

ANIMA

Réseau Euroméditerranéen d'Agences
de Promotion des Investissements



La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

Ouvrage collectif dirigé par
Fabrice Hatem
assisté d'Anne-Claire Vu

Agence Française pour les Investissements Internationaux



La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

*Notes et étude ANIMA n°11
Décembre 2004*

Ouvrage collectif
dirigé par Fabrice Hatem
assisté d'Anne-Claire Vu

Références

Ce document a été réalisé dans le cadre de la mission confiée par la Commission des Communautés Européennes à l'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII), assistée de l'ICE (Italie) et DI (Maroc), pour développer un Réseau Euroméditerranéen des Agences de Promotion des Investissements de la Méditerranée (« ANIMA »). Le n° d'identification du contrat est : ME8/B7-4100/IB/99/0304.

ISBN : 2-915719-10-1

© AFII-ANIMA 2004. Reproduction interdite sans autorisation de l'AFII.

Tous droits réservés

Auteurs

Ce document est l'aboutissement d'un travail collectif auquel ont notamment collaboré Juliette Grenet, Mathieu Legoupil, Fabrice Defever, Claire Anxionnaz, Laurence Peter, Mélanie Trastulli, Elodie Martin, Alexandra Sanchez et Claire-Audrey Trichot. L'ouvrage a été coordonné par Fabrice Hatem, assisté d'Anne-Claire Vu et Bénédicte de Saint-Laurent (révision et mise en forme). Plusieurs personnes et organismes ont fourni de précieuses informations dont notamment la FIEV, le CCFA, l'AFII (Olivier Cormier) et les API MEDA. La photographie de couverture est issue de la photothèque du Ministère des Affaires Etrangères, France.

Acronymes

- CKD : Completely Built Unit (véhicules importés prêts à circuler)
- CBU : Component Knocked Down ou Completely Knocked Down (véhicules importés en pièces pour assemblage sur place)
- IDE : Investissement Direct Etranger
- MEDA : Ensemble de 12 pays partenaires de l'Union Européenne : Algérie, Chypre, Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Malte, Maroc, Autorité Palestinienne, Syrie, Tunisie, Turquie
- MIPO : Mediterranean Investment Project Observatory
- OMC : Organisation Mondiale du Commerce
- VP : Véhicule particulier
- VU : Véhicule utilitaire
- VUL : Véhicule utilitaire léger

Sommaire

Résumé.....	5
1. Organisation et évolution de la filière automobile dans le monde.....	9
Les structures de l'industrie automobile.....	9
Une approche en termes de filière.....	9
Les caractéristiques d'ensemble de l'activité dans le monde.....	10
La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne.....	12
Les grandes tendances : marchés, innovation, réglementation.....	15
Le déplacement de la demande vers les pays émergents.....	15
Des réglementations de plus en plus exigeantes en matière de sécurité et d'environnement.....	18
Les évolutions technologiques et l'innovation.....	19
Les constructeurs et leurs stratégies.....	22
Les équipementiers automobiles.....	25
L'évolution des stratégies de distribution.....	30
2. L'industrie automobile dans la région MEDA.....	33
Des liens privilégiés avec l'Europe dans un contexte de libéralisation partielle.....	33
Une libéralisation encore inachevée.....	33
Des liens économiques étroits avec l'Europe de l'Ouest.....	36
Un développement industriel limité, une balance commerciale déficitaire.....	37
Un développement industriel limité.....	37
Un commerce extérieur fortement déficitaire.....	38
Une marginalité globale malgré un développement récent.....	38
Analyse par pays.....	42
Atouts, handicaps et opportunités pour l'accueil des investissements internationaux.....	57
Une délocalisation qui a surtout profité aux pays de l'Est.....	57
Un flux de projets limité vers la région MEDA.....	59
Attractivité comparée des trois zones.....	61
Un intérêt croissant des industriels pour la zone.....	64

3. Recommandations pour attirer des IDE dans l'automobile vers les pays MEDA	65
Mesure d'ordre général : intensifier la solidarité régionale et améliorer l'environnement local des affaires	65
Améliorer l'environnement des affaires	65
Lancer une réflexion et des initiatives pour le développement de la filière automobile	66
Annexes	69
Annexe 1. Indications bibliographiques	70
Annexe 2. Les innovations technologiques en matière d'équipements électroniques	73
Annexe 3. Diversité du secteur des équipementiers automobiles	76
Annexe 4. Les stratégies des équipementiers	78
Annexe 5. Quelques tendances de la demande automobile sur les marchés de l'Europe de l'Ouest	83
Annexe 6. Principaux projets d'investissements étrangers dans l'automobile vers les pays MEDA entre janvier 2003 et juin 2004	85
Annexe 7. Les étapes de la politique industrielle automobile en Tunisie et au Maroc	89
Annexe 8. L'accord de l'OMC sur les mesures concernant les investissements et liées au commerce	91

d'Europe de l'Ouest, une main d'œuvre abondante à coûts relativement modérés. La partie est cependant loin d'être gagnée pour les pays MEDA. Outre que seuls quelques-uns d'entre eux (Turquie, Maroc, Tunisie notamment...) satisfont aux pré-requis des entreprises en matière de stabilité politique, de sécurité juridique, de qualité des infrastructures et/ou de niveaux de coûts salariaux, l'avenir de l'industrie automobile est menacé, même dans ces pays, par plusieurs mouvements concomitants :

- d'une part, la montée en puissance des industries automobiles d'Europe de l'Est, vers lesquelles s'orientent des flux massifs d'investissements et de contrats de sous-traitance en provenance d'Europe de l'Ouest ;
- d'autre part, la concurrence des industries extra-européennes, qui devrait encore s'accroître dans les années à venir.

Enfin, la montée du contenu technologique de ces activités, qui induit des exigences croissantes en matière de qualité de la main-d'œuvre, d'environnement industriel, des réseaux logistiques, etc.

Confrontées au double défi d'une concurrence accrue sur le marché européen et sur leur marché domestique, les pays méditerranéens doivent donc redoubler d'effort en termes de modernisation et de création d'un environnement d'affaires adéquat s'ils veulent saisir la chance qui leur est offerte par les stratégies actuelles d'internationalisation et de délocalisation des entreprises automobiles originaires des pays développés.

Quant à la filière automobile européenne, après la crise des années 1980 due à la montée en puissance de la concurrence japonaise, elle a connu un redressement significatif, accompagné par un puissant mouvement d'internationalisation. Celui-ci a pris pour une part la forme de délocalisations, au profit notamment de l'est du continent. Représentant une opportunité pour les pays à bas coûts de main d'œuvre (par exemple, la Roumanie), ce mouvement est symétriquement perçu comme un facteur de désertification industrielle pour les pays dont les coûts intérieurs sont élevés (par exemple, la France), et constitue une concurrence et une menace directe pour les pays MEDA désireux de se développer sur les mêmes créneaux.

Il est donc intéressant d'étudier cette activité dans une perspective systémique éclairant à la fois les problématiques des pays développés d'Europe de l'Ouest et celles de pays situés à différents stades d'industrialisation comme ceux de la région MEDA et les pays de l'Est. C'est ce que nous proposons dans ce rapport (voir définition de la zone prise en compte en figure 1), qui lie les deux points de vue, pour examiner ensuite dans quelle mesure des politiques industrielles coordonnées sont possibles ou souhaitables.

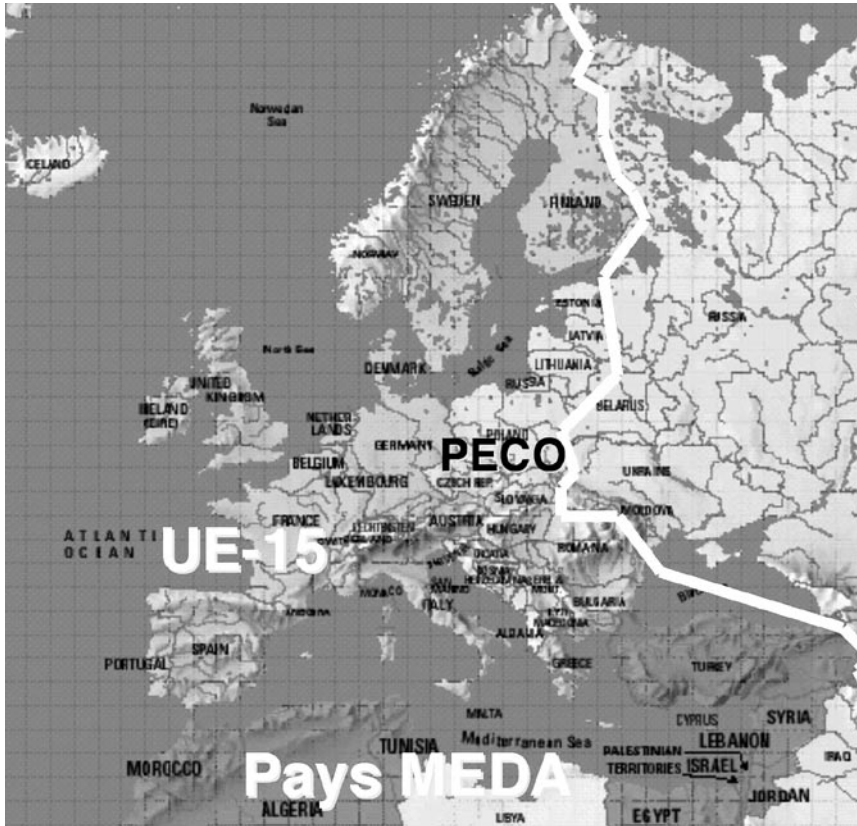
L'analyse de la filière fait cependant apparaître les spécificités fortes des segments industriels amont (équipements) et aval (construction automobile), dont les caractéristiques technico-économiques assez différentes se traduisent par des comportements de localisation spécifiques. C'est ainsi que l'industrie de la construction automobile, très concentrée, se localisera plus volontiers dans des zones offrant un environnement industriel très structuré, des infrastructures de qualité et une proximité au marché final. Quant aux industries d'équipement, leurs critères de localisation peuvent être très variables selon les cas. Les activités intensives en main d'œuvre peu qualifiée (ex : câblage...) seront davantage sensibles à la question des coûts salariaux, tandis que d'autres, à plus haut niveau technologique (ex : certains composants électroniques) seront plus attirées par l'existence d'un environnement industriel de bon niveau et d'une offre satisfaisante de main d'œuvre qualifiée. Mais toutes seront sensibles à la possibilité d'approvisionner de manière fiable et rapide les sites d'assemblage, ce qui suppose, soit l'existence d'une logistique de qualité, soit une implantation à proximité directe de ces sites.

Dans la première partie, nous analysons les structures de la filière automobile et les grandes tendances actuellement à l'œuvre concernant l'offre, la demande et les évolutions technologiques. Dans la seconde partie, nous examinons les évolutions en cours dans la géographie des activités au sein de la région euro-méditerranéenne et leurs conséquences pour les différents groupes de pays concernés, et tout particulièrement ceux de la région MEDA. Nous proposons en conclusion quelques pistes d'action destinées à améliorer l'attractivité de ceux-ci pour la filière automobile : intensification de l'effort

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

de coopération régionale, amélioration de l'environnement local des affaires, effort accru de connaissance des marchés et de promotion de l'offre MEDA.

Figure 1. Zone prise en compte dans l'étude (Europe des 15, nouveaux membres et candidats de l'Est, pays de la zone MEDA)



1. Organisation et évolution de la filière automobile dans le monde

Après avoir présenté les principales caractéristiques de la filière, nous analyserons les principales tendances en cours dans les domaines commerciaux, techniques, réglementaires, puis les stratégies des firmes concernées, notamment en matière d'internationalisation. Nous tenterons, à chaque étape de mettre en lumière les enjeux spécifiques aux pays de la région MEDA.

Les structures de l'industrie automobile

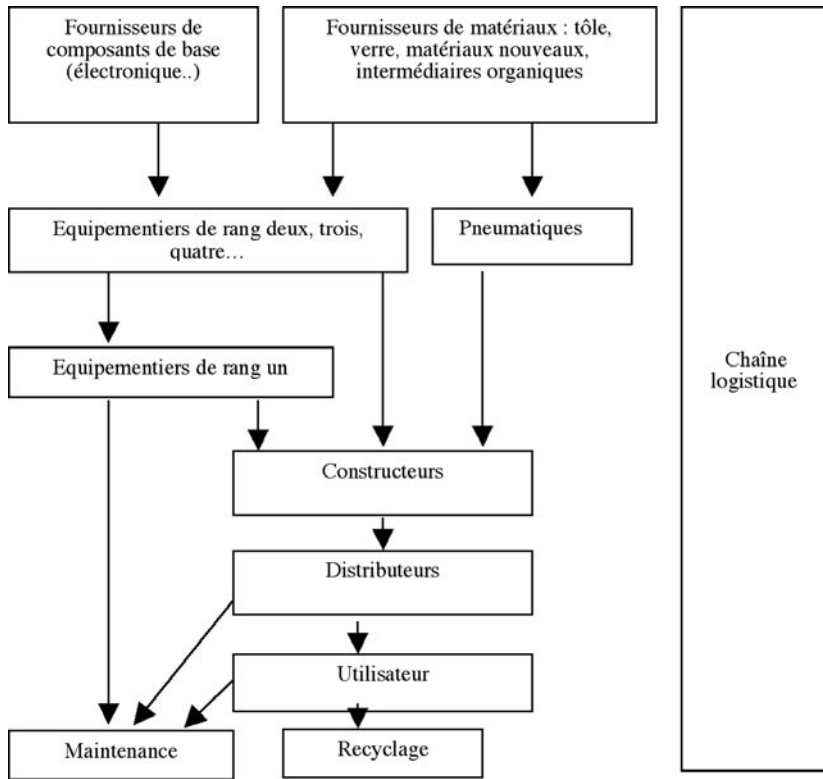
Une approche en termes de filière

La filière automobile comprend (cf. figure 2) :

- La fabrication des demi-produits (verre, plastique, produits métallurgiques) utilisés pour la fabrication du véhicule ;
- La fabrication des grands équipements constitutifs du véhicule : pneumatiques, carrosserie, équipements automobiles (composants, pièces et systèmes). Les équipementiers forment eux-mêmes un ensemble très hétérogène en fonction de leur position dans la chaîne de valeur, de la forme des produits fournis et de leurs activités : équipementiers de rang 1, 2, 3 ; composants et systémiers/ensemblers ; carrossiers, fabricants de châssis, de systèmes d'information ou de sécurité, motoristes (cf. annexe 2).
- L'assemblage du véhicule, effectué par les constructeurs ;
- Les activités de distribution, de maintenance/réparation et tous les autres services liés à l'utilisation du véhicule (y compris recyclage) ;

Cette filière fait également appel à un très grand nombre d'activités connexes, intervenant à différents stades : fabricants de composants électroniques et de logiciels pour l'électronique automobile, logistique, etc. On s'intéressera dans cette étude au cœur de la filière, constitué par l'ensemble constructeurs/équipementiers.

Figure 2. La filière automobile



Les caractéristiques d'ensemble de l'activité dans le monde

Représentant un chiffre d'affaires global de l'ordre de 1 000 milliards de dollars au niveau mondial¹, pour une production annuelle de 60 millions de véhicules (figure 3), la filière automobile (équipementiers et constructeurs) emploie 7 à 8 millions de personnes dans les pays de l'OCDE, auxquels s'ajoutent 1 à 2 millions supplémentaires hors OCDE. Il s'agit d'une industrie relativement mature, dont la

1. Chiffre relatif aux ventes finales de véhicules et pièces détachées au consommateur, hors consommations intermédiaires au sein de la filière.

croissance est aujourd'hui surtout tirée par la demande de véhicules bas de gammes² dans les pays en développement et par l'innovation de produits et process dans les pays développés. C'est aussi une activité très internationalisée tant en ce qui concerne les flux d'échanges commerciaux (exportations de produits vers des clients étrangers et échanges intra-firme) que l'implantation des entreprises, surtout les constructeurs et les grands équipementiers.

Figure 3. La production de véhicules automobiles dans le monde.

Source : CCFA

2003	V. particuliers		V. utilitaires		Total	
	Milliers	%	milliers	%	milliers	%
EUROPE dont	17 244	41,0 %	2 761	14,8 %	20 005	33,0 %
Europe occidentale	14 602	34,8 %	2 179	11,7 %	16 782	27,7 %
Allemagne	5 145	12,2 %	361	1,9 %	5 507	9,1 %
Belgique	792	1,9 %	113	0,6 %	904	1,5 %
Espagne	2 399	5,7 %	630	3,4 %	3 030	5,0 %
France	3 220	7,7 %	400	2,1 %	3 620	6,0 %
Italie	1 026	2,4 %	295	1,6 %	1 322	2,2 %
Royaume-Uni	1 658	3,9 %	189	1,0 %	1 846	3,0 %
Suède	280	0,7 %	43	0,2 %	323	0,5 %
Europe centrale et orient.	2 348	5,6 %	342	1,8 %	2 690	4,4 %
Turquie	294	0,7 %	240	1,3 %	534	0,9 %
AMERIQUE dont	8 273	19,7 %	9 974	53,6 %	18 246	30,1 %
ALENA	6 630	15,8 %	9 580	51,5 %	16 210	26,7 %
Amérique du Sud	1 643	3,9 %	394	2,1 %	2 037	3,4 %
ASIE-OCEANIE dont	16 228	38,6 %	5 744	30,9 %	21 971	36,2 %
Japon	8 478	20,2 %	1 808	9,7 %	10 286	17,0 %
Chine	2 019	4,8 %	2 425	13,0 %	4 444	7,3 %
Corée du Sud	2 768	6,6 %	410	2,2 %	3 178	5,2 %
AFRIQUE	267	0,6 %	128	0,7 %	396	0,7 %
TOTAL	42 012	100,0 %	18 607	100,0 %	60 619	100,0 %

2. Mais aussi de véhicules utilitaires (transports en commun), et, dans certains cas, de véhicules de milieu de gamme (ex. : Chine).

Soumise à une forte pression concurrentielle par les coûts, les entreprises cherchent à acquérir des tailles critiques pour obtenir un pouvoir de marché, générer des économies d'échelle et être présentes sur les grandes zones de la planète. D'où un niveau de concentration déjà très élevé pour les constructeurs et les équipementiers de premier rang et un mouvement de concentration très rapide pour le reste de l'industrie.

Par ailleurs, les firmes cherchent à s'internationaliser pour être présentes sur les principaux marchés de la planète et tirer parti des avantages comparatifs des différents pays d'accueil potentiels aux différentes étapes de la « chaîne de valeur ». On voit en particulier apparaître une logique de « plate-forme » regroupant la production d'un même type de véhicule destiné à toute une région voire au monde entier, et alimentée par un très vaste réseau d'équipementiers et sous-traitants. D'où le développement de réseaux de production transnationaux associant des sites localisés dans des pays différents pour la production d'un véhicule.

Simultanément, la recherche de l'innovation, tant au niveau des produits que des process³, conduit à une montée des coûts de RD et transforme l'industrie automobile en une activité à contenu technologique de plus en plus élevé.

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

La région euro-méditerranéenne est en 2003 le second producteur mondial derrière l'Asie avec plus de 20 millions de véhicules fabriqués en 2003 (figure 3). Même si la plus grande partie de cette production est effectuée en Europe occidentale, où la filière emploie près de 2 millions de salariés (figure 4), c'est dans les pays de l'Est et en Turquie que l'on a observé les progressions d'activité les plus fortes (voir 2^e partie de ce document pour une analyse détaillée des pays MEDA). L'Allemagne reste le premier producteur, suivi par la France, l'Espagne et le Royaume-Uni.

3. A la fois pour satisfaire à des normes réglementaires de plus en plus strictes en matière de sécurité/environnement et pour offrir au consommateur des avantages supplémentaires en termes de prix, de confort, de délais de livraison, de services...

Figure 4. L'industrie automobile dans l'Union Européenne (UE 15) en 2001. Entreprises de plus de 20 salariés. Source : CCFA

Personnel occupé	milliers	1 939
dont construction de véhicules automobiles	milliers	1 055
dont fabrication de carrosseries et remorques	milliers	167
dont fabrication d'équipement automobiles	milliers	717
Chiffre d'affaires	millions d'€	616 260
Production	millions d'€	549 127
Production/Chiffre d'affaires	%	89,1
Valeur ajoutée (au coût des facteurs)	millions d'€	116 499
VA/Production	%	21,2
VA par personne occupée	milliers d'€	60,1
Dépenses de personnel	millions d'€	86 479
Dépenses par personne occupée	milliers d'€	44,6

Dans un contexte de croissance rapide des échanges internationaux et inter-zone, le solde extérieur de la région reste très excédentaire (figure 5), essentiellement du fait de l'Europe de l'Ouest avec cependant une amélioration progressive du solde des pays de l'Est et des pays MEDA (ces derniers restent cependant déficitaires).

Figure 5. Echanges extérieurs et soldes de la région euro-méditerranéenne en 2002. Source : CEPII, Base CHELEM

2002, GS	Export. Monde	Import. Monde	Solde Monde	Export. régionales*	Import. régionales*	Solde régional*
Europe Ouest	305,5	266,7	38,9	26,8	16,0	10,8
Europe Est	18,5	25,2	-6,7	13,6	20,3	-6,7
Pays MEDA	3,7	9,9	-5,9	3,0	7,1	-4,1
Total	327,8	301,6	26,2	43,4	43,4	0

(*) Par régional, on entend « interne à la région euro-méditerranéenne constituée par les pays MEDA, l'Europe de l'Ouest et l'Europe de l'Est ».

On observe une intensification du commerce intra-zone, qui témoigne d'un phénomène d'intégration croissant, aussi bien entre les pays d'Europe de l'Ouest qu'avec certains pays MEDA (Turquie et

Tunisie notamment). A l'inverse, le commerce extra-zone reste plus limité (figure 6) : seulement 15 % du commerce extérieur de l'Europe de l'Ouest se fait par exemple à l'extérieur de la région euro-méditerranéenne.

Figure 6. Parts de l'intra-zone et de l'intra-région dans les échanges mondiaux (exports+import) en 2002. Source : CEPIL, B. CHELEM

	Intra-zone (USD)	Intra-zone (%)	Intra-région (USD)	Intra-région (%)	Monde
Europe de l'Ouest	221,6	0,39	486,1	0,85	572,2
Europe de l'Est	7,0	0,16	40,9	0,94	43,8
MEDA	0,6	0,05	10,7	0,80	13,4
Total	229,3	0,36	537,7	0,85	629,4

NB : par intra-zone, on entend « interne à chacune des zones mentionnées en ligne ». Par intra-région, on entend « interne à la région euro-méditerranéenne ».

Les années récentes ont été marquées par une montée en puissance de la part de la périphérie est et de la Turquie dans la production automobile de la région à tous les stades de la filière. Ce phénomène s'explique à la fois par la croissance plus rapide des marchés locaux, alors que le marché européen est mature, et par les différentiels de coûts salariaux qui constituent une incitation aux délocalisations (cf. infra). La production de véhicules automobile en Europe de l'Est a ainsi dépassé 2,6 millions d'unités en 2003. De nouveaux producteurs (Roumanie, Slovénie...) viennent s'ajouter à ceux qui ont déjà développé leur filière automobile depuis la fin des années 1990 (République tchèque, Hongrie, Pologne).

Quant aux pays MEDA, leur dynamisme est surtout imputable à la Turquie où se développe progressivement une filière automobile complète. A une échelle beaucoup plus modeste, la Tunisie a également développé une industrie d'équipements de rangs 2 et 3, principalement destinée à la réexportation vers les équipementiers de premier rang et les sites d'assemblage d'Europe de l'Ouest (voir données et analyses détaillées dans la 2^e partie de cette étude).

Les grandes tendances : marchés, innovation, réglementation

L'industrie automobile est actuellement confrontée à des évolutions majeures dans de nombreux domaines : forte poussée de la demande des pays émergents, renforcement des réglementations en matière d'environnement et de sécurité, innovations technologiques touchant les produits et les process. Après avoir décrit ces évolutions, nous en analyserons les conséquences spécifiques pour les pays MEDA.

Le déplacement de la demande vers les pays émergents

Le marché des véhicules

La demande automobile mondiale a connu un rythme de croissance relativement soutenu au cours des 8 dernières années, la production passant de 53 millions d'unités en 1997 à plus de 60 millions en 2003 (figure 7). L'Europe de l'Ouest et l'Amérique du Nord constituent les deux premiers marchés mondiaux, avec les deux tiers des véhicules immatriculés en 2003 (figure 8).

Figure 7. Production automobile mondiale (en milliers d'unités).

Source : CCFA

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
53,0	52,5	55,5	57,2	58,0	59,0	60,6

Cependant, les taux de croissance de ces marchés (en termes de véhicules vendus) sont très inférieurs à ceux observés dans les pays émergents, notamment ceux d'Asie et Europe de l'Est, où la demande, pour les véhicules bas de gamme notamment, connaît une croissance particulièrement rapide. Les constructeurs cherchent donc à exploiter les opportunités de croissance dans ces zones, tout en jouant sur l'innovation et la différenciation sur les marchés mûrs des pays développés (cf. également annexe 5).

Figure 8. Répartition des immatriculations par zones (VP+VU).

Source : CCFA

	2002	2003	2003/2002
	milliers	milliers	%
EUROPE	19 329	19 574	1,30 %
dont : Europe occidentale	16 531	16 304	-1,40 %
Europe centrale et orientale	2 797	3 270	16,90 %
AMERIQUE	22 219	21 798	-1,90 %
dont : ALENA*	19 890	19 592	-1,50 %
Etats-Unis	17 139	16 967	-1,00 %
Amérique du Sud	2 329	2 206	-5,30 %
ASIE-OCEANIE	15 522	17 084	10,10 %
dont : Corée du Sud	1 639	1 337	-18,40 %
Japon	5 792	5 828	0,60 %
AFRIQUE	724	759	4,90 %
TOTAL	57 794	59 216	2,50 %

Le marché des équipements automobiles

Ce marché représente un ordre de grandeur mondial de 400 à 500 milliards de dollars, selon le périmètre de définition retenu, et dont plus de 90 % est constitué par les commandes des constructeurs automobiles, le reste étant lié à la demande en pièces et équipements de rechange.

Figure 9. Demande d'équipements électroniques automobiles (2001, G\$).

Source : Strategy Analytics

Région	GUS\$	%
Europe	9,9	38,5
ALENA	9,8	38,1
Japon	5	19,5
Corée	1	3,9
Total	25,7	100

La structure géographique de la demande d'équipements est donc fortement liée à celle de la production automobile (cf. figure 3), l'Eu-

rope de l'Ouest et l'Amérique du Nord représentant chacun environ le tiers des débouchés, suivis par le Japon (cf. figure 9, cas des équipements électroniques).

Mais c'est encore une fois dans les pays émergents que l'on observe la croissance de la production automobile et donc de la demande d'équipements la plus rapide. Ceci peut favoriser dans un premier temps, les exportations d'équipements en provenance des pays développés. Mais cela pousse également les industriels à s'implanter directement dans les pays émergents, à la fois pour alimenter le marché local et pour réexporter vers les pays développés, en tirant profit de la faiblesse des coûts de main d'œuvre. D'où une évolution de la structure de la production mondiale et du commerce international en faveur de ces zones (figure 10).

Figure 10. Structure des exportations mondiales de véhicules et d'équipements automobiles par zones en 1992 et 2002.

Source : CEPIL, Base CHELEM

Exportateur	1992		2002	
	GUSD	Part mondiale	GUSD	Part mondiale
Etats-Unis, Canada	66,5	18,3 %	109,5	18,2 %
Europe de l'Ouest	190,5	52,6 %	305,6	50,9 %
Japon	78,6	21,7 %	90,5	15,1 %
NPI d'Asie 1 ⁴	8,7	2,4 %	22,3	3,7 %
Total pays développés	344,3	95,0 %	527,9	87,9 %
Amérique Latine	10,3	2,9 %	36,7	6,1 %
Europe de l'Est	3,7	1,0 %	18,5	3,1 %
NPI d'Asie 2 ⁵	0,5	0,1 %	4,0	0,7 %
MEDA	0,3	0,1 %	3,7	0,6 %
Total pays émergents	14,8	4,1 %	63,0	10,5 %
Monde	362,4	100 %	600,6	100 %

Compte tenu du dynamisme du marché automobile dans les pays MEDA, cette tendance constitue un élément plutôt favorable au développement des implantations étrangères dans la région.

4. NPI d'Asie 1 : Corée du Sud, Hong Kong, Singapour, Taiwan.

5. NPI d'Asie 2 : Malaisie, Philippines, Thaïlande.

Des réglementations de plus en plus exigeantes en matière de sécurité et d'environnement

L'activité automobile est régie par tout un corpus de dispositions réglementaires, concernant aussi bien la qualité des processus de fabrication que la sécurité des produits, la protection de l'environnement, ou le fonctionnement des marchés. Trois tendances fortes peuvent actuellement être observées à cet égard dans la région euro-méditerranéenne, sous l'impulsion essentiellement de l'activité réglementaire de la Commission : harmonisation internationale des réglementations, exigences accrues en matière d'environnement, de sécurité et de fiabilité, enfin libéralisation du marché automobile.

- *L'harmonisation des normes techniques et des règles commerciales* est maintenant très avancée au sein de la Communauté européenne. L'entrée de 10 nouveaux pays dans l'Union, ainsi que les conséquences des accords d'association qui constituent une incitation à l'alignement progressif des normes nationales des pays concernés sur les règles communautaires, devrait conduire à la constitution d'un ensemble réglementaire de plus en plus harmonisé au sein de la région euro-méditerranéenne. Si les normes en vigueur dans les pays MEDA restent dans l'ensemble moins exigeantes, en matière de sécurité et d'environnement notamment, que les règles communautaires, l'intégration commerciale et industrielle au sein de la zone conduit de facto les produits fabriqués ou importés dans ces pays à respecter dans l'ensemble ces normes. A terme, l'adoption de normes communes par tous les pays de la région peut constituer un facteur d'intégration économique puissant en permettant la commercialisation dans n'importe quel pays de la région, sans coût supplémentaire d'adaptation aux normes locales de véhicules fabriqués dans un autre pays de la zone.

- *Le renforcement des normes en matière de sécurité et de protection de l'environnement.* Dans le cadre des engagements internationaux en matière de lutte contre l'effet de serre, les normes d'émission européennes ont été progressivement durcies (mise en place des normes Euro 3 en 2001, et passage prévu en 2005 aux normes Euro 4, encore plus strictes). Concernant la fabrication des véhicules, des normes ISO extrêmement contraignantes et détaillées ont été mises en place afin de garantir la qualité du produit final. Les normes de sécurité (freinage, protection des passagers face aux chocs) ont été considérablement renforcées. Enfin, en ma-

tière de recyclage, la directive adoptée en 2001 prévoit qu'à l'horizon de la prochaine décennie, les nouveaux véhicules mis sur le marché devront être valorisables à 95 % de leur poids. De plus, les constructeurs devront participer dans une proportion progressivement croissante au financement du recyclage.

- *La libéralisation du marché automobile.* Avec la nouvelle directive européenne sur la distribution automobile, la Commission cherche à mettre fin au contrôle exercé par les constructeurs sur les concessionnaires et les réparateurs afin de stimuler la concurrence : possibilité pour les concessionnaires de vendre plusieurs marques, et pour les équipementiers de vendre directement des pièces de rechange.

Pour les industriels des pays MEDA, ces évolutions peuvent ouvrir des opportunités accrues d'accès au marché de l'Union. Mais elles représentent avant tout un enjeu majeur en matière de mise à niveau des processus industriels et de mise aux normes des produits.

Les évolutions technologiques et l'innovation

La filière automobile est actuellement confrontée à des évolutions technologiques extrêmement rapides, tant en ce qui concerne les processus de production que les caractéristiques des véhicules. Ces évolutions, en transformant la nature même de l'activité, sont susceptibles d'avoir un impact profond sur les déterminants de sa localisation géographique à l'intérieur de la région euro-méditerranéenne. Par exemple, l'évolution vers des technologies de production plus évoluées, en réduisant le rôle de la main d'œuvre non qualifiée, peut constituer un frein au mouvement de délocalisation, lié à la recherche de bas coûts de production. A l'inverse, le développement des technologies permettant le transfert de données à distance peut faciliter le recours à des sous-traitants très éloignés du marché final, et donc favoriser les délocalisations vers les pays MEDA. Nous distinguerons les innovations de produits et de processus.

Les innovations de produits

Parmi les innovations plus importantes, on peut citer le développement des nouveaux matériaux, des nouveaux types de mo-

teurs à efficacité accrue, de l'électronique automobile et des services associés, et des technologies liées à la sécurité et à l'environnement (voir en annexe 2).

- **Matériaux composites.** Les nouveaux matériaux innovants (alliages à base d'aluminium, mousses métalliques, céramiques, composites verre-plastique,...) pourraient permettre de réduire le poids d'une voiture de 15 % à 20 % au cours des dix prochaines années, contribuant à la baisse de consommation de carburant.
- **Moteurs plus efficaces, hybrides et moins polluants.** L'innovation en ce domaine est stimulée par la nécessité de répondre à des normes d'émission de plus en plus exigeantes. Encore marginaux aujourd'hui, les moteurs alternatifs (véhicules électriques à pile à combustible, GPL, GNV,...), ne devraient se développer que de manière très graduelle en Europe compte tenu notamment du coût de mise en place des infrastructures nécessaires (bornes d'alimentation électrique...). L'évolution la plus significative d'un point de vue industriel sera l'amélioration des moteurs classiques à essence ou diesel (avec notamment l'introduction des moteurs hybrides⁶, des technologies « filtres à particules », de la gestion électronique des injecteurs dans les moteurs diesels, de l'injection directe). En 2010, d'après Strategy Analytics, ces moteurs à essence « nouvelle technologie » pourraient concerner 70 % des véhicules neufs, contre 20 % pour les diesels « améliorés » et 10 % pour les moteurs alternatifs.
- **Equipements électroniques.** On observe une forte montée de la demande pour les systèmes et pour les applications de l'électronique (logiciels, capteurs, calculateurs, systèmes de contrôle-commande, etc.), dont le marché mondial pourrait dépasser 200 milliards d'euro en 2010, selon Strategy Analytics. Parmi les innovations les plus marquantes, on peut citer le développement du GPS et de l'ordinateur de bord (voir paragraphe suivant et annexe 2). Cette évolution conduira à des rapprochements entre les acteurs de la filière automobile et les sociétés d'électroniques et d'informatiques (accords, partenariats, joint-ventures, acquisitions...).
- **Services.** De très nombreux services, le plus souvent liés à l'électronique, sont en cours de développement, ouvrant la voie au concept de voiture in-

6. Couplage d'un moteur thermique classique avec un moteur électrique, ce qui permet des économies d'énergie sans se traduire par une modification fondamentale du moteur thermique.

telligente : sécurité et maintenance (localisation du véhicule en cas de vol ou d'accident, diagnostic et entretien à distance, protection contre le vol), mobilité (choix d'itinéraires et information trafic, alerte niveau de carburant, détection des places de parking libres), communication (téléphone, fax, envoi et réception de messages vocaux et d'e-mail, visioconférence), information (actualités, horaires, numéros de téléphone, horoscope...), consommation (achat et réservation on-line, services bancaires...), multi-média (télévision, jeux vidéo...).

D'une manière générale, ces évolutions favorisent les producteurs localisés dans des zones de bon niveau technologique, où ils peuvent trouver notamment un environnement industriel de haut niveau et diversifié. Elles rendent d'autant plus nécessaire la mise à niveau des industries locales des pays MEDA, dont l'avantage en termes de coûts salariaux risque d'être de plus en plus lourdement contrebalancé par les écarts de niveau technologique avec les pays du nord.

Les innovations de process

On assiste actuellement à plusieurs évolutions majeures en la matière : 1) une organisation du travail en « îlots de production » donnant davantage de place à la flexibilité et à la polyvalence des tâches ; 2) un développement des systèmes « à flux tendus » donnant un rôle croissant à la logistique ; 3) le développement des stratégies dites « modulaires » où chaque équipementier est en charge de la production d'un module complet qui peut ainsi être entièrement sous-traité par le client/donneur d'ordres ; 4) le regroupement des équipementiers sur les mêmes sites afin d'élargir la base de compétences techniques ; 5) enfin, le développement des utilisations liées à internet : EDI, extranet, développement des « places de marché » verticales ou horizontales (Covinsint, Rubbernetwork), des portails et sites internet.

D'une manière générale, ces évolutions supposent de disposer d'une main d'œuvre qualifiée et de réseaux logistiques efficaces : autant d'enjeux décisifs pour les pays de la région MEDA pour lesquels ces éléments ne constituent pas toujours des points forts. Pour y répondre, d'importants efforts de mise à niveau ont été réalisés. On peut citer, parmi beaucoup d'autres exemples, la mise en place en Tunisie

de système logistiques extrêmement performants, dits « ro-ro », garantissant un délai maximum de 48 heures entre la sortie d'un produit d'usine située dans la région de Tunis et sa mise en wagon au départ du port de Marseille.

L'offre et les stratégies des acteurs

Les stratégies de localisation des acteurs industriels jouent un rôle décisif pour le développement des pays de la région MEDA. Après avoir présenté la structure de l'offre dans la région euroméditerranéenne, nous analyserons les stratégies à l'œuvre dans les secteurs de la construction et de l'équipement automobile, en insistant tout particulièrement sur le mouvement de délocalisation vers les périphéries du continent.

Les constructeurs et leurs stratégies

Description d'ensemble

La construction automobile est une industrie extrêmement concentrée au niveau mondial. Une dizaine de constructeurs concentrent 85 % de la production mondiale de véhicules (figure 11) : américains (General Motors, Ford), déjà très fortement implantés au sein de la région euro-méditerranéenne ; européens (Daimler-Chrysler, VW-Audi-Seat, Mercedes, Fiat, PSA, Renault) ; enfin, asiatiques, parmi lesquels il faut distinguer les japonais (Toyota, Nissan⁷, Honda), encore peu présents dans la région euro-méditerranéenne, malgré les implantations de Honda, et plus récemment de Toyota suivis de leurs équipementiers, et les coréens, qui ont au contraire développé de puissants pôles de production dans les pays de l'Est et en Turquie.

7. Dans lequel Renault est entré à hauteur de 45 % du capital en 1999.

Figure 11. Les principaux constructeurs mondiaux (plus d'un million de véhicules) en 2003. Source : CCFA

Nom du constructeur	Nombre de véhicules produits
GENERAL MOTORS (Opel - Vauxhall)	8 112
FORD (Jaguar - Volvo cars)	6 526
TOYOTA	6 241
GROUPE VOLKSWAGEN	5 024
DAIMLERCHRYSLER (Evobus inclus)	4 238
PSA Peugeot Citroën	3 310
NISSAN	2 942
HONDA	2 923
HYUNDAI - KIA	2 697
RENAULT-Dacia-Samsung	2 386
FIAT - IVECO	2 078
SUZUKI - MARUTI	1 811
MITSUBISHI	1 582
MAZDA	1 153
BMW	1 119
Autres constructeurs	8 477
TOTAL 2003	60 619

On notera l'existence de quelques producteurs marginaux originaires de la zone MEDA, comme le Turc Otokar (licence Fiat) ou l'Égyptien NASR (licence Deutz-T, Rover-Lorth) (voir liste détaillée des constructeurs présents dans la zone MEDA en figures 26 et 27). Dans la région euro-méditerranéenne, la production est largement dominée par les constructeurs européens, avec cependant une présence américaine significative et quelques sites japonais (figure 12). La construction automobile emploie environ 1,5 million de personnes, dont 1 million en Europe de l'Ouest.

Figure 12. Production automobile mondiale par nationalité des producteurs.

Source : CCFA

Zone Constructeurs	Am. du nord ALENA	Am. du Sud	Union Europ.	Autres Europ. Turquie	Japon	Corée du Sud	Autres	Total
Européens	3 204	1 086	11 677	1 336	0	118	1 225	18 646
%	17 %	6 %	63 %	7 %	0 %	1 %	7 %	100 %
Américains	9 367	816	3 828	191	0	0	597	14 799
%	63 %	6 %	26 %	1 %	0 %	0 %	4 %	100 %
Japonais	3 815	129	1 150	182	10 152	10	3 269	18 708
%	20 %	1 %	6 %	1 %	54 %	0 %	17 %	100 %
Coréens	0	7	0	101	0	3 051	219	3 377
%	0 %	0 %	0 %	3 %	0 %	90 %	6 %	100 %
Tous	16 210	2 037	16 782	3 223	10 286	3 178	8 903	60 619
%	27 %	3 %	28 %	5 %	17 %	5 %	15 %	100 %

Les stratégies des constructeurs

Les années 1998-2000 ont été marquées par un mouvement de concentration autour de quelques acteurs majeurs : prises de participation croisées entre Nissan et Renault, acquisition de Chrysler par Daimler-Benz, de Volvo Car et de Land-Rover par Ford, etc. Dans un secteur assez mûr, à croissance modérée, sans grande différenciation technologique des produits, mais où les coûts de développement sont de plus en plus lourds, la course au volume, facteur d'économies d'échelle et de pouvoir de marché, constitue en effet un enjeu majeur. Ce mouvement s'est cependant ralenti depuis 2 à 3 ans, du fait de la raréfaction des cibles potentielles.

Pour partager les coûts de développement de plus en plus élevés, réduire les risques commerciaux et augmenter leur pouvoir de marché, les firmes concluent de plus en plus d'accords de partenariats et de joint-venture. Par exemple, PSA et Renault ont mis en place un laboratoire commun d'accidentologie, produisent en commun un moteur haut de gamme et une boîte de vitesse automatique. PSA et Toyota construisent en commun une usine d'assemblage à Kolin en République tchèque.

Les firmes cherchent également à s'implanter et produire sur chacun des principaux marchés de la planète afin de réduire la dépendance face au marché d'origine. Le mouvement touche particulièrement les pays émergents, où les firmes s'implantent pour tirer parti du développement des marchés locaux, et dans une moindre mesure, pour produire à bas coûts en vue d'une ré-exportation vers les pays développés.

Enfin, sur les marchés développés, les constructeurs doivent faire face à la saturation du marché du neuf. Ils cherchent pour cela à développer de nouveaux concepts de services : maintenance, location longue durée, garantie de disponibilité des véhicules, e-commerce, etc. (voir également annexe 5).

Les équipementiers automobiles

Les structures du secteur

On peut classer les entreprises de l'équipement automobile en trois catégories en fonction de leur taille (voir également annexe 3) :

- Les gros équipementiers intégrateurs dits « de rang 1 » ont parfois un chiffre d'affaires supérieur à celui de leurs clients constructeurs (figure 13). Ils offrent à ceux-ci une large gamme de produits et systèmes. Certains sont également présents dans d'autres activités comme l'électronique grand public, même si la majorité est exclusivement focalisée sur le marché automobile (ex. : Visteon, Delphi, Valeo, Faurecia, Denso...).
- Les équipementiers de taille « moyenne », mais acteurs majeurs sur leur segment, par exemple Autoliv, Continental AG (Teves), Hella...
- Les « petits » équipementiers en termes de taille, dont certains pourraient être acquis, totalement ou par appartements, au cours des prochaines années dans le cadre du mouvement de concentration qui touche le secteur⁸.

8. Mouvement qui a également touché les gros équipementiers (ex : acquisition par le japonais Denso de la branche thermique (climatisation) de Magnetti Marelli ; alliance de celui-ci avec Bosch dans l'activité « éclairage »).

Figure 13. Les principaux équipementiers automobiles dans le monde en 2000. Source : Automotive News Europe

Groupes	Pays d'origine	CA (G\$)	Dont : % Europe
Delphi Automotive Systems	Etats-Unis	26,5	16 %
Visteon	Etats-Unis	18,6	13 %
Robert Bosch	Allemagne	17,8	55 %
Denso	Japon	16,4	10 %
Lear	Etats -Unis	14,1	29 %
Johnson Controls	Etats-Unis	11,9	33 %
TRW	Etats-Unis	11,0	41 %
Magna International	Canada	10,1	30 %
Dana	Etat-Unis	9,5	17 %
Valeo	France	8,6	61 %

Les équipementiers nord-américains occupent une place dominante, avec 7 offreurs sur 10 dans le « top ten ». Parmi les japonais, seul Denso figure dans cette catégorie. Mais il existe de nombreux offreurs « moyens gros », comme Oki Electric (6 milliards de dollars en 2001), ou Fujitsu (1,1 milliard). Quant aux européens, si seulement deux d'entre eux figurent dans le « top ten », ils occupent souvent des positions très fortes sur des segments ou des niches spécifiques compte tenu de leur maîtrise technologique (ex : Siemens VDO Automotive avec près de 6 milliards de dollars de CA, Magnetti Marelli avec 4,4 milliards, présents en Formule 1)⁹.

Certaines de ces entreprises sont des groupes indépendants, d'autres des filiales de grands groupes automobiles, d'autres encore des filiales de groupes appartenant à d'autres activités (figure 14).

9. Parmi les principaux groupes européens, on peut également citer : Autoliv (Suède), Continental AG (Allemagne), Faurecia (France), GKN Picup (Royaume-Uni), Magnetti Marelli (Italie), Siemens Automotive (Allemagne), Thyssenkrupp (Allemagne), ZF (Allemagne).

Organisation et évolution de la filière automobile dans le monde

Figure 14. Les équipementiers par catégorie : quelques exemples.

Source : Eurostaf

Catégorie	Exemple	Caractéristiques
Groupe spécialisé	Valeo	Groupe international, présent dans 25 pays avec 143 sites de production employant 70 000 personnes
	Delphi	Indépendant de GM depuis 1999
	Visteon	Indépendant de Ford depuis Juin 2000, présent dans 25 pays grâce à 130 sites employant 82 000 personnes
	Magnetti Marelli	Indépendant de Fiat depuis Mars 2002
	Johnson Controls	500 sites, 105 000 personnes
Filiale constructeur	Renault	Française de mécanique, ACL, Renault Cleon
	PSA	Faurecia : très implanté en Europe (84 % du CA)
Filiale de groupe industriel diversifié	Sagem	Vente en 2001 de sa branche électronique automobile à Johnson Controls
	Usinor	Arcelor

Ces différents offreurs sont plus ou moins fortement positionnés selon les segments de marché, comme le montre la figure 15.

Figure 15. Les principaux offreurs par segments de marché. Source : Eurostaf

Segment	Produits et services offerts	Fournisseurs
Direction	Transmission, embrayage, freinage, amortisseurs	Delphi, Visteon, TRW, Valeo
Motorisation	Moteur, batterie, contrôle moteur, transmission électronique	Bosch, Denso, TRW, Dana, Aisin Seiki, Valeo, Johnson, Siemens, ZF, Luk
Eclairages	Eclairages	Valeo, Magnetti Marelli
Sécurité	Airbag, ceintures	Bosch, TRW, Valeo Faurecia, Allied Signal
Intérieur	Équipement intérieur	Lear, Magna, Sommer Alibert (Faurecia), Textron, Visteon, Rieter
Confort	Climatisation, siège	Delphi, Visteon Denso, Lear, Johnson Controls, Faurecia, Rieter

Dans la région euroméditerranéenne, l'industrie de l'équipement automobile représente un chiffre d'affaires de l'ordre de 120

milliards d'euros (hors électronique et sièges). L'activité reste encore concentrée en Europe de l'Ouest, où elle représente un CA de l'ordre de 100 milliards d'euros et 650 000 emplois (figure 16). L'Europe de l'Ouest reste également la principale zone productrice et exportatrice du monde, l'Allemagne continuant à jouer un rôle leader malgré le déclin de ses parts de marché mondiales. On note cependant une progression rapide de l'activité dans les pays de l'Est, la Turquie, et dans une moindre mesure, les pays du Maghreb (cf. infra).

Figure 16. L'industrie des équipements automobiles dans l'Union Européenne en 1999 (hors électronique et sièges). Source Eurostat

	Union Européenne	Allemagne	France
Effectifs (milliers)	640	266	79
CA (G euros)	105	48	17
Production (G euros)	98	42	16
Valeur ajoutée (G euros)	32	15	4

Les stratégies des industriels face aux grandes tendances du marché

Le secteur a connu au cours des années récentes des évolutions considérables :

- Un déplacement de la demande vers les pays émergents d'Asie, d'Amérique Latine et des PECO dont la production automobile se développe plus rapidement que celles des pays développés.
- Une croissance particulièrement rapide de la demande pour les produits de l'électronique, liée aux mouvements concomitants de numérisation et d'automatisation de certaines fonctions (freinage, injection, habitacle, etc.).
- Une forte évolution dans la structure de l'industrie, avec d'une part une concentration de l'offre sous la pression des stratégies convergentes des équipementiers et des assembleurs, et d'autre part, une internationalisation croissante des firmes essentiellement dans le but d'accéder aux marchés (« suivi » des clients traditionnels¹⁰, re-

10. Les constructeurs demandent à leur équipementiers d'être en mesure de leur fournir des composants pour une plate-forme d'assemblage donnée où qu'elle se trouve dans le monde. Les équipementiers ont donc besoin de créer eux-même des sites de production à proximité de ces plate-formes ou de nouer des alliances avec des partenaires locaux.

cherche d'accès aux clients étrangers), et dans une moindre mesure, de réduire les coûts.

- Une dynamique concurrentielle marquée par une relation de coopération/conflit complexe entre ensembliers et équipementiers de premier rang, avec à la fois renforcement des partenariats pour le développement en commun des véhicules et des systèmes d'équipement, et d'autre part une lutte pour l'appropriation des marges et le déport des coûts de développement. Pour plusieurs raisons convergentes, cette relation complexe s'est traduite par le rôle croissant de la fourniture par les équipementiers de systèmes intégrés complets au détriment de celle de composants isolés.

- Enfin, la localisation géographique des activités a profondément évolué, avec notamment une montée des implantations industrielles et donc de la production dans les pays émergents, dont les soldes commerciaux se sont considérablement accrus tant au niveau des équipements que des véhicules bas de gamme. En ce domaine, l'élément le plus marquant est la constitution, à la périphérie des trois grandes zones développées de la planète, de bases productives en progressive extension, dont le développement s'explique en partie par des mouvements de délocalisation liés aux différentiels de coût de production, et en partie par la recherche d'un accès au marché local.

Le mouvement est particulièrement marqué dans la zone euro-méditerranéenne, où une part croissante de l'industrie automobile est localisée dans les pays de l'Est et en Turquie. Ce mouvement a connu plusieurs phases : au départ limité à quelques pays (Hongrie, Rép. Tchèque, Pologne), il s'étend maintenant à d'autres pays de l'Est ; au départ centré sur des activités à relativement faible valeur ajoutée, il concerne maintenant des activités à plus fort contenu en technologie dans les pays offrant les meilleures ressources de main d'œuvre (Hongrie, Rép. Tchèque) ; d'abord constitué d'un flux de projets isolés, il aboutit peu à peu à la constitution dans certains pays de filières de production complètes localisées dans des districts industriels puissants.

Les pays de la zone MEDA n'ont pas pour l'instant, malgré quelques opérations ponctuelles parfois importantes, massivement bénéficié de ce mouvement. Des conditions d'attractivité jusqu'à présent moins favorables que celle des pays de l'Est expliquent la faiblesse

des flux de projets internationaux. Cette situation, aggravée par l'absence d'initiative locale, n'a pas permis la mise en place, à quelques rares exceptions près (Tunisie et surtout Turquie), de pôles de compétitivité significatifs et a fortiori de filières intégrées (cf. infra).

Il apparaît cependant qu'un nombre croissant d'industriels du secteur, confrontés à la montée des coûts de production des pays de l'Est de « première vague », s'intéressent de plus en plus aux perspectives offertes par certains pays de la zone MEDA, et tout particulièrement le Maghreb et la Turquie. Sur la base de la stricte comparaison des coûts de production directs, ceux-ci apparaissent en effet très compétitifs. Cependant, une véritable dynamique d'industrialisation par afflux de projets étrangers suppose une notable amélioration de l'environnement d'affaires, tant sur le plan du contexte économique et réglementaire général que sur des points plus techniques (infrastructures, main d'œuvre qualifiée, mise à niveau des sous-traitants et fournisseurs locaux).

L'évolution des stratégies de distribution

La nouvelle réglementation de la distribution automobile, promulguée par la Commission européenne afin de libéraliser le secteur, entraîne un repositionnement des acteurs :

- Les constructeurs, dont le contrôle sur le marché a été mis à mal (même si leur pouvoir sur les concessionnaires reste fort), cherchent à alléger leurs coûts de distribution à travers une réduction du nombre de distributeurs et la mise en place de nouveaux canaux de distribution (Internet, Grande distribution). Ils cherchent également à développer la vente directe (buy back, etc.), ce qui contribue par ailleurs au développement d'un segment de véhicules d'occasions récents, qui vient concurrencer fortement la vente de véhicules neufs opérée traditionnellement par les réseaux de marque. Enfin, l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement permet une réduction des délais de livraison. Mais ceci suppose l'existence de réseaux logistiques performants et milite en faveur d'une localisation de la production à proximité des marchés finaux.
- Les concessionnaires les plus puissants financièrement essaient de créer de véritables groupes multi-marques pour se rendre plus auto-

nomes par rapport aux constructeurs (à l'image de PGA Motors qui a racheté Cica, le numéro 2 de la distribution française). Les autres distributeurs, qui restent très dépendants des constructeurs, cherchent à diversifier leurs activités vers le service après-vente.

- Enfin, de nouveaux entrants (grande distribution, banque, assurance, grossistes et centrales d'achat, services Internet) cherchent à pénétrer ce marché, soit à travers des investissements propres, soit en passant des accords avec les constructeurs.

2. L'industrie automobile dans la région MEDA

Dans un contexte de libéralisation progressive, mais encore inachevée, en matière d'échanges internationaux comme de marché intérieur, les pays de la région MEDA ont noué des liens économiques privilégiés avec l'Union Européenne dans le secteur automobile.

Mais, malgré des progrès ponctuels, l'industrie automobile des pays MEDA reste aujourd'hui peu développée, avec un commerce extérieur très déficitaire. Seuls quelques pays comme la Turquie ou la Tunisie ont commencé à développer leur industrie locale en tirant parti des complémentarités potentielles avec les pays d'Europe de l'Ouest.

En particulier, les flux d'investissements étrangers vers la région MEDA restent aujourd'hui encore limités par rapport à ceux concernant les pays de l'Est, sauf vers la Turquie. Cette situation s'explique par un certain nombre de handicaps en matière d'environnement d'affaires.

Ceux-ci ne semblent pas insurmontables, d'autant que les industriels, notamment européens, montrent un intérêt croissant pour la zone. Mais des progrès rapides doivent cependant être réalisés dans de nombreux domaines d'ordre à la fois réglementaire, technique, industriel et humain.

Des liens privilégiés avec l'Europe dans un contexte de libéralisation partielle

Une libéralisation encore inachevée

Le cadre international

Nous étudierons successivement le cadre réglementaire international régissant les échanges dans le secteur automobile, les relations spécifiques entre l'Union Européenne et la région MEDA, enfin le développement des accords internes aux pays MEDA.

Le cadre juridique général : les accords de l'OMC

Les accords de l'OMC, dont la plupart des pays MEDA sont signataires (à l'exception de l'Algérie, du Liban, de l'autorité palestinienne et de la Syrie), prévoient un démantèlement progressif des protections tarifaires et non tarifaires sur le commerce de véhicules et d'équipements automobiles. Déjà entré en vigueur pour la plupart des pays développés, ce démantèlement devrait s'opérer de manière plus graduelle pour les pays en développement.

Ces accords comportent également des mesures concernant les investissements et liées au commerce interdisant notamment les obligations d'intégration locale minimum et de compensation (voir annexe 8). Ces mesures concernent tout particulièrement le secteur automobile.

L'Union Européenne et la région MEDA : processus de Barcelone et accords d'association

Les relations entre l'Union Européenne et les pays de la zone MEDA sont encadrées depuis le 28 novembre 1995 par le Processus de Barcelone. Celui-ci prévoit notamment l'instauration progressive d'une zone de libre-échange, à travers, notamment, la mise en place d'accords d'association et de libre-échange bilatéraux et régionaux. (voir description générale dans Saint-Laurent-Apotheloz, 2004).

Entre 1995 et 2003, huit accords d'association ont été signés avec les pays de la région MEDA : Tunisie (1995), Israël (1995), Maroc (1996), Territoires Palestiniens (1997), Jordanie (1997), Egypte (2001), Liban (2002) et Algérie (2002). A l'exception de l'Egypte et l'Algérie, ils sont tous entrés en vigueur.

Par ailleurs, Chypre et Malte ont rejoint l'UE en mai 2004 et la Turquie appartient à l'Union douanière depuis janvier 1996.

Sur le plan sectoriel, les échanges de biens industriels seront libéralisés progressivement entre l'UE et ses partenaires. Cette libéralisation est déjà effective avec Israël et les Territoires Palestiniens, elle sera achevée avec la Tunisie en 2010, avec le Maroc en 2012 et avec les autres pays entre 2015 et 2020.

L'automobile dans les accords régionaux

Le secteur automobile, considéré comme sensible, tient une place particulière dans les accords commerciaux régionaux. Il peut être promu

dans certains cas, soumis à des règles particulières dans d'autres, ou bien totalement exclu de l'accord par souci protectionniste.

Dans l'ensemble, les accords régionaux et bilatéraux sont favorables au développement des échanges automobiles. A moyen terme, ils devraient favoriser de nouvelles zones ou pays encore protectionnistes qui, en s'ouvrant, pourront tirer divers bénéfices, notamment en terme de sous-traitance.

Certains pays signataires d'accords de libre-échange de la région MEDA ont cependant mis en place des mesures pour protéger leur industrie. En Egypte, l'exonération des droits de douane ne s'applique pas aux véhicules. La Tunisie a établi un système de compensation portant sur l'achat de pièces détachées locales pour l'importation de véhicules à droits réduits et a mis en place des quotas (voir infra, analyse détaillée par pays).

L'intégration économique régionale dans la zone MEDA

Un espace économique régional euro-méditerranéen nécessite également la conclusion d'accords de libre-échange entre pays méditerranéens (relation Sud-Sud) en complément des accords d'association (relation Nord-Sud). Or, pour l'instant, malgré quelques initiatives limitées (voir détails dans [Saint-Laurent – Apothéloz, 2004]), la portée de ces accords était restée très réduite au sein de la zone MEDA.

Depuis le processus de Barcelone, plusieurs initiatives de négociation d'accords commerciaux Sud-Sud ont été lancées pour dynamiser l'intégration (accords de libre-échange régionaux, accords de libre-échange bilatéraux, accords préférentiels). Le processus d'Agadir, lancé en mai 2001, constitue en particulier un élément majeur dans la dynamique d'intégration régionale. Il prévoit la création d'une zone de libre-échange entre les pays arabes de la Méditerranée. Les négociations ont abouti en janvier 2003 à Amman à la signature d'un accord entre le Maroc, la Tunisie, l'Egypte et la Jordanie. D'autres pays pourraient rejoindre cette zone de libre-échange qui a pour vocation à s'élargir. L'accord couvre l'ensemble des échanges commerciaux entre les quatre pays aussi bien pour les produits industriels (dont notamment l'automobile) qu'agricoles.

Des négociations pour une libéralisation du commerce des services sont également prévues. Une fois entré en vigueur, cet accord pourrait supprimer une partie des obstacles structurels à l'élargissement du marché méditerranéen et améliorera l'attractivité des pays signataires pour les investisseurs étrangers.

Le cadre interne

Les politiques mises en place par les pays MEDA s'inscrivent dans l'ensemble dans une perspective de libéralisation et d'ouverture aux échanges : modernisation des infrastructures et des services publics, adaptation des fiscalités à l'économie de marché (dispositifs de défiscalisation, convention de non double imposition), liberté accrue d'investissement, notamment pour les firmes d'origine étrangère (liberté d'acquisition de terrains, de création de sociétés locales, de rapatriement des bénéficiaires). Le mouvement est particulièrement net dans les deux pays les plus attractifs pour les investissements automobiles, la Turquie et la Tunisie (cf. infra, monographies nationales).

Des liens économiques étroits avec l'Europe de l'Ouest

L'Europe de l'Ouest est à la fois le premier fournisseur et le premier débouché pour les pays MEDA dans le domaine de l'automobile :

- Le marché de l'Europe de l'Ouest représente le débouché principal de l'industrie automobile des pays de la région MEDA : 69 % en 2002. Ce chiffre atteint 68 % pour les équipements automobiles (et même 90 % pour le Maroc et la Tunisie), 74 % pour les véhicules particuliers et 65 % pour les véhicules utilitaires.

Figure 17. Part de l'Europe de l'Ouest dans les exportations MEDA.

Source : CEPIL, base CHELEM

Produit	1992	2002
Total tous produits	51,7 %	69,0 %
Véhicules particuliers	57,0 %	73,7 %
Équipements	71,0 %	67,9 %
Véhicules utilitaires	17,6 %	65,0 %

- Réciproquement, en 2002, 71 % des importations de la zone MEDA provenaient d'Europe de l'Ouest, pourcentage en forte augmentation

depuis 1992 après une chute entre 1972 et cette date (figure 18). Ce chiffre atteint respectivement 80 % pour les équipements automobiles, 71 % pour les automobiles particulières et 64 % pour les véhicules utilitaires. Dans tous les cas, ce sont les pays du Maghreb et la Turquie qui sont les plus tournés vers les produits originaires d'Europe de l'Ouest.

Figure 18. Part de l'Europe de l'Ouest dans les importations MEDA de véhicules. Source : CEPIL, Base CHELEM

Produit	1972	1982	1992	2002
Total tous produits	79,6 %	68,1 %	59,4 %	71,1 %
Véhicules particuliers	83,5 %	69,0 %	51,1 %	71,0 %
Équipements	82,7 %	78,7 %	84,7 %	79,8 %
Véhicules utilitaires	72,3 %	63,7 %	52,1 %	64,0 %

Un développement industriel limité, une balance commerciale déficitaire

Un développement industriel limité

Les pays MEDA ne représentent aujourd'hui qu'une faible part de l'industrie automobile mondiale : moins de 500 000 véhicules produits en 2003, soit moins de 1 % de la production mondiale. De ce fait, leur part dans le commerce mondial est faible et leur balance commerciale structurelle déficitaire malgré un redressement progressif. L'activité est surtout concentrée en Turquie, où la filière automobile emploie plusieurs centaines de milliers de personnes, et dans une moindre mesure, en Tunisie (équipements automobiles). Il existe également une production marginale de véhicules en Égypte et au Maroc (figure 19).

Un commerce extérieur fortement déficitaire

L'analyse de la base de données CHELEM montre à la fois la marginalité globale des pays MEDA dans les flux de commerce automobile¹¹, et l'existence d'un déficit structurel important, qui se réduit cependant progressivement, du fait essentiellement de la montée en puissance des exportations turques.

Figure 19. Quelques données sur l'automobile dans certains pays de la région MEDA (2002). Sources : Base CHELEM, DREE

	Production		Immatriculation	Emplois
	Unités (milliers)	G euros	(milliers)	(milliers)
Chypre			40	
Egypte	45,2		72 (2003)	80
Israël			126	
Maroc	25,1	1,9		20
Tunisie		0,5 (1999)	45	20
Turquie	357,0		95	500

Une marginalité globale malgré un développement récent

De 1967 à 1992, les exportations de véhicules de la zone MEDA ont représenté une part faible et relativement constante des exportations mondiales, soit 0,1 %. Mais ce chiffre s'est ensuite significativement accru pour atteindre 0,6 % en 2002, témoignant d'un dynamisme nouveau. La part des véhicules dans les exportations des pays MEDA a également augmenté, passant de moins de 1 % avant 1992 à 3 % en 2002.

Figure 20. Part des exportations MEDA dans le commerce automobile mondial pour chaque type de produit. Source : CEPIL, Base CHELEM

Produits	1972	1982	1992	2002
Total tous produits	0,13 %	0,12 %	0,09 %	0,62 %
Véhicules particuliers	0,08 %	0,03 %	0,04 %	0,39 %
Equipements	0,11 %	0,13 %	0,16 %	0,62 %
Véhicules utilitaires	0,30 %	0,27 %	0,15 %	1,52 %

Cette évolution se retrouve pour différents types de produits (cf. également figure 21) :

- Dans les éléments de véhicules automobiles, la part de marché de la région MEDA est passée de 0,1 % en 1972 à plus de 0,6 % en 2002, avec

11. Regroupant les véhicules particuliers, les véhicules utilitaires et les équipements automobiles.

une accélération très marquée ces dix dernières années, due essentiellement à la Turquie. Les éléments de véhicules automobiles représentent une part croissante des exportations totales des pays MEDA passant de 0,2 % en 1972 à 0,8 % en 2002. Ce phénomène est particulièrement marqué pour la Turquie et la Tunisie (respectivement 2,3 % et 1,5 % en 2002). Aujourd'hui, la Turquie, suivie de très loin par la Tunisie et le Maroc, sont les exportateurs les plus importants de la zone, avec respectivement, en 2002, 83,5 %, 11,0 % et 3,6 % du total.

- Dans les véhicules particuliers, on observe également un redressement de la part de marché de la zone MEDA au cours des années 1990 : 0,4 % des exportations mondiales en 2002 contre 0,04 % en 1992. La part des exportations d'automobiles particulières dans les exportations totales de la région a également augmenté fortement au cours de la même période, passant de 0,1 à 1 %¹². Aujourd'hui, la Turquie représente 84,5 % des exportations de la zone, le reste se partageant entre Malte et Chypre (réexportations).

Figure 21. Part des véhicules dans les exportations totales des pays MEDA.

Source : CEPIL, Base CHELEM

Produits	1972	1982	1992	2002
Total tous produits	0,65 %	0,6 %	0,52 %	3,10 %
Véhicules particuliers	0,20 %	0,05 %	0,14 %	1,14 %
Equipements	0,16 %	0,11 %	0,23 %	0,80 %
Véhicules utilitaires	0,30 %	0,20 %	0,15 %	1,16 %

- En matière de véhicules utilitaires, la part de marché mondiale de la région MEDA s'est fortement accrue, passant de moins de 0,2 % en 1992 à 1,5 % en 2002. La part des véhicules utilitaires dans les exportations totales de la région MEDA a également progressé, passant de 0,15 % en 1992 à 1,16 % en 2002. La Turquie représente 90 % des exportations¹³, le reste se partageant entre la Tunisie, Chypre et Malte (réexportations).

Cette évolution s'explique en grande partie par les progrès de l'industrie turque. En effet, alors que dans les années 1970, les exportations turques de véhicules étaient quasi-nulles, elles ont décollé

12. Elle représente aujourd'hui 6 % des exportations de Chypre et Malte et 3 % de celles de la Turquie.

au cours des années 1990 pour atteindre 3,2 milliards de dollars en 2002. Ce pays est aujourd'hui à l'origine de près de 90 % des exportations de véhicules de la région MEDA (figure 22).

Figure 22. Répartition par pays des exportations totales de véhicules de la zone MEDA (total et par sous-catégories) en 2002. Source : CEPII, Base CHELEM

	Véh. particuliers	Equipements	Véh. util.	Total (%)	Total en GUSD
Turquie	84,5 %	83,5 %	89,3 %	86,0 %	3,2
Israël	0,1 %	0,8 %	1,4 %	0,8 %	0,03
Malte, Chypre	13,8 %	0,6 %	3,6 %	6,6 %	0,25
Algérie	0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,0 %	Eps.
Maroc	0,2 %	3,6 %	1,0 %	1,4 %	0,05
Tunisie	1,2 %	11,0 %	4,0 %	4,7 %	0,2
Egypte	0,1 %	0,2 %	0,6 %	0,3 %	0,01
Jordanie, Syrie, Liban, Aut.Pal.	0,1 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	Eps.
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Total (GUSD)	1,4	1,0	1,4	3,7	3,7

Si l'industrie automobile est moins développée dans les autres pays, certains comme la Tunisie, le Maroc, Chypre et Malte sont à l'origine d'un flux d'exportations d'équipements pour véhicules non négligeable¹⁴, qui peut atteindre dans certains cas (Turquie, Chypre et Malte) près de 10 % du total des exportations.

Un déficit commercial important, qui s'est récemment réduit

Obligés d'importer la majeure partie des véhicules vendus sur le marché intérieur, les pays de la zone MEDA (sauf la Turquie) connaissent un déficit commercial structurel, qui a atteint 6 milliards de dollars en 2002. Cependant, grâce notamment aux progrès des exportations turques et tunisiennes, le solde extérieur s'est nettement redressé au cours des années 1990 (figure 23).

13. Dans ce pays, les véhicules utilitaires représentaient en 2002 3,6 % des exportations totales.

14. Lié dans le cas de Chypre et Malte à la réexportation.

L'industrie automobile dans la région MEDA

Ce redressement se retrouve pour les équipements automobiles (dont le déficit atteignait cependant encore 1,3 milliards de dollars), les automobiles particulières (déficit de 3,4 milliards de dollars) et les véhicules utilitaires (déficit de 1,3 milliards de dollars en 2002) où seule la Turquie présente un excédent commercial.

Figure 23. Solde extérieur des pays MEDA dans le secteur des véhicules
(en % du total du commerce extérieur (Imports + exports)/2). Source : CEPII, Base CHELEM

Pays	1972	1982	1992	2002
Turquie	-2,0	-1,4	-1,5	0,3
Israël	-1,9	-1,8	-1,9	-1,9
Chypre, Malte	-1,6	-1,8	-2,0	-1,1
Algérie	-1,8	-2,0	-2,0	-2,0
Maroc	-1,8	-1,9	-1,7	-1,7
Tunisie	-2,0	-1,9	-1,7	-1,2
Egypte	-1,7	-2,0	-2,0	-1,9
Autres MEDA	-1,3	-1,9	-2,0	-2,0
Total MEDA	-1,8	-1,9	-1,8	-0,9

Figure 24. Chiffres-clés sur le commerce extérieur de pays de la zone MEDA.
Source : CEPII, Base CHELEM

2002	Els de véhicules auto.		Voitures particulières		Véhicules utilitaires		Total : Véhicules*	
	Export.	Import.	Export.	Import.	Export.	Import.	Export.	Import.
Algérie	0,6	225,6	0,2	570,6	0,7	462,6	1,6	1258,8
Egypte	1,7	221,4	1,3	245,8	7,8	256,5	10,7	723,7
Israël	8,0	176,8	1,7	1159,8	19,7	533,9	29,3	1870,5
Maroc	34,9	166,3	2,2	295,4	14,2	182,4	51,3	644,0
Tunisie	105,4	194,1	16,3	306,8	55,4	164,0	177,0	664,9
Turquie	800,3	1026,4	1161,9	829,6	1249,6	415,8	3211,7	2271,7
Chyp. Malte	5,4	68,7	189,5	620,6	49,8	161,1	244,6	850,4
Jord. Syr. Lib.	2,3	186,7	1,5	737,3	2,8	471,5	6,6	1395,5
Total MEDA	958,5	2266,0	1371,3	4765,9	1399,9	2647,8	3732,9	9679,6

* la filière véhicules comprend les éléments de véhicules automobiles (châssis, carrosserie, pièces détachées), les automobiles particulières, motos, cycles, les véhicules utilitaires et autres matériels de transport terrestre (y compris matériel ferroviaire roulant).

Analyse par pays

D'une manière générale, il n'existe pas, à quelques rares exceptions près (Turquie), de pôle de compétitivité significatif et a fortiori de filière intégrée dans la région MEDA dans le secteur automobile. Cette situation s'explique en partie par la faiblesse des flux de projets internationaux et le manque d'initiative locale. Cependant la Turquie a réussi à développer une filière automobile complète, tandis que d'autres pays comme la Tunisie, sans développer jusqu'ici de filière complète, ont accueilli quelques projets de sites d'équipements ou d'assemblage.

Figure 25. Données de cadrage sur l'automobile dans les pays MEDA

2002	Parc autom. (milliers)*	Nombre de véhic. pour 1 000 hab**	Routes (km)***	Routes revêtues (% des rtes)****	Age moyen du parc	VU en circul. (milliers)*****	VP en circul. (milliers)*****
Algérie	2 848	53	104 000	69		1 010	1 739
Chypre	388	574	11 408	61		nd	Nd
Egypte	2 615	30	64 000	78	20	650	1847
Israël	1 835	275	16 521	100		nd	Nd
Jordanie	328	68	7 245	100		59	396
Liban	1 357	320	7 300	85	>10	nd	Nd
Malte	247	607	2 254	97		nd	Nd
Maroc	1 567	51	57 698	56	>10	460	1 326
Palestine	Nd	Nd	Nd	nd		20	70
Syrie	465	29	44 575	21		367	228
Tunisie	750	79	18 997	65	10	Nd	Nd
Turquie	6 255	85	354 373	36		1 828	4 600
MEDA	18 655	197	688 371				

* www.ccf.fr ; **Y compris voitures particulières, bus et véhicules de transports, hors deux-roues (International Road Federation, World Road Statistics) ; ***Y compris routes nationales, autoroutes, routes régionales et secondaires (International Road Federation) ; ****Macadam, bitume, béton (International Road Federation) ; *****Centre de recherches statistiques, économiques et sociales et de formation pour les pays islamiques.

L'industrie automobile dans la région MEDA

Figure 26. Les principaux constructeurs présents dans les pays de la zone MEDA

Algérie	ND
Chypre	Pas de fabrication locale
Egypte	Peugeot, Nissan, BMW, Tofas Fiat, Chevrolet, NASCO
Israël	Pas de fabrication locale
Jordanie	Pas de fabrication locale
Liban	Pas de fabrication locale
Malte	ND
Maroc (assemblage)	VP : Peugeot, Citroën, Renault, Fiat, VU : Mitsubishi, Iveco, Mercedes, Kia, DAF, Nissan Diesel, Isuzu, Scania, Man, Nissan, Volvo
Aut. palest.	Pas de fabrication locale
Syrie	ND
Tunisie	VP : pas de fabrication locale VU : Iveco, RVI, Scania, Volvo, Mercedes, MAN
Turquie	VU : Tofas Fiat, Ford Otosan, Hyundai Assan, Otokar, Askam (Chrysler), Isuzu, BMC, Karsan Peugeot, Otoyol, Mercedes, Man, Temsa, Türk Traktor, Üzel Makina,

Figure 27. Les principaux équipementiers présents dans les pays de la zone MEDA

Algérie	ND
Chypre	Production de carrosseries et accessoires
Egypte	Agents exclusifs : Valéo, Michelin
Israël	Celtronix, Nexus, Taditel Auto, XI information
Jordanie	Agents exclusifs : Peugeot, Renault, Citroën
Liban	Pas de fabrication locale
Malte	ND
Maroc	Valéo, Bennes Marrel, Lamberet, Delphi, Lear, Yazaki, Trèves, Sumitomo, Goodyear, Cover Car
Aut. palest.	ND
Syrie	ND

Tunisie	Valéo, Delphi, Labinal, Leonnische, Defontaine, Sylea, Africa Joints, Assad, GIF, United technologies, Draxlmayer, General Motors, Isuzu, Pirelli
Turquie	Bosch, Sachs, Grammer, HP Helzer, Freudenberg, Gedora, Delphi, Meritor, Federal Mogul, Lear, Johnson Control, Ferodo, Lucas, Magnetti Marelli, Valeo, Faurecia...

Turquie

Le cadre réglementaire

La Turquie offre un cadre réglementaire très largement libéralisé. La fiscalité intérieure sur les véhicules reste cependant élevée :

- Les investisseurs étrangers sont traités de manière non discriminatoire par la législation en place. Ils profitent de réduction sur l'impôt sur les bénéfices des entreprises, d'exemption de paiement de la TVA sur les machines et équipements achetés localement ou importés pour les besoins de l'investissement...
- Les droits de douane sont nuls pour les véhicules provenant de l'Union Européenne en vertu de l'Union douanière. Pour les importations provenant de pays tiers n'appartenant pas à l'Union ou n'ayant pas de convention avec la Turquie, le tarif extérieur commun qui s'applique s'élève à 10 %.
- Les différentes taxes et autres coûts d'acquisition d'un véhicule représentent une fraction importante de la valeur nette du prix d'un véhicule neuf. Elles sont regroupées en une seule taxe : l'ÖTV, la « taxe spéciale sur la consommation ». Celle-ci atteint 50 % pour les véhicules particuliers de plus de 2 000 cc et 9 % pour les minibus. Ces lourdes taxes constituent un frein au développement du marché local.

Les structures de l'industrie turque

La Turquie a sans aucun doute l'industrie automobile la plus développée de la zone. Elle est la seule à disposer d'une industrie complètement intégrée. Elle est, comme nous l'avons vu, à l'origine de près de 90 % des exportations de véhicules automobiles de la région MEDA.

Le secteur automobile est presque totalement privé. Le noyau de cette industrie a été historiquement constitué par une activité d'assemblage de véhicules à partir de composants entièrement importés, destinée au marché local, et protégée par des barrières douanières (implantation de Renault à Bursa en 1971). Puis l'intégration locale s'est progressivement accrue, avec le développement d'une indus-

trie locale d'équipements. A partir de l'entrée du pays dans l'Union douanière avec l'Union Européenne en janvier 1996, l'industrie a connu une mutation rapide et est devenue progressivement un centre de production de dimension régionale.

Aujourd'hui, l'automobile constitue l'un des piliers de l'économie turque. Elle emploie environ 500 000 personnes, regroupe plus de 1 000 entreprises et compte pour 9 % des exportations turques. On dénombre 19 constructeurs de véhicules automobiles, parmi lesquels cinq fabricants de véhicules particuliers (Renault, Fiat, Toyota, Honda, Hyundai) occupent une place majeure.

La Turquie se positionne assez loin derrière les grands centres de production avec 562 000 unités produites en 2003, soit 0,9 % de la production mondiale (+57,5 % par rapport à 2002) dont 294 000 véhicules particuliers et 240 000 véhicules utilitaires (parts mondiales respectives de 0,7 % et 1,3 %). Mais son industrie se renforce rapidement. Ainsi, la production a progressé de 57 % en 2003 par rapport à 2002, alors que la capacité de production installée s'est accrue de 35 % en 2002 et 55 % en 2003. Au cours des six premiers mois de 2004, la production a atteint 429 000 véhicules, soit une hausse de 76,1 % par rapport à la même période de 2003.

L'industrie turque bénéficie d'un marché intérieur large et dynamique. En 2003 les ventes de véhicules ont augmenté de 127 % par rapport à 2002 et ont atteint 395 000 unités. Cette tendance ascendante s'est poursuivi en 2004 : 381 000 unités ont été produites au cours des 6 premiers mois de l'année, soit une hausse de 117 % par rapport à la même période de 2003.

Outre l'approvisionnement de son marché intérieur, l'industrie turque devient une plate-forme de production pour l'exportation (359 000 unités exportées en 2003), du fait des stratégies des constructeurs étrangers implantés dans le pays. C'est ainsi qu'en 2003, Renault a exporté 98 000 véhicules particuliers, Fiat, 41 000 et Toyota, 61 000. Le pays exporte une part importante de sa production vers les pays de l'Union Européenne avec un total de 107 000 véhicules particuliers et 69 000 véhicules utilitaires pour l'année 2002, ce qui correspond à plus de 1,4 milliards de dollars. Il réalise également

des exportations significatives vers le Moyen Orient, l’Afrique et la Russie.

L’industrie des équipements pour véhicules s’est développée à partir des années 1970 grâce à l’installation des constructeurs automobiles en amont du secteur. Aujourd’hui, il existe environ un millier d’équipementiers, la plupart étant implantés à Bursa, Istanbul et Izmir. Le tissu industriel, assez hétérogène, comprend des fabricants indépendants, des entreprises artisanales et des filiales d’entreprises étrangère. Plus de cent équipementiers étrangers sont installés et jouent un rôle majeur, tandis que 185 firmes étrangères ont un partenariat en Turquie.

L’industrie turque a réalisé au cours des années récentes de gros efforts de qualité. Trois cents équipementiers possèdent aujourd’hui dans le pays des unités de production conformes aux standards mondiaux, leur permettant de fournir directement les constructeurs et d’être présents sur les marchés internationaux. Les autres firmes sont davantage tournées vers les pièces de rechange. Cependant, la Turquie manque encore aujourd’hui d’équipementiers de deuxième rang, ce qui explique pourquoi les équipementiers de premier rang ont des difficultés à intégrer leur production localement.

Parmi les principaux pôles d’activité, on peut citer le site de Bursa. Oyak Renault et Tofas Fiat, premiers producteurs de véhicules particuliers, y ont localisé leur site de production (Bursa est l’unique site de production mondial de la Mégane Break et de la Mégane II Tricorps). La grande région d’Istanbul (Gebze, Kocaeli...) concentre également des activités automobiles. A Gebze notamment, une zone industrielle dédiée à l’automobile (la TOSB) est en développement.

Tunisie

Un secteur encore très réglementé malgré une libéralisation progressive

L’automobile en Tunisie est un secteur réglementé et dont les importations sont encore assez lourdement taxées, dans le cadre d’une politique visant à promouvoir la production nationale :

- Les autorités tunisiennes allouent aux importateurs officiels des « contingents tarifaires » d’importation, en fonction des résultats

présentés par les constructeurs dans le cadre de la « coopération industrielle », c'est-à-dire l'obligation de participer au développement des industries mécaniques et électriques tunisiennes.

- La Tunisie offre aux investisseurs étrangers plusieurs avantages, tels que le dégrèvement des bénéfices réinvestis dans la limite des 35 % de l'assiette de l'impôt, l'exonération des droits de douane, la réduction de la TVA à 10 % pour les biens d'équipement importés et la possibilité d'opter pour le régime d'amortissement dégressif pour le matériel et les outils de production. Depuis 1995, le marché de l'automobile et des composants tunisiens est ouvert à tous les constructeurs : Peugeot, Citroën, VAG, General Motors, Ford, Fiat, Opel...

Les droits de douanes ont été supprimés pour une grande majorité des véhicules à la suite de l'Accord de libre échange signé en 1995 et entré en vigueur en 1996 entre la Tunisie et l'Union Européenne (démantèlement tarifaire généralisé et progressif). Mais la baisse des droits de douane est compensée par la hausse des droits de consommation.

Il existe en effet des taxes importantes sur véhicules tels que la TVA et les droits de consommation. Ces derniers varient de 10 % pour la voiture populaire 4 CV à 355 % pour des voitures de très forte cylindrée.

Enfin, des dispositions fiscales visent à favoriser les tunisiens vivant à l'étranger. Ceux-ci peuvent bénéficier une fois dans leur vie, pour deux véhicules, dont un de 4 CV, d'une franchise partielle ou totale des droits et taxes grâce au régime FCR (Franchise pour Changement de Résidence).

Les structures de l'industrie tunisienne

Après avoir rencontré des difficultés dans le secteur automobile, la Tunisie en 1987, a préféré arrêter le montage de véhicules légers, et s'est orientée vers le développement d'une industrie de composants et d'équipements (voir historique en annexe 7). Les véhicules légers sont donc importés auprès de fournisseurs étrangers par le système d'appels d'offres alors que les véhicules lourds sont montés sur place par la STIA (société tunisienne d'industrie automobile) et la SETCAR (société d'équipement de transport et de carrosserie).

Sur le marché des véhicules particuliers et des utilitaires légers, les marques françaises (Renault, Peugeot, Citroën) occupent la première place. Concernant le marché des camions, des autobus et autocars, les marques les plus représentées sont Renault Trucks (filiale du suédois Volvo Trucks), Iveco, Mercedes et Volvo.

L'industrie des composants automobiles représente l'essentiel de l'activité du pays dans le secteur des véhicules. Elle regroupe 124 entreprises, dont 33 sont totalement exportatrices et emploie environ 20 000 personnes. Plusieurs équipementiers européens sont présents dans le pays : Valéo Embrayage Tunisie, Defontaine Tunisie, Syléa Tunisie, Autoliv, Gruner AG, Kashcke EG, Pirelli via sa participation dans la société locale STIP... Les autres entreprises sont tunisiennes, distribuant surtout sur le marché local. Les systèmes électriques (faisceaux de câbles principalement) représentent plus de 60 % de la production et environ 80 % des exportations de ce secteur. La Tunisie a acquis une bonne compétence, notamment dans le domaine des systèmes du câblage, avec trois des sept plus grands fabricants mondiaux opérant dans le pays.

D'autres secteurs tels que la forge-fonderie, l'usinage, la transformation des plastiques et du caoutchouc, l'électronique... ont également bénéficié d'un effet d'entraînement lié au développement de l'industrie locale des équipements automobiles.

Maroc

Un secteur en cours de libéralisation

En 2004, les droits de douane sur les importations sont de 30,6 % pour les véhicules particuliers et 32 % pour les véhicules utilitaires. Dans le cadre du démantèlement douanier lié à l'accord d'association entre le Maroc et l'Union Européenne, les droits de douanes frappant les véhicules de l'Union diminueront à partir de 2003 et seront totalement supprimés en 2012.

La suppression en cours des protections commerciales dont bénéficiait la SOMACA (Société Marocaine de Construction Automobile) pourrait avoir de graves conséquences, en compromettant la compétitivité des véhicules produits au Maroc. Pour faire face à ce boule-

versement, la SOMACA a été privatisée. Renault détient désormais 46 % du capital de la société, Fiat et PSA chacune 20 %.

Le marché marocain

Les ventes de véhicules automobiles (VP, VUL et 4x4) ont atteint 47 809 unités en 2002, soit une augmentation de 2,7 % par rapport à 2001. Les ventes de voitures particulières importées montées ont connu une très forte progression, passant de 20 644 unités en 2001 à 24 233 unités en 2002 (+17,4 %), alors que les ventes de voitures particulières montées localement (Fiat) sont passées de 11 237 unités en 2001 à 9 777 unités en 2002 (-13 %). Les ventes de VUL ont enregistré une baisse de 5,88 % avec -15,68 % pour les VUL importés montés et -1,30 % pour les VUL importés en CKD.

Les structures de l'industrie automobile marocaine

Le secteur automobile représente dans ce pays 300 sociétés, 20 000 salariés et 20 milliards de dirhams de chiffre d'affaires, soit 1,9 milliard d'euros. Plus moderne que d'autres secteurs industriels du pays, il est également l'un des plus performants à l'export. Avec seulement 4 % de l'emploi industriel, il réalise en effet 6 % de la production de l'ensemble des industries de la transformation, et est à l'origine de 11,2 % des exportations de biens industriels.

Le Maroc dispose d'une unité de montage de véhicules particuliers et utilitaires légers, de neuf chaînes de montage de véhicules utilitaires lourds, de dix constructeurs de carrosseries d'autobus et autocars et d'une industrie de sous-traitance qui regroupe une soixantaine d'entreprises employant plus de 10 000 personnes (voir historique en annexe 7).

La SOMACA dispose d'une capacité de production de 60 000 unités par an (essentiellement pour l'assemblage en CKD pour Renault, PSA et Fiat), largement sous-utilisée. En 2002, Renault a produit 1 323 véhicules particuliers (VP) et 712 véhicules utilitaires légers (VUL), Peugeot 4 416 VUL et Fiat 8 898 VP¹⁵.

Les marques françaises Peugeot, Renault et Citroën conservent les premières places du marché des VP importées montées avec au total plus de 60 % de parts de marché. Mais les marques concurrentes

Volkswagen, Ford, Toyota et Nissan ont enregistré de considérables augmentations de leurs ventes ces dernières années.

La quasi-totalité des ventes de poids lourds sont issues du montage local. Les principales marques de poids lourds assemblés localement sont Mitsubishi, Isuzu et Renault. Les véhicules sont importés en kit et le taux d'intégration de pièces fabriquées localement est assez faible. En 2002, les ventes de poids lourds ont augmenté de 13,5 % (de 3 521 à 3 997 unités).

Le flux d'investissements étrangers est plutôt orienté à la hausse. De janvier 2003 à juin 2004 le Maroc a accueilli dix projets d'investissement automobiles, dont cinq provenant de France. Par exemple, les entreprises française Trève, portugaise Sunviauto et espagnole Cover Car ont investi, dans trois usines distinctes à Tanger, à eux trois plus de 15 millions d'euros pour la fabrication de coiffes pour sièges automobiles. Le groupe Valéo a inauguré en 2003 un nouveau site de production à Bouznika, au sud de Rabat, où sont employés 1 550 salariés –une partie de cette activité ayant suivi le donneur d'ordre Fiat en Tunisie depuis. Il dispose désormais de trois usines et d'un centre de recherche au Maroc et emploie 4 000 personnes. Le groupe japonais Sumitomo Electric Wiring System vient d'annoncer la construction d'une seconde usine dans la région de Casablanca pour la fabrication de faisceaux de câbles automobiles pour un montant de 20 millions de dollars et la création de plus 1 000 postes de travail. Le groupe américain Polytech Netting, filiale du canadien Exco Technologies, a annoncé un nouvel investissement dans la fabrication de coiffes de sièges et de composants automobiles en plastique pour un montant de 10 millions d'euros et la création de 1 800 nouveaux emplois. Enfin, après avoir acquis l'usine de montage SOMACA de Casablanca, Renault en est en train de la moderniser pour un montant de plus de 30 millions d'euros. A partir du second trimestre 2005, l'usine devrait y commencer la fabrication de la Dacia Logan. A terme, l'usine devrait produire au moins 30 000 véhicules par an dont la moitié destinée aux marchés d'Afrique du Nord et de l'Ouest.

15. D'après la DREE, la SOMACA a produit en 2002 9 777 voitures particulières (FIAT) et 9 864 véhicules utilitaires légers

Egypte

Une amorce de libéralisation encore timide et incertaine

En 1973, l'Égypte a ouvert son marché automobile aux importations. Mais ces dernières restaient très encadrées par des contingents de sorte que le seul assembleur local de VP, NASCO, soit assuré d'écouler l'intégralité de sa production. En 1993, l'interdiction d'importer des véhicules complets a été levée, le marché s'est ouvert et les autorités ont encouragé les assembleurs étrangers à installer des lignes de production en Égypte.

La taxation douanière sur les véhicules importés montés reste cependant très élevée et croissante avec la cylindrée du véhicule. Elles varient de 10 à 135 % selon le type d'utilisation du véhicule et la cylindrée. Si l'on ajoute les taxes intérieures, la taxation globale sur l'achat de véhicules est comprise entre 30 et 184 %¹⁶. Toutefois, dans le cadre de l'OMC, le pays s'est engagé à diminuer, puis à supprimer, les droits de douane à l'importation à l'horizon 2005.

Afin de promouvoir le développement de la sous-traitance locale et l'augmentation significative de la valeur ajoutée égyptienne, un taux d'intégration locale minimum est imposé aux assembleurs dits CKD. Il atteint 45 % pour les VP, 60 % pour les VUL et 70 % pour les bus et poids lourds. Les tarifs douaniers sur les collections CKD sont calculés à partir de ceux qui touchent les véhicules complets. Ils bénéficient d'un abattement croissant avec le taux d'intégration locale et s'échelonnent de 22 à 28 % selon les composants concernés.

Dans ce contexte, la création des usines d'assemblage par les constructeurs étrangers a été principalement motivée par une stratégie de contournement des barrières douanières appliquées à l'importation de véhicules finis. Or ces tarifs devraient diminuer dès 2005 en vertu des engagements pris dans le cadre de l'OMC. Toutefois, l'Égypte a entrepris des négociations pour prolonger la période d'exemption. A noter aussi qu'au titre de l'accord d'association avec

16. En mai 2004, les autorités ont instauré une nouvelle taxe dite de « droit de développement » (loi N° 90/2004) sur les ventes automobiles CKD et CBU. Les taux de cette taxe sont calculés en fonction de la cylindrée des véhicules, du total de la facture des CKD et du coût total de la facture des CBU.

L'Union Européenne entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2004, les droits de douane sur les VP seront libéralisés en 2019.

Les structures de l'industrie automobile égyptienne

Selon les estimations de l'association des constructeurs automobiles égyptiens, le secteur automobile emploie dans le pays plus de 80 000 personnes, dont 20 000 en phase de production (automobile et sous-traitance) et 60 000 dans la distribution et les services.

Sur les 72 000 véhicules vendus en 2003, plus des deux tiers sont assemblés en Egypte. Plus précisément, les véhicules assemblés localement représentent 62 % du total des véhicules particuliers neufs commercialisés en 2003 et près de 75 % pour les véhicules utilitaires et bus. L'assemblage s'effectue au sein de 17 usines, majoritairement privées et situées dans la région du grand Caire.

La capacité totale de production tous types confondus se situe entre 150 000 et 200 000 unités par an. Cette production est cependant limitée à l'assemblage sous licence de kits CKD importés. Ces derniers comprennent pour les VP, le châssis, les éléments carrosserie, le moteur monté et prêt à l'emploi, les faisceaux multiplexés et les éléments de direction

Le secteur de la sous-traitance automobile, en majeure partie composé d'entreprises locales, comprend plus de 350 entreprises employant au total plus de 20 000 personnes. Cette production locale représente approximativement 20 % de l'ensemble du marché (la contrefaçon étant largement répandue). La majorité des marques internationales est présente par l'intermédiaire d'agents distributeurs.

Le marché automobile égyptien

Le marché automobile égyptien est limité en volume, mais il est très concurrentiel. Plus de 30 marques sont présentes localement, misant sur le potentiel à moyen et long terme du pays. Mais la demande est freinée par le faible revenu par habitant (3 800 USD, PPP en 2001 d'après la Banque Mondiale).

Le transport routier est le principal mode d'acheminement en Egypte (60 % du transport des voyageurs et plus de 90 % du trafic de marchandises). Mais le taux d'équipement en automobile (une

voiture pour 37 individus) est par contre faible.

Dans une conjoncture de ralentissement économique et de dépréciation de la livre égyptienne, les volumes de ventes ont beaucoup baissé depuis 1998 : en 1998, le total des ventes avait atteint 130 000 unités contre 62 000 et 72 000 unités en 2002 et 2003. La capacité d'assemblage est utilisée à moins de 35 %.

Selon le rapport de l'AMIC (Automotive Marketing Information Council), le marché automobile a cependant connu un net rebond entre 2002 et 2003. Toutes catégories confondues, les marques les plus vendues sont Daewoo, Toyota et Tofas Fiat.

Le volume du marché égyptien des pièces détachées (rechange essentiellement) est estimé à 300 M USD par an, réparti entre les pièces destinées à l'assemblage local et les services après-vente. Il s'agit d'un marché très dynamique, du fait des besoins en pièces de remplacement. En effet, la moyenne d'âge du parc automobile est estimée à 20 ans.

La distribution des pièces détachées se partage entre un secteur très structuré et un secteur parallèle d'importation de pièces adaptables ou d'occasion. Les droits de douane à l'importation sont compris entre 10 et 40 % selon les produits.

Figure 28. Quelques gros projets d'investissement en Egypte

En 2003, BMW et son agent Bavaria ont décidé d'établir une nouvelle usine pour l'assemblage des BMW séries 3, 5. La nouvelle ligne de production est considérée comme une des nouvelles générations des usines BMW. L'investissement total devrait atteindre 60 millions de dollars pour une capacité de production de 4 000 véhicules par an.

Le 28 juin 2004, le groupe automobile japonais Nissan Motor Company a annoncé qu'il investirait plus de 100 millions de dollars (soit le plus gros investissement jamais réalisé par une firme japonaise en Egypte) d'ici 2010 pour faire de ce pays une base de production desservant le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. Il est prévu qu'à partir de 2007, 13 000 véhicules soient assemblés par an dont 3 800 pour l'exportation.

Israël

Un cadre réglementaire ouvert, mais une fiscalité lourde

Les véhicules provenant de l'Union Européenne et des Etats-Unis sont exemptés de droits de douane. En revanche, ces derniers s'élevaient à environ 7 % sur les véhicules japonais et coréens.

La fiscalité est lourde : taxe d'achat de 95 %, droit de quai de 1,1 % et TVA de 17 %. Pour les pièces détachées, une taxe d'achat frappe aussi bien les produits locaux que les importations (avec une majoration).

Les structures de l'industrie israélienne

Au cours des dix dernières années, le nombre de voitures particulières en circulation en Israël a augmenté de façon continue. En 2002, 1 960 023 véhicules (dont 1 496 878 voitures particulières) étaient en circulation en Israël pour une population de 6,6 millions d'habitants, soit une voiture pour 2,9 habitants. Le marché du neuf pour les particuliers représente environ 130 000 véhicules par an.

Ne disposant pas d'industrie locale, Israël doit importer tous ses véhicules. Le parc automobile particulier comprend 39 marques différentes de voitures japonaises, européennes, coréennes et américaines. La marque la plus importée est Mazda (groupe Ford), suivie de Toyota, Hyundai, Ford...

Les importations de véhicules utilitaires proviennent surtout d'Europe et du Japon. Les camions représentent un marché en plein développement, dominé par Mercedes et Volkswagen.

Le marché des pièces détachées et équipements est important, de l'ordre de 800 millions de dollars, dont 300 millions importés (données DREE 2002). Les principaux fournisseurs sont l'Allemagne et les Etats-Unis.

La production locale est modeste, mais très dynamique pour certaines catégories de composants. Elle est performante dans la production de parties métalliques, plastiques et dans le secteur de la high-tech. On dénombre environ 50 entreprises et start-ups spécialisées dans les accessoires électroniques et informatiques.

Chypre et Malte

Le marché chypriote de l'automobile est assez mûr. 80 % des foyers possèdent au moins une voiture, plus de 50 % en possèdent deux. Le nombre total de voitures immatriculées en 2003 s'élève à 40 362. La même année, 27 969 voitures particulières ont été importées, dont environ 20 000 du Japon.

La production automobile locale, de niveau assez modeste, ne concerne que des carrosseries, équipements et accessoires.

Une loi adoptée par la Chambre des Représentants a remanié le barème de l'impôt à la consommation sur les automobiles. Celui-ci est désormais fixé en tenant compte de la cylindrée des véhicules au lieu de leur valeur marchande. La réforme sur la fiscalité doit se traduire par une baisse de l'imposition, surtout pour les automobiles de petite et moyenne cylindrée. Par contre, il est moins favorable que le précédent pour les véhicules tout terrain et les véhicules d'occasion.

Quant à Malte, l'île produit et exporte un certain nombre d'équipements électroniques automobiles et participe également aux flux d'export-import intra-méditerranéens.

Liban

Hormis quelques bus assemblés localement, l'ensemble du parc automobile libanais est importé. Il est estimé à 1,6 million de véhicules pour 4 millions d'habitants. Sa moyenne d'âge varie entre 8 et 15 ans.

La valeur totale des véhicules neufs vendus au Liban en 2003 est évaluée à près de 500 millions de USD. En nombre, les ventes des véhicules neufs au Liban (voitures de tourisme et véhicules utilitaires) ont connu en 2003 une importante progression : +12,3 % contre 1 % en 2002. Les ventes des voitures de tourisme ont ainsi augmenté de 16 % par rapport à 2002 (pour une évolution de +20 % en 2002) alors que les ventes des voitures utilitaires (bus et vans) poursuivent la baisse entamée déjà depuis deux ans : -21 % en 2003 et -8 % en 2002.

Le contrôle technique obligatoire des véhicules a été mis en

application en janvier 2004. Un grand nombre de véhicules ne remplissant pas les critères techniques obligatoires risquent de ce fait d'être retirés de la circulation. Les taxis en particulier ont dû abandonner leurs vieux moteurs diesel, très polluants.

Jordanie

Le parc automobile jordanien a enregistré une croissance significative ces dernières années pour atteindre un total de 328 000 véhicules en 2002. L'adhésion de la Jordanie à l'OMC, en avril 2000, et l'entrée en vigueur d'un accord de libre échange avec les Etats-Unis et d'un accord d'association avec l'UE en 2001 et 2002, ont conduit le pays sur la voie de la libéralisation et d'un abaissement progressif des barrières tarifaires. Toutefois, les droits de douanes et les taxes restent encore élevés, freinant l'essor du marché automobile.

En raison d'une production locale quasi-inexistante dans ce secteur (projet Land-Rover), la Jordanie importe l'ensemble des véhicules de l'étranger, principalement d'Asie et d'Europe. Le faible pouvoir d'achat des jordaniens a favorisé le développement du marché de l'occasion. D'où une demande importante de pièces de rechange.

Syrie

Les droits de douane sont élevés : 115 % pour les voitures de moins de 1200 cc et de 150 % pour les plus grosses cylindrées. En outre, des taxes sont à ajouter lors du paiement des droits de douane. Elles sont unifiées en une seule taxe qui dépend du modèle de la voiture.

Le taux de croissance du parc des voitures de tourisme est estimé à environ 8 % l'an. Cependant, le niveau élevé des taxes constitue un élément dissuasif fort pour le consommateur.

Les marchés des poids lourds est en progression forte depuis trois ans en raison de deux principaux facteurs : lancement de nombreux chantiers de construction, rénovation des parcs d'équipement des entreprises d'Etat spécialisées dans les travaux publics. C'est un marché très concurrentiel où tous les fabricants mondiaux sont présents à travers leurs agents.

En 2003, le Ministère de l'Industrie a signé un accord avec le groupe Egyptien Al Wahab portant sur la création d'une société mixte pour la construction de bus de 30 passagers. La capacité de production est de 600 véhicules par an. Le capital alloué à ce projet s'élève à 3 704 135 USD, financé à 40 % par la partie syrienne. Le Ministère a également signé deux accords semblables avec des groupes iraniens et malaisiens.

Atouts, handicaps et opportunités pour l'accueil des investissements internationaux

Au sein de la région euro-méditerranéenne, le mouvement de délocalisation à destination des pays émergents a pour l'instant surtout bénéficié aux pays d'Europe de l'Est. Les flux d'investissement vers la zone MEDA restent par contre limités et focalisés sur quelques pays (Turquie, Maroc, Tunisie). Cette situation s'explique par l'existence de plusieurs handicaps sérieux en matière d'image, d'environnement des affaires et d'environnement industriel et technologique. On observe cependant un intérêt renouvelé des industriels pour la zone, qui pourrait se concrétiser par une augmentation des flux de projets si des améliorations étaient apportées aux conditions locales des affaires.

Une délocalisation qui a surtout profité aux pays de l'Est

La filière automobile est l'un des secteurs qui a donné lieu au flux d'investissements internationaux les plus importants en Europe au cours des années récentes. Sur 1,2 millions d'emplois créés par les multinationales dans cette région entre 1998 et 2002, 250 000 l'ont été dans la filière automobile. Sur ce total, près de la moitié l'ont été dans les pays de l'Est (figure 29). Les investisseurs allemands et scandinaves, en particulier, ont massivement réorganisé leurs filières de production en les relocalisant vers l'est de l'Europe.

Figure 29. Créations d'emplois par les investissements internationaux en Europe dans le secteur automobile (1998-2002). Source : AFII, d'après Ernst and Young

(Milliers)	Assemblage	Equipements	Total	%
Europe de l'Ouest	72,2	67,3	139,5	53,8 %
Europe de l'Est	39,3	80,8	119,9	46,2 %
Total	111,5	148,1	259,4	100 %

Ce mouvement s'est traduit par l'émergence rapide de pôles de production automobile très actifs dans des pays tels que la Hongrie et la République Tchèque à travers l'implantation par les firmes multinationales des principaux maillons de la filière. En 2003, 2,6 millions de véhicules particuliers ont été produits dans les pays de l'Est (contre 2,2 en Espagne et 3,3 en France). A l'horizon 2010, la capacité de production devrait atteindre 3 à 3.5 millions d'unités pour une demande de l'ordre de 2.4 millions.

Ce mouvement ne cesse de gagner en intensité et en extension géographique. D'une part, les pays les mieux dotés en main d'œuvre qualifiée, comme la République Tchèque ou la Hongrie, accueillent des activités à niveau technique de plus en plus élevé : petits centres de développement et de conception... On assiste ainsi à la constitution progressive de filières complètes regroupant constructeurs et équipementiers dans des districts industriels puissants.

D'autre part, ces pays de première génération sont suivis maintenant par d'autres pays à bas coûts salariaux (Roumanie, Bulgarie...) où les projets d'implantation d'activités de main d'œuvre se multiplient (figure 30).

Figure 30. Les projets d'investissement dans le secteur automobile en Europe en 2003 et 2004 : poursuite de la délocalisation vers l'est

1. L'année 2003. D'après les Observatoires Europe et France de l'AFII, 294 projets ont été recensés en 2003 dans le secteur constructeurs automobiles et équipementiers. Les principaux pays d'origine de ces projets sont l'Allemagne (70 projets pour 37,3 % des emplois créés), le Japon (67 projets pour 19,6 % des emplois créés), les Etats-Unis (55 projets pour 10,1 % des emplois créés), la France (32 projets pour 16,6 % des emplois créés) et l'Italie (13 projets pour 4,4 % des emplois créés).

Les sites de production représentent à eux seuls 72,1 % des projets et 95,5 % des emplois créés. Les bureaux commerciaux, les centres de recherche, les services administratifs internes et QG, les sites de distribution et de logistique représentent chacun de 10 à 30 projets. Les créations de sites nouveaux représentent la majorité des projets : 65,6 % des projets pour 72 % des emplois. Les PECO attirent 42,5 % des projets et 76,1 % des emplois créés. En nombre d'emplois, la Roumanie arrive en tête (22 %), suivie de la Pologne (15,6 %), de la République Tchèque (14,4 %), de la Slovaquie (11,8 %) et de la Hongrie (10,1 %). L'Allemagne n'attire que 4,2 % des emplois.

2. L'année 2004 (résultats partiels). Sur les 9 premiers mois de 2004, 198 projets ont été recensés dans le secteur constructeurs automobiles et équipementiers. Les principaux pays d'origine de ces projets sont l'Allemagne (55 projets pour 25,3 % des emplois créés), le Japon (47 projets pour 19,6 % des emplois créés), les Etats-Unis (25 projets pour 18,4 % des emplois créés), la France (17 projets pour 10 % des emplois créés) et la Suède (9 projets pour 1,3 % des emplois créés).

Les sites de production représentent à eux seuls 80,8 % des projets et 95,7 % des emplois créés. Les bureaux commerciaux, les centres de recherche, les services administratifs internes et QG, les sites de distribution et de logistique représentent chacun de 1 à 16 projets. Les créations de sites nouveaux représentent la majorité des projets : 68,2 % des projets pour 70,3 % des emplois. Les PECO attirent 51 % des projets et 69,8 % des emplois créés. En nombre d'emplois, la Hongrie arrive en tête (16,1 %), suivie de la République Tchèque (14,4 %), de la Slovaquie (14,3 %), de la Roumanie (10,4 %), et de la Pologne (8,4 %). L'Allemagne n'attire que 1,6 % des emplois.

Un flux de projets limité vers la région MEDA

Un bilan de l'année 2003

Par rapport aux flux importants de projets en Europe de l'Est, les investissements internationaux dans la région MEDA ont été limités en 2003 : 26 projets contre un total de 290 pour l'ensemble de l'Europe (voir liste détaillée en annexe 6). L'industrie automobile constitue cependant l'un des tous premiers secteurs d'investissement dans la zone MEDA (9 % du total des projets recensés en 2003, au deuxième rang derrière le secteur textile-confection).

Les principaux pays investisseurs ont été la France (5 projets), l'Allemagne (5), la Russie (3), les Etats-Unis (3) et, le Japon (2). L'Italie, la Malaisie, la Slovaquie, la Corée du Sud, l'Espagne, la Suède et le Royaume-Uni (1) sont chacun à l'origine d'un projet. Parmi les investisseurs, on peut mentionner les noms de Renault, Toyota, Valeo, Bosch, UAZ (Russie) et GAZ (Russie).

La Turquie constitue le premier pays d'accueil, avec 9 projets, suivie du Maroc (6), de l'Égypte (5), de l'Algérie (3), de la Jordanie (1), de Malte (1) et de la Syrie (1).

Certains investissements ont cependant atteint des montants élevés : en Turquie, Bosch a investi 182 millions d'euros et Renault 200 millions d'euros (production de la nouvelle Mégane) ; au Maroc, Sunviauto a investi 41 millions d'euros (création de 200 emplois pour la fabrication de coiffes pour sièges automobiles).

A noter qu'une partie importante des opérations de délocalisation vers la zone MEDA ne se traduit pas par des flux d'investissements directs, mais par des opérations de sous-traitance (cf. figure 31).

Les neuf premiers mois de 2004

Au cours des neuf premiers mois de 2004, les pays de la zone MEDA ont accueilli 19 projets dans le secteur de la construction et de l'équipement automobile contre 198 pour l'Europe. L'industrie automobile représente le 4^e secteur d'investissement dans la région derrière les secteurs de l'énergie, de l'agroalimentaire et du tourisme.

Les principaux pays d'origine de ces investissements ont été la France (7 projets), le Japon (4 projets) et les États-Unis (2 projets). L'Allemagne, l'Italie, le Portugal, la Russie, la Corée du Sud et l'Espagne sont chacun à l'origine d'un projet.

Le premier pays d'accueil est la Turquie avec 9 projets. Elle est suivie par le Maroc (4 projets), l'Égypte (3 projets), l'Algérie (1 projet), la Jordanie (1 projet) et la Tunisie (1 projet).

On peut noter l'existence de quelques projets majeurs : Toyota augmente sa capacité de production dans son usine d'Adapazari en Turquie (180 millions d'euros et 400 nouveaux emplois) ; Nissan compte investir 100 millions de US dollars d'ici à 2010 en Égypte.

Figure 31. Investissement ou sous-traitance, deux types de délocalisation vers la zone MEDA

Pour développer leurs activités dans la zone MEDA, les multinationales ont le choix entre l'investissement direct et la sous-traitance :

- En Turquie, de nombreux constructeurs se sont implantés au cours des années récentes pour réexporter à partir de cette base « low cost » : Oyak Renault (Clio Symbol, Megane Break), Fiat (Doblo), Ford (Transit Connect), Toyota (nouvelle Corolla), Hyundai (Starex).
- En Tunisie, les autorités cherchent à développer les opérations de sous-traitance destinées à la réexportation vers le marché international dans le secteur des composants automobiles. Elles cherchent dans ce but à assurer la mise à niveau du secteur de la fonderie et de la forge afin d'offrir une capacité concurrentielle pour la sous-traitance de pièces de fonderie et pour l'usinage.

Attractivité comparée des trois zones

Le cas de la Turquie mis à part, les pays MEDA sont nettement distancés par l'Europe de l'Est et bien sûr de l'Ouest pour l'accueil des investissements des firmes multinationales (26 projets accueillis contre 125 pour les PECO et 136 pour l'Europe de l'Ouest, figure 32).

Figure 32. Localisation des projets automobiles en 2003-2004. Sources : AFII (Observatoires Europe et France) et ANIMA (MIPO)

Pays	2003		2004	
	Nombre	%	Nombre	%
Europe de l'Ouest	165	51,5	97	44,7
Europe de l'Est / PECO	125	39,1	101	46,5
MEDA	26	8,1	19	8,8
Autres	4	1,3	0	0
Total	320	100,0	217	100,0

Cet écart s'explique par des conditions d'attractivité, dans l'ensemble moins favorables pour chacun des grands critères de localisation des firmes : environnement global des affaires, proximité au marché final, qualité de l'environnement industriel et technique, coûts de production (salaires, immobilier, fiscalité).

La compétitivité de l'Est européen (PECO)

La compétitivité de la région repose sur six facteurs majeurs :

- Une bonne image en matière de stabilité politique, économique et sociale, liée notamment à la perspective de l'entrée dans l'Union Européenne ;
- La proximité par rapport aux principaux centres de demande ouest-européens et un marché local en croissance rapide ;
- Un environnement technique et industriel favorable, avec la présence de nombreuses industries amont et connexes compétitives (plastiques, métaux, électronique) et nouant des relations de coopération de plus en plus fortes ;
- Une main d'œuvre qualifiée à un coût relativement faible (surtout pour les PECO dits « de deuxième génération ») ;
- Une dynamique de développement de l'ensemble de la filière (implantation d'équipementiers à proximité des sites d'assemblage pour alimenter ceux-ci) ;
- Enfin, une politique industrielle active : appui des Etats aux investisseurs, notamment en matière de formation, politique active d'attraction, recherche d'une amélioration de l'environnement des affaires.

L'Europe de l'Ouest

Les principaux avantages des pays d'Europe de l'Ouest sont liés à l'existence d'une main d'œuvre qualifiée et d'un environnement industriel et technique très favorable (grands pôles de production), à la proximité au marché et à un environnement globalement favorable aux affaires. Le principal handicap est le niveau élevé des coûts de production.

Les pays de la région MEDA

Au delà de quelques atouts et handicaps communs, la très grande diversité des pays MEDA implique une analyse au cas par cas en distinguant notamment le cas des pays déjà dotés d'une industrie automobile significative, comme la Turquie.

Quelques atouts et handicaps communs

Parmi les avantages comparatifs les plus importants partagés par la plupart des pays MEDA, on trouve la faiblesse des coûts sala-

riaux par rapport à ceux de l'Europe de l'Ouest, avec des salaires en moyenne cinq fois moins élevés que les salaires européens. Par exemple, en Turquie, le salaire d'un ouvrier non qualifié est de l'ordre de 160 USD par mois et le salaire de base d'un ingénieur est de 1 000 USD par mois. D'autre part, les charges sociales sont relativement peu élevées.

Cependant, ces pays partagent cette caractéristique avec les pays PECO de deuxième génération (Roumanie, Bulgarie, etc.), aussi bien ou mieux dotés qu'eux en ce qui concerne l'environnement d'affaires, l'image du pays, la qualité de la main d'œuvre, l'accès au marché, etc. Ce premier avantage n'est donc pas à lui seul suffisant pour orienter les investisseurs vers la zone. Or, concernant les autres critères de localisation, les différents pays de la zone présentent des situations très diverses, mais souvent assez défavorables.

La diversité des situations nationales

La Turquie, déjà dotée d'une filière industrielle complète, offre une base technologique et de savoir-faire importante : main d'œuvre qualifiée, présence de sous-traitants et de fournisseurs, accès aisé au marché européen, marché local en croissance rapide. Par contre, les taux de salaire, en augmentation, sont d'ores et déjà supérieurs à ceux des PECO ou des pays MEDA de seconde génération.

La Tunisie, et dans une moindre mesure, le Maroc, partagent ces caractéristiques, avec cependant une base industrielle moins forte (absence d'activité de construction en Tunisie) et un marché local de plus petite taille.

Malte, Chypre et Israël présentent des caractéristiques assez proches des pays d'Europe de l'Ouest, tant en matière de qualification de la main d'œuvre que de coûts salariaux, mais n'ont pas développé de base industrielle propre dans le secteur automobile. Le développement sur des niches très spécifiques (par ex : équipements électroniques en Israël), est cependant envisageable.

Enfin, pour d'autres pays, l'absence de base industrielle forte et, parfois, les handicaps liés à l'environnement général des affaires, pénalisent pour l'instant leur attractivité dans le secteur automobile.

Figure 33. Atouts et handicaps des différents groupes de pays pour l'attraction des investissements automobiles

Pays	Atouts	Handicaps	Menaces	Opportunités
Europe de l'Ouest	-Marché, -Base industrielle -Savoir-faire	- Coûts salariaux	- Risque de délocalisation (équipementiers)	
PECO 1 ^{re} génération	- Début de constitution de pôles de compétence - Entrée dans l'UE	- Logistique	-Hausse des coûts salariaux - Concurrence des pays à bas coûts	- Montée en gamme des produits fabriqués
PECO 2 ^e génération	-Coûts salariaux	- Logistique		- Hausse des coûts salariaux dans les pays de 1 ^{re} génération
Turquie	-Maturité du tissu industriel -Vaste réseau des opérateurs -Coûts salariaux -Union Douan. avec l'UE - Investissts. importants	-Pas d'appartenance à l'UE		
Maghreb	- Accords d'associations avec l'UE -Main d'œuvre francophone -Réseau de communication performant	-Non UE -Fragmentation du marché - Marché local limité - Intégration commerciale insuffisante -Faible effort d'investissement -Logistique	-Hausse des coûts salariaux -Concurrence de nouveaux pays à bas coûts -Risque de perte des activités de délocalisation existantes	
Machrek	-Coûts salariaux -Accords d'association avec l'UE	-Problèmes d'image -Problèmes logistiques -Environnement industriel		-Hausse des coûts salariaux dans les pays de 1 ^{ère} génération -Recherche de nouveaux lieux de délocalisation

Un intérêt croissant des industriels pour la zone

Il apparaît cependant qu'un nombre croissant d'industriels, confrontés à la montée des coûts de production des pays de l'Est de première génération s'intéressent de plus en plus aux perspectives offertes par certains pays de la région MEDA. Ce mouvement se traduit par une augmentation progressive du nombre de projets annoncés ou à l'étude (ex : implantation de Renault au Maroc¹⁷).

17. Largement motivé par la formation d'une zone de libre-échange méditerranéenne dans le contexte des accords d'Agadir.

3. Recommandations pour attirer des IDE dans l'automobile vers les pays MEDA

Pour maintenir et accroître les flux d'investissements et profiter des relocalisations, nombreuses en provenance de l'Union Européenne, les pays MEDA doivent encore consentir des efforts.

Mesure d'ordre général : intensifier la solidarité régionale et améliorer l'environnement local des affaires

Intensifier la solidarité régionale

La coopération régionale doit être intensifiée tant avec l'union européenne (processus de Barcelone) qu'entre les pays MEDA eux-mêmes (accords de type « Agadir ») dans le but d'une plus grande libéralisation des échanges automobiles :

- Ouverture réciproque des marchés des pays MEDA afin de garantir des débouchés locaux plus importants aux industriels de la zone.
- Constitution d'une zone euro-méditerranéenne intégrée avec démantèlement des obstacles tarifaires et non tarifaires entre les pays de la zone pour assurer des débouchés mutuels, harmonisation des cadres réglementaires, mise en place d'infrastructures transversales.
- Renforcement du partenariat entre les entreprises européennes et celles des pays MEDA en vue d'accélérer le processus de modernisation et de mise à niveau.

Améliorer l'environnement des affaires

Une véritable dynamique d'industrialisation par afflux de projets étrangers suppose une amélioration notable de l'environnement des affaires :

- Au plan international : meilleure association au pôle de stabilité économique et sociale que constitue l'Europe, et, bien sûr, efforts d'ordre politique et diplomatique pour apaiser les tensions de la zone.
- Au niveau technique, industriel et logistique : amélioration des infrastructures de transport, disponibilité de main d'œuvre qualifiée, mise à niveau des sous-traitants et fournisseurs locaux, centre de recherche.
- Au niveau du cadre réglementaire et administratif : efforts en matière de transparence et d'efficacité des procédures administratives, de simplification et de libéralisation des réglementations, de fiscalité (même si certaines situations sont déjà très favorables).

Lancer une réflexion et des initiatives pour le développement de la filière automobile

Concernant la filière automobile proprement dite, l'action des API MEDA pourrait s'organiser autour de deux grands axes directeurs : la connaissance du marché et les actions de promotion/prospection.

La connaissance du marché et le positionnement des pays MEDA

- Inventaire des points forts de la filière dans les pays MEDA. Il s'agit de repérer les atouts spécifiques de chacun des pays pour pouvoir ensuite faire des choix (ciblage) et les mettre en valeur. De nombreux produits offrent des potentiels de développement importants : les filtres (à air, à carburant, à huile), la suspension, le freinage, l'échappement.
- Recherche de nouvelles niches de production-distribution par une approche marketing. Le marché des accessoires constitue un exemple de niche à exploiter.
- Recherche d'activités à fort contenu de main d'œuvre. Le câblage est un exemple d'activité utilisant une main d'œuvre abondante, consommant peu d'énergie et peu capitalistique. Sa structure de coût peut correspondre aux avantages concurrentiels des tissus industriels méditerranéens (cf. exemple tunisien)
- Lien avec certaines activités technologiques qui constituent des points forts des pays MEDA : développement de logiciels, conception de microprocesseurs, par exemple.
- Mise en place d'un groupe de travail international chargé d'identifier les secteurs offrant des potentiels de marché et d'investissement ;

Recommandations pour attirer les IDE dans l'automobile vers les pays MEDA

établissement d'une liste de partenaires potentiels dans l'Union Européenne (clients, investisseurs, associations professionnelles).

- Création d'un forum régulier d'information sur les questions relatives au secteur (analyse des marchés, benchmarking, partage d'expérience, formation aux techniques marketing et commerciales, etc.).

Actions de promotion et prospection

Par ailleurs, des actions de promotion peuvent être envisagées pour attirer ou susciter de nouvelles entreprises ou initiatives :

- Coopération avec des régions européennes sur la formation de réseaux de production et d'échange trans-méditerranéens, utilisant les atouts complémentaires de chaque région. La Catalogne par exemple s'est montrée intéressée à une telle collaboration.

- Constitution des pôles de compétence sur tel ou tel métier en essayant de rapprocher les formations (écoles, centres professionnels), la recherche, les études et la connaissance des marchés, la logistique-distribution dans un lieu donné (« cluster » ou « valley »).

- Organisation d'événements promotionnels (journées, salons, séminaires etc.) avec des donneurs d'ordre de l'Union Européenne, des constructeurs, des équipementiers, des membres des gouvernements, des institutions de support, des consultants spécialisés et la presse. Il peut s'agir aussi bien d'organiser des journées ou ateliers consacrés à MEDA dans tel ou tel salon que de créer éventuellement un forum. Les contacts pris avec plusieurs fédérations professionnelles montrent que les industriels européens sont tout à fait ouverts à une telle démarche.

- Campagne d'information sur les pays de faible risque mais qui sont handicapés par une image médiocre.

Les pays MEDA pourraient ainsi renforcer leurs complémentarités naturelles avec les pays ouest-européens à coûts salariaux élevés, qui se spécialiseront de plus en plus sur des activités demandeuses de main d'œuvre très qualifiée, d'un environnement d'affaires ou technologique très performant, ou encore sur les activités liées à l'accès au marché.

Une offre MEDA mérite d'être conçue, explicitée, promue. Elle aura d'autant plus de poids que les pays MEDA pourront s'unir pour proposer une vision commune et un marché intégré.

Annexes

Annexe 1.

Indications bibliographiques

- de Saint-Laurent B. et Apothéloz C. 2004, Investir dans la région MEDA, pourquoi, comment ? Notes et études ANIMA n° 12, mai
- de Saint-Laurent B. et Szejnhorn I. 2004, Direct Foreign Investment (FDI) in the MEDA region in 2003 Notes et études ANIMA n° 6, mai
- Hatem F. 2004, « Filière automobile, cap à l'est ? », Le nouvel économiste, 16 juillet
- DREE, 2004, « Impact des accords commerciaux régionaux sur les échanges et investissements automobiles : une réalité pour les zones les plus intégrées », Revue Stratégie du réseau Automobile des Missions Economiques, numéro 39, avril
- DREE, 2003, « Les IDE en Méditerranée : des potentialités de renforcement - Le rôle du partenariat Euromed », Fiche de synthèse, octobre
- DREE, 2003, « L'intégration économique régionale dans la zone méditerranéenne », Fiche de synthèse, octobre
- DREE, 2003, « Le partenariat euro-méditerranéen », Fiche de synthèse, octobre
- DREE, 2003, « Les échanges commerciaux en Méditerranée », Fiche de synthèse, juin
- DREE, 2002, « L'intégration économique 'Sud-Sud' », Fiche de synthèse, janvier
- DREE, 2002, « Les équipements automobiles en Turquie », Fiche de synthèse, septembre
- DREE, 2003, « L'industrie automobile en Turquie », Guides répertoires des Missions Economiques, novembre
- DREE, 2002, « Le marché automobile et des composants en Tunisie », Fiche de synthèse, août
- DREE, 2002, « Le marché du pneumatique en Tunisie », Fiche de synthèse, juillet

Annexe 1. Indications bibliographiques

- DREE, 2002, « Le secteur de l'automobile et des composants en Tunisie », Les études des postes d'expansion économique, janvier
- DREE, 2003, « Le secteur automobile au Maroc », Fiche de synthèse, mars
- DREE, 2003, « Le marché des poids lourds au Maroc », Fiche de synthèse, juin
- DREE, 2003, « Les pièces et accessoires automobiles en Israël », Fiche de synthèse, février
- DREE, 2004, « Le marché automobile israélien », Fiche de synthèse, février
- DREE, 2002, « Marché et construction automobiles en Egypte », Fiche de synthèse, septembre
- DREE, 2002, « Le marché égyptien des pièces détachées automobiles », Fiche de synthèse, août
- DREE, 2004, « Le marché chypriote de l'automobile », Fiche de synthèse, avril
- DREE, 2004, « Le renouveau de l'industrie automobile dans les pays de l'élargissement », Revue stratégies du réseau Automobile des Missions Economiques, numéro 38, mars
- DREE, 2004, « Le marché de l'automobile au Liban », Fiche de synthèse, septembre
- DREE, 2004, « Le marché automobile en Egypte », Fiche de synthèse, septembre
- DREE, 2004, « L'industrie automobile en Egypte », Fiche de synthèse, septembre
- DREE, 2003, « Le marché de l'automobile en Egypte », Fiche de synthèse, décembre
- Anxionnaz C., Peter L. et Trastulli M. 2003, Analyse sectorielle : les équipementiers électroniques automobiles, Université Paris Dauphine, mars
- Grenet J., Legoupil M. et Defever F., 2002, Analyse sectorielle, Prospective 2000-2005, Secteur automobile mondial, Université Paris Dauphine
- Martin E., Sanchez A. et Trichot C.A. 2002, Etude sectorielle : les équipementiers automobiles en Europe, Université Paris Dauphine

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

- Berbache A., De Cenival B., Hallez J.C., Kanouni L., Lahlou M., Maguet G., Etude de potentiel du secteur industriel des équipementiers automobiles au Maroc
- Saïd el mankouh, 1997, La voiture particulière dans les villes du Maghreb, Université d'Evry
- Principaux sites web :
 - <http://www.dree.org/euomed/documentation/index.htm>
 - <http://www.osd.org.tr>
 - <http://www.wto.org>
 - <http://www.CCFA.org>
 - <http://www.FIEV.org>
 - <http://www.oica.org>
 - <http://www.auto-innovations.com>

Annexe 2. Les innovations technologiques en matières d'équipements électroniques

Les innovations majeures du secteur automobile sont aujourd'hui principalement liées à l'électronique et aux matériaux (voir également figure 34). La croissance rapide de la puissance des calculateurs et des logiciels permet un développement accéléré des applications de l'électronique dans les véhicules et une transformation dans la structure des systèmes électroniques embarqués :

- Développement des applications. A la fin des années 1970, l'électronique n'était pratiquement pas présente dans un véhicule. Puis on assiste à l'apparition de la boîte de vitesse automatique et de l'allumage électronique. Mais c'est au début des années 1980 que les évolutions technologiques se multiplient : électronisation des tableaux de bord, introduction de la climatisation, de l'injection pour les moteurs à essence (rendue obligatoire pour tous les véhicules aux Etats-Unis en 1983 et en Europe à partir de 1993), ABS au milieu des années 1990 (en 2000 les Twingo bas de gamme sont équipés en série d'un ABS), enfin Air Bag, devenu standard il y a 5 ans. Actuellement d'autres applications se développent, comme les systèmes de surveillance de la pression des pneus, les freins de parking automatiques ou les systèmes de véhicules sans clés. Ces innovations font largement appel à l'électronique sous forme de capteurs, calculateurs et actionneurs comprenant une partie Hardware et un logiciel de commande

- Développement du multiplexage. Il s'agit également d'une évolution majeure du milieu des années 1990. Il s'agit d'un dispositif permettant de faire passer plusieurs informations sur une même ligne ou sur un même canal et de faire fonctionner plusieurs systèmes électroniques en réseau. Ceci permet des économies de câblages, des partages de capteurs-actionneurs ou de calculateurs. Mais cette innovation implique également la gestion d'une quantité croissante d'informations, et donc l'utilisation de calculateurs plus puissants et de logiciels plus complexes. Elle va se poursuivre au cours des prochaines années à travers une centralisation croissante de l'électronique, avec présence dans l'habitacle

de calculateurs centraux par zone qui piloteront les différents capteurs actionneurs.

- Transversalisation des applications électroniques. Cette stratégie technologique est mise en œuvre par les équipementiers afin de réduire le coût de développement des nouvelles applications. Elle consiste à développer des blocs de base Hardware (mécanique)/software polyvalents, complétés par une couche intermédiaire spécifique à chaque système. Quant aux constructeurs, ils cherchent à se doter d'une capacité de conception/développement propre en matière de systèmes électroniques. Par exemple, Renault veut jouer un rôle de systémier sur des produits stratégiques comme l'UCH (Unité Centrale Habitacle), le contrôle moteur et la sécurité (air bags notamment). Il spécifie intégralement les logiciels moteurs et les tableaux de bord.

On peut citer quelques exemples d'innovations récentes

- Moteur-transmission : 1) Le filtre à particules pour les moteurs diesel permet de stocker et réduire les rejets de particules en brûlant celles-ci dans l'échappement ; 2) La nouvelle génération d'injecteurs « Common Rail à injecteur Piezo » permet une baisse de la consommation de carburant, un meilleur rendement et une réduction de la pollution 3) Les capteurs multifonction permettent de mieux gérer les intervalles de vidanges, d'améliorer la qualité de l'huile du moteur et de prévenir le conducteur avant une panne éventuelle.

- Sécurité : Le détecteur de dépassement permet de réduire les angles morts.

- Le système de pré-collision prépare les systèmes de sécurité passive (ceintures) lorsqu'un risque élevé de collision est détecté.

- Energie : pile à combustible, nouvelle source d'énergie à base d'hydrogène ; stockage d'énergie par volant d'inertie.

- Confort : ouverture et démarrage « sans clefs » ; mesure de l'emplacement de stationnement ; direction à commande entièrement électronique.

Figure 34. Un exemple détaillé : l'éclairage adaptatif

Jusqu'en mars 2003 la réglementation en matière d'éclairage automobile précisait que les faisceaux lumineux des feux de croisement étaient normalisés. Cette réglementation a été modifiée par la Commission économique pour l'Europe des Nations Unies. Les techniques d'orientation des faisceaux sont maintenant autorisées. En 2005, après le vote d'un nouveau règlement, les systèmes complets d'éclairage adaptatif pourront apparaître en Europe.

Les phares intelligents permettent d'éclairer l'intérieur des courbes et les côtés des carrefours. Grâce à des capteurs – actionneurs et des calculateurs, l'éclairage automobile adopte une forme et une intensité spécifique en fonction du trajet, du profil de la route, de la vitesse du véhicule ou de la météo, leurs faisceaux devenant plus étroits et s'allongeant à vitesse soutenue ou s'élargissant à vitesse moyenne sur petite route. Des fonctions spécifiques telles que l'éclairage ville, l'éclairage autoroute, la fonction intersection ou la fonction météo permettent d'augmenter la sécurité et le confort des utilisateurs en conduite de nuit ou par mauvais temps. Les phares directionnels équipaient déjà les DS dans les années 1960 ainsi que les Alpine A310 mais il s'agissait alors de systèmes mécaniques actionnés par des câbles. Ces systèmes ont été interdits pour leur manque de fiabilité. Aujourd'hui c'est l'électronique qui commande des moteurs électriques. Ces phares intelligents permettront une conduite de nuit plus sûre et moins fatigante.

Plusieurs équipementiers travaillent sur des systèmes de ce type. L'italo-allemand Automotiv Lighting (qui réunit Magnetti Marelli et Bosch), l'allemand Hella, le français Valéo et l'américain Visteon. Le système développé par Automotiv Lighting s'appelle éclairage adaptatif directionnel. Il se compose de phares xénon qui pivotent sur le plan horizontal afin d'éclairer les bas-côtés de la route en virage. Les moteurs électriques qui les actionnent sont commandés par des capteurs d'angles de volant et de vitesse. Chez Hella, il s'agit de l'AFL (Adaptative Forward Lighting soit éclairage avant adaptatif), similaire à celui de Automotiv Lighting. Ce système permet d'éclairer les routes de campagnes qui vont recevoir 90 % de lumière en plus par rapport au système de projecteurs fixes grâce au pivotement des optiques. Hella intègre en plus à ce système « l'éclairage intersection », un faisceau lumineux qui illumine une zone d'environ 30 à 90 mètres de large à gauche ou à droite du véhicule. Ce faisceau se déclenche en fonction de la position du clignotant, de l'angle du volant et de la vitesse du véhicule (pour ne pas gêner les autres véhicules il ne fonctionne qu'à des vitesses inférieures à 50 km/h). Valeo a développé les systèmes Adaptatif Front Lighting System et Advanced Front Lighting System. Source : magazine Auto Moto n° 99 avril 2003.

Annexe 3. Diversité du secteur des équipementiers automobiles

Les équipementiers forment un ensemble très hétérogène en fonction de leur position dans la chaîne de valeur, de la forme des produits fournis et de leurs activités :

On distingue habituellement des équipementiers de rang 1, 2, 3, parfois jusqu'à 4. L'équipementier de rang 1 est en principe en contact direct avec le constructeur. Il assemble lui-même les composants fournis par les équipementiers de rang 2, qui à leur tour s'approvisionnent auprès des équipementiers de rang 3, etc. Cependant, les cas d'approvisionnement direct des constructeurs auprès d'équipementiers dit « de rang 2 », voire 3, ne sont pas exceptionnels. D'une manière générale, les équipementiers de rang 1 sont également de plus grande taille que les autres, opérant sur un marché quasiment oligopolistique avec de fortes barrières à l'entrée.

On distingue également les composantiers et les systémiers. Les premiers fournissent au constructeur (ou à l'équipementier client) des pièces que le client spécifie et assemble. Les seconds développent un système complet, destiné à remplir une fonction précise, qui est monté en l'état sur le véhicule (ou intégré en l'état dans l'équipement fabriqué par le client). Bien que cette distinction ne recouvre pas entièrement la précédente, on trouve cependant une proportion beaucoup plus forte de systèmes dans l'offre des équipementiers de rang 1, alors que ceux de rang inférieur produisent une proportion plus forte de composants.

Enfin, les équipementiers automobiles, regroupés sous le même terme générique du fait de leur appartenance à la même filière, appartiennent eux à des environnements technologiques et industriels très divers du fait du très large spectre des produits fabriqués. On distingue par exemple habituellement (cf. figure 35) : les carrossiers, les fabricants de châssis, les fabricants de systèmes d'information, de systèmes de sécurité et du groupe motopropulseur. Encore ces 5 catégories, définies du point de vue des constructeurs (fonction remplie ou partie du véhicule concerné) regroupent-elles des activités elles-mêmes très diverses (ex : sièges et plasturgie). Ce classement est rendu encore plus fragile par l'existence d'équipementiers à vocation transversale, qui peuvent fournir des produits et/ou des technologies à pratiquement tous ceux recensés au

tableau 1. C'est notamment le cas des équipements électroniques, qui peuvent être incorporés, selon les cas, non seulement dans les systèmes de sécurité et d'information, mais également dans les produits des 3 autres grands groupes. Quant aux fournisseurs de demi-produits (verre, pièces de fonderie, pneumatiques..), ils ne sont même pas recensés comme « équipementiers » par les fédérations professionnelles.

Figure 35. La segmentation des équipementiers (structure de la production des équipementiers en Europe en 2000). Source : Automotive Strategy

Carrosserie	16,1
Habitacles	6,7
Habitacles thermiques	4,7
Eclairage et signalisation	4,7
Chassis	22,4
Sièges	11,9
Intérieur hors sièges	7,2
Plasturgie	3,3
Systèmes d'information	0,4
Sécurité	12,1
Systèmes de freinage	8,3
Amortisseurs	3,6
Groupe motopropulseur	49
Batteries	5,3
Filtres	2,4
Bougies	2,3
Organes de transmission	5,9
Connectique	21,4
Contrôle moteur	11,9
Total	100

Annexe 4. Les stratégies des équipementiers

Les équipementiers automobiles sont aujourd'hui confrontés à un certain nombre d'enjeux majeurs, parmi lesquels nous pouvons notamment citer : la pression exercée par les constructeurs au niveau des prix de vente et des conditions d'approvisionnement ; l'évolution géographique de la demande mondiale et le mouvement d'internationalisation de leurs clients constructeurs ; la montée des coûts de recherche-développement liés à la fois à la montée du contenu technologique des produits, à l'accélération du rythme de l'innovation (raccourcissement des cycles de développement) et aux stratégies de report du coût des programmes de recherche des constructeurs vers les équipementiers.

Ces enjeux se traduisent par trois évolutions simultanées et complémentaires : 1) Une évolution dans le mode d'organisation de la filière, avec notamment développement de l'offre de systèmes modulaires dans le cadre des partenariats à long terme entre constructeurs et équipementiers ; 2) un mouvement de concentration du secteur ; 3) une internationalisation des firmes dans le but à la fois de réduire les coûts et d'accéder aux marchés en croissance.

Intégration et concentration

Plusieurs facteurs convergents ont entraîné une concentration de l'industrie des équipements automobiles au cours des années récentes :

- Les constructeurs ont fortement réduit le nombre de leurs fournisseurs : une centaine de fournisseurs de modules, et entre 300 et 400 fournisseurs directs de pièces détachées, soit 4 à 5 fois moins qu'il y a 30 ans.
- La montée des coûts de développement et les pressions exercées par les constructeurs sur les prix incitent les équipementiers à mettre en œuvre une stratégie de concentration visant à la fois à diluer les coûts et les risques, faire jouer les économies d'échelle et obtenir un pouvoir de marché accru.

Cette concentration s'est manifestée sous plusieurs formes :

- Une multiplication des alliances et des accords. Par exemple, Johnson Controls s'est associé à Yazaki (pour travailler sur l'architecture 42 volts), avec Nokia et Sagem. Johnson Control (qui développe des UCH) s'est

allié à Valéo pour développer le système complet du véhicule sans clef de la Laguna II.

- Une forte croissance des fusions-acquisitions. Par exemple, Autoliv AB a fusionné avec Morton Automotive Safety Products, un des leaders dans l'industrie des airbags. Le nombre total d'équipementiers est ainsi passé de 30 000 à 8 000 en dix ans, et la Clépa (association européenne des équipementiers automobiles) pronostique qu'il ne restera plus en 2008 que 150 équipementiers de premier rang, contre 2000 aujourd'hui. Il y aurait alors dans chaque métier 3 à 5 leaders mondiaux.
- Un développement des investissements internationaux. Ces mouvements de concentration, ainsi que la volonté des différents équipementiers d'être présents dans toutes les régions du monde, se sont traduits par une très forte augmentation des flux d'investissements internationaux et notamment des investissements croisés entre l'Amérique du Nord et l'Europe. Ainsi, entre février 2000 et avril 2001, 24 équipementiers européens ont été rachetés par des américains. On peut citer, entre autres opérations, le rachat de Lucas Variety (RU) par TRW en 1999, des systèmes électriques de IIT automotive par Valeo, de la division plastiques intérieurs de Plastic Omnium par Visteon. Le mouvement a été particulièrement marqué dans les activités liées à la transformation plastique, aux roulements et aux garnitures métalliques.
- Une focalisation des équipementiers sur leur cœur de métier. Ceci se traduit par des désengagements dans les activités dans lesquelles l'équipementier ne détient pas de réelles compétences (Visteon a ainsi cédé son activité fonderie) et des plans de restructuration. Le plan de redressement de Valéo (amorcé en 2001) a ainsi provoqué la fermeture de 27 usines en 2002, Delphi a fermé 5 unités de production en Europe.

Nouvelle organisation au sein de la filière

La réorganisation de la filière s'est notamment traduite par trois évolutions largement complémentaires : la mise en place d'un mode de relations davantage fondé sur le partenariat à long terme entre constructeurs et équipementiers ; un nouveau partage des tâches entre fournisseurs de modules, de sous ensembles et de composants ; enfin, une évolution dans le mode d'organisation de la filière, avec passage d'un mode de production fordiste à un mode « Toyotiste », davantage fondé sur la réactivité et le just-à-temps.

Nouveau type de relations constructeurs-équipementiers

Afin d'obtenir une offre de qualité accrue et mieux adaptée à leurs besoins, les constructeurs associent de plus en plus les équipementiers en amont du processus de développement des véhicules. Il en résulte un développement de partenariats à long terme. Simultanément, le phénomène de modularisation – ou décomposition du véhicule en modules élémentaires – permet de confier aux équipementiers la réalisation de systèmes complets, dont ils deviennent le fournisseur exclusif pour un type de véhicule. Par exemple, la majorité des constructeurs achètent l'ABS clef en main, les spécialistes de l'électronique se chargeant de le développer (quatre fournisseurs détenant à eux seuls 80 % du marché : Bosch -30 % du marché, Continental, Delphi, Denso). Ce transfert de responsabilité a des conséquences importantes sur la nature des relations constructeurs-équipementiers :

- Elle permet aux constructeurs de reporter vers les équipementiers une partie de leurs dépenses de RD et de se concentrer ainsi vers l'accélération du renouvellement des gammes¹⁸, et d'améliorer ainsi la conception des véhicules en impliquant les équipementiers plus tôt dans le processus.
- Elle implique l'existence d'un contrat à long terme, d'où une moindre volatilité des résultats d'exploitation des équipementiers. Mais elle se traduit également par une augmentation de leur effort de RD (5 % du CA pour les grands groupes) et d'investissement industriel (modification des process, complexification du produit, etc.).
- Elle offre aux équipementiers une opportunité pour améliorer le rapport de force avec les constructeurs en raison de leur maîtrise technologique. Ceci suppose cependant que les équipementiers disposent des capacités financières, techniques et industrielles nécessaires pour éviter le sous-dimensionnement des capacités de production, les erreurs techniques et les dysfonctionnements¹⁹.

18. Ces derniers ne répercutent pas en totalité des coûts de R&D dans le prix de vente.

19. Le constructeur a tendance à présenter un plan de développement très optimiste, tandis que les équipementiers, restent plus prudents dans le développement de leur outil industriel. Ceci entraîne une inadéquation entre les capacités de production et le programme de production des équipementiers. Ceux-ci doivent alors augmenter les cadences de production ce qui se fait au détriment d'autres variables telle que la qualité.

- Elle peut de ce fait pousser les équipementiers à une spécialisation accrue sur certains modules. Par exemple, elle a conduit Visteon à se recentrer sur son métier de base (modules de faces avant et arrière, d'habitacles et de portes), de façon à devenir leader sur ce segment.
- Elle ne met cependant pas fin au rapport de force sous-jacent entre constructeurs et équipementiers, les premiers continuant à faire peser sur les seconds une forme traditionnelle de concurrence par les prix. C'est ainsi que les constructeurs n'hésitent pas, si nécessaire à court-circuiter les équipementiers de rang 1 et à s'adresser directement aux équipementiers de rang 2. Par exemple lors du lancement de la Laguna II, Renault a transféré la fabrication de panneaux de portes directement chez le plasturgiste Plastivaloire.
- Enfin les constructeurs tendent à distendre les liens avec leurs équipementiers de premier rang privilégiés, d'une part en ouvrant leur capital (mise sur le marché de Delphi, ancien équipementier captif de General Motors et celle de Visteon, filiale équipementier de Ford) et en diversifiant leurs approvisionnements.

Nouveau mode d'organisation des équipementiers

On observe également plusieurs évolutions majeures dans le mode d'organisation des équipementiers :

- Les équipementiers de premier rang appliquent à leur tour à leurs propres fournisseurs des principes similaires à ceux mis en place avec les clients constructeurs : passage d'un mode de relation hiérarchique à un mode partenarial pour le développement des nouveaux produits, modularisation de l'offre des équipementiers de second rang, transfert vers les fournisseurs des efforts de RD sur des sous-modules spécialisés...
- Recherche d'une optimisation de la chaîne logistique et des réseaux de production/distribution à travers la mise en place de systèmes d'échange d'informations performants, développement des parcs industriels fournisseurs.
- Passage d'un mode de production de masse « Fordiste » à un mode de production en juste à temps de type « Toyotiste » : organisation du travail en « plateaux » ou « îlots de production » autonomes, flexibilité et polyvalence des tâches, personnalisation des produits, etc.

L'internationalisation

Ce mouvement très marqué s'explique par trois causes essentielles : 1) La recherche d'un pouvoir de marché accru sur le segment où l'équipementier

souhaite se spécialiser, passant par une mondialisation de son offre (cf. supra) ; 2) La recherche de l'accès à des nouveaux marchés, pour remédier à la croissance ralentie des marchés développés traditionnels ; 3) enfin la recherche d'une réduction des coûts à travers une délocalisation vers les pays à bas coûts de main d'œuvre. Initié par les équipementiers américains, le processus s'étend maintenant aux européens et aux japonais.

- La recherche de nouveaux marchés s'est d'abord effectuée dans le sillage des stratégies d'internationalisation des constructeurs, qui ont incité leurs fournisseurs principaux d'équipements – souvent leurs filiales dont ils constituent historiquement le principal des débouchés – à les suivre à l'étranger afin d'accroître la sécurité et la qualité de leur approvisionnement en reconstituant sur place l'ensemble de leur filière (Ex : Ford/Visteon, General Motors/Delphi). Puis les équipementiers de premier rang ont mis en œuvre des stratégies autonomes à mesure que le lien avec leur client principal s'est distendu (diversification des fournisseurs, ventes des participations du constructeur dans l'équipementier) et qu'ils ont eux-même cherché à diversifier leurs débouchés en trouvant de nouveaux clients notamment à l'étranger. On peut citer les cas de Delphi (ex filiale de General Motors), Magnetti Marelli (indépendant de Fiat depuis 2002), Visteon (ex filiale de Ford)...

- Dans le contexte de la concentration de leur industrie, les équipementiers cherchent à se recentrer sur quelques métiers où ils cherchent à obtenir une taille critique et un pouvoir de marché élevé face à leurs clients constructeurs. Ceci suppose l'obtention d'une taille internationale, voire mondiale sur ce segment. Cette stratégie s'est notamment concrétisée par une vague de fusions-acquisitions croisées entre l'Europe et l'Amérique du Nord (cf. supra).

- Enfin, la recherche d'une réduction des coûts se traduit soit par des implantations directes dans les pays à bas coûts de main d'œuvre, soit par une augmentation de la sous-traitance vers ces pays. Ce dernier phénomène, déjà ancien dans l'ensemble de la filière électronique, est par contre plus récent dans l'électronique automobile. Il devrait y connaître une rapide progression au cours des 5 prochaines années (pays de l'Est, Brésil, Mexique...).

Annexe 5. Quelques tendances de la demande automobile sur les marchés d'Europe de l'Ouest

L'automobile est un secteur très cyclique dont la conjoncture dépend fortement de la demande des ménages (possibilités de reports d'achat d'une année sur l'autre). Elle constitue en Europe de l'Ouest le second poste de dépense, derrière le logement. Sa part dans le budget des ménages tend cependant à stagner, voire à décroître légèrement.

Le marché automobile peut se segmenter de différentes manières :

- Selon le type de clientèle (particuliers ou entreprises). En Europe de l'Ouest, le dynamisme du marché des entreprises contraste aujourd'hui avec l'atonie de celui des particuliers.
- Selon la nature du véhicule (véhicules particuliers servant uniquement au transport des personnes ou utilitaires servant au transport des marchandises et aux transports en commun). Si les véhicules particuliers représentent aujourd'hui encore plus de 70 % des unités produites, c'est le marché des utilitaires qui connaît aujourd'hui, du moins en Europe de l'Ouest, le dynamisme le plus marqué.
- Selon le type d'énergie (essence, diesel). Si le parc des véhicules à essence reste le plus important, on observe également un développement des motorisations alternatives (GPL, électrique, hybride, cf. infra).
- Selon la gamme (basse, moyenne, haute) et le type de carrosserie (berline, break, monospace, coupé/cabriolet et 4X4). Sur les marchés développés à maturité, on observe une demande croissante de qualité et de sécurité (notion de véhicules à vivre), ainsi que de véhicules personnalisés, ou diversifiés (véhicule utilitaire, 4X4...), de véhicules de niches et de concepts innovants, avec une montée en gamme et de qualité. Dans un contexte de concurrence entre producteurs, la recherche de la différenciation, du design et de l'esthétisme devient de plus en plus primordiale pour attirer et fidéliser le consommateur²⁰.

20 Les constructeurs mènent par ailleurs une politique commerciale active de fidélisation de leur clientèle : reprise de l'ancien véhicule, crédit à taux préférentiel, remise dans le cadre d'un renouvellement...

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

- Enfin, on peut distinguer les marchés du neuf pour usage individuel, du neuf pour la location et de l'occasion. Alors que le marché du neuf individuel est plutôt stagnant, on observe un développement des deux autres. Le développement du marché de la location contribue par ailleurs à accélérer le renouvellement des véhicules (externalisation de la flotte des véhicules d'entreprise, développement des voitures de fonction et du tourisme), entraînant un développement du marché de l'occasion pour les véhicules quasi-neuf.

Figure 36 : Consommation automobile des ménages en France.

Source INSEE, Observatoire de l'Automobile (en milliards d'euros)

	1990	2000	2001
Achats de véhicules neufs	22,3	21,2	20,8
Achats de véhicules d'occasion	4,0	7,1	8
Dépenses pièces détachées et accessoires	12,8	19,4	20,5
Dépenses entretien et réparation	11,1	14,8	15,5
Consommation automobile par ménage motorisé (milliers d'euros)	4,7	5,4	5,5

Annexe 6. Principaux projets d'investissements étrangers dans l'automobile vers les pays MEDA entre janvier 2003 et juin 2004 (Source : MIPO-Projet ANIMA)

Pays d'accueil	Origine	Compagnie	Projet	Emplois créés	IDE (Meuro)
Algérie	Italie	Fiat	Relance des activités en Algérie à travers Ital Motors		
Algérie	France	Michelin	Le groupe français reprend le développement de ses activités en Algérie en remettant à niveau son usine locale	200	20 à 25
Algérie	Suède	Scania	Ouverture d'une nouvelle ligne d'assemblage de poids lourds		
Algérie	Etats-Unis	Daewoo (GM)	Accroissement des activités et investissements en Algérie		
Égypte	Etats-Unis	IMPCO	Création d'une joint venture avec AFG dans le domaine des moteurs automobiles		
Égypte	Allemagne	BMW	Ouverture d'une usine d'assemblage		50,9
Égypte	Japon	Nissan Motor Co Ltd	Construction d'une usine de camions avec le groupe Seoudi pour produire 50 000 véhicules par an		
Égypte	Russie	GAZ	Le constructeur automobile GAZ prévoit d'ouvrir une usine d'assemblage en Egypte en 2004		
Égypte	Russie	UAZ	Le fabricant de moteurs d'automobile russe s'apprête à ouvrir des usines en Pologne, Egypte et Ethiopie		

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

Égypte	Russie	Kamaz	(Pré-Projet) Implantation d'une usine d'assemblage automobile		
Jordanie	Royaume-Uni	Land Rover	Ouverture d'une usine d'assemblage dans une zone stratégique d'exportation à Ma'an		
Malte	Etats-Unis	AC Motors	Centre R&D automobile à Malte		
Maroc	France	Renault	Renault rachète l'entreprise Somaca pour produire à partir de 2005 une voiture économique, la Logan		10 (acquis.) + 30 (invest.)
Maroc	France	Valeo	Ouverture d'une nouvelle usine de pièces automobiles à Bouznika	1 500	
Maroc	France	Sunviauto	Fabrication de coiffes pour sièges automobiles	300	41
Maroc	France	EC2M	Unité de production de composants automobiles à Tanger	30	10,2
Maroc	France	Renault	Renault a acheté 36 % des parts de la SOMACA suite à sa privatisation en juin 2003		
Maroc	Italie	Matra / (PininFarina)	La branche Automobile Engineering prévoit la réalisation d'un centre de R&D et d'une piste d'essais automobile		3,1
Maroc	Portugal	Trekar	Fabrication de coiffes de sièges automobiles à Tanger	150	4,2
Maroc	Slovaquie	Prevent	Un constructeur de sièges de voiture ouvrira une usine à Casablanca fin 2003		13
Maroc	Espagne	EMDEP Morocco	Unité de production de faisceaux de câbles automobiles à Tanger	25	4,7
Maroc	Espagne	Cover Car	Fabrication de coiffes de sièges automobiles à Tanger	83	0,9
Syrie	Malaisie	Proton	Le constructeur automobile malaisien Perushaan Otomobil Nasional Bhd va ouvrir une usine d'assemblage en Syrie		

Annexe 6. Principaux projets d'investissements étrangers dans l'automobile...

Turquie	France	Renault	Renault lance la production de la nouvelle Mégane en Turquie		200
Turquie	France	MGI Coutier	Ouverture d'une unité de production par un équipementier pour serapprocher de ses clients à Bursa		
Turquie	France	Renault Trucks	(pré-projet) Ouverture d'une usine d'assemblage de camions qui ouvrira en 2006		
Turquie	France	EM Technologies	Ouverture à Istanbul d'un site dédié à l'assemblage de pièces de sécurité pour automobiles	25	
Turquie	France	Renault	Le français Renault annonce une augmentation de ses capacités de production		
Turquie	Allemagne	Bosch	Bosch s'apprête à investir 182 millions d'Euros en Turquie		182
Turquie	Allemagne	Man	Man s'apprête à investir 19,6 millions d'Euros pour construire une ligne de production de bus		19,6
Turquie	Allemagne	Innovative Systems Europe	Construction d'une nouvelle usine et atelier de pièces automobiles à Aksaray		
Turquie	Allemagne	Mercedes	Augmentation de l'investissement dans l'usine turque pour la production de camions		50
Turquie	Allemagne	Bosch	Le constructeur de pièces automobiles augmente son effectif de 500 salariés	500	
Turquie	Japon	Denso	Construction d'une nouvelle usine d'alternateurs et climatiseurs à Istanbul		
Turquie	Japon	Toyota	Toyota va augmenter sa capacité de production de certains nouveaux modèles de la gamme Toyota Corolla dans son usine d'Adapazari (+180 M Euros IDE/ +400 emplois)	400	180

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

Turquie	Japon	Isuzu Motors	(Préprojet) Le constructeur japonais envisage d'augmenter ses investissements en Turquie		
Turquie	Etats-Unis	Federal Mogul & Teikoku Piston King	Joint venture pour créer une usine de pièces automobiles		
Turquie	Corée du Sud	Hyundai	Inauguration d'un nouveau centre de production pour la Hyundai Accent		
Turquie	Grande-Bretagne	TI Automotive	Ouverture d'une nouvelle usine de production qui desservira 3 principaux fabricants automobiles Européens	30	

Annexe 7. Les étapes de la politique industrielle automobile en Tunisie et au Maroc

Tunisie

On peut distinguer trois phases successives :

- de 1961 à 1988 : naissance de l'industrie en 1961 avec la création de la STIA (société tunisienne d'industrie automobile), société para-étatique dont le capital était alors détenu principalement par des banques nationalisées. Son activité concernait en grande partie le montage de véhicules sous licence.
- de 1988 à 1994 : en 1988, arrêt du montage de véhicules légers en Tunisie. L'Office du commerce tunisien lance un appel d'offre international pour l'approvisionnement du marché en véhicules légers « built-up ». Cet appel était assorti d'une double convention de compensation et de coopération industrielle pour permettre aux sous-traitants travaillant auparavant avec la STIA d'écouler leurs productions mécaniques et électriques.
- A partir de 1995 : les constructeurs et équipementiers étrangers sont soumis à un cahier des charges dont l'objectif est de développer l'industrie mécanique et électrique locale et d'encadrer le marché.

Maroc

Le développement de l'industrie automobile au Maroc a été initié avec la création de la SOMACA (société marocaine de construction automobile) en 1959. Cette unité de montage devait constituer le vecteur central de développement des activités de fabrication nationales. Mais par la suite, la liberté laissée aux marques étrangères (françaises et italiennes) de s'installer au Maroc et la multiplication des modèles dans un marché restreint ont entravé les possibilités de la valorisation locale.

Pendant la décennie 1970, le pays a recherché l'intégration la plus poussée du secteur comme moyen de relever sa capacité à créer des emplois productifs. Puis dans les années 1980, ont été combinées intégration et

compensation pour consolider et étendre le tissu de la sous-traitance ainsi que pour préserver la SOMACA.

Face à ces difficultés, la priorité a été donnée au milieu des années 1990 à la libéralisation du secteur avec une volonté de consolider le montage local en l'ancrant sur un projet de voiture économique tout en l'insérant dans la stratégie d'un groupe international (Fiat).

Plus récemment, l'industrie automobile a connu de profonds bouleversements. Tout d'abord, la convention qui liait l'Etat à Fiat est arrivée à terme. Puis en 2003 est entré en vigueur le démantèlement tarifaire en vertu de l'accord d'association entre le Maroc et l'Union Européenne (en 2004 les droits de douane frappant les importations de véhicules particuliers sont de 30,6 % mais ils devront être totalement supprimés en 2012). Ce démantèlement a de fortes conséquences sur le montage local. En effet, le montage de véhicules, destiné à substituer les importations, bénéficiait d'avantage fiscaux et de protections commerciales importantes (droits de douane). La fin de ces protections risque de compromettre, dès la fin de la décennie, la compétitivité des véhicules produits au Maroc sur leur marché local.

Pour faire face à ces enjeux, de profondes réformes structurelles ont été entreprises. La SOMACA a été privatisée (le groupe Renault détient 46 % du capital de la société, tandis que Fiat et Peugeot en détiennent chacun 20 %). Un accord a également été signé en 2004 entre le gouvernement marocain et des constructeurs automobiles français. Il prévoit la production de « voitures économiques » de marque Renault, Peugeot et Citroën dans les usines de la SOMACA à Casablanca.

production locale, en limitant l'accès de l'entreprise aux devises à un montant lié aux entrées de devises attribuables à l'entreprise; ou

c) l'exportation ou la vente pour l'exportation par une entreprise, de produits, qu'il soit spécifié qu'il s'agit de produits déterminés, d'un volume ou d'une valeur de produits, ou d'une proportion du volume ou de la valeur de sa production locale.



Achevé d'imprimer en janvier 2005
Dépôt légal à parution

Imprimé en UE

ANIMA est un projet européen qui consiste à aider 10 pays du Sud de la Méditerranée et du Proche-Orient partenaires de l'UE (Pays "MEDA" : Algérie, Autorité Palestinienne, Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie, Turquie), plus Chypre et Malte (à présent membres de l'UE), à se doter de stratégies et d'outils d'attraction des investissements étrangers. L'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII), assistée par l'ICE (Italie) et la Direction des Investissements (Maroc), conduit le projet, financé par l'Union Européenne, Programme MEDA. La Ville de Marseille, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'Agence Française pour les Investissements Internationaux ont également contribué à l'édition de cette étude.

La filière automobile dans la région euro-méditerranéenne

NOTES & ETUDES N° 11 Décembre 2004

La filière automobile représente aujourd'hui le deuxième secteur d'investissement étranger dans la région MEDA en termes de nombre de projets, derrière l'industrie textile et de la confection. La Turquie et, dans une moindre mesure, la Tunisie, fournissent des exemples d'un début de développement industriel réussi, fondé en grande partie sur l'accueil d'investisseurs étrangers. Des opportunités s'offriront dans les années à venir, liées à l'accélération des mouvements de restructuration, d'internationalisation et de délocalisation touchant l'industrie automobile européenne.

Cependant, les pays MEDA ont dans l'ensemble moins bien tiré parti pour l'instant de ces opportunités que les pays d'Europe de l'Est, vers lesquels s'orientent des flux d'investissements étrangers bien plus considérables, originaires notamment d'Europe de l'Ouest. L'étude propose diverses pistes d'action pour remédier aux handicaps dont souffrent actuellement les pays MEDA.

• *Fabrice Hatem, responsable des études du programme ANIMA au sein de l'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII), a coordonné cet ouvrage collectif, réalisé avec des contributions de l'équipe ANIMA, des API MEDA et de divers partenaires.*