

Etude sur la relation entre le secteur industriel de fabrication des voitures et la confiance des citoyens marocains apportée à l'industrie marocaine.

Study on the relationship between the industrial sector of car manufacturing and the confidence of Moroccan citizens in Moroccan industry.

Auteur 1 : CHRAIBI Manal

CHRAIBI Manal, doctorante en sciences économiques

EENI Global Business School, Espagne.

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : CHRAIBI .M (2022) « Etude sur la relation entre le secteur industriel de fabrication des voitures et la confiance des citoyens marocains apportée à l'industrie marocaine », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 14 » pp: 270-286.

Date de soumission : Aout 2022

Date de publication : Octobre 2022



DOI : 10.5281/zenodo.7263061
Copyright © 2022 – ASJ



Résumé :

La construction automobile est le secteur qui rassemble toute la production de véhicules de tourisme et de commerce. Dans le cadre de la stratégie industrielle "plan d'accélération industrielle du Maroc 2014-2020", l'industrie automobile marocaine est devenue le secteur d'exportation le plus important du pays.

Outre les groupes automobiles multinationaux français Renault et PSA, un grand nombre des fournisseurs automobiles a également décidé de produire au Maroc. Comprenant une partie généreuse d'entreprises allemandes. En total, 60% des composants nécessaires à la production automobile peuvent actuellement être obtenus localement sur le marché marocain.

Les questions qui s'imposent : qu'elle est l'historique de l'industrie automobile au Maroc ? Est-ce que nous pouvons se baser sur ce type d'industrie pour développer le secteur industriel marocain ? Est-ce que les marocains ont confiance dans leur industrie nationale ?

Pour répondre à ces questions une enquête a été effectuée sur le marché marocain.

Le but de cet article est en premier lieu de mettre en valeur l'historique de cette industrie, son importance dans le tissu industriel marocain et faire émerger en dernier lieu les points de vue des citoyens prônant son développement.

Mots clés :

Industrie automobile, Maroc, croissance économique.

Abstract :

Automotive construction is the sector that brings together all the production of passenger and commercial vehicles.

As part of the industrial strategy " Morocco's industrial acceleration plan 2014-2020" the Moroccan automotive industry has become the country's most important export sector.

In addition to the french multinational car groups renault and PSA, a large number of car suppliers have also decided to produce in Morocco. Including a generous portion of german companies. In total, 60% of the components needed for automobile production can currently be obtained locally on the Moroccan market.

The questions that arise : what is the history of the automotive industry in Morocco ? can we rely on this type of industry to develop the Moroccan industrial sector ? do Moroccans have confidence in their national industry ? to answer these questions, a survey was carried out on the Moroccan market.

The purpose of this article is first to highlight the history of this industry, its importance in the Moroccan industrial fabric and finally to bring out the views of citizens advocating its development.

Keywords :

Automotive industry, Morocco, Economic growth.

Introduction :

D'après Dagut (2001) : « Les PED ont réalisé, en trente ans, les mêmes progrès humains qu'il avait fallu presque un siècle aux pays développés pour accomplir rappelle le PNUD dans un rapport récent ».

L'espérance de vie a augmenté de moitié dans les pays en développement en quarante ans, le taux d'analphabétisme a été divisé par deux. Plus des deux tiers de la population mondiale vit aujourd'hui dans des pays à indice de développement humain élevé ou moyen (supérieur à 0,5). Les PED réalisent aujourd'hui plus du tiers de la production mondiale, et leurs exportations manufacturières représentent plus de la moitié de leurs exportations totales. Le revenu moyen par habitant de Singapour, Hongkong, ou des émirats pétroliers, dépasse celui de l'union européenne et certains pays émergents (Corée, Mexique...) ont intégré l'OCDE.

La chine, l'inde, le brésil et d'autres vont se hisser à brève échéance aux tout premiers rangs des puissances mondiales. Un vigoureux processus de rattrapage est indiscutablement à l'œuvre dans le monde actuel. Il n'est toutefois pas généralisé certaines zones demeurent à l'écart de cette dynamique. L'Afrique surtout, apparaît comme le continent du sous-développement.

L'explosion démographique dans le tiers monde n'a pas permis non plus de réduire l'écart de revenu moyen par habitant. Celui-ci se serait même creusé. La convergence a concerné principalement les pays émergents. Ceux-ci ont clairement fondé leur développement sur l'ouverture extérieure et l'insertion dans la DIT. La mondialisation a été pour eux un facteur de rattrapage.

Pour le Maroc, en tant que pays en voie de développement, trois décennies après son indépendance, il est à la recherche d'une nouvelle politique industrielle. Les réformes en cours témoignent des contraintes qui pèsent sur l'industrialisation de l'économie nationale.

Dès le début des années soixante, la gestion du secteur des industries de transformation avait imposé à l'Etat de définir des choix stratégiques s'exprimant dans l'option pour des modes d'accumulation considérés comme les plus aptes à répondre à des objectifs explicites (croissance, couverture de la demande locale, exportations) et implicites (emploi, maîtrise technique, répartition spatiale des activités, complémentarité entre le public et le privé).

La conduite de ces choix et la volonté de revaloriser le poids du secteur industriel dans le système productif et dans la dynamique sociale ont appelé des inventions plus accentuées de l'Etat, articulées autour de deux modalités d'actions complémentaires : un renforcement des

politiques de régulation du secteur et d'incitation des acteurs, un engagement direct par la constitution d'un patrimoine des autres fractions du capital industriel.

A ces actions a résulté un tissu industriel relativement diversifié mais surtout fragile et largement exposé aux contraintes externes. Ses performances économiques se trouvent plus sujettes à des perturbations.

Depuis l'émergence de la crise et l'adoption du programme d'ajustement structurel, une mutation semble se dessiner dans les rapports de l'Etat à l'industrie, très nette dans les domaines des choix et de la réglementation, encore imprécise dans celui de la gestion du patrimoine public, la nouvelle pratique industrielle cherche à assigner au marché mondial un rôle fondamental dans l'affectation des ressources, l'impulsion de nouveaux créneaux de spécialisation et dans la régulation du secteur des industries de transformation.

Les enjeux des orientations actuelles suscitent des interrogations sur la capacité des mesures de réforme à rendre plus efficiente la structure de l'industrie marocaine et de là à améliorer sa fonction dans la dynamique économique et sociale.

C'est dans ce cadre que l'industrie de fabrication des voitures a vu le jour en 1959 au Maroc avec la création de la société marocaine de construction automobile (SOMACA). A l'initiative du gouvernement marocain avec l'assistance technique italienne de Fiat Spa et de la société franco-italienne Simca, qui détenaient chacune 20% du capital, contre 38% du capital pour l'Etat marocain. La société appartient aujourd'hui majoritairement à Renault.

Les questions qui s'imposent : qu'elle est l'historique de l'industrie automobile au Maroc ? Est-ce que nous pouvons nous baser sur ce type d'industrie pour développer le secteur industriel marocain ? Est-ce que les marocains ont confiance dans leur industrie nationale ?

Donc le sujet de notre article est "Etude sur la relation entre le secteur industriel de fabrication des voitures et la confiance des citoyens marocains apportée à l'industrie marocaine".

L'objectif de cette recherche est en premier lieu de clarifier l'historique de l'industrie automobile au Maroc, puis de déterminer les points faibles et les points forts de cette industrie en se basant sur des statistiques réelles et les points de vue marocains à propos de l'industrie nationale.

Donc nous allons suivre une structure de recherche qui se base sur des faits réels, de l'actualité dans le domaine et d'un questionnaire distribué à un échantillon des marocains et à partir de ce dernier nous allons détecter les points de vue des citoyens sur cette industrie.

1 – La place importante du secteur de fabrication des voitures dans l'industrie marocaine.

1.1 –Des données sur le secteur industriel marocain.

"Nous ne pouvons pas imaginer une compétitivité de notre industrie s'il n'y a pas une optimisation de toute la chaîne de la valeur" assure pour sa part Najib Charai, vice-président de la FIMME.

Aujourd'hui les produits manufacturés représentent plus de 65% des échanges mondiaux des biens. Cette nette suprématie constitue, par rapport à la fin des années 30 une parfaite inversion entre le poids des produits manufacturés et celui de l'agriculture.

Les produits industriels à forte intensité technologique ont représenté, en 1998, 30% des exportations mondiales contre 20% seulement en 1980, mettant en évidence l'importance de la contribution des échanges industriels dans le développement d'un commerce intra branche.

Les pays en développement prennent une part de plus en plus importante au commerce mondial puisqu'ils ont contribué au quart des exportations industrielles mondiales en 2000 contre 17% en 1990.

A l'opposé, certaines régions sont restées "marginalisées", principalement l'Afrique où de nombreux pays sont dans l'incapacité d'exporter des produits industriels seuls la Tunisie, l'île Maurice, le Maroc, l'Égypte et l'Afrique du sud ont su diversifier leur production et leurs exportations en délaissant progressivement les produits traditionnels.

Au Maroc, l'amélioration de la compétitivité industrielle a été toujours considérée comme l'un des facteurs déterminants des choix publics de développement économique en raison de son impact direct sur la croissance et l'efficacité économique.

D'après Azzedine Ghoufrane, Nabil Boubrahim, Adil Diani (2014) : " L'analyse macro des choix publics a montré que au cours des quatre dernières décennies avant le lancement du premier plan d'émergence industrielle en 2005, la performance de la croissance du Maroc a été caractérisée par de fortes fluctuations".

Comparativement à beaucoup d'autres pays en développement, les taux de croissance au Maroc ont été remarquablement volatiles et à certains moments inférieurs à ceux des pays les moins performants du continent.

Ainsi, les taux de croissance du produit intérieur brut du Maroc peuvent être classés selon trois périodes distinctes :

La première période de 1960 à 1980 a été caractérisée par des taux de croissance relativement élevés (en moyenne 6,2% par an) avec des fluctuations modérées du produit intérieur brut.

La seconde période du début des années 1980 au début des années 1990, a été marquée par une croissance moins forte (en moyenne, de près de 4,2 % par an) et une fluctuation plus importante du produit intérieur brut.

Par contre, au cours de la troisième période du début des années 1990 jusqu'en 2005, les taux de croissance étaient beaucoup plus volatiles avec des diminutions plus marquées résultant d'une faible augmentation annuelle (2,5%).

Compte tenu de la volatilité du produit intérieur brut agricole, très sensible aux conditions climatiques, il était urgent d'améliorer la compétitivité économique du pays et par là, la compétitivité industrielle, principalement par l'augmentation des gains de productivité et par une meilleure allocation des ressources au profit de l'économie.

Ainsi, à partir de 2005, les pouvoirs publics ont élaboré deux stratégies successives de développement de secteur industriel (émergence et plan national d'émergence industrielle) afin de lui permettre de s'intégrer et monter progressivement dans la chaîne de valeur internationale en se basant sur le développement de nouveaux métiers à plus forte valeur ajoutée.

Le secteur industriel marocain avait également besoin d'une injection de technologie de pointe et d'expertise pour soutenir les dépenses publiques et privées dans les activités de recherche et développement.

Cela devait être accompagné par un développement continu des ressources humaines qualifiées aux préoccupations de productivité fondée sur la connaissance. Le cas du secteur des textiles et de l'habillement au Maroc, après l'extinction de l'accord multifibre est éloquent.

Il a démontré la nécessité urgente de promouvoir la recherche et le développement au niveau de l'entreprise pour protéger les parts de marché national et international.

Les opérateurs privés sont plus que convaincus que les faibles coûts salariaux ne constituent plus un facteur déterminant de compétitivité sur les marchés internationaux et que la différenciation des produits et l'amélioration de la productivité sont désormais considérées comme les nouveaux moteurs du développement industriel du pays.

Donc quelle est l'importance de secteur de fabrication des voitures dans le développement de secteur industriel marocain ? C'est ce que nous allons voir dans la deuxième sous partie.

1.2 – Importance de secteur de fabrication des voitures dans le tissu industriel marocain

Au début de la décennie en cours, le Maroc fait une entrée remarquée dans le club restreint des pays producteurs d'automobiles. Avec une production de 402085 véhicules en 2018 d'après le laboratoire Economie du développement, multiplié par dix en une décennie, le royaume chérifien se place deuxième rang des producteurs en Afrique, juste derrière l'Afrique du sud (610854), l'Algérie (70957), l'Egypte puis la Tunisie.

A l'échelle des 95 millions de véhicules produits la même année dans une quarantaine de pays, le 28ème place du Maroc, soit 0,45% du marché mondial, peut sembler modeste. Mais au regard du processus national d'industrialisation étudié dans le cadre du "Made in Morocco", l'émergence de pôles automobiles organisés autour de la présence de constructeurs mondiaux et de leur parc de fournisseurs fait figure de discontinuité industrielle, générée par l'implantation en 2012 près de Tanger à Melloussa, d'une usine d'assemblage Renault d'une capacité initiale de 360000 véhicules par an.

Des attentes fortes en termes de production, d'exportation, d'emplois et d'approfondissement industriel, sont adossés au développement de l'industrie automobile. Depuis le lancement de la stratégie industrielle d'émergence, pour de nombreux commentateurs et analystes de la vie économique marocain, le secteur fait figure, à côté de l'industrie aéronautique, de plus grand succès de la politique industrielle.

Le changement de profil des exportations marocaines consécutif à la mise en production de l'usine de Melloussa est alors pris à témoin par la littérature académique pour mettre en lumière le potentiel transformateur de l'industrie automobile et de la présentation de superstar de l'exportation.

D'après Alin Piveteau (2019): "Les gouvernements successifs affichent des objectifs ambitieux en la matière et le secteur enregistre en quelques années une forte croissance des investissements directs étrangers".

L'implantation du groupe Peugeot PSA au Maroc rend compte de cette dynamique sectorielle avec dans un premier temps en 2017, la création d'un centre Recherche et développement à Casablanca, suivi en 2019 d'une usine d'assemblage de moteurs et véhicules à Kenitra d'une capacité initiale de 90000 véhicules devant être portée à 200000 dans les deux années à venir.

La signature en 2017 d'un protocole d'accord avec le groupe chinois BYD ("Build your dreams") prévoyant l'installation d'une ou plusieurs usines de fabrication de véhicules électriques, puis l'ambition d'attirer en 2021 un quatrième constructeur international, renforce

l'objectif gouvernemental de doter le pays d'une capacité de production d'un million de véhicules d'ici 2025.

Un changement d'échelle qui ferait du pays une plateforme de plus en plus attractive pour des équipementiers internationaux dont les choix de localisation dépendent en partie de la diversification des risques offerte par la présence de plusieurs constructeurs. Donc qu'ils sont les défis rencontrés par le secteur de fabrication des voitures ? C'est ce que nous présenterons dans la troisième sous partie de cet article.

1.3 – Les contraintes de secteur de fabrication des voitures au Maroc

Le secteur automobile au Maroc doit relever certains défis. Il s'agit exactement et premièrement l'accès au financement qui demeure problématique surtout pour les PME.

L'analyse des résultats de l'enquête TRAVERA réalisée en 2018 sur le secteur Automobile au Maroc fait ressortir que 57,9% des entreprises de la chaîne de valeur du secteur considèrent le manque de financement comme un obstacle majeur, dont le taux d'intérêt non favorable et le manque de garantie sont les contraintes les plus fréquentes.

Les banques marocaines ont entrepris des efforts pour augmenter le volume de leurs affaires avec les PME. La plupart des grandes banques ont mis en place des unités spécialisées pour les PME au sein de leurs département et certaines banques ont établi des unités et crée des produits sur mesure pour les très petites entreprises.

Cependant, en dépit de ces efforts, le potentiel de prêt aux PME n'a pas été pleinement exploité pour cause l'exigence d'un haut niveau de garantie pour les PME sans dûment évaluer leurs facteurs de risque.

Deuxièmement la lenteur des procédures administratives et démultiplication des démarches.

Selon Aomar Ibourk (2019) : "Le Maroc pourrait être désavantagé par une lenteur des procédures administratives et la démultiplication des démarches".

L'administration publique est difficile à gérer pour les entreprises. Le manque de transparence du système réglementaire entrave la compétitivité du Maroc. Malgré les efforts déployés pour accroître la transparence du système, l'administration reste opaque. De nombreux permis de routine sont difficiles à obtenir (en particulier ceux exigés par les autorités locales) et les appels d'offres publics sont souvent peu transparents.

Les entreprises se plaignent de l'inefficacité et du manque de transparence du système judiciaire. L'exécution des contrats prend 510 jours, nécessite 40 procédures et conte 25,2% de la valeur

d'une réclamation. En conséquence, les entreprises mentionnent l'inefficacité du gouvernement "comme étant le facteur le plus problématique pour faire des affaires" (plus que la corruption, le système fiscal, l'accès au financement et la réglementation du travail).

Troisièmement, manque de compétences pour développer le secteur de l'automobile. Malgré les incitations à la formation fournies par le gouvernement, les efforts actuels pour faciliter la formation professionnelle sont insuffisants pour faire croître rapidement le secteur de l'automobile.

Dès 2009, le Maroc s'est fixé pour objectif de former 70000 personnes dans ce secteur, dont 29000 techniciens et 7000 ingénieurs. Il s'est fixé pour objectif également de faire sortir 2000 étudiants qualifiés par an de son école de formation automobile (IFMIN) et de former 15000 ingénieurs par an dans ses écoles d'ingénieurs. A cela s'ajoute l'attrait des meilleurs talents marocains en ingénierie qui étudient à l'étranger.

Toutefois, ces objectifs se sont révélés trop ambitieux. Le génie est même populaire que les sciences sociales auprès des étudiants et le nombre de diplômés en génie n'est pas au niveau requis. En ce qui concerne les écoles de formation, il y a également eu des retards dans la mise en place des programmes d'études et dans la résolution des problèmes de capacité tels que le manque d'enseignants de financement et d'équipement. Dans l'ensemble le progrès a été trop lent.

2 – La confiance des citoyens marocains apportée au secteur de fabrication des voitures

2.1- Présentation de l'étude menée.

L'achat est le résultat d'un conflit où s'affrontent les motivations et les freins, les motivations l'ayant emporté. Alors que les motivations sont des pulsions incitant à l'achat, les freins sont les pulsions négatives des empêchements à l'achat.

Les motivations correspondent aux besoins que satisfait l'achat. La personnalité, l'image de soi, le style de vie, l'appartenance à des courants socioculturels ont aussi montré leur efficacité dans l'analyse du comportement du consommateur. La personnalité permet aux individus de se différencier dans leur façon de réagir à une même situation. Si la personnalité permet de mieux comprendre certains comportements d'achat, elle ne peut pas, à elle seule être un concept opératoire.

L'image de soi incite les individus à travailler cette image vis-à-vis d'autrui. C'est ainsi que le consommateur de certains produits (vêtements, automobile, décoration...) est un moyen de se

présenter aux autres. Les styles de vie intègrent tous les éléments du mode de vie : psychologie et comportement, raison et émotion, habitudes et choix.

Le comportement d'un consommateur ne peut pas être totalement expliqué par les variables individuelles, car des relations se tissent entre les individus, créant ainsi des groupes qui influencent aussi les attitudes et le comportement d'achat de leurs membres. Ainsi les membres d'un même groupe partagent des croyances, des valeurs et des normes qui règlent leurs comportements.

Egalement la culture est l'ensemble des valeurs, normes et comportements qui caractérisent une société. La connaissance des variables culturelles est particulièrement importante dans le commerce international. Pourtant la famille est une structure bien particulière qui a son propre cycle de vie expliquant la demande de certains produits.

La théorie économique présente le consommateur comme un être rationnel qui cherche à maximiser la satisfaction tirée de la consommation des produits, compte tenu de la limitation de son pouvoir d'achat. En réalité, l'analyse mercatique du comportement du consommateur montre que cette rationalité est limitée et relative.

Les informations mises à la disposition du consommateur sont plus ou moins objectives. Le consommateur n'est pas capable de les analyser toutes parfaitement, sans introduire des critères subjectifs. De plus dans sa consommation, le consommateur souhaite mettre en place des effets de démonstration par une consommation ostentatoire et des effets d'imitation.

Le processus d'achat suit un cheminement à travers d'étapes successives, au terme desquelles une décision d'achat est éventuellement prise. Pour déterminer le choix du consommateur, on fait des études de marché. D'après G. Mansillon, J.P Couderc, J. Duboin, J. Hanak, J.M.Lauginie, M. Rivière, S. Seguy (2002) : " Le premier temps de l'étude du marché consiste à définir clairement et précisément le ou les problèmes à résoudre".

Une fois le problème bien posé et analysé, on définit les différentes informations à recueillir sur le marché, dont on a besoin pour asseoir la décision. Il faut aussi fixer les contraintes, budget et temps.

Ensuite, la réalisation de l'étude se déroule en quatre étapes successives.

Elaborer le plan d'étude. C'est un document qui précise les objectifs à atteindre, la méthode mise en œuvre et les modalités proposées dans des conditions de coûts et de délais à respecter.

Le recueil de l'information se fait selon la méthode proposée dans le plan d'étude. Plusieurs types de recueils d'informations peuvent être prévus, tels que l'observation en magasin, l'administration de questionnaires dans la rue ou la réunion de groupes.

L'analyse des résultats est la troisième étape. Les informations jugées non valides sont rejetées. Les informations retenues sont dépouillées, dénombrées, classées puis exploitées.

La quatrième étape est la présentation des résultats. Elle se fait sous la forme d'un rapport.

Pour Lézin, Martini, Richard, Toullec (2001) : "Si les calculs statistiques constituent souvent la base indispensable de toute action commerciale nationale ou internationale, ce sont aussi des outils permettant d'en mesurer les résultats et de contrôler le bien fondé des décisions".

Concernant la méthode employée dans notre étude est le sondage non exhaustif à partir d'un échantillon choisi au hasard de 40 personnes.

L'enquête est faite dans la rue, à la ville de Marrakech au Maroc. L'enquêteur aborde les gens et doit obtenir d'eux qu'ils acceptent de consacrer quelques minutes pour répondre un questionnaire. C'est un procédé rapide et peu coûteux. Les questions choisies sont de différents types : Les questions fermées à réponse unique, les questions ouvertes et les questions à choix multiples (voir le questionnaire en annexe).

2.2 – Explication des résultats de l'étude

Après avoir été recueillies sur le terrain, les informations sont contrôlées et codées.

Les questionnaires sont ensuite dépouillés à l'aide de tableaux de dépouillement. Les tableaux de résultats, enfin sont obtenus par un traitement à la main ou un traitement sur ordinateur.

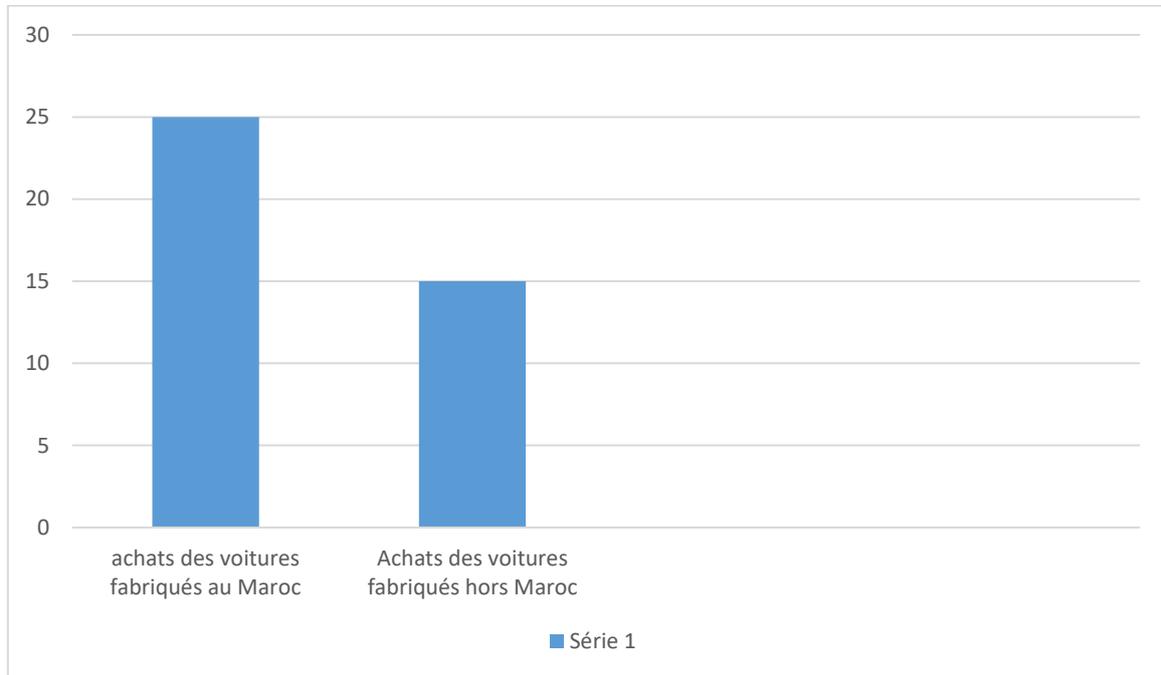
Dans un échantillon de 40 personnes : il y a 22 (55%) femmes questionnées et 18 (45%) hommes interrogés. 15 des personnes interrogées ont une profession libérale, 15 personnes sont des fonctionnaires, 7 femmes au foyer et 3 étudiants.

Pour la réponse à la troisième question à propos de la volonté d'achat d'une voiture au cours des 5 prochaines années : 29 (72,5%) personnes s'intéressent à l'idée alors que 11 (27,5%) personnes sont contre cette idée. Plusieurs personnes interrogées 15 (37,5%) choisissent le type premium dans les voitures, 13 (32,5%) s'intéressent au type généraliste et 12 (30%) au type luxe. Pour la cinquième question 25 (62,5%) des personnes interrogées sont pour l'achat des voitures fabriqués au Maroc, alors que 15 (37,5%) sont contre cette initiative.

Figure1 Volonté d'acheter des voitures fabriquées au Maroc :

Figure2 Volonté d'acheter des voitures fabriquées au Maroc :

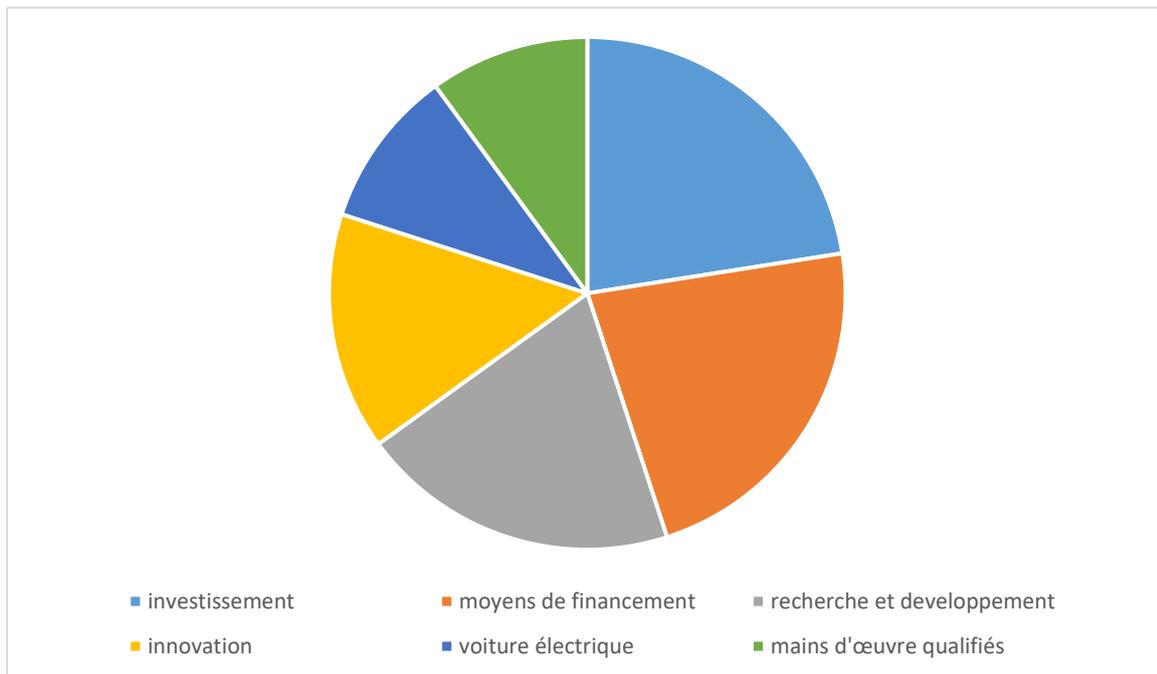
Figure 3 : Volonté d'acheter des voitures fabriquées au Maroc :



Source : Enquête

Alors que 100% des interrogés sont pour une industrie des voitures développée au Maroc. Cependant, 26 (65%) personnes trouvent la stratégie de l'industrie automobile actuelle optimale tandis que 14 (35%) estiment que cette industrie nécessite une stratégie plus développée. Pourtant en s'interrogeant sur leurs points de vue, de quoi le Maroc a-t-il besoin pour mieux la développer ? : 9 (22,5%) personnes ont dit qu'il a besoin de plus d'investissement d'une manière générale. 9 (22,5%) trouvent la recherche de moyens de financement est le point faible de cette industrie. Tandis que 8 (20%) personnes estiment que le Maroc doit faire plus d'investissement dans la recherche et développement. 6 (15%) personnes encouragent l'innovation pour une industrie plus développée, alors que 4 (10%) personnes estiment que les investisseurs marocains et étrangers doivent investir davantage dans la production des voitures électriques et 4 (10%) croient que le besoin de mains d'œuvre qualifiés rend l'industrie moins attrayante.

Figure 4 : les besoins pour développer le secteur industriel



Source : Enquête.

2.3 – Des recommandations pour un secteur industriel de fabrication des voitures performant

La crise du corona virus et la rupture des chaînes d'approvisionnement ont mis en évidence la nécessité de renforcer la résilience statique et la capacité à encaisser le choc au moment où il survient et consolider la résilience dynamique à travers le renforcement de la capacité à se relever après la crise.

A cet égard, il faut renforcer les écosystèmes installés, améliorer les capacités d'anticipation des industriels du secteur ainsi que renforcer leur pouvoir d'adaptation nécessaire à la préparation du rebond économique. Le volet financement est également primordial pour cette nouvelle phase, d'où l'intérêt de renforcer le capital marocain dans l'industrie automobile et de mettre en place des mesures fiscales d'encouragement de l'investissement dans le secteur.

La réussite de ce nouveau cap passe également par la formation aux nouveaux métiers de la filière marocaine. L'un des défis majeurs de positionnement de l'industrie automobile marocaine en matière de transition écologique reste la mise en place d'un écosystème performant autour d'un ou plusieurs mix technologiques moteur/ énergie. Le but étant d'orienter le flux de capital vers les projets, secteurs et entreprises ayant des impacts environnementaux et ou sociaux

positifs. Ceci passe à travers l'investissement en recherche et développement et l'innovation, la sensibilisation des collaborateurs et des partenaires (fournisseurs et clients) et les incitations fiscales aux comportements vertueux.

Sur le volet financement, il est appelé à renforcer l'offre d'instruments de financement et de soutien aux projets innovants ainsi qu'à financer la recherche et développement et les startups. Pour ce qui est de la formation, les changements technologiques axés sur les compétences et associés aux chaînes de valeur mondiales exigent un dédoublement d'investissement dans le capital humain.

Parmi les efforts à consentir on note également le développement et la promotion de l'innovation à travers l'accompagnement des porteurs d'idées et de projets innovants. L'amélioration des fondamentaux de l'économie nationale à travers l'investissement dans le capital humain et la gouvernance sont au cœur des enjeux pour renforcer la compétitivité du secteur automobile.

Depuis deux décennies, le Maroc a exigé des politiques volontaristes de collaboration entre le gouvernement et le secteur privé visant à renforcer le lien entre les firmes multinationales hautement productives, les fournisseurs locaux potentiels et la main d'œuvre nationale.

Aujourd'hui, les pouvoirs publics sont appelés à s'adapter aux changements que connaîtront les chaînes de valeur et à innover en matière d'incitations. En effet, les incitations des premières années de croissance des différents secteurs (réglementation, formation, promotion d'investissement, facilitation) doivent être renouvelées et adaptées, car les multinationales comme le capital local accordent de moins en moins d'importance aux subventions et aux mesures d'accompagnement "tangibles" et s'intéressent de plus en plus au "soft". De ce fait la rénovation et la mise en place d'une nouvelle charte de l'investissement participe à ce renouvellement de l'arsenal d'incitation et d'attractivité du pays.

Conclusion :

L'émergence continue de nouvelles technologies et leur diffusion à travers le monde à la fois au niveau des producteurs et des pays consommateurs, le développement d'industries de pointe dans les pays développés comme les pays émergents asiatique semble indiquer que le progrès technique joue un rôle important dans les appareils productifs et à travers les revenus qu'ils procurent dans la croissance.

D'après Pflimlin, Peter, Lhuillier (1998) : "Il apparaît en effet que le progrès technique stimule à la fois l'offre et la demande de biens et profite au producteur comme au consommateur. Cependant, l'impact du progrès technique sur la croissance n'est pas uniquement positif, et l'on constate différentes externalités qui doivent nuancer l'approche généralement favorable qui en est faite".

L'invention de nouvelles machines ou de nouveaux procédés de fabrication, si elle permet de rationaliser la production et de réduire les coûts, peut avoir des répercussions négatives sur le facteur travail. Dans la mesure où elle nécessite moins de mains d'œuvre pour produire la même quantité, voire une quantité supérieure d'un bien. Les gains de productivité du travail sont alors tels que l'on constate une surabondance du facteur travail, qui se trouve corrigée par une réduction de personnel adéquat, et est donc source de chômage pour l'excès de main d'œuvre concerné.

Cependant, à moyen ou à long terme, un progrès "récessif" peut devenir "processif" si la maintenance des nouvelles machines nécessite du personnel qualifié. Le progrès technique apparaît dans ce cas comme un facteur discriminant entre les ouvriers qualifiés et les ouvriers non qualifiés. L'article a mis l'accent sur l'importance du secteur de fabrication des voitures dans le tissu industriel marocain.

C'est un facteur de croissance économique mais qui doit être accompagné d'ensemble de mesures gouvernementales surtout en termes de financement de nouveaux projets, de la recherche et développement et de la formation des salariés. Ces initiatives permettront de renforcer cette industrie et de la rendre davantage concurrentielle par rapport à celle mise en valeur dans les pays développés.

Annexe :

Questionnaire :

Le questionnaire auquel vous allez participer a été créé dans le cadre d'une thèse de doctorat afin de mettre en valeur l'importance du secteur de fabrication des voitures dans l'industrie marocaine. Nous vous invitons à répondre le plus sérieusement possible aux questions qui vont vous être posées. Vos réponses ne seront traitées qu'à des fins statistiques et ce de manière totalement anonyme.

Merci d'avance pour votre aide.

1-Vous êtes ?

Femme

Homme

2-Quelle est votre profession ?

.....

3-Prévoyez-vous d'acheter une voiture au cours des 5 prochaines années ?

Oui

Non

4-Quel type de voiture (neuve ou d'occasion) seriez-vous le plus susceptible d'acheter ?

Type Low- cost

Type généraliste

Type premium

Type luxe

5-Préférez-vous des voitures fabriquées au Maroc ?

Oui

Non

6-Etes-vous pour l'industrie des voitures développée au Maroc ?

Oui

Non

7-Comment trouvez-vous cette industrie, optimale ou nécessite-t-elle plus de stratégie de développement ?

.....
.....
8-A votre avis de quoi le Maroc a-t-il besoin pour mieux développer l'industrie automobile ?
.....

Bibliographie :

Dagut, J.(2001). *Les grands thèmes de l'économie en 30 dissertations*. Vuibert.

Ghoufrane, A. Boubrahimi, N. Diani, A. (2014). *Industrialisation et compétitivité globale du Maroc*. Ires.

Piveteau, A. (2019). *Le secteur automobile au Maroc*. Economie critique.

Ibourk, A. (2019). *Etude sur le commerce et les chaînes de valeur dans les activités porteuses d'emploi*. Oit.

Mansillon, G. Couderc, J. Duboin, J. Hanak, J. Lauginie, J. Rivière, M. Seguy, S. (2002). *Mercatique action commerciale*, Foucher

Lezin, P. Martini, H. Richard, J. Toullec, A. (2001). *Outils de gestion pour les commerciaux*. Dunod.

Pflimlin, E. Peter, C. Lhuillier, S. (1998). *La dissertation économique*. Ellipses