

Dossier n° 40/S/12

**Avis du Conseil de la Concurrence n° 41/13
concernant le différentiel du droit de douane
appliqué à l'importation de voitures de tourisme
neuves d'origine asiatique**

Session du 28 juin 2013

Le Conseil de la Concurrence considère que:

- Suite à la lettre du Groupement des Importateurs de Véhicules pour l'Équité Tarifaire (GIVET), enregistrée sous le n° 40/S/12 en date du 10 Avril 2012, par laquelle elle demande l'avis du Conseil de la Concurrence au sujet des effets concurrentiels du différentiel du droit de douane appliqué à l'importation des voitures neuves de tourisme selon l'origine ;
- En application du Dahir n°1-00-225 du 5 juin 2000 portant promulgation de la loi n°06-99 sur liberté des prix et de la concurrence (BO du 6 juillet 2000) ;
- Du Décret n° 2-00- 854 du 22 jourmada II 1422 (17 septembre 2001) pris pour l'application de la loi n° 06-99 précitée. (BO du 4 octobre 2001) ;
- De l'arrêté n° 3.59.10 du Premier Ministre (26 octobre 2010) portant nomination du Rapporteur, M. Mohammed EL KHATTABI, auprès du Conseil de la Concurrence ;
- Du règlement intérieur du Conseil de la Concurrence ;
- De la décision de désignation du Rapporteur, M. Mohammed EL KHATTABI, par le Président du Conseil de la Concurrence en date du 8 Mai 2012 ;
- Et après l'audition du Rapporteur précité et la consultation du rapport qu'il a établi à ce sujet ainsi que le débat qui a porté sur le dossier en question durant la session du Conseil tenue le 28 Juin 2013,
- Et attendu que les membres du Conseil ont considéré que le dossier était complet, ont délibéré le jour même de la session du 28 Juin 2013,

Et après délibération, le Conseil de la Concurrence a formulé l'avis suivant :

Table des matières

I. Les données générales concernant la demande d'avis	4
1. Présentation de la demande d'avis	4
2. Appréciation de la recevabilité de la demande.....	5
3. Rappel des Principales conclusions de l'Avis du Conseil n° 11/10	5
II. Analyse concurrentielle	8
1. Le marché de référence.....	8
2. Evolution de l'offre de véhicules neufs	10
3. Examen de l'impact du démantèlement en faveur de l'origine européenne	12
4. Tendances du volume des ventes par marque	13
5. Analyse de l'évolution des ventes par catégorie de véhicule	15
6. Evolution de la structure de la demande par segment.....	17
7. Analyse du segment des véhicules de type 4x4	19
7.1. Evolution des ventes des véhicules de type 4x4	19
7.2. Analyse de l'évolution du segment des voitures 4x4 selon les différents modèles.....	20
7.3. Evolution des ventes en fonction de l'introduction de nouveaux modèles selon l'origine pour les voitures 4 x 4	21
7.4. Analyse des prix.....	22
8. Analyse du segment des véhicules de type citadine	25
8.1. Evolution des ventes selon les nouveaux modèles	25
8.2. Analyse des prix.....	26
9. Analyse du segment des voitures de type Compacte	30
9.1. Évolution des ventes selon les nouveaux modèles	30
9.2. Analyse des prix.....	31
10. Analyse du segment des microcitadines	34
11. Evolution des prix des voitures suite à la baisse du droit de douane	36
11.1 Évolution des prix des voitures asiatiques suite à la baisse du droit de douane NP.....	36
11.2 Évolution des prix des voitures européennes suite à la baisse du droit de douane depuis 2010.....	37
III. Conclusions	39

I. Les données générales concernant la demande d'avis

1. Présentation de la demande d'avis

Le Groupement des Importateurs de Véhicules pour l'Équité Tarifaire (GIVET) a sollicité, par sa lettre en date du 21 Mars 2012, ci-jointe en annexe 1, l'avis du Conseil de la Concurrence, au sujet de la situation anticoncurrentielle dont feraient l'objet les marques automobiles non européennes au Maroc, du fait de l'application d'un droit de douane différencié selon l'origine des véhicules importés et ce compte tenu de l'Accord d'Association conclu avec l'Union Européenne (UE).

Le GIVET a demandé la révision de la politique de taxation tarifaire pour les véhicules de provenance non européenne dans le sens de la mise en place des mêmes taux appliqués par l'Union Européenne ou même par des pays proches du Maroc en termes de structures économiques, notamment la Turquie qui applique un écart de taux de droits de douane de 10%.

Aussi, suite à un premier avis rendu par le Conseil de la Concurrence à ce sujet et portant sur la période s'étalant de 2003 à 2009, le GIVET a introduit une deuxième saisine demandant au Conseil de la concurrence d'intégrer les évolutions survenues dans le marché de l'automobile en 2010 et 2012. A cet égard, le GIVET estime que la baisse des parts de marché qu'a connue l'origine asiatique concernant les ventes de véhicules au niveau du marché marocain, en 2010 et 2011, est principalement due au différentiel appliqué au niveau des droits de douane entre les origines européenne et asiatique.

En vue d'appuyer cette demande, le GIVET a réalisé une étude qui a aboutit aux conclusions suivantes :

- l'existence d'une corrélation, en 2010 et 2011, entre la baisse des parts des ventes des véhicules d'origine asiatique au niveau du marché marocain et le différentiel du droit de douane dont bénéficie l'origine européenne ;
- La sensibilité du prix au différentiel du droit de douane ;
- L'absence de corrélation entre les microcitadines et les voitures produites localement (CKD);

2. Appréciation de la recevabilité de la demande¹

Comme indiqué lors de la première saisine relative à ce sujet, la demande du GIVET s'inscrit dans le cadre de l'article 15 §3 de la loi n° 06-99 qui prévoit que le Conseil de la Concurrence peut être consulté par les organisations professionnelles, dans la limite des intérêts dont ils ont la charge, sur toute question de principe concernant la concurrence.

Toutefois, il convient de préciser que le présent avis n'aura pas pour objet d'examiner la légalité du différentiel du droit douane existant entre les différentes origines d'importation de véhicules, lequel est consacré par les textes législatifs y afférents mais de vérifier l'existence ou non d'un impact du fait de ce différentiel sur la concurrence dans le secteur, d'en mesurer l'ampleur et de tirer des conclusions.

3. Rappel des Principales conclusions de l'Avis du Conseil n° 11/10

Il convient de rappeler que le premier avis rendu par le Conseil sur cette question avait pour objet d'examiner l'existence ou non d'un impact sur la concurrence dans le secteur automobile, du fait du différentiel du droit de douane existant entre les différentes origines d'importation de véhicules, d'en mesurer l'ampleur et de tirer les conclusions qui s'imposent.

En effet, et eu égard des analyses auxquelles il a été procédé et des résultats obtenus, il est apparu difficile d'établir un lien direct entre le recul des importations d'origine asiatique en 2009 et les mesures de démantèlement tarifaires prises depuis 2003 en faveur des importations de véhicules provenant de l'UE.

Ce résultat a été obtenu à la lumière de l'analyse qui a permis au Conseil d'aboutir aux conclusions suivantes :

- Malgré le démantèlement tarifaire appliqué en faveur des véhicules en provenance de l'UE à partir de 2003, les importations d'origine asiatique ont progressé entre

¹ L'analyse détaillée de la recevabilité telle que effectuée dans le cadre du premier avis à ce sujet est reprise en annexe 2.

2002 et 2008 à raison de **73% en moyenne annuelle en volume**, tandis que les importations en provenance de l'UE n'ont progressé que de 25% au même titre que les véhicules produits localement (CKD).

- En termes de parts dans les importations, l'origine asiatique est passée de 7% en 2002 à 36% en 2008. Quant à l'origine européenne elle a connu une baisse de 37% à 30% durant la même période. Concernant les véhicules (CKD), leurs parts de marché sont passées de 41% à 31%.
- L'examen des importations des véhicules neufs de tourisme par pays d'origine a permis de constater que les meilleures performances en termes de parts de marché ont été enregistrées par les pays asiatiques notamment la Corée du Sud, l'Inde et la Chine.
- En 2009, les importations de véhicules de tourisme ont connu une baisse généralisée qui ne concerne pas une origine sans une autre. Au cours de cette année, les importations en provenance de l'Asie ont connu une baisse plus importante (-53%) que les importations en provenance de l'UE (-12%). L'explication de cette baisse se trouve au niveau des performances enregistrées sur le marché d'occasion dont les importations ont presque doublé entre 2008 et 2009, passant d'un volume de 26.623 véhicules à 50.237 véhicules.
- L'origine asiatique a été plus affectée par cette évolution du marché de l'occasion en raison de la structure de l'offre asiatique qui demeure concentrée sur la catégorie des petites voitures (Les microcitadines asiatiques constituent plus de 90% du marché marocain).
- L'analyse des prix à l'importation des véhicules neufs au regard du différentiel du droit de douane par origine a montré que les écarts de prix entre les véhicules d'origine asiatique et ceux provenant de l'UE se rétrécissent en faveur de l'origine européenne (UE). Cependant, ce rétrécissement des écarts de prix n'a pas eu d'effet direct sur le niveau des importations et des ventes par origine, sur la période examinée.
- Les projections effectuées concernant l'évolution de l'écart des prix en fonction de la baisse du droit de douane, montrent qu'il existe un rétrécissement de l'écart du droit de douane qui continuera jusqu'en 2011 et s'estompera en 2012 du fait que le droit

de douane passera de 3,3% à 0% pour l'origine européenne, et de 25% à 17,5% concernant l'origine asiatique.

- **la concurrence est plus directe entre les véhicules d'origine asiatique et ceux produits localement** dans la mesure où, chaque fois que l'origine asiatique perd des parts de marché ce sont essentiellement les véhicules montés localement qui la reprennent et vice versa.
- Le secteur de l'industrie automobile constitue un volet important dans la politique industrielle du Maroc qui lui réserve une attention particulière dans le cadre du pacte national pour l'émergence industrielle en vue d'attirer l'investissement dans ce secteur et promouvoir l'industrie locale. Des efforts considérables ont été consentis par l'Etat pour la promotion et le développement de ce secteur notamment en termes de mise en place de l'infrastructure d'accueil, d'aide à la formation des ressources humaines et d'allègement de la fiscalité.
- L'analyse a démontré que l'industrie automobile marocaine est surtout intégrée dans l'espace euro-méditerranéen notamment en ce qui concerne les équipementiers et l'exportation de véhicules CKD.
- L'octroi d'une éventuelle baisse du droit de douane NPF pourrait accentuer le manque à gagner fiscal ainsi que le déficit de la balance commerciale avec les pays asiatiques, sachant que cette concession pourrait être réservée au moment de la négociation d'accords de libre échange notamment avec la Corée du Sud et le Japon qui en ont exprimé le souhait.
- Enfin, le benchmark réalisé avec certains pays a permis de relever que les droits de douane appliqués par le Maroc sur l'importation de véhicules neufs dans le cadre du régime du droit commun sont en deçà des taux pratiqués par des pays ayant des niveaux de développement supérieurs. A cet égard, il y a lieu de rappeler que la position du Maroc demeure en harmonie avec ses engagements dans le cadre de l'OMC où le droit consolidé qu'il a concédé se situe à un taux de droit de douane de 40%.

II. Analyse concurrentielle

Pour le traitement de cette saisine, il est nécessaire, tout d'abord, de délimiter le marché pertinent. Ensuite, et afin de déterminer l'impact du différentiel des droits de douane sur la concurrence dans le secteur de l'automobile depuis 2010, l'analyse portera dans un premier lieu sur l'évolution de l'offre de véhicules neufs ainsi que les parts détenues par chaque origine de marque de véhicule. Elle portera en deuxième lieu sur les principales tendances en fonction des différents segments de voitures. Ensuite, il sera procédé en troisième lieu à l'examen de l'évolution des prix de ventes sur le marché local, et son éventuel impact sur les ventes réalisées de chaque marque de voitures. Cette analyse permettra de mesurer l'effet des tarifs douaniers susmentionnés sur le volume de voitures neuves écoulées sur le marché local par chaque enseigne.

Les statistiques utilisées pour les besoins de l'instruction de cette saisine, sont basées sur les données de l'Association des Importateurs de Véhicules au Maroc (AIVAM) qui présentent des informations par marque en supposant que l'origine de production des voitures correspond à l'origine de la marque.

1. Le marché de référence

Le marché de référence englobe le marché des produits et services et le marché géographique.

- le *marché des produits et services* comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou **substituables** en raison de leurs **caractéristiques**, de leur **prix** et de **l'usage** auquel ils sont destinés
- le *marché géographique* comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et des services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes.

Le marché de référence tel que définit dans le premier avis indique une première distinction entre le marché du neuf et le marché des véhicules d'occasion compte tenu notamment des caractéristiques propres de chaque catégorie, des prix des produits et des modes et circuits de commercialisation ainsi que du droit de douane appliqué aux véhicules d'occasion.

Par ailleurs, une deuxième segmentation est couramment retenue au niveau du marché des véhicules neufs selon l'usage auquel ils sont destinés. Ainsi, les véhicules de tourisme ou voitures particulières (VP) doivent être distingués des véhicules dits « commerciaux » ou véhicules utilitaires vu qu'ils répondent à des utilités différentes². En outre, il y a lieu de signaler que l'étude présentée par le GIVET en appui de sa saisine porte uniquement sur les véhicules de tourisme neufs et exclu de son champ les véhicules utilitaires.

Partant de ce constat le marché de produit considéré dans le présent avis concerne les véhicules de tourisme importés à l'état neuf (CBU) ou montés localement (CKD). Aussi, pour des besoins d'analyse concurrentielle plus pointue, ce marché peut être éclaté en plusieurs segments. Au Maroc, les professionnels de l'industrie automobile distinguent 11 segments qu'ils considèrent différents. Il s'agit des voitures dites Citadine Sedan, Citadine, Compacte, Coupée cabriolet, Ludospace, Luxe, Microcitadine, Monospace, Moyenne, Routière et 4 x 4.

De même, et compte tenu du fait que la structure des ventes des voitures asiatiques est fortement concentrée au niveau des voitures dites microcitadines, citadines, compactes et 4 X 4, l'analyse concurrentielle se focalisera en particulier sur ces quatre segments.

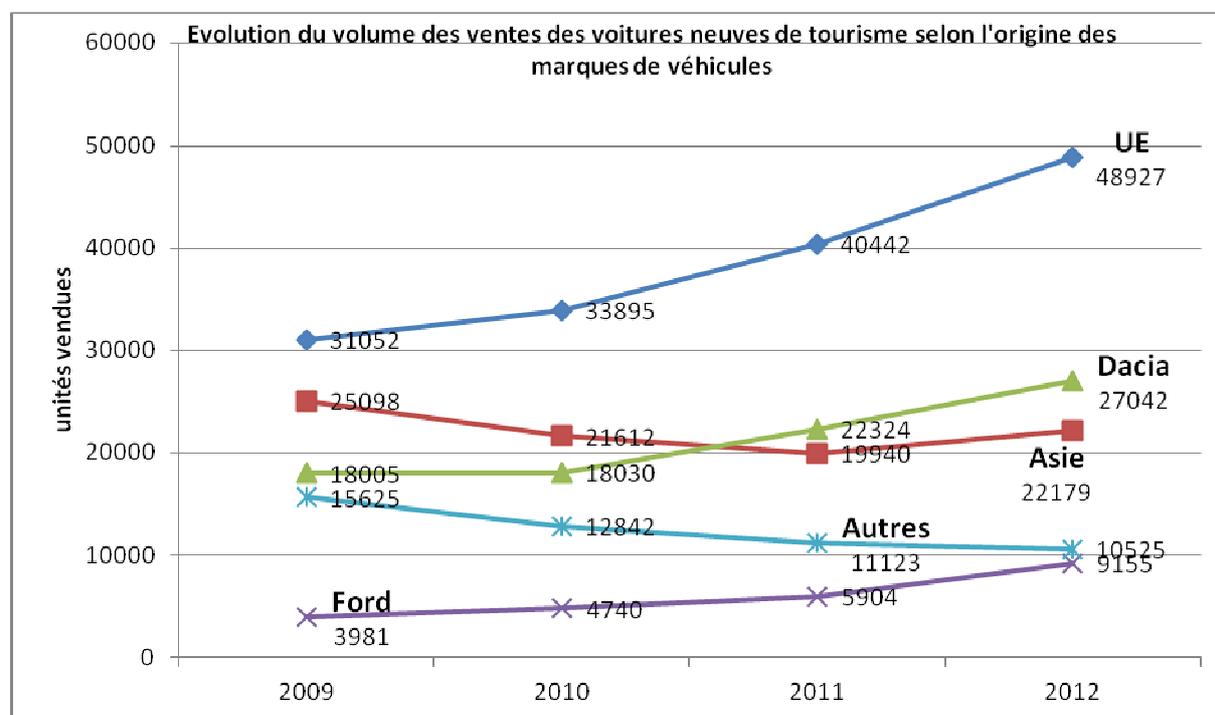
Concernant la dimension géographique du marché, il a été considéré comme ayant une dimension nationale en considérant le territoire national comme un seul marché, dans lequel l'offre de véhicules neufs parvient de différentes origines notamment l'UE, l'Asie et les autres pays (reste du monde RDM) sans oublier l'offre émanant de l'activité de production locale³.

²Cf., Rapport annuel de l'autorité de la concurrence française pour l'année 2008.

³ La dimension locale du marché pertinent nous semble plus appropriée lorsqu'il s'agit d'examiner des cas d'entente, d'abus de position dominante ou de concentration.

2. Evolution de l'offre de véhicules neufs

A partir de la base de données de l'AIVAM, les tendances globales des ventes de voitures neuves de tourisme ont été comme suit :



Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Evolution du volume des ventes des voitures neuves de tourisme selon l'origine des marques de véhicules

Origine	2009	2010	2011	2012	Evolution 2010/2009	Evolution 2011/2010	Evolution 2012/2011	Evolution Moyenne 2010-2012
UE	31052	33895	40442	48927	9,2%	19,3%	21,0%	20,1%
Asie	25098	21612	19940	22179	-13,9%	-7,7%	11,2%	1,7%
Dacia	18005	18030	22324	27042	0,1%	23,8%	21,1%	22,5%
FORD	3981	4740	5904	9155	19,1%	24,6%	55,1%	39,8%
Autres	15625	12842	11123	10525	-17,8%	-13,4%	-5,4%	-9,4%
Total	93761	91119	99733	117828	-2,8%	9,5%	18,1%	13,8%

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

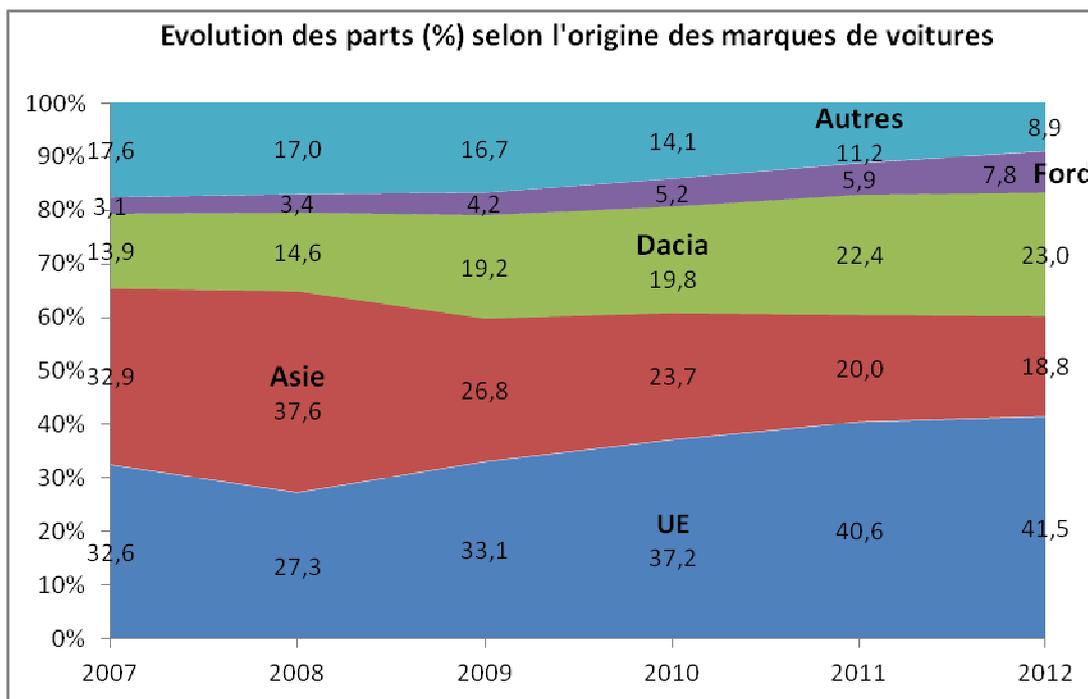
Les ventes de véhicules neufs au Maroc ont connu une évolution moyenne de l'ordre de 13,8% entre 2010 et 2012. Cette hausse du volume des ventes est caractérisée par un recul en 2010 par rapport à l'année 2009 puis une reprise des ventes à partir de 2011.

Selon l'origine, le volume des ventes des voitures de marques européennes a connu un taux d'évolution moyen de 20% entre 2010 et 2012. Au cours de la même période, les marques d'origine asiatique ont connu une croissance moins importante du volume des ventes, selon un taux moyen de 1,7%.

Il y a lieu de signaler que les ventes des voitures de marques asiatiques ont connu une baisse de 13,9% en 2010 et de 7,7% en 2011. Le GIVET affirme que cette baisse constatée en 2010 et 2011 est due au différentiel du droit de douane dont les effets se seraient exacerbés à partir de 2011 en entraînant une baisse des prix des voitures de tourisme d'origine européenne et, par conséquent, l'accroissement des ventes de celles-ci. **Toutefois, il a été constaté en 2012, que les ventes des voitures de marques asiatiques ont enregistré une hausse de l'ordre de 11,2%, par rapport à l'année 2011.**

En outre, on constate que cette période est caractérisée par une percée remarquable des marques Dacia et Ford sur le marché marocain. Le volume des ventes de celles-ci a enregistré des taux de croissance respectivement de 22,5% et 39,8%.

En tout état de cause, les tendances sur le marché marocain de l'automobile ont entraîné une dégradation des parts de marché détenues par les marques de véhicules asiatiques qui sont passées de 26,8% en 2009 à 18,8% en 2012. Et de ce fait, on examinera si les causes qui ont engendré cette nouvelle configuration du marché de distribution des véhicules neufs de tourisme, telle que représentée sur la graphique suivant, sont effectivement dues au différentiel du droit de douane entre les origines asiatique et européenne.



3. Examen de l'impact du démantèlement en faveur de l'origine européenne

Rappelons tout d'abord, qu'en termes de droit de douane, comme le montre le tableau ci-après, le droit commun est passé de 27,5% en 2010 à 17,5% en 2012, et par conséquent, les voitures en provenance de l'Asie ont bénéficié d'une baisse de 10 points. D'autre part, on constate que, pendant la même période, le droit de douane sur les voitures en provenance de l'Union Européenne est passé de 7,7% à 0% concernant les véhicules d'une cylindrée inférieure à 2200 cm³ pour les moteurs diesel et d'une cylindrée inférieure ou égale à 1800 cm³ pour les moteurs à essence, et de 5,5% à 0% pour les autres voitures.

En d'autres termes, entre 2010 et 2012, les voitures d'origine asiatique ont bénéficié d'un démantèlement du droit de douane de l'ordre de 10 points, qui est supérieur au démantèlement en faveur de l'UE, durant la même période, qui varie entre 5,5 points et 7,7 points selon le type de motorisation. Ainsi, depuis l'année 2010, le différentiel en termes de droits de douane varie, selon le type de motorisation, entre 2,3 points et 4,5 points, **au profit de l'origine asiatique, mais avec in fine, un taux de 17, 5% pour les voitures d'origine asiatique et zéro pour cent pour les voitures d'origine européenne.**

Tableau 1 : Schéma de démantèlement tarifaire adopté pour l'importation des véhicules dans le cadre préférentiel et dans le cadre du droit commun

Tarif douanier sur les véhicules	2010	2011	2012	Démantèlement en faveur des véhicules d'origine asiatique	Démantèlement en faveur des véhicules d'origine UE
Droit commun (DI + PFI)	27,5%	25,0%	17,5%	10 points	
UE					
Voitures neuves					
<ul style="list-style-type: none"> • d'une cylindrée inférieure à 2200 cm³ pour les moteurs diesel et d'une cylindrée inférieure ou égale à 1800 cm³ pour les moteurs à essence 	7,7%	3,3%	0%		7,7 points
<ul style="list-style-type: none"> • autres voitures 	5,5%	2,5%	0%		5,5 points

De ce fait, il est difficile de concevoir à ce stade d'analyse que le différentiel de droit de douane soit à l'origine du retournement de la situation en faveur de l'Union Européenne. Il est également à rappeler que pendant la première phase de démantèlement au profit exclusivement de l'origine européenne, qui s'étale de 2003 à 2008, l'importation et les ventes des voitures de marques asiatiques ont connu, particulièrement, une croissance remarquable en passant de 7% en 2003, date de la mise en œuvre des mesures de démantèlement tarifaire, à 37,6% de parts de marché en 2008.

4. Tendances du volume des ventes par marque

Afin de mieux appréhender les causes de la baisse des ventes des voitures asiatiques, on a procédé à l'examen des tendances par marque. A l'issue de cette analyse, il a été noté que le démantèlement du droit de douane ne confère pas automatiquement un avantage concurrentiel. En effet, il a été constaté que la tendance à la baisse ou à la hausse des ventes n'est pas généralisée selon l'origine (voir tableau en annexe 4).

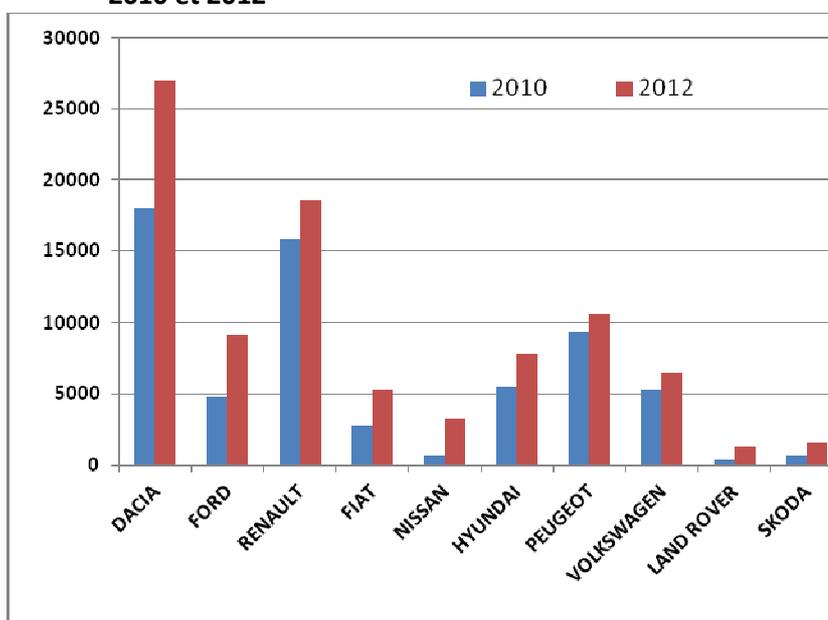
Ainsi, en 2011, malgré la chute des ventes de la majorité des marques asiatiques, certaines ont réalisé une croissance positive, il s'agit de Nissan (+1351 voitures), de Ssangyong (+100 voitures) et de Subaru (+7 voitures). Tandis que, les ventes de certaines marques européennes ont connu une baisse, notamment Opel (-270 voitures), Jaguar (-132 voitures), et Mercedes (-52 voitures).

En outre, notons, qu'en 2012, les ventes de véhicules de marques asiatiques ont renoué avec la croissance, à travers, en particulier, l'augmentation du volume des ventes des véhicules des marques Hyundai (+2529 voitures), Nissan (+1194 unités), Toyota (+81 voitures), Great Wall (+125 unités) et Mitsubishi (+46 unités).

Par ailleurs, il y a lieu de souligner que Dacia est la marque qui a réalisé les performances les plus notables en passant de 18030 unités en 2010 à 27042 unités en 2012, soit 9012 unités supplémentaires appartenant à cette marque, durant cette période. Les autres marques qui ont connu un accroissement remarquable du volume des ventes sont reprises sur le tableau ci-après, qui comprend également certaines marques d'origine asiatique dont Hyundai et Nissan.

Les 10 premières marques qui ont réalisé le plus de croissance en termes d'unités vendues entre 2010 et 2012

Marque	Volume additionnel en 2012 par rapport à 2010
DACIA	9012
FORD	4415
RENAULT	2686
FIAT	2555
NISSAN	2545
HYUNDAI	2305
PEUGEOT	1230
VOLKSWAGEN	1162
LAND ROVER	892
SKODA	864



Cette analyse par marque de véhicule a également permis de constater, que malgré le fait que les marques asiatiques sont plus nombreuses sur le marché marocain à travers 26 marques sur un total de 51 marques, contre 22 marques européennes, les marques

européennes disposent de plus de modèles⁴ qui visent une large gamme de clientèle. Ainsi, durant l'année 2012, les 22 marques européennes commercialisées au Maroc ont présenté 410 modèles, tandis que les 26 marques asiatiques ne sont présentes qu'à travers 180 modèles.

De même, il est à souligner que 186 nouveaux modèles d'origine européenne ont été introduits sur le marché marocain à partir de 2009. A travers ces nouveaux modèles, les marques européennes ont renforcé leur position en commercialisant 9952 de ces nouvelles unités en 2009, 21311 en 2010, 30214 en 2011 et 44524 en 2012.

En revanche, depuis 2009, les marques d'origine asiatiques n'ont introduit que 59 nouveaux modèles sur le marché marocain, à travers lesquels elles ont réalisé des ventes supplémentaires de l'ordre de 927 véhicules en 2009, 3764 véhicules en 2010, 6284 véhicules en 2011 et 8641 véhicules en 2012.

En somme, et à ce niveau d'analyse, il est probable que l'écart qui s'est creusé entre le niveau des ventes selon les origines européenne et asiatique soit la conséquence d'une présence plus confirmée des marques européennes dans le marché marocain à travers l'introduction de nouveaux modèles ayant permis de réaliser des performances importantes, **soit 44524 unités additionnelles pour les nouveaux modèles européens contre uniquement 8641 véhicules pour les nouveaux modèles lancés par les marques asiatiques, sur la période s'étalant entre 2009 et 2012.**

5. Analyse de l'évolution des ventes par catégorie de véhicule

En vue d'affiner davantage l'analyse, et afin de vérifier l'affirmation du Givet selon laquelle les effets sont concrets à partir d'une analyse par segment de voitures, on examinera les tendances du volume des ventes par marque et par origine selon les différents segments de

⁴ Est considéré comme un modèle distinct, dans le cadre de cette analyse, tout véhicule présentant des caractéristiques différentes donnant lieu à des prix différents, même si au niveau de l'appellation peuvent porter le même nom. Par exemple, le modèle Sandéro 1475 essence ambiance au prix de 92.500 DH est considéré comme étant différent du modèle Sandéro 1.5 dci 65 diesel stepway à un prix de 129.100 DH.

voiture. Les segments de véhicules de tourisme tel que défini par l'AIVAM sont de l'ordre de 11 catégories. Il s'agit, des Microcitadines, Citadines, Citadines sedan, Compacts, Moyennes, Monospaces, Ludospaces, Coupées cabriolet, Routières, 4x4, Luxe.

A ce titre, il est à souligner que nous n'avons pas pu déceler l'éventuel lien, qui existerait théoriquement, entre l'évolution des prix des voitures et l'évolution du volume des ventes par segment. En effet, et comme le montre le tableau ci-après, on constate l'existence de toutes les combinaisons possibles en termes de tendances croissantes ou décroissantes entre l'évolution des prix et l'évolution du volume des ventes.

En effet, les deux variables peuvent évoluer toutes les deux positivement ou négativement ou avoir des tendances différentes, ce qui ne permet pas de se prononcer au sujet de l'effet de la baisse des droits de douane sur le volume des ventes par origine. Les différentes couleurs sur le tableau indiquent les différents types de relations entre l'évolution des prix et des volumes des ventes. Les prix qui constituent la base de calcul sont des prix moyens pondérés en fonction des volumes des ventes. Le tableau en détail concernant les volumes des ventes et les prix est joint en annexe.

Segment de voiture	Variation du volume des ventes 2010/2009	Variation du prix pondéré 2010/2009	Variation du volume des ventes 2011/2010	Variation du prix pondéré 2011/2010	Variation du volume des ventes 2012/2011	Variation du prix pondéré 2012/2011
Citadine Sedan	-28,9	0,7	-1,5	-1,0	14,2	0,8
Citadine	19,5	-3,2	11,9	1,3	18,1	-0,2
Compacte	13,1	2,6	7,9	0,1	13,6	0,6
Coupée cabriolet	28,3	-3,9	8,0	0,3	-16,1	6,8
Ludospace	-10,2	8,0	6,5	1,6	16,5	1,0
Luxe	75,9	-9,1	-43,4	8,3	-15,5	2,0
Microcitadine	-12,5	1,1	-10,7	2,6	0,0	3,9
Monospace	-24,2	5,3	-6,7	3,1	77,3	-5,2
Moyenne	-12,2	1,7	-4,9	-0,4	12,2	0,1
Routière	29,0	8,1	6,4	1,5	46,9	-6,4
4 x 4	13,9	-4,6	48,9	-17,8	32,8	-4,3

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

6. Evolution de la structure de la demande par segment

A partir du tableau ci-dessous, on constate que la structure de la demande a connu des changements au cours des trois dernières années. Ainsi, depuis 2010 la demande a été particulièrement réorientée aux voitures appartenant aux segments des voitures citadines et 4x4 tandis que la demande adressée aux voitures de type citadine sedan et microcitadines a connu une baisse importante.

Evolution des parts (en %) par segment de véhicules entre 2009 et 2012

Segment	Parts 2009 (%)	Parts 2010 (%)	Parts 2011 (%)	Parts 2012 (%)
Citadine Sedan	19,2	14,0	12,6	12,2
Citadine	18,2	22,4	22,9	22,9
Compacte	11,4	13,3	13,1	12,6
Coupée cabriolet	0,9	1,2	1,2	0,8
Ludospace	21,3	19,7	19,1	18,9
Luxe	0,2	0,4	0,2	0,2
Microcitadine	10,7	9,6	7,8	6,6
Monospace	2,0	1,6	1,3	2,0
Moyenne	4,9	4,5	3,9	3,7
Routière	0,8	1,1	1,1	1,3
4 x 4	10,5	12,3	16,8	18,8
Total	100	100	100	100

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Concernant les voitures dites microcitadines, il est à noter que l'analyse des données statistiques montre que la demande des véhicules relevant de ce segment a connu une baisse générale en passant de 10.014 unités en 2009 à 7819 en 2012.

Il est à signaler à ce titre que ce segment reste dominé par les marques asiatiques dont la part des ventes de ce type de véhicules sur le marché marocain est de l'ordre de 83% en 2012. Ainsi, la baisse de la demande de ce type de voiture affecte particulièrement les ventes des voitures d'origine asiatique.

Pour ce qui est du segment Citadine Sedane, et comme indiqué sur le tableau joint en annexe 5, la demande de cette catégorie de voitures est essentiellement adressée à la marque Dacia à hauteur de 76,5% de la demande totale adressée à ce type de voiture en

2009. Cette demande de la voiture de marque Dacia s'est renforcée davantage puisqu'elle constitue en 2012 82% de la demande totale adressée à ce segment.

Quant à la demande adressée aux autres marques européennes et asiatiques, celle-ci a connu une baisse en passant de 15% à 11% dans le cas des premières et de 7% à 6,9% dans le cas des secondes, et par conséquent, on note une baisse plus accentuée dans le cas des marques européennes.

Enfin, il y a lieu de noter que la demande des voitures citadines et en particulier des voitures 4 x 4 a connu une évolution importante. En effet, le nombre d'unités de voitures citadines est passé de 20.384 voitures en 2010 à 26.958 voitures en 2012. Quant aux voitures 4X4, elles sont passées de 11.223 unités en 2010 à 22.195 véhicules en 2012.

L'évolution de la structure de la demande a eu probablement un fort impact sur les importations de véhicules asiatiques, en raison notamment du fait qu'il a été constaté un recul de la demande des voitures relevant des segments microcitadines et compactes qui ont constitué en 2010, respectivement 38,1% et 13,2% de la structure des ventes des voitures de marques asiatiques.

Évolution de la structure des ventes de voitures asiatiques selon les segments (en %)

Marque	2009	2010	2011	2012
Citadine Sedan	5,3	5,3	3,6	4,6
4 x 4	27,9	30,0	35,4	38,4
Citadines	7,9	7,2	6,8	8,8
Compacte	14,9	13,2	13,8	11,7
coupé cabriolet	0,1	0,2	0,1	0,0
Ludospace	0,0	0,0	0,0	0,0
Luxe	0,0	0,0	0,0	0,0
microcitadine	36,8	38,1	34,1	30,1
Monospace	3,6	2,8	3,1	2,3
Moyenne	3,2	3,1	3,2	4,0
Routière	0,2	0,1	0,1	0,0
Total	100	100	100	100

Enfin, étant donné que la structure des ventes des marques asiatiques est constituée essentiellement des voitures relevant des segments des 4x4, des citadines, des compactes et des microcitadines (88,5% en 2010 ; 90% en 2011 et 89% en 2012), on focalisera, par conséquent, l'analyse sur les changements survenus au niveau de ces segments.

7. Analyse du segment des véhicules de type 4x4

7.1. Evolution des ventes des véhicules de type 4x4

En 2009, le segment des voitures 4x4 était dominé par les marques asiatiques qui détenaient 67,7% de parts de marché, alors que les marques européennes ne constituaient que 28% de parts de ce segment. En 2012, les parts de marché des voitures 4X4 d'origine asiatique ont chuté à 37%. De même, les parts de marché des voitures 4X4 d'origine européennes ont baissé à 18% en 2012.

Le nouvel élément de taille est l'introduction de la marque Dacia, à partir de l'année 2010, qui s'est arrogé 35% de parts de marché en 2012.

Toutefois, les marques asiatiques n'ont pas toutes été affectées de la même manière. En effet, 5 marques asiatiques ont réalisé une croissance en termes d'unités vendues en 2012 par rapport à l'année 2009. Il s'agit de Hyundai (+505), Nissan (+2099), Mitsubishi (+194), Suzuki (+156) et GWM (+50).

Les marques asiatiques qui ont été sérieusement affectés par la baisse des ventes en 2012 par rapport à l'année 2009 sont Toyota (-924), KIA (-100) et Honda (-93).

En vue de comprendre l'origine de la baisse plus prononcée dans les cas des voitures asiatiques par rapport aux voitures européennes on procédera à une analyse par segments des voitures 4X4.

7.2. Analyse de l'évolution du segment des voitures 4x4 selon les différents modèles

Évolution du volume et des parts des ventes selon l'âge des modèles

	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
	Unités	Parts %										
modèles2007 (270)	90886	100	80927	79	45166	48	30320	33	20098	20	10458	9
modèles2008 (176)	0	0	21256	21	32699	35	17344	19	18145	18	17382	15
modèles2009 (165)	0	0	0	0	15987	17	17129	19	12530	13	12518	11
modèles2010 (180)	0	0	0	0	0	0	26143	29	36475	37	32577	28
modèles2011 (136)	0	0	0	0	0	0	0	0	12161	12	22228	19
modèles2012 (147)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21999	19
Total	90886	100	102183	100	93852	100	90936	100	99409	100	117162	100

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Le tableau ci-dessus montre que l'introduction de nouveaux modèles sur le marché constitue un facteur important de développement des ventes. En effet, les modèles qui constituaient 100% des ventes de véhicules en 2007 ne représentent plus que 9% de ces véhicules en 2012. Il en est de même pour les modèles introduits en 2008 qui ont constitué respectivement 21% et 35% des ventes de véhicules en 2008 et 2009, mais ne représentent plus que 15% des ventes en 2012.

En revanche, les nouveaux modèles introduits en 2011 et 2012 représentent, ensemble en 2012, 38% des ventes totales des véhicules neufs.

De ce fait, on peut dire que la durée de vie d'un modèle ou des nouvelles caractéristiques qui lui ont été apportées n'a qu'un court cycle de vie en termes de commercialisation en tant que véhicule neuf. De même, il apparaît clairement que l'accroissement des ventes est considérablement soutenu par l'introduction de nouveaux modèles sur le marché. Par conséquent, nous sommes amenés à examiner l'évolution des ventes par origine en rapport avec le lancement de nouveaux modèles en vue de mettre la lumière sur la relation entre ces deux aspects.

7.3. Evolution des ventes en fonction de l'introduction de nouveaux modèles selon l'origine pour les voitures 4 x 4

Le tableau ci-dessous permet de constater que durant les dernières années les opérateurs dans le secteur automobile se sont orientés vers une nouvelle stratégie en vue de faire face à la concurrence en optant pour la diversification des modèles commercialisés et l'introduction de nouveaux types de véhicules sur le marché.

Ainsi, les marques européennes qui ne commercialisaient sur le marché marocain que 70 modèles de voitures 4x4 en 2007, ont introduit 320 nouveaux modèles depuis l'année 2008.

Pour ce qui est des marques asiatiques, elles ont suivi la même tendance en introduisant sur ce même marché 117 nouveaux modèles, alors qu'en 2007, les modèles de voitures asiatiques commercialisées n'étaient que de 80.

Nous voyons donc bien qu'aussi bien les marques asiatiques qu'européennes évoluent dans le sens de la diversification de l'offre en vue de mieux répondre aux différentes attentes du consommateur, avec un net avantage en faveur des constructeurs européens, ce qui leur a permis de renforcer leur position sur le segment des 4x4.

Par ailleurs, il convient de noter que les données traitées ont permis de constater que la marque Dacia a réalisé une percée remarquable sur ce segment en s'arrogeant une part de 35% en 2012, passant ainsi d'un volume des ventes de l'ordre de 1085 véhicules en 2010 à 7661 unités en 2012 (voir tableau relatif aux parts des marques concernant les véhicules de type 4x4 en annexe 5).

Evolution des ventes en fonction de l'introduction de nouvelles marques selon l'origine pour les voitures 4 x 4 (U7 : nombre d'unités vendues en 2007 / px p 7 : prix pondéré en 2007)

	Marque	Nombre de Modèles	Unités vendues 2007	Prix pondérés en 2007	Unités vendues en 2008	Prix pondérés en 2008	Unités vendues en 2009	Prix pondérés en 2009	Unités vendues en 2010	Prix pondérés en 2010	Unités vendues en 2011	Prix pondérés en 2011	Unités vendues en 2012	Prix pondérés en 2012
2007	UE	70	971	711759	739	721158	270	692888	42	766676	26	739938	21	756648
	Asie	80	8125	346286	8008	342627	4943	337499	2140	334078	1399	343145	960	350934
2008	UE	49	0	0	1047	552401	1311	494602	131	334595	6	372333	2	686000
	Asie	22	0	0	1353	342494	1102	348399	218	297704	49	377859	11	346100
2009	UE	69	0	0	0	0	1179	563693	638	600363	537	607605	457	585817
	Asie	16	0	0	0	0	623	386696	1056	329573	526	322508	504	322312
2010	UE	101	0	0	0	0	0	0	2467	520749	2189	493682	1649	464352
	Asie	49	0	0	0	0	0	0	2774	363265	4444	323973	4145	280917
	Dacia	6	0	0	0	0	0	0	1085	169897	5568	170476	7342	172005
2011	UE	47	0	0	0	0	0	0	0	0	739	545307	1432	522275
	Asie	11	0	0	0	0	0	0	0	0	252	267392	233	278134
	Dacia	3	0	0	0	0	0	0	0	0	51	167492	319	160267
2012	UE	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1163	471151
	Asie	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2385	327989
	Dacia	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	303	159900

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

7.4. Analyse des prix

Tout d'abord, il est à souligner que les voitures asiatiques relevant du segment des 4 x 4 sont, en général, plus accessibles en termes de prix que les voitures européennes. L'élément qui constitue une nouveauté sur le marché marocain, depuis 2010, est l'introduction de la marque Dacia Duster qui offre des prix très compétitifs avec une entrée de gamme à partir de 135.000DH. Les marques européennes, par contre, affichent des prix qui sont beaucoup plus élevés.

Ainsi, en 2012, comme le montre le tableau ci-après, les marques asiatiques offrent des véhicules de type 4x4 à partir de 169.000 DH, l'entrée de gamme d'une marque européenne est à 345.000 DH et Dacia offre son entrée de gamme à 133.679 DH.

Fourchette de prix selon l'origine

	2012		
	Prix minimum	Prix maximum	Nombre de modèles
EU	345.000 DH	1.607.000 DH	114
Asie	169.900 DH	849.900 DH	84
Dacia	133.679 DH	192.000 DH	8
Ford	295.000 DH	385.000 DH	3

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

De même, l'analyse de l'évolution des prix pondérés par les ventes selon l'origine de la marque révèle que les prix des marques européennes sont en général beaucoup plus élevés que les prix des véhicules de marques asiatiques.

En effet, le prix moyen, pondéré par le volume des ventes, en 2012, d'un véhicule 4x4 de marque européenne est de 455.879 DH contre 305.791 DH pour un véhicule 4x4 asiatique soit un écart moyen de prix de l'ordre de 150.000 DH qui est presque équivalent au prix d'un véhicule 4x4 entrée de gamme d'origine asiatique (169.900 DH).

Notons enfin, que le prix moyen pondéré d'une Dacia Duster est passé de 169.897 DH en 2010 à 171.516 DH en 2012. Ceci est dû, à une orientation de la demande en faveur des nouveaux modèles présentant de meilleures caractéristiques.

Evolution des prix pondérés selon l'origine de la marque

Origine de la marque	2009	2010	2011	2012
UE	538.590 DH	507.433 DH	486.509 DH	455.879 DH
Asie	344.670 DH	345.618 DH	326.843 DH	305.791 DH
Dacia	-	169.897 DH	170.449 DH	171.516 DH

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Enfin, pour mieux situer la concurrence entre les marques européennes et les marques asiatiques on a procédé à l'examen des ventes par origine de véhicule en fonction des tranches de prix. Ainsi, et comme indiqué sur le tableau ci-après, on constate que Dacia domine la tranche de prix inférieure à 200.000 DH. Les marques européennes qui étaient présentes, en 2007, essentiellement dans les tranches de prix variant entre 500.000DH et 900.000DH ont renforcé leur présence sur la tranche de prix variant entre 300.000DH et 500.000DH et ce, à travers 38 modèles en 2012 au lieu de 7 modèles en 2007.

De ce fait, sachant que la tranche de prix variant entre 300.000DH et 500.000DH constituait 69% des parts de marché de ce segment en 2007, les parts perdues par les marques asiatiques ne sont pas dues à une baisse des prix des véhicules de marques européenne, mais plutôt à la conception de nouveaux modèles destinés à la clientèle de cette tranche de prix par les constructeurs européens. En outre, il est à souligner que les marques asiatiques

offrent de meilleurs prix même dans le cadre de cette tranche de prix. Par conséquent, la demande n'a pas changé en raison du prix mais à cause de la diversification des modèles.

Ainsi, les marques asiatiques ne dominent plus qu'une seule niche, à savoir la tranche de prix variant entre 200.000DH et 300.000DH du fait de l'absence des marques européennes sur ce segment de prix.

En conclusion, la domination du segment des véhicules 4x4 par les marques asiatiques, en 2007, n'était pas due à une compétitivité en matière de prix, mais plutôt à une absence des marques européennes sur les tranches de prix inférieurs à 400.000DH.

Évolution des ventes par origine selon les intervalles de prix et le nombre de modèles

	UE07	M/C	UE12	M/C	Asie07	M/C	Asie12	M/C	Dacia12	M/C	Ford07	M/C	Ford12	M/C
[160000-200000[0		0		219	5	58	5	7661	8	0	0	0	0
[200000-300000[0		0		1544	21	3740	19	0	0	0	0	944	1
[300000-400000[1	1	855	13	4793	35	3873	42	0	0	0	0	207	2
[400000-500000[70	6	1547	25	1389	14	403	11	0	0	0	0	0	0
[500000-600000[130	16	695	24	63	3	6	5	0	0	3	1	0	0
[600000-700000[271	18	557	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
[700000-800000[322	10	9	5	23	1	9	1	0	0	0	0	0	0
[800000-900000[131	8	293	12	0	0	13	1	0	0	0	0	0	0
[900000-1000000[1	1	28	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
[1000000-plus]	46	10	57	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

UE07 : ventes des voitures européennes 4X4 en 2007
M/C : nombre de modèles selon les caractéristiques
UE12 : ventes des voitures européennes en 2012
Asie07 : ventes des voitures asiatiques en 2007

Asie12 : ventes des voitures asiatiques en 2012
Dacia12 : ventes des voitures Dacia 4X4 en 2012
Ford07 : ventes des voitures Ford 4X4 en 2007
Ford12 : ventes des voitures Ford en 2012

8. Analyse du segment des véhicules de type citadine

8.1. Evolution des ventes selon les nouveaux modèles

Evolution des modèles, du volume des ventes par origine et des prix moyen pondérés des voitures dites citadines

	Marque	Modèle	U7	pxp7	U8	pxp8	U9	pxp9	U10	pxp10	U8	pxp8	U9	pxp9
2007	UE	27	9794	154110	9318	157414	5948	151523	4485	149332	5740	147188	1263	126460
	Asie	26	2821	143426	3157	141285	1301	134175	558	132896	384	139197	4	118750
2008	UE	33	0	0	1820	161338	1812	154331	586	159617	442	165123	489	149107
	Asie	6	0	0	115	170217	317	176372	203	177379	21	172429	48	178000
2009	UE	26	0	0	0	0	1059	179728	445	172480	420	162230	248	148672
	Asie	5	0	0	0	0	272	170713	111	159900	37	159900	24	159900
	Dacia	5	0	0	0	0	3805	108864	4471	116245	2660	115658	3050	115497
2010	UE	63	0	0	0	0	0	0	4128	149828	4610	155774	3466	150373
	Asie	14	0	0	0	0	0	0	620	164649	676	164129	172	174717
	Dacia	5	0	0	0	0	0	0	2038	100533	3347	120308	2865	121706
2011	UE	30	0	0	0	0	0	0	0	0	1704	120181	3002	125562
	Asie	7	0	0	0	0	0	0	0	0	160	142928	606	144507
2012	UE	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6400	155041
	Asie	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1037	146346

Base de données : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

U_n : Unité vendues pendant l'année n

pxp_n : prix pondéré au cours de l'année n

L'évolution des ventes en fonction des nouveaux modèles telle que l'illustre le tableau ci-dessous démontre, une fois de plus, que chaque modèle a un cycle de vie. En effet, les nouveaux produits connaissent, en général, une forte demande pendant les deux premières années et un fléchissement de celle-ci à partir de la troisième année.

En outre, il est à signaler qu'à partir de l'année 2008, le segment des voitures de type citadine a connu l'introduction de 194 nouveaux modèles de marques européennes, contre uniquement 52 modèles de marques asiatiques.

De surcroit, cette analyse nous a permis d'observer deux phénomènes remarquables au niveau de cette catégorie de voitures. Il s'agit, en premier lieu, de l'importante percée de la marque Dacia (Sandero) sur le marché, en passant de 3805 unités en 2009 à 6509 unités en 2010, ensuite à 5915 unités en 2012, et en second lieu, la croissance importante des ventes

de la marque Ford, suite au lancement de son nouveau modèle Ford Fiesta, passant de ce fait, de 1270 unités en 2007 à 4266 unités en 2012.

Evolution des unités vendues et des prix pondérés de ventes par origine

origine	Unités7	pxpond7	Unités8	pxpond8	Unités9	pxpond9	Unités10	pxpond10	Unités11	pxpond11	Unités12	pxpond12
UE	9794	154110	11138	158055	8819	155487	9644	151237	12916	147792	14868	145271
Asie	2821	143426	3272	142302	1890	146511	1492	154153	1278	153997	1891	149255
Dacia	0	0	0	0	3805	108864	6509	111325	6007	118249	5915	118504
Ford	1270	152847	1844	148850	2319	160655	2593	161382	2569	159789	4266	155797
Autres	434	131860	238	131314	230	129000	146	129000	47	129000	18	129000

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

8.2. Analyse des prix

Comme déjà constaté dans le cas des véhicules de type 4x4, on remarque, tout d'abord, que les prix des voitures asiatiques d'entrée de gamme sont plus accessibles par rapport aux voitures européennes. Ainsi, en 2007, le véhicule asiatique d'entrée de gamme est au prix de 90.000DH (Changhe Ideal), tandis que le véhicule d'entrée de gamme de marque européenne est de 93.900 DH (Fiat Palio). En 2012, la voiture d'entrée de gamme de marque asiatique est au prix 102.500 DH (Lifan 320) alors que la voiture d'entrée de gamme de marque européenne est au prix de 109.000 DH (Fiat Punto).

A partir de ce constat, et comme cela a été déjà souligné dans le premier avis du Conseil de la Concurrence à ce sujet, les marques d'origine asiatiques sont essentiellement affectées en matière de prix par les voitures produites localement, en l'occurrence la Dacia Sandero qui affiche en entrée de gamme un prix de 78.500 DH en 2012.

Fourchette de prix selon l'origine

	2007			2012		
	Prix minimum	Prix maximum	Nombre de modèles	Prix minimum	Prix maximum	Nombre de modèles
EU	93900	696000	105	109000	410000	143
Asie	90000	189000	26	102500	253900	38
Dacia				78500	129100	7
Ford	132900	189900	8	132000	189900	7

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Quant à la Ford Fiesta qui est passée de 1270 unités en 2007 à 4266 unités en 2012, celle-ci affichent des prix qui varient entre 132.000 DH et 189.900 DH, qui s'avèrent plus élevés que ceux de 8 modèles de marques asiatiques tels que repris sur le tableau ci-dessous. En outre, il est à noter, qu'il existe 23 modèles asiatiques qui affichent des prix inférieurs à 189.900DH (prix maximum d'une Ford Fiesta) réalisant ensemble un volume de 906 véhicules en 2012.

Véhicules asiatiques de type citadine dont le prix est inférieur à 132.000 DH

Marque	Modèle	Caractéristiques	Prix TTC/DH	Unités
CHEVROLET	AVEO	1.2 72 ESSENCE LS 5 PORTES 5 PLACES	129.000	18
DAIHATSU	SIRION	1.0 DVVT 70 ESSENCE PACK 5 PORTES 5 PLACES	116.500	3
DAIHATSU	SIRION	1.0 DVVT 70 ESSENCE PACK CLIM 5 PORTES 5 PLACES	125.500	1
GWM	FLORID CROSS	1.3 92 ESSENCE LUXURY 5 PORTES 5 PLACES	114.900	77
HYUNDAI	I20	1.2 85 ESSENCE PACK 5 PORTES 5 PLACES	126.900	76
LIFAN	320	1.3 89 ESSENCE PACK LUXE 4 PORTES 5 PLACES	102.500	17
NISSAN	MICRA	1.2 80 ESSENCE CONFORT 5 PORTES 5 PLACES	127.000	78
SUZUKI	SPLASH	1.0 64 ESSENCE GL 5 PORTES 5 PLACES	119.000	33

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Enfin, l'analyse par tranche de prix renseigne sur l'existence d'une concentration de l'offre des marques asiatiques au niveau de la tranche de prix variant entre 100.000DH et 200.000DH. Par ailleurs, au sein de cette tranche, on remarque que les prix moyens pondérés des voitures européennes et de la marque Ford sont plus élevés que les voitures asiatiques. En effet, les prix moyens pondérés sont passés de 157.165 DH en 2007 à 149.939 DH en 2012 en ce qui concerne les voitures européennes, de 143.553 DH à 148.503 DH dans le cas des voitures asiatiques et de 152.847 DH à 155.797 DH pour la marque Ford durant la même période, et enfin, le prix moyen pondéré de la marque Dacia a été de 120.659 DH en 2012⁵.

Aussi, il est à noter que le prix moyen des voitures asiatiques a connu une augmentation en 2012 par rapport à l'année 2007, ce qui renseigne sur une structure des ventes relativement orientée en faveur des voitures dont les prix sont plus élevés.

Par conséquent, on peut expliquer le phénomène concurrentiel qui a eu lieu, d'un côté, par le lancement de la voiture locale Dacia Sandero concurrençant les modèles asiatiques à

⁵ le modèle Dacia Sandero n'existait pas encore en 2007.

faibles prix, et d'un autre côté, par le lancement de nouveaux modèles européens au niveau de la tranche de prix susmentionnée ainsi que le lancement de la nouvelle Ford Fiesta.

Il est à rappeler, que les marques européennes sont passées, au niveau de cette tranche de prix, de 86 à 107 modèles entre l'année 2007 et l'année 2012. De leur part, les marques asiatiques sont passées de 25 à 35 modèles.

La marque Ford, quant à elle, est passée de 8 modèles en 2007 à 7 modèles en 2012. Cependant, malgré un recul du nombre de modèles présentés par la marque Ford, un succès exceptionnel a été réalisé à travers le lancement de sa nouvelle Ford Fiesta, malgré le fait qu'elle soit plus chère en comparaison avec les voitures situées dans cette même tranche de prix.

Analyse par tranches de prix

	UE07	PP7	M/C	UE12	PP12	M/C	Asie07	PP7	M/C	Asie12	PP12	M/C	Dacia12	PP12	M/C	Ford07	PP7	M/C	Ford12	PP12	M/C	
[0 - 100000[955	96865	2	0	0	0	8	98663	2				361	85364	2							
[100000-200000[8558	157165	86	13981	149939	107	2813	143553	24	1874	148503	35	5554	120659	5	1270	152847	8	4266	155797	7	
[200000-300000[223	227096	13	235	226213	29				17	232100	3										
[300000-400000[57	359421	3	29	345517	6																
[400000-500000[0	0	0	1	410000	1																
[500000-600000[
[600000-700000[1	696000	1																			

UE_n : ventes de voitures européennes au cours de l'année n ;

PP_n : prix pondérés pendant l'année n ;

M/C : nombre des modèles selon les caractéristiques.

9. Analyse du segment des voitures de type Compacte

9.1. Évolution des ventes selon les nouveaux modèles

Évolution des ventes selon les nouveaux modèles et origine des marques

	origine	Modèle	U7	pxp7	U8	pxp8	U9	pxp9	U10	pxp10	U11	pxp11	U12	pxp12
2007	UE	109	6806	221631	3551	235050	1223	246112	551	259216	510	254194	670	254741
	Asie	37	4638	192736	3055	210888	1327	220041	425	237015	140	227801	8	195988
	Ford	14	1425	228972	1458	231931	1271	231438	1477	232301	1699	232397	5	233800
2008	UE	42	0	-	2679	217075	2688	209706	1993	209324	2038	208715	833	198267
	Asie	16	0	-	1684	212107	1368	212470	357	215327	271	218692	168	230255
	Ford	0	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
2009	UE	38	0	-	0	-	1523	218891	2634	225439	1668	223033	1289	227463
	Asie	22	0	-	0	-	870	216620	907	211168	1268	200977	384	222481
	Ford	2	0	-	0	-	82	245000	42	245000	7	245000	0	-
2010	UE	39	0	-	0	-	0	-	2129	239966	2204	236787	2329	231847
	Asie	25	0	-	0	-	0	-	1030	214803	829	220521	592	225160
	Ford	0	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
2011	UE	36	0	-	0	-	0	-	0	-	1056	241184	1213	230536
	Asie	3	0	-	0	-	0	-	0	-	87	188798	236	189000
	Ford	6	0	-	0	-	0	-	0	-	610	234970	2708	232233
2012	UE	54	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	2565	226792
	Asie	9	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	1119	202164
	Ford	1	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	36	227000

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

U_n : Unité vendues pendant l'année n
 pxp_n : prix pondéré au cours de l'année n

A partir du tableau ci-dessus, on constate, tout d'abord, qu'en 2007, le nombre de modèles est plus élevé dans le cas des voitures européennes (68%) par rapport à celles de marques asiatiques (23%). Ainsi, les marques d'origine européenne ont réalisé 53% du volume des ventes et les marques d'origine asiatiques, quant à elles, se sont accaparées 36% du volume global, et par conséquent, on constate bien une certaine proportionnalité entre le nombre de modèles et le volume des ventes. De son côté, la marque Ford a réalisé 11% de parts de marché à partir de 9% de l'effectif total des modèles du segment des voitures compactes.

En outre, il y a lieu de signaler que le nombre de modèles européens introduits sur le marché marocain, depuis l'année 2008, est nettement supérieur au nombre de modèles asiatiques, sachant que le volume des ventes, comme on peut le constater sur le tableau ci-dessus,

s'accroît en fonction du lancement de nouveaux modèles. De ce fait, les marques d'origine européenne ont introduit, entre 2008 et 2012, 209 modèles relevant de cette catégorie, à partir desquels elles ont réalisé un volume de ventes de l'ordre de 28841 nouvelles unités vendues. Tandis que, les marques d'origine asiatiques ont lancé uniquement 75 nouveaux modèles durant cette même période, ce qui leur a permis de s'arroger un volume additionnel de vente de l'ordre de 11170 véhicules.

Par ailleurs, il est à souligner qu'hormis les modèles lancés en 2008 par les marques relevant des deux origines, les prix moyens pondérés par le volume des ventes de chaque modèle sont en général plus élevés dans le cas des marques d'origine européenne. Ceci confirme, une fois de plus, que la concurrence n'est pas particulièrement basée sur les prix.

9.2. Analyse des prix

Prix minimum et maximum par origine

	2007			2012		
	Prix minimum	Prix maximum	Nombre de modèles	Prix minimum	Prix maximum	Nombre de modèles
EU	162000	480000	109	152900	384000	126
Asie	149000	265000	37	149000	335000	42
Ford	183000	255000	14	207000	265000	10

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Le tableau ci-dessus nous permet de constater, en 2007 comme en 2012, que le prix d'une voiture d'entrée de gamme d'origine asiatique est inférieur à celui de la voiture d'origine européenne. En effet, en 2007, le véhicule d'entrée de gamme de cette catégorie est la MITSUBISHI LANCER 1.3 88 ESSENCE GLX à un prix de 149.000DH. Les ventes réalisées par ce modèle se sont élevées à 197 véhicules. En revanche, le prix du véhicule européen d'entrée de gamme est de 162.000DH. Il s'agit, de la PEUGEOT 307 1.4 90 ESSENCE XR, dont le volume des ventes a été de 51 véhicules.

D'aucun pourrait penser que les ventes de la MITSUBISHI LANCER 1.3 88 ESSENCE GLX se sont élevées à 197 unités contre uniquement 51 unités dans le cas de la PEUGEOT 307 1.4 90 ESSENCE XR en raison de son prix moins cher. Toutefois, il est à souligner que les ventes réalisées à travers la PEUGEOT 307 se sont élevées à 1302 unités, dont 674 unités

constituées par la PEUGEOT 307 1.6 HDI 90 DIESEL OXYGO qui affiche un prix de 206.100DH. Or, pour ce qui est des modèles de la MITSUBISHI LANCER, dont le prix est supérieur à 149.000DH, ceux-ci n'ont atteint qu'un volume de vente de l'ordre de 58 unités.

Ainsi, il découle de ce qui précède que, d'un côté, la présentation d'un éventail plus large en termes de modèles, offre l'opportunité de toucher le plus grand nombre possible de clientèle, et d'un autre côté, le choix du consommateur s'orienterait davantage en faveur des voitures européennes au fur et à mesure que le prix augmente.

Le volume des ventes des modèles Peugeot 307 en 2007

Marque	type	Modèle	Caractéristiques	Cylindrée	Prix TTC7	Unités7
PEUGEOT	Compacte	307	1.6 HDI 90 DIESEL OXYGO 5 PORTES 5 PLACES	1560	206100	674
PEUGEOT	Compacte	307	1.6 HDI 90 DIESEL XR 5 PORTES 5 PLACES	1560	195500	358
PEUGEOT	Compacte	307	1.4 90 ESSENCE DSIGN 5 PORTES 5 PLACES	1360	180100	80
PEUGEOT	Compacte	307	1.4 90 ESSENCE XR CLIM 5 PORTES 5 PLACES	1360	172000	52
PEUGEOT	Compacte	307	1.4 90 ESSENCE XR 5 PORTES 5 PLACES	1360	162000	51
PEUGEOT	Compacte	307	1.6 HDI 90 DIESEL XT 5 PORTES 5 PLACES	1560	218000	26
PEUGEOT	Compacte	307	1.4 90 ESSENCE DSIGN + 5 PORTES 5 PLACES	1360	180100	23
PEUGEOT	Compacte	307	1.6 HDI 110 DIESEL XT 5 PORTES 5 PLACES	1560	229000	23
PEUGEOT	Compacte	307	1.6 110 ESSENCE XT 5 PORTES 5 PLACES	1587	200100	15

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Le volume des ventes des modèles Mitsubishi Lancer en 2007

Marque	type	Modèle	Caractéristiques	Cylindrée	Prix TTC7	Unités7
MITSUBISHI	Compacte	LANCER	1.3 88 ESSENCE GLX 4 PORTES 5 PLACES	1299	149000	197
MITSUBISHI	Compacte	LANCER	1.3 88 ESSENCE PACK 4 PORTES 5 PLACES	1299	169000	44
MITSUBISHI	Compacte	LANCER	1.3 88 ESSENCE PACK BA 4 PORTES 5 PLACES	1299	179000	14

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

De plus, une analyse par tranche de prix selon l'origine des véhicules, comme l'illustre le tableau ci-dessous, montre qu'en 2007 comme en 2012, les marques asiatiques ont dominé exclusivement la tranche de prix inférieure à 150.000DH, en l'absence de marques européennes proposant de tels prix.

Cette situation n'a pas empêché, pour autant, le volume des ventes de baisser de 197 unités en 2007 à uniquement 3 véhicules en 2012. Cette baisse n'est pas due à une concurrence européenne au niveau de cette tranche de prix mais plutôt à cause d'un changement au niveau du choix et du comportement des consommateurs optant soit pour des véhicules

plus couteux, soit, ce qui s'avèrerait fort probable si on considérait l'hypothèse d'une contrainte budgétaire invariable, pour des véhicules d'occasion de prix comparables et répondant mieux aux attentes des consommateurs, comme cela a été expliqué au niveau du premier avis du Conseil à ce sujet.

Bien plus, on constate un déclin général du volume des ventes des voitures relevant de la tranche de prix variant entre 150.000DH et 200.000DH. A ce titre, il y a lieu de signaler que les ventes des marques européennes sont passées de 2299 unités en 2007 à 1803 unités en 2012. Le volume des ventes des voitures de marques asiatiques sont passées, quant à elles, de 3078 unités à 1190 unités durant la même période. Pour sa part, la marque Ford a également connu la même tendance en passant de 115 véhicules en 2007 à 0 unités en 2012.

Il est également à noter que, le nombre des nouveaux modèles proposés au sein de cette tranche de prix a connu une baisse. Ainsi, les marques européennes ont introduit 14 modèles en 2012 contre 21 modèles en 2007 et, les marques asiatiques ont proposé 9 modèles en 2012 contre 18 modèles en 2007. Dans le cas de la marque Ford, celle-ci n'a introduit aucun modèle relevant de cette tranche de prix en 2012, alors qu'elle proposait 3 modèles en 2007.

Par ailleurs, les marques d'origine européennes ont renforcé leur présence au niveau de la tranche de prix variant entre 200.000DH et 250.000DH en proposant 40 modèles en 2012 contre seulement 25 en 2007, et de ce fait, leur volume des ventes est passé de 3080 unités en 2007 à 5595 unités en 2012. Le renforcement de la position des marques européenne au niveau de cette tranche de prix a eu pour conséquence une baisse des ventes des voitures asiatiques qui sont passées de 1350 unités en 2007 à 1225 unités en 2012.

Enfin, il est à souligner que l'offre des marques asiatiques en termes de modèles est de plus en plus faible aux niveaux des tranches des prix élevés. En effet, pour les tranches de prix supérieures à 250.000DH, les marques européennes ont réalisé, en 2007, un volume des ventes de l'ordre de 1427 voitures en proposant 63 modèles, et 1924 voitures en 2012 en proposant 70 modèles. Quant aux marques asiatiques, celles-ci, n'ont présenté que 2 modèles en 2007, et n'ont réalisés, de ce fait, qu'un volume de ventes de l'ordre de 13

véhicules. En 2012, les marques asiatiques ont réalisé un volume de ventes de l'ordre de 89 véhicules à travers les 12 modèles proposés à ce niveau de prix.

Analyse par tranches de prix

	UE07	PP7	M/C	UE12	PP12	M/C	Asie07	PP7	M/C	Asie12	PP12	M/C	Ford07	PP7	M/C	Ford12	PP12	M/C
[0 - 100000[0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
[100000-150000[0	0	0	0	0	0	197	149000	1	3	149000	1	0	0	0	0	0	0
[150000-200000[2299	191310	21	1803	187411	14	3078	180604	18	1190	193200	9	115	187261	3	0	0	0
[200000-250000[3080	215560	25	5595	226448	40	1350	226083	16	1225	224845	20	909	222767	9	2305	226482	7
[250000-300000[1141	270656	32	1390	265409	32	13	265000	2	87	268305	10	401	255000	2	444	261685	3
[300000-350000[190	319519	22	394	323466	22	0	0	0	2	335000	2	0	0	0	0	0	0
[350000-400000[93	363301	6	140	366750	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
[400000-500000[3	454000	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

UE07 : ventes des voitures européennes 4X4 en 2007

M/C : nombre de modèles selon les caractéristiques

UE12 : ventes des voitures européennes en 2012

Asie07 : ventes des voitures asiatiques en 2007

Asie12 : ventes des voitures asiatiques en 2012

Dacia12 : ventes des voitures Dacia 4X4 en 2012

Ford07 : ventes des voitures Ford 4X4 en 2007

Ford12 : ventes des voitures Ford en 2012

10. Analyse du segment des microcitadines

Evolution des volumes et des prix des voitures microcitadines selon l'origine

Marque	origine	Unités2009	Prix pondérés 2009	Unités 2010	Prix pondérés 2010	Unités 2011	Prix pondérés 2011	Unités 2012	Prix pondérés 2012
microcitadine	UE	851	131929	674	137157	755	126657	805	139183
microcitadine	Asie	8793	97577	7879	98448	6423	101589	6473	102894
microcitadine	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0
microcitadine	Ford	0	0	4	128000	166	131554	252	129944
microcitadine	Autres	370	87900	201	90497	473	89805	289	116879
Total		9163		8084		7062		7014	

Tout d'abord, on constate à partir du tableau ci-dessus que les ventes des voitures microcitadines ont connu une baisse générale en passant de 9163 unités vendues en 2009 à 7014 unités vendues en 2012.

En outre, sauf dans le cas de Ford dont les ventes sont passées de 166 unités vendues en 2011 à 252 unités vendues en 2012, on constate que les ventes des voitures d'origine européenne et asiatique ont toutes les deux connu des baisses entre 2009 et 2012.

Cette baisse plus prononcée dans le cas des voitures asiatiques a entraîné une baisse des parts de marché des voitures asiatiques entre 2009 et 2012 en passant de 96% à 92%, comme le montre le tableau ci-dessous.

Evolution des parts de marché selon l'origine des véhicules relevant du segment des microcitadines

origine	Parts 2009	Parts 2010	Parts 2011	Parts 2012
UE	9%	8%	11%	11%
Asie	96%	97%	91%	92%
Dacia	0%	0%	0%	0%
Ford	0%	0%	2%	4%
Autres	4%	2%	7%	4%

Toutefois, étant donné que les voitures asiatiques dominent ce segment à hauteur de 92% des ventes totales en 2012, et du fait que les ventes d'origine européenne ont également chuté entre 2009 et 2012 en passant de 851 unités vendues en 2009 à 805 unités vendues en 2012, la baisse des ventes asiatiques au niveau de ce segment n'a pas conséquent pas été affectée par la concurrence des voitures européennes, mais plutôt par une baisse d'intérêt de la part du consommateur concernant ce type de véhicule.

Il est également à signaler, comme le montre le tableau ci-après, que le rapprochement des prix des voitures microcitadines d'origine asiatique et des voitures Dacia de type citadine (Logan et Sandero), a fort probablement contribué à la réorientation de la demande adressée aux voitures microcitadines asiatiques vers les voitures de marques Dacia qui ont connu une percée importante depuis 2009.

	Unités2009	Prix pondérés 2009(DH)	Unités 2010	Prix pondérés 2010(DH)	Unités 2011	Prix pondérés 2011(DH)	Unités 2012	Prix pondérés 2012(DH)
Dacia (citadine)	3805	108864	6509	111325	6007	118249	5915	118504
Asie (microcitadine)	8793	97577	7879	98448	6423	101589	6473	102894

11. Evolution des prix des voitures suite à la baisse du droit de douane

11.1 Évolution des prix des voitures asiatiques suite à la baisse du droit de douane NP

Les importateurs des voitures d'origine asiatiques ont bénéficié, pour leur part, d'une baisse du droit de douane qui est passé de 32,5% en 2008 à 17,5% en 2012. On examinera dans cette section si cet abattement du droit de douane a eu un effet dans le sens d'une baisse des prix des marques de voitures d'origine asiatique.

En effet, malgré une baisse du droit de douane, en 2009, passant de 32,5% à 27,5%, l'examen de l'évolution des prix des modèles asiatiques révèle qu'aucun modèle de voiture asiatique n'a connu de baisse de prix par rapport à 2008.

De même, en 2011, le droit de douane sur les voitures d'origine asiatique est passé de 27,5% à 25%. Toutefois, comme l'illustre le tableau ci-dessous, 4 modèles uniquement de véhicules asiatiques ont enregistré une baisse des prix par rapport à 2010, deux modèles ont connu une augmentation de prix, alors que les prix des autres véhicules sont restés inchangés. Notons également, que le volume des ventes de ces modèles qui ont connu une baisse des prix a également régressé.

Modèles ayant connu une baisse des prix en 2011

Marque	Segment	Modèle	Prix TTC2010	Unités2010	Prix TTC2011	Unités2011
SSANGYONG	4x4	ACTYON	233100	49	219000	31
SSANGYONG	4x4	ACTYON	244100	26	232500	27
SSANGYONG	4x4	REXTON II	389500	14	335000	1
SSANGYONG	monospace	STAVIC	289500	48	275000	29

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

En 2012, le droit de douane a connu une baisse de 25% à 17,5%. Cette baisse ne s'est pas répercutée sur les prix des véhicules. En effet, 3 modèles uniquement ont connu une baisse des prix. Il s'agit des modèles repris sur le tableau suivant :

Marque	Segment	Modèle	Prix TTC2011	Unités2011	Prix TTC2012	Unités2012
SSANGYONG	4x4	KORANDO	266000	52	265800	24
SSANGYONG	4x4	KORANDO	257000	34	256800	36
MAZDA	moyenne	MAZDA6	299000	1	285000	3

Source : AIVAM / Calculs : Conseil de la Concurrence

Ainsi, la baisse de droit de douane en faveur des voitures d'origine asiatique n'a pas été répercutée sur les prix des voitures relevant de cette origine. La migration vers les véhicules d'occasion n'a pas été traitée au niveau de cet avis puisqu'elle a déjà fait l'objet d'une analyse détaillée au niveau du premier avis.

11.2 Évolution des prix des voitures européennes suite à la baisse du droit de douane depuis 2010

Evolution des unités vendues en fonction des baisses des prix

Année	Nombre de modèles ayant connu une baisse des prix	Nombre total de modèles européens	Variation des unités vendues des modèles ayant connu une baisse des prix	Variation totales des unités vendues
2011	13	816	184	6547
2012	6	830	-18	8485

Le tableau ci-dessus montre qu'en 2011, 13 modèles européens sur un nombre total de 816 modèles ont affiché une baisse des prix. Le volume des ventes des modèles ayant connu une baisse des prix s'est accrue de 184 unités soit 3% du nombre total des unités supplémentaires de voitures européennes vendues en 2011.

En 2012, les concessionnaires européens ont affiché une baisse des prix de 6 modèles sur un nombre total de 830 modèles européens. Cette baisse n'a pas contribué à un accroissement du volume des ventes puisque les ventes réalisées par lesdits modèles ont régressé de 18 unités.

Ainsi, d'un côté, on constate que les concessionnaires européens n'ont pas affiché d'importantes baisses des prix en termes de nombre de modèles, et d'un autre côté, les modèles ayant connu des baisses des prix n'ont pas contribué d'une manière significative dans l'accroissement des ventes des voitures européennes.

III. Conclusions

A partir de ce qui précède les principales conclusions pouvant ressortir de l'analyse qui a été effectuée au sujet de l'impact du différentiel du droit de douane sur les voitures en fonction de leur origine sont les suivantes :

- 1. Il est tout d'abord évident que le différentiel de 17,5% de droit de douane appliqué en 2012 aux prix des voitures neuves d'origine asiatique importées confère un avantage concurrentiel certain aux voitures neuves importées d'origine européenne qui sont soumises à un taux égal à zéro ;**
- 2. Toutefois, l'analyse concurrentielle à laquelle il a été procédé a démontré que la perte en termes de parts de marché des voitures asiatiques au Maroc durant la période de 2010 à 2012 en passant de 23,7% à 18,8% ne s'est pas traduite par une chute brutale des ventes des voitures d'origine asiatiques, sachant par ailleurs que certaines marques ont pu, malgré cette situation, améliorer leur positionnement, ce qui signifie que la dimension marketing joue un rôle dans cette évolution. Précisons d'autre part que ces pertes de parts de marché ont été aggravées par l'introduction et le développement des voitures dites « low cost » fabriquées localement ;**
- 3. Il n'en demeure pas moins que la préférence tarifaire en faveur de l'Union Européenne est accordée en vertu des dispositions de l'Accord d'Association signé entre le Maroc et l'UE qui prévoient également la réciprocité du traitement, notamment à travers un accès en franchise de droit de douane de tous les produits industriels d'origine marocaine au marché de l'UE, ce qui n'est pas le cas des pays asiatiques avec qui le Maroc n'a signé aucun accord de libre change.**
- 4. Enfin, il y a lieu de préciser que dans cette conjoncture, c'est aux Gouvernements, dans le cadre de leurs politiques économiques et industrielles , de décider**

d'accorder ou non un taux de douanes préférentiel réduit aux voitures d'origine asiatique.

Le présent avis a été pris par le Conseil de la Concurrence lors de sa session du 28 Juin 2013 réuni sous la présidence de Monsieur Abdelali BENAMOUR, et en présence de Messieurs les membres suivants : Mohamed EL MERNISSI, Khalid EL YACOUBI, Lahcen BIJDIGUEN, Ben Salem BELKOURATI, Abderrazak ELAMRANI et Chafik RACHADI.

Pour le Conseil
Le Président

Le Président
Abdelali BENAMOUR



Casablanca, le 21 Mars 2012



A l'Aimable Attention du Président du Conseil
de la Concurrence
Rabat-Maroc

Objet : l'audience du 9 mars 2012

Monsieur le Président,

En date du 9 mars 2012, vous avez bien voulu nous recevoir pour vous présenter les résultats de l'étude récente que nous avons menée avec le cabinet Valyans et visant à actualiser la première étude qui vous a été soumise en date du 16 décembre 2011.

Cette nouvelle étude qui aborde la période 2008-2011 confirme nos soupçons quant à la distorsion de la demande qu'induit l'inéquité que nous observons en matière de droits de douane dans le secteur automobile.
Pour rappel le différentiel s'établit aujourd'hui à 17.5 points.

Nous sollicitons de ce fait votre instance pour un avis à la lumière de ces dernières évolutions sachant que la demande de notre groupement est de limiter ce différentiel à 10 points au lieu des 17.5 actuels afin de garantir un jeu concurrentiel plus équitable dans l'intérêt du consommateur, du pays et des différents acteurs sur le marché..

Dans cette attente, nous mettons à votre disposition l'ensemble de données détaillées ayant servi à l'élaboration du rapport qui vous a été transmis en date du 13 février 2012 et vous remercions par avance de l'intérêt que vous vaudrez bien porter à notre requête.

Veuillez recevoir, Monsieur le Président, l'expression de notre très haute considération.

Pour l'Association GIVET,
Adil BENNANI ZIATNI
Président

PJ : 02 données détaillées.

Membres : Asian Hall, Auto Nejma, Global Engines, Jama Auto, Kia Motors Maroc, Pacific Motors, Suzuki Maroc, Toyota du Maroc et Univers Motors.

Route côtière 111 ; km 11,500 ; QI Sidi Bernoussi, Casablanca, Maroc
Tél : 0522 34 52 00/ Fax : 0522 66 64 44 / E-mail : bennani@toyota.co.ma

Annexe 2 : Appréciation de la recevabilité de la demande

La demande du GIVET s'inscrit dans le cadre de l'article 15 §3 de la loi n° 06-99 qui prévoit que le Conseil de la Concurrence peut être consulté par les organisations professionnelles, dans la limite des intérêts dont ils ont la charge, sur toute question de principe concernant la concurrence.

Ainsi, conformément à ces dispositions, trois conditions doivent être remplies pour pouvoir saisir le Conseil de la Concurrence dans le cadre de l'article 15 susmentionné. Il faut d'abord que le saisissant ait la qualité d'organisation professionnelle, ensuite il faut que la saisine porte sur une question de principe concernant la concurrence et enfin il faut que la saisine soit introduite dans la limite des intérêts dont l'organisation a la charge.

2.1 Qualité d'agir

La demande du GIVET a été introduite par une correspondance signée par son président et comportant le cachet de l'Association. Afin d'appuyer sa qualité d'agir, le GIVET a accompagné sa demande du récépissé de dépôt auprès des autorités locales, d'une copie du procès verbal de constitution de l'Association, de la déclaration de création de ladite Association, de la liste des membres⁶ et du statut de l'Association.

Le GIVET se présente comme une organisation professionnelle sous forme d'une Association constituée en respect des dispositions législatives en vigueur, et partant le groupement dispose de la qualité de saisir le Conseil de la Concurrence.

2.2 Intérêt d'agir

Le GIVET se fixe comme objectif à travers son statut de « sensibiliser les pouvoirs publics sur la nécessité d'harmoniser la position de l'administration sur le dossier du différentiel des tarifs douaniers entre les véhicules importés d'Europe et ceux d'origine non européenne et l'impact de cette iniquité sur le secteur en général et le consommateur marocain en particulier ».

Par conséquent, la demande du groupement s'inscrit dans le cadre des objectifs fixés dans son statut, et partant l'intérêt d'agir est confirmé.

2.3 Principe de concurrence

Le Conseil de la Concurrence est consulté par le GIVET sur une question de principe concernant la concurrence dans le secteur automobile et par conséquent le traitement de cette saisine s'inscrit dans le cadre de l'article 15§3 précité.

Tenant compte de ces dispositions législatives, il convient de préciser que le présent avis n'aura pas pour objet d'examiner la légalité du différentiel du droit douane existant entre les différentes origines d'importation de véhicules, lequel est consacré par les textes législatifs y afférents mais de vérifier l'existence ou non d'un impact du fait de ce différentiel sur la concurrence dans le secteur, d'en mesurer l'ampleur et de tirer des conclusions.

⁶ Il convient de préciser que tous les membres constituant le GIVET importent exclusivement des véhicules asiatiques exception faite de « Autonejma » qui importe en plus de deux marques asiatiques (Ssang Young et Faw) les marques Mercedes, Jeep, Dodge et Chrysler. Les autres membres constituant le GIVET sont les suivants : Madiva, Pacific Motors, Asian hall, Jama Auto, Toyota, Suzuki Maroc, Kia Motors Maroc, Univers Motors et Global Engines.

Annexe 3 : le marché de référence

Afin de délimiter avec précision les contours du périmètre du marché qui fera l'objet de notre analyse, il s'avère nécessaire de définir le marché de référence concerné.

Le marché de référence englobe le marché des produits et services et le marché géographique.

- le *marché des produits et services* comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou **substituables** en raison de leurs **caractéristiques**, de leur **prix** et de **l'usage** auquel ils sont destinés
- le *marché géographique* comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et des services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes.

En matière de distribution automobile, il convient d'opérer une première distinction entre le marché du neuf et le marché des véhicules d'occasion compte tenu notamment des caractéristiques propres de chaque catégorie, des prix des produits et des modes et circuits de commercialisation.

Ainsi, bien que les voitures d'occasion et les voitures neuves répondent vraisemblablement à la même utilité chez les consommateurs, elles relèvent de deux marchés différents qui concernent des produits qui tout en ayant des caractéristiques identiques présentent des écarts de prix trop importants⁷, sachant bien qu'un écart de prix substantiel et durable entre différents produits peut être un indice de non-appartenance au même marché⁸. Ces caractéristiques concernent généralement la motorisation du véhicule, la marque, la taille et le niveau d'équipement.

S'agissant des circuits de distribution, il y a lieu de souligner que le marché des voitures neuves importées et le marché des voitures d'occasion correspondent à des circuits de commercialisation différents dans la mesure où les premiers sont vendus par des concessionnaires agréés auprès des constructeurs alors que les seconds sont vendues de gré à gré par de simples particuliers ou des professionnels.

De même, il convient de rappeler le contenu de la demande du GIVET par laquelle ledit groupement sollicite l'avis du Conseil de la Concurrence au sujet de l'influence des droits de douane différenciés appliqués **aux véhicules neufs importés**, et partant la problématique de la concurrence posée par le GIVET se situe au niveau du marché des véhicules neufs surtout que le droit de douane appliqué aux véhicules d'occasion est unifié quelle que soit son origine.

Par conséquent, le marché des véhicules neufs et celui des véhicules d'occasion se présentent comme deux marchés distincts.

Par ailleurs, une deuxième segmentation est couramment retenue au niveau du marché des véhicules neufs selon l'usage auquel ils sont destinés. Ainsi, les véhicules de tourisme ou voitures particulières

⁷ A cet égard, il convient de souligner que l'Autorité française de la Concurrence a toujours dissocié les marchés des véhicules neufs et ceux d'occasion en les considérant comme des marchés différents.

⁸ Cf., Décision de l'Autorité de la Concurrence Française n° 09-DCC-75 du 11 décembre 2009 relative à l'acquisition par la société Neubauer Distribution SAS de la société Charles Pozzi SASU et décision n° 09-D-31 du 30 septembre 2009 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la gestion et de la commercialisation des droits sportifs de la Fédération française de football. D'ailleurs, concernant le marché de l'automobile la pratique française opère une segmentation à l'intérieur même du marché des véhicules neufs en s'appuyant sur l'élément prix et le concept de concurrence monopolistique qui caractérise ce marché et donne en quelque sorte à chaque constructeur une sorte de monopole grâce à son image de marque.

(VP) doivent être distinguées des véhicules dits « commerciaux » ou véhicules utilitaires vu qu'ils répondent à des utilités différentes⁹.

En outre, il y a lieu de signaler que les importateurs de marques d'origine non européenne, et surtout asiatique, dominent le marché des véhicules utilitaires avec une part de marché avoisinant les 80%¹⁰ et tenant compte du fait que le Ministre chargé de l'Industrie a reçu le GIVET et leur a fait part de sa disposition pour examiner un éventuel aménagement du droit de douane pour cette catégorie de véhicules¹¹.

En outre, il y a lieu de signaler que l'étude présentée par le GIVET en appui de sa saisine porte uniquement sur les véhicules de tourisme neufs et exclu de son champ les véhicules utilitaires.

Partant de ce constat le marché de produit considéré dans le présent avis concerne les véhicules de tourisme importés à l'état neuf (CBU) ou montés localement (CKD).

Concernant la dimension géographique du marché, il convient de rappeler en premier lieu que les marchés de la distribution au détail de biens manufacturés destinés aux consommateurs revêtent en général une dimension locale, dont l'étendue recouvre une ou plusieurs zones d'attraction pouvant être parfois regroupées en ensembles plus larges.

Toutefois, il peut être observé que les marchés de la vente au détail de voitures particulières neuves présentent plusieurs caractéristiques susceptibles de leur conférer une dimension plus large que d'autres marchés de produits manufacturés. En premier lieu, le caractère de bien relativement durable et onéreux que revêt un véhicule automobile est susceptible d'inciter les consommateurs à parcourir une distance plus élevée pour l'acquérir. Il convient cependant de ne pas surévaluer cette incitation compte tenu de la propension des acheteurs à faire exécuter les services d'entretien et de réparation, notamment dans le cadre de la garantie contractuelle, à proximité du lieu de garage principal du véhicule.

En outre, il peut être présumé que le marché de la vente de voitures particulières neuves aux professionnels possède une dimension géographique généralement plus large que le marché de la vente de VP neufs aux particuliers, notamment lorsque la demande s'exprime essentiellement par voie d'appels d'offres auprès des constructeurs.

Dans le cas qui est soumis au Conseil de la Concurrence, le marché géographique qui fera l'objet de notre analyse a une dimension nationale en considérant le territoire national comme un seul marché, dans lequel l'offre de véhicules neufs parvient de différentes origines notamment l'UE, l'Asie et les autres pays (reste du monde RDM) sans oublier l'offre émanant de l'activité de production locale¹².

D'ailleurs, cette orientation est justifiée également par la nature de la question de principe qui est évoquée par le GIVET qui se situe au niveau de l'importation. Il s'agit de vérifier si le droit d'importation différencié appliqué aux véhicules selon leur origine d'importation a une incidence sur la concurrence dans le marché considéré.

Ainsi, le marché de référence comprend tous les véhicules de tourisme neufs offerts sur le marché marocain qu'ils soient importés ou fabriqués localement.

⁹Cf., Rapport annuel de l'autorité de la concurrence française pour l'année 2008.

¹⁰ Source, MCINET.

¹¹ Informations recueillis auprès de Ministère du Commerce, de l'Industrie et des Nouvelles Technologies.

¹² La dimension locale du marché pertinent nous semble plus appropriée lorsqu'il s'agit d'examiner des cas d'entente, d'abus de position dominante ou de concentration.

Annexe 4 : volume des ventes de véhicules par marque entre 2007 et 2012

Marque	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Evo08/07	Evo09/08	Evo10/09	Evo11/10	Evo12/11
ABARTH	0	0	0	0	0	10	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
ALFA ROMEO	167	202	178	226	379	501	21,0	-11,9	27,0	67,7	32,2
AUDI	666	795	892	1102	1289	1464	19,4	12,2	23,5	17,0	13,6
BMW	876	926	888	1203	1336	1566	5,7	-4,1	35,5	11,1	17,2
BYD	42	194	82	45	18	0	361,9	-57,7	-45,1	-60,0	-100,0
Chana	7	85	15	55	13	0	1114,3	-82,4	266,7	-76,4	-100,0
CHANGHE	1	185	130	0	0	0	18400,0	-29,7	-100,0	#DIV/0!	#DIV/0!
CHERY	750	854	400	501	200	194	13,9	-53,2	25,3	-60,1	-3,0
CHEVROLET	1554	1529	1227	969	1092	732	-1,6	-19,8	-21,0	12,7	-33,0
CHRYSLER	17	12	0	0	0	0	-29,4	-100,0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
CITROEN	5958	6370	5834	4956	5160	5682	6,9	-8,4	-15,0	4,1	10,1
DACIA	12639	14958	18005	18030	22324	27042	18,3	20,4	0,1	23,8	21,1
DAIHATSU	851	743	469	165	89	4	-12,7	-36,9	-64,8	-46,1	-95,5
DODGE	53	73	61	63	35	12	37,7	-16,4	3,3	-44,4	-65,7
DONG FENG	6	0	0	0	0	0	-100,0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
FIAT	3465	4252	3386	2802	3608	5357	22,7	-20,4	-17,2	28,8	48,5
FORD	2797	3511	3981	4740	5904	9155	25,5	13,4	19,1	24,6	55,1
GREAT WALL	54	48	16	29	2	127	-11,1	-66,7	81,3	-93,1	6250,0
HONDA	2665	2963	1886	1726	996	922	11,2	-36,3	-8,5	-42,3	-7,4
HUMMER	6	3	3	0	0	0	-50,0	0,0	-100,0	#DIV/0!	#DIV/0!
HYUNDAI	4755	5657	5978	5537	5313	7842	19,0	5,7	-7,4	-4,0	47,6
JAGUAR	39	0	93	231	99	279	-100,0	#DIV/0!	148,4	-57,1	181,8
JEEP	167	140	110	62	2	183	-16,2	-21,4	-43,6	-96,8	9050,0
JMC	0	0	12	7	7	0	#DIV/0!	#DIV/0!	-41,7	0,0	-100,0
KIA	8182	9521	7056	5518	4575	3755	16,4	-25,9	-21,8	-17,1	-17,9
LANCIA	0	13	57	41	38	211	#DIV/0!	338,5	-28,1	-7,3	455,3
LAND ROVER	212	213	223	353	374	1245	0,5	4,7	58,3	5,9	232,9
LANDWIND	19	19	25	2	0	0	0,0	31,6	-92,0	-100,0	#DIV/0!
LIFAN	0	28	0	101	71	17	#DIV/0!	-100,0	#DIV/0!	-29,7	-76,1
LEXUS	1	0	0	0	2	1	-100,0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	-50,0
MAHINDRA	69	0	12	22	2	0	-100,0	#DIV/0!	83,3	-90,9	-100,0
MAZDA	306	677	420	320	281	154	121,2	-38,0	-23,8	-12,2	-45,2
MERCEDES	1209	1088	1054	1372	1320	1552	-10,0	-3,1	30,2	-3,8	17,6
MINI	97	100	103	93	205	202	3,1	3,0	-9,7	120,4	-1,5
MINISUBISHI	793	937	399	865	679	725	18,2	-57,4	116,8	-21,5	6,8
NISSAN	758	1049	828	663	2014	3208	38,4	-21,1	-19,9	203,8	59,3
OPEL	1119	1079	1061	1866	1596	1810	-3,6	-1,7	75,9	-14,5	13,4
PEUGEOT	11391	11359	9403	9397	10329	10627	-0,3	-17,2	-0,1	9,9	2,9
PORSCHE	44	46	69	87	98	154	4,5	50,0	26,1	12,6	57,1
RENAULT	15738	17168	17245	15820	17778	18506	9,1	0,4	-8,3	12,4	4,1
SEAT	671	653	615	776	1002	1502	-2,7	-5,8	26,2	29,1	49,9
SKODA	444	621	600	671	898	1535	39,9	-3,4	11,8	33,8	70,9
SSANGYONG	712	621	420	371	471	372	-12,8	-32,4	-11,7	27,0	-21,0
SUBARO	0	56	45	39	46	0	#DIV/0!	-19,6	-13,3	17,9	-100,0
SUZUKI	1967	2401	1517	1899	1430	1407	22,1	-36,8	25,2	-24,7	-1,6
TOYOTA	6401	6007	4047	2752	2627	2708	-6,2	-32,6	-32,0	-4,5	3,1
UFO	0	4732	61	1	2	0	#DIV/0!	-98,7	-98,4	100,0	-100,0
VOLKSWAGEN	3135	0	4514	5319	5699	6485	-100,0	#DIV/0!	17,8	7,1	13,8
VOLVO	99	136	288	297	320	569	37,4	111,8	3,1	7,7	77,8
WULING	15	46	28	0	0	0	206,7	-39,1	-100,0	#DIV/0!	#DIV/0!
YANGZI	24	35	25	25	10	11	45,8	-28,6	0,0	-60,0	10,0
Total	90941	102105	93761	91119	99733	117828	12,3	-8,2	-2,8	9,5	18,1

Annexe 5 : Evolution des parts Asie / Europe par segment

Marque	origine	Unités7	pxpond7	Unités8	pxpond8	Unités9	pxpond9	Unités10	pxpond10	Unités11	pxpond11	Unités12	pxpond12
Citadine Sedan	UE	3026	133936	2969	131335	2785	134562	1474	141452	1314	145123	1594	140190
Citadine Sedan	Asie	1491	154298	1706	155351	1267	158217	1095	157145	676	158708	989	154852
Citadine Sedan	Dacia	12639	97434	14547	97660	13787	100758	10161	101583	10558	102386	11757	103162
Citadine Sedan	Autres	205	136800	135	136800	172	129500	69	129500	55	129500	49	129500
4 x 4	UE	971	711759	1786	622228	2760	543514	3284	531512	3551	519860	4833	491487
4 x 4	Asie	8125	346286	9361	342608	6668	343897	6187	345099	6671	326153	8238	305245
4 x 4	Dacia	0	0	0	0	0	0	1085	169897	5619	170449	7661	171516
4 x 4	Ford	3	589000	2	589000	71	347197	420	319162	675	311059	1151	306364
4 x 4	Autres	212	438441	360	423617	351	379750	247	395113	193	352819	312	406436
Citadines	UE	9794	154110	11138	158055	8819	155487	9644	151237	12916	147792	14868	145271
Citadines	Asie	2821	143426	3272	142302	1890	146511	1492	154153	1278	153997	1891	149255
Citadines	Dacia	0	0	0	0	3805	108864	6509	111325	6007	118249	5915	118504
Citadines	Ford	1270	152847	1844	148850	2319	160655	2593	161382	2569	159789	4266	155797
Citadines	Autres	434	131860	238	131314	230	129000	146	129000	47	129000	18	129000
Compacte	UE	6806	221631	6230	227320	5529	221196	7473	228698	7825	229776	9343	230396
Compacte	Asie	4638	192736	4739	211321	3565	216301	2719	217131	2595	210109	2507	211329
Compacte	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compacte	Ford	1425	228972	1458	231931	1353	232260	1519	232652	2316	233113	2749	232168
Compacte	Autres	40	272725	41	236585	255	174919	396	198246	329	208012	241	219967
coupé cabriolet	UE	292	676555	375	614120	809	461846	1028	443972	1133	444117	956	475138
coupé cabriolet	Asie	19	417895	21	420381	18	408000	34	400500	17	428529	9	373444
coupé cabriolet	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
coupé cabriolet	Ford	0	0	0	0	3	489000	3	489000	0	0	0	0
coupé cabriolet	Autres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ludospace	UE	18728	124363	20201	125470	19556	130427	17658	141161	18962	143480	21007	145643
Ludospace	Asie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ludospace	Dacia	0	0	411	146717	413	149722	275	149118	140	152131	1255	133093
Ludospace	Ford	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ludospace	Autres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Luxe	UE	213	1133935	165	1189113	220	1054756	387	958732	217	1047939	184	1064374
Luxe	Asie	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0
Luxe	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Luxe	Ford	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Luxe	Autres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
micriticadine	UE	350	111197	1307	135265	851	131929	674	137157	755	126657	805	139183
micriticadine	Asie	9300	92914	10311	93958	8793	97577	7879	98448	6423	101589	6473	102894
micriticadine	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
micriticadine	Ford	0	0	0	0	0	0	4	128000	166	131554	252	129944
micriticadine	Autres	471	107850	643	106551	370	87900	201	90497	473	89805	289	116879
Monospace	UE	0	0	1310	265450	940	257868	807	267034	752	269630	863	283330
Monospace	Asie	0	0	1451	217240	855	213415	579	226298	579	242627	497	253121
Monospace	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	454	158979

Monospace	Ford	0	0	140	249971	103	247485	52	248538	10	226200	557	245438
Monospace	Autres	0	0	1	613500	0	0	0	0	0	0	7	269900
Moyenne	UE	3109	356271	3795	349784	3642	345118	3227	351468	3061	352000	3277	353939
Moyenne	Asie	821	327167	1191	332305	774	340006	646	344938	594	333502	858	326252
Moyenne	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	Ford	67	289836	83	326928	182	321956	149	321980	170	323435	180	335011
Moyenne	Autres	431	164924	363	169533	23	266261	35	270171	32	270313	11	250000
Routière	UE	730	599755	499	613852	734	544407	986	588382	1053	595195	1569	556883
Routière	Asie	47	345932	74	588669	43	482326	22	428955	21	520143	10	403800
Routière	Dacia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Routière	Ford	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Routière	Autres	4	499000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Annexe 6 : Evolution des parts de marché du segment 4x4 par marque

Marque	Unités7	Parts 7	Unités8	Parts 8	Unités9	Parts 9	Unités10	Parts 10	Unités11	Parts 11	Unités12	Parts 12
DACIA	0	0	0	0	0	0	1085	10	5619	34	7661	35
NISSAN	537	6	773	7	738	7	612	5	1905	11	2837	13
HYUNDAI	2147	23	2267	20	1752	18	1713	15	1631	10	2257	10
VOLKSWAGEN	213	2	918	8	1476	15	1426	13	1402	8	1316	6
LAND ROVER	212	2	213	2	223	2	353	3	374	2	1245	6
FORD	3	0	2	0	71	1	420	4	675	4	1151	5
KIA	693	7	1250	11	934	9	805	7	730	4	834	4
TOYOTA	2102	23	2357	20	1574	16	1134	10	870	5	650	3
AUDI	205	2	170	1	362	4	485	4	513	3	552	2
MITSUBISHI	538	6	520	5	324	3	781	7	545	3	518	2
HONDA	672	7	692	6	449	5	509	5	359	2	356	2
SSANGYONG	677	7	573	5	395	4	323	3	442	3	347	2
SUZUKI	331	4	447	4	190	2	141	1	84	1	346	2
PEUGEOT	0	0	0	0	66	1	172	2	259	2	328	1
VOLVO	23	0	42	0	120	1	113	1	125	1	304	1
BMW	166	2	248	2	197	2	325	3	394	2	275	1
MERCEDES	125	1	120	1	95	1	124	1	135	1	262	1
JEEP	167	2	140	1	110	1	62	1	2	0	183	1
CHEVROLET	39	0	217	2	238	2	185	2	191	1	129	1
FIAT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	125	1
MINI	0	0	0	0	0	0	9	0	136	1	118	1
SKODA	0	0	0	0	0	0	6	0	54	0	109	0
RENAULT	0	0	41	0	171	2	210	2	82	0	105	0
PORSCHE	27	0	34	0	47	0	61	1	76	0	87	0
GWM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	0
MAZDA	0	0	124	1	69	1	57	1	41	0	20	0
CHERY	150	2	120	1	35	0	25	0	10	0	12	0
YANGZI	24	0	35	0	25	0	25	0	10	0	11	0
CITROEN	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	7	0
DAIHATSU	109	1	107	1	60	1	17	0	27	0	0	0
DONG FENG	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GREAT WALL	54	1	40	0	12	0	11	0	2	0	0	0
HUMMER	6	0	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0
LANDWIND	19	0	19	0	25	0	2	0	0	0	0	0
MAHINDRA	69	1	28	0	12	0	22	0	2	0	0	0
OPEL	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0
Subaru	0	0	9	0	13	0	9	0	11	0	0	0
UFO	0	0	0	0	61	1	1	0	2	0	0	0
Total général	9311	100	11509	100	9850	100	11223	100	16709	100	22195	100

Annexe 7 : Cadre juridique

Après son adhésion à l'OMC dès sa création en 1995, le Maroc s'est inséré progressivement dans le système commercial multilatéral grâce à l'ouverture de son économie, la libéralisation de son commerce et ses efforts pour s'intégrer dans l'espace économique international.

Aussi, pour renforcer ses relations commerciales avec ses principaux partenaires économiques, le Maroc a signé plusieurs accords commerciaux préférentiels lui offrant un meilleur accès à leurs marchés. En contrepartie, le Maroc s'est engagé à leur ouvrir progressivement son marché.

Naturellement, la conclusion de tout accord est précédée par un processus de négociation laborieux, dans lequel chacune des parties défend ses propres intérêts économiques en essayant de ne concéder que les accès préférentiels n'ayant pas d'effet négatif sur ses branches locales de production.

S'inscrivant dans cet esprit, le Maroc a conclu un Accord d'Association avec l'Union Européenne et des accords de libre échange avec les Etats-Unis d'Amérique¹³ et autres pays partenaires. Le tableau joint en annexe 2 retrace les principales évolutions de la participation du Maroc au système commercial multilatéral.

Par ailleurs, il convient de signaler que les accords susmentionnés ne se limitent pas à la réduction des droits de douane, mais prévoient également des règlements de plus en plus complexes applicables aux échanges notamment en ce qui concerne les normes, les mesures de sauvegarde, l'administration douanière et les investissements. Autrement dit, ces accords ne contiennent pas uniquement des mécanismes de politiques commerciales traditionnelles, mais comprennent également des instruments de coopération au niveau politique, social, sécuritaire et culturel.

Concernant le différentiel concédé au niveau des accords susmentionnés, il faut bien préciser que le but recherché à travers ce différentiel est de faciliter l'accès au marché européen des produits marocains. Parallèlement, la baisse des prix des importations à partir de l'UE, surtout en ce qui concerne les biens d'équipement, se traduit par le renforcement de l'efficience économique et de la compétitivité du tissu productif local ce qui in-fine améliore le bien être du consommateur.

Bien évidemment, conformément aux règles de l'OMC, les accords commerciaux régionaux ne doivent pas constituer des instruments de protectionnisme commercial¹⁴ ayant pour effet

¹³ Les accords conclus avec l'UE et les USA ont un caractère asymétrique compte tenu des niveaux de développement différents de ces pays. En effet, si l'industrie européenne et américaine a atteint un niveau de maturité lui permettant de faire face à la concurrence internationale dans un contexte commercial ouvert, il n'en est pas autant pour les branches de l'industrie marocaine qui demeure encore naissante. Aussi, et compte tenu de ces considérations, lesdits accords donnent un accès préférentiel total et entier au Maroc aux marchés de ses partenaires en ce qui concerne les produits industriels et ce dès leur entrée en vigueur, alors que l'UE et les USA sont soumises à un programme de démantèlement qui s'étale sur plusieurs années. Le but à travers ces dispositions est de permettre aux branches de l'industrie marocaine de se préparer à l'ouverture progressive des barrières douanières et à la concurrence des produits industriels provenant de ces pays.

¹⁴ Décision du 14 décembre 2006 du Conseil Général de l'OMC concernant les mécanismes pour la transparence des accords commerciaux régionaux. Voir également le document de l'OMC « Comprendre l'OMC », chapitre : Régionalisme: partenaires ou rivaux? Disponible à travers le lien : http://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/bey1_f.htm

d'exclure du marché national les tiers qui ne font pas partie de l'accord, notamment à travers des droits de douane prohibitifs appliqués dans le cadre du droit commun (NPF)¹⁵. A ce titre, les Accords Commerciaux Régionaux (ACR) conclus entre les différents pays sont soumis à un examen préalable et périodique par le Comité des Accords Régionaux relevant de l'OMC¹⁶.

Le Maroc, conscient de ces enjeux a adopté une approche au niveau de sa politique commerciale, visant à rapprocher au maximum possible les tarifs douaniers pratiqués dans le cadre du droit commun, de ceux pratiqués dans un cadre préférentiel. Dans ce sens, le Maroc a engagé une réforme tarifaire visant la réduction progressive des droits de douane appliqués à plusieurs produits industriels dont notamment les véhicules importés. Pour ces derniers, la réforme adoptée en vertu de la loi de finances pour l'année 2009 vise la réduction du taux de droits de douane de 32,5% à 17,5% à l'horizon 2012¹⁷.

La logique de cette réforme tarifaire va dans le sens de favoriser, sur le plan des tarifs douaniers les biens d'équipement et les produits intermédiaires qui contribuent à l'amélioration de l'efficacité économique.

Le tableau ci-après reprend le schéma de démantèlement tarifaire adopté par le Maroc pour l'importation des véhicules, dans le cadre préférentiel et dans le cadre du droit commun.

Tableau 1 : Schéma de démantèlement tarifaire adopté pour l'importation des véhicules dans le cadre préférentiel et dans le cadre du droit commun

Tarif douanier sur les véhicules	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Droit commun (DI + PFI)	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	27,5%	27,5%	25,0%	17,5%
UE											
Voitures neuves											
<ul style="list-style-type: none"> d'une cylindrée inférieure à 2200 cm³ pour les moteurs diesel et d'une cylindrée inférieure ou égale à 1800 cm³ pour les moteurs à essence 	32,5%	31,5%	30,6%	29,6%	28,6%	23,7%	18,9%	11,8%	7,7%	3,3%	0%
<ul style="list-style-type: none"> autres voitures 	32,5%	29,3%	26,0%	22,8%	19,5%	16,3%	13,0%	8,3%	5,5%	2,5%	0%

¹⁵ Clause de la Nation la Plus Favorisée.

¹⁶ En 2005, 330 accords au total avaient été notifiés à l'OMC par les pays membres. Ces accords concernent tous les pays membres de l'OMC et portent sur la création de groupements d'intégration économique régionale au même titre que l'accord entre le Maroc et l'UE.

¹⁷ Cf. loi de finances pour l'année budgétaire 2009, Bulletin officiel n° 5695 du 31 décembre 2008.

Voitures d'occasion	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%
Turquie :												
<ul style="list-style-type: none"> d'une cylindrée inférieure à 2200 cm3 pour les moteurs diesel et d'une cylindrée inférieure ou égale à 1800 cm3 pour les moteurs à essence 	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	31,5%	30,6%	29,6%	24,2%	20,1%	14,5%	7,5%	
<ul style="list-style-type: none"> autres voitures 	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	29,3%	26,0%	22,8%	16,5%	13,8%	10,0%	5,3%	
USA	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	28,9%	25,3%	21,7%	18,1%	14,4%	10,8%	7,2%	
Quad	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Annexe 8 : Benchmark concernant les droits de douane NPF appliqués à l'importation de véhicules neufs de tourisme

Il y a d'abord lieu de rappeler que la fixation des droits de douane par les différents pays ayant accédé à l'OMC s'appuie sur la nécessité d'octroyer des concessions tarifaires en fonction de leur niveau de développement économique. C'est ainsi que les pays ayant réalisé un niveau de développement considérable dans le domaine de l'industrie automobile, sont tenus d'octroyer des concessions tarifaires plus importantes que les pays en voie de développement et d'ouvrir significativement leurs marchés, étant donné que leur industrie ne risque pas d'être menacée du fait qu'ils ont atteint un grand niveau de compétitivité.

Cependant, quand il s'agit de pays où l'industrie automobile est naissante, les gouvernements, soucieux de préserver leur industrie, ont la possibilité de maintenir des droits de douane assez importants. D'ailleurs, les accords de l'OMC conformes à la même logique, prévoient même la possibilité d'instaurer des clauses de sauvegarde en vue de préserver une industrie naissante contre le risque d'un préjudice grave qu'elle pourrait subir.

S'inscrivant dans cette logique, le Maroc applique des droits préférentiels aux importations provenant des pays avec lesquels il a signé des ALE et un droit commun garantissant d'une part, ses engagements d'ouverture dans le cadre de l'OMC, et d'autre part assurant l'encouragement de son industrie locale tout en veillant à ce que le différentiel entre les deux taux ne constitue pas un moyen d'exclure les pays tiers du commerce.

Par conséquent, il y a lieu de mentionner que la politique tarifaire appliquée par le Maroc est en harmonie avec les engagements souscrits dans le cadre de l'OMC. En outre, le taux appliqué par le Maroc dans le cadre du droit commun au niveau de l'industrie automobile est en-deçà du taux consolidé¹⁸ sur lequel s'est engagé le Maroc lors de son accession à l'OMC et qui est considéré comme la mesure de la volonté d'un pays sur le commerce internationale.

En vue de corroborer les faits susmentionnés par des cas concrets, il a été procédé à la collecte de données sur les droits de douane appliqués par les pays qui approvisionnent le marché marocain en voiture de tourisme CBU. Cette analyse nous permettra d'une part de comparer le niveau du droit de douane appliqué par le Maroc avec ceux appliqués par les autres pays et d'autre part, d'examiner le droit de douane qui serait appliqué à la voiture produite localement en cas d'exportation vers ces pays.

En outre, il convient de préciser que la réduction des droits de douane profiterait non seulement aux pays asiatiques, mais également à d'autres pays n'exportant pas actuellement de véhicules vers le Maroc et pouvant être motivés par une telle mesure afin de pénétrer le marché marocain.

¹⁸ Le taux consolidé est le niveau du droit de douane que chaque pays s'engage à ne pas dépasser lors de son accession à l'OMC et ce, compte tenu de son niveau de développement économique. Pour le Maroc ce taux concernant l'importation des voitures est de 40%.

Tableau : Droits de douane qui serait appliqué en cas d'exportation de la voiture locale selon la destination

Pays de l'UE	Droits de douane	Pays Asiatiques	Droits de douane	Pays du RDM	Droits de douane
ROUMANIE	0%	CHINE	25%	MEXIQUE	44,71
SLOVENIE	0%	INDE	100%	BRESIL	35%
ESPAGNE	0%	COREE DU SUD	8%	GUYANE FRANCAISE	30%
REPUBLIQUE TCHEQUE	0%	INDONESIE	33,90%	RUSSIE	22,66%
ITALIE	0%	THAILANDE	57,29%	AFRIQUE DU SUD	23,41
FRANCE	0%	JAPON	0%	IRAN	90%
POLOGNE	0%			COSTA RICA	0,86%
U.E.B.L	0%			AUSTRALIE	34,78
GRANDE-BRETAGNE	0%			CANADA	5,94%
PAYS-BAS	0%			TUNISIE	0%
PORTUGAL	0%			ARABIE SAOUDITE	0%
ALLEMAGNE	0%			SUISSE	0%
SLOVAQUIE	0%			TURQUIE	0%
HONGRIE	0%			ETATS-UNIS	0%
SUEDE	0%				
AUTRICHE	0%				
GIBRALTAR	0%				
IRLANDE	0%				

Source : base de données internationale « Trademap »

Comme le démontre le tableau ci-dessus, les tarifs douaniers qui seraient appliqués aux véhicules d'origine marocaine par les pays non liés par un ALE avec le Maroc paraissent relativement élevés par rapport au taux appliqué par le Maroc. En effet, le Maroc applique aujourd'hui un taux de 27,5%, qui peut être considéré comme raisonnable par rapport aux taux appliqués par les pays benchmarkés et par rapport au souci de préserver une industrie automobile naissante.

Aussi, l'examen des tarifs douaniers appliqués par d'autres pays, notamment ceux ayant un niveau de développement plus élevé que le Maroc, permet de constater que le taux de 17,5% qui sera adopté ultérieurement constitue une concession supplémentaire comparativement à des pays comme la Chine, l'Inde, le Mexique, le Brésil ou l'Australie qui fixent des taux sur nos propres produits respectivement à 25%, 100%, 44%, 35% et 34%.

Concernant certains pays asiatiques appliquant des droits de douane plus bas que celui adopté par le Maroc, il y a lieu de préciser que les niveaux de développement atteint par ces pays notamment en ce qui concerne l'industrie automobile est sans commune mesure avec l'industrie naissante au Maroc. Ainsi, pour ce qui est de la Corée du Sud qui constitue une des principales origines de véhicules importés au Maroc, il convient de mentionner que celle-ci s'accapare une part de marché dans le commerce mondial de l'automobile de l'ordre de 5,5% sur les cinq dernières années soit près de 30 milliards de dollars¹⁹ représentant 60% du PIB du Maroc.

Dans le même sens, il y a lieu de citer le cas du Japon qui applique un droit de douane de 0% sur l'importation des véhicules neufs, mais qui s'accapare 17% du marché mondial de l'automobile correspondant à un montant de plus de 92 milliards de dollars²⁰, soit environ deux fois le PIB du Maroc.

D'un autre côté, il paraît édifiant d'évoquer le cas de la Chine qui applique un droit de douane de 25% et qui est passée de 0,2% en 2005 à 0,5% en 2008 dans le marché mondial de l'automobile avant de passer à une part de 0,3% en 2009 qui est l'année d'exacerbation de la crise économique mondiale.

Dans le même sens, l'Inde, qui est passée de 0,2% en 2005 à 0,7% en 2009 dans le commerce mondial des véhicules neufs, applique un droit de douane de 100% aux importations de véhicules neufs effectuées dans le cadre du régime du droit commun

Pour le cas du Maroc, celui-ci est passé d'une part de 0,001% en 2005 à une part de 0,012% en 2009 ce qui traduit tout de même l'effort fourni par l'industrie locale naissante pour s'intégrer dans le marché international.

En conclusion, il ressort des données qui viennent d'être exposées qu'il existe un lien direct entre le niveau des droits de douane appliqués par chaque pays et le niveau de développement de son industrie automobile. Cette relation est inversement proportionnelle dans la mesure où un niveau de développement élevé correspond à un droit de douane faible et vice versa. Aussi, le droit de douane appliqué par le Maroc semble relativement inférieur à celui appliqué par les pays asiatiques qui ont atteint des niveaux de développement économique plus importants que celui de notre pays.

¹⁹ Source : Base de données internationale « Trademap ».

²⁰ Ibid.