données :

Le recueil des données de l'étude se fera au cours d'un questionnaire de face à face.

4) La méthode d'échantillonnage :

□ Population cible :

L'étude sera menée auprès des consommateurs des 2 sexes, âgés de 20 à 50 ans, appartenant à toutes classes confondues.

□ Echantillonnage : (taille d'échantillon)

L'étude sera menée auprès de 150 personnes réparties en deux échantillons :

50 personnes → Les propriétaires de BMW

100 personnes → Les conducteurs de voiture

□ Structure des échantillons :

Les échantillons seront constitués selon la méthode des Quotas

Les variables de Quotas sont : **age et classe socio-économique**

□ Lieux de collecte des données :

Les lieux public (parking ; cafés)

OBJECTIFS :

1-notoriété et images des différentes marques de voiture et de la BMW

Notoriété spontanée et assistée des différentes marques de voitures

Notoriété spontanée et assistée de la marque BMW

2-Usages et attitudes des marocains envers la BMW

Habitude d'achat

Lieux d'achat

Attitude d'achat

Motivations et freins

3-Satisfaction des consommateurs marocains par rapport à l'offre actuelle

* Satisfaction à l'égard de l'offre actuelle de BMW sur le plan :

Prix

Qualité

Disponibilité

Diversités

* Attentes des consommateurs sur le plan :

Des prix

De la communication

Des nouvelles séries

QUESTIONNAIRE :

« Enquête sur le marché d'automobile au Maroc particulièrement la BMW«

N° du questionnaire :

Date :.....

Nom de l'enquêteur :.....

Heure et

lieu :.....

Bonjour Mme/ Mr, nous sommes des étudiants à l'Institut supérieur du Génie Appliqué, nous réalisons une étude sur le marché d'automobile au Maroc, et on aimerait vous poser quelques Questions (SVP), cela ne prendra pas beaucoup de temps.

1) Etes-vous propriétaire d'une voiture ?

Oui

Non

(Si non stop)

2) Pouvez-vous m'indiquer la marque de votre voiture ?

.....

3) Je dois interroger que des personnes appartenant à certaines tranches d'âge. Pourriez vous m'indiquer votre Age ?

Tranche d'âge	Code	Age Précis
20 – 24	1	
25 – 29	2	
30 – 34	3	
35 – 40	4	
41 – 45	5	
46 –50	6	

4) Quelles sont les marques de voiture que vous connaissez ?

Marques de voitures	Q4	Q5
RENAULT		
FIAT		
PEUGEOT		
BMW		
MITSUBUSHI		
AUDIT		
MERCEDES		
VOLKSWAGEN		
TOYOTA		

SUZUKI		
HYUNDAI		

5) Parmi les marques de voitures que je vais vous citer, quelles sont celles que vous connaissez ou dont vous avez déjà entendu parler ?

6) Quels sont vos critères de choix d'une automobile?

- Prix
- Qualité
- Fiabilité
- Design

- Frais d'usage
- Service après-vente
- Fonctionnalité
- Habitabilité (espace intérieur)

- Marque
- Equipements disponibles
- Sécurité
- Attrait à la revente

7) Comment trouvez-vous le look de la BMW?

- BIEN
- Moyen
- Laid

8) Comment jugez-vous sa finition?

- Tout à fait satisfaisante
- Correcte
- Tout juste acceptable

9) Achèteriez-vous la BMW?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

(Si oui Q 13)

(Si non Q 14)

13-quelles sont les motivations pour lesquelles pourriez-vous l'acheter?

1.....

2

AUTRES

14-Quelles sont les raisons pour lesquelles refusez-vous de l'acheter ?

.....
.....

15-11) Etes-vous satisfait du :

	Très Satisfait	Satisfait	Pas Satisfait	Pas du tout Satisfait
Prix				
Qualité				

Service				
Disponibilité				

15) Quelles sont vos attentes envers la marque BMW ?

.....

.....

.....