

Automobile

Le salon de la reprise



Auto Expo: Tous les espoirs sont permis

■ Les exposants tablent sur un boom des ventes

■ Promotions, shows, animations... les surprises

■ 400 modèles et 60 marques

L'AUTO Expo s'affirme comme le rendez-vous incontournable pour la vente de véhicules. L'édition 2014 (la 9e du nom) s'annonce prometteuse tant en termes de révélations que de surprises, promotions et prix. Nombre d'importateurs nourrissent des ambitions fondées sur cette 9e édition pour amorcer un déclin commercial et renouer avec les performances de 2012 (record de 130.000 ventes sur l'année). Sachant que 2013 a été difficile avec une baisse de régime du marché de plus de 7% qui s'est poursuivie jusqu'à fin 2014



Prometteuse, la 9e édition de l'Auto Expo réserve bien des surprises. Au total, ce ne sont pas moins de 400 modèles qui y sont présentés, 60 marques qui y participent et 250.000 visiteurs qui y sont attendus. Le tout ponctué d'animations, de révélations et d'affaires à saisir (Ph. Jarfi)

(-11%). En tout cas, la corporation des importateurs distributeurs est déterminée à reproduire le schéma de 2012. Le Salon arrive à point nommé pour redresser la barre. Relance ou consolidation, les avis des professionnels restent partagés. «Plutôt que de parler de crise, je parlerais d'ajustement du marché», tient à préciser Gerald Porcario, directeur marketing de Renault Commerce Maroc, leader avec près de 40% des ventes. Il ajoute qu'en dépit de cette baisse, la si-

tout les ventes de l'essence ont beaucoup chuté», soutient Abdelouahab Ennaciri, DG de Scama, pour qui les modèles sont situés dans des segments qui ont fortement reculé en ce début d'année. Dans ce contexte, les importateurs mettent l'accent sur la satisfaction client comme levier pour promouvoir les ventes et maintenir le cap des bonnes performances. Chez Univers Motors, la tendance est à la concentration sur le service à la clientèle. «Nous mettons

Des objectifs ambitieux

POUR cette 9e édition, les ambitions des importateurs-distributeurs sont plus importantes. Les organisateurs (Aivam) tablent, en effet, sur une participation record avec pas moins de 250.000 visiteurs attendus. Même au niveau des exposants puisque pas moins de 60 marques y seront représentées. Quelque, 400 modèles sont attendus et 500 commerciaux mobilisés. L'objectif est de battre des records de ventes pour renouer avec les performances d'il y a deux ans. Les professionnels espèrent écouler au total 10.000 unités pendant la période de l'Auto Expo (8 au 18 mai).

tuation n'est cependant pas «inquiétante». Pour Porcario, «il faut également garder en tête que le potentiel du marché plaide plutôt en faveur d'une croissance que pour une stabilisation ou une régression». Le taux d'équipement des ménages reste en effet encore faible au Maroc comparativement aux pays voisins. «L'on est actuellement à 70 véhicules pour 1.000 habitants alors qu'en Algérie c'est le double».

Du côté de Scama, importateur exclusif de la marque Ford, il y a une différenciation à faire en fonction des segments. «Dans ce marché, les différents segments se sont comportés différemment, et sur-

le client au centre de notre attention que ce soit au niveau de la vente ou de l'après-vente. Par ailleurs nous mettons en avant l'ADN de nos produits pour que le client potentiel comprenne pourquoi il faut rouler en Honda, en Seat ou même en Ferrari», affirme Mehdi Tak Tak, DG de Univers Motors. Même son de cloche auprès de Audi. «Nous agissons avant tout sur la qualité de notre service à la clientèle et l'adaptation de nos produits et commandes au marché», souligne Mehdi Laghzaoui, directeur de la marque. Audi agit sur la qualité de service que ce soit par la formation des commerciaux et conseillers services ou par

KYMCO

Unique au Maroc

PRESENT AU SALON DE L'AUTO EXPO 2014

KYMCO EXPERT

Pourquoi vous priver de sérénité ?

Exigez votre **CONTRAT TRANQUILLITE**

à dix centimes par kilomètre 10 cts/km
(Forfait entretien jusqu'à 31.000 kms avec l'Assurance Offerte)

POUR PLUS D'INFORMATIONS
066 853 8484

Contact@mobshop.ma
www.mobshop.ma



TOYOTA

TOUJOURS
MIEUX,
TOUJOURS
PLUS LOIN

FEEL ALIVE



ALL NEW
AURIS
DIESEL 177 900 DH

Sportive, racée, aérodynamique... les attributs de la nouvelle Auris se confirment très vite une fois aux commandes de son moteur très énergique. Dotée de série des systèmes de contrôle de traction et de stabilité, chaque virée mettra vos sens en éveil. La nouvelle Auris prolonge le plaisir à l'intérieur grâce à des matériaux qualitatifs et des équipements de confort dignes d'une grande routière. Climatisation automatique de série, système multimédia tactile couplé à une caméra de recul... la sécurité n'est pas en reste avec une dotation de 7 airbags. À bord de la nouvelle Toyota Auris, **feel alive** !



www.feelalive.ma



ToyotaDuMarocOfficiel

Numéro Eco

080 200 8100

Auto Expo: Tous les espoirs sont permis



Véritable salon des ventes, Auto Expo est également le lieu d'exposition des concepts car et des dernières nouveautés des différentes marques. C'était notamment le cas pour Renault, lors de la précédente édition, qui a marqué par la présentation du concept Désire (Ph. Jarfi)

compte bien maintenir ses performances commerciales à travers l'extension de sa couverture territoriale. «Notre réseau ne cesse de s'agrandir, et nous mettons un point d'honneur à ce que nos show-rooms et ateliers respectent scrupuleusement les standards et fondamentaux du Groupe Renault afin de garantir la meilleure satisfaction de nos clients sur la durée», indique Porcario.

A coup sûr, l'édition 2014 promet un lot de surprises. Cela va des révélations aux avant-premières en passant par des concepts car, des promotions inédites et des offres financières particulières, le tout sur fond d'animations, de shows et d'hôtesse dignes des plus grands salons internationaux. Mais avant tout, Auto Expo reste d'abord un salon des ventes. Chez Scama, des offres produits et financements ont été concoctées. «Mais, notre valeur ajoutée réside dans le lancement de versions spécifiques avec un rapport prix/équipement très avantageux et combiné à des offres de financement exclusives», confie Ennaciri. De leur côté, Renault et Dacia préparent des formules «très attractives». Dans ce sens, «chaque client de nos marques pourra bénéficier d'offres de financement très compétitives, à travers RCI, notre financière de marque», assure

l'amélioration des prestations SAV. Plus important encore, l'importateur adapte régulièrement ses produits et commandes au marché. «Cela nous amène à nous concentrer sur des gammes plus accessibles avec des options encore mieux étudiées pour éviter que le client, qui supporte déjà la TVA, les frais d'immatriculations, la vi-

Le taux d'équipement des ménages demeure encore faible au Maroc comparativement aux pays voisins. Il reste donc un potentiel important pour ce secteur

gnette et l'augmentation du coût des carburants, ne soit excessivement taxé», fait valoir le management.

Les importateurs font également jouer d'autres leviers via des qualités propres à leurs marques respectives. Chez CFAO (Opel, Chevrolet...), c'est l'image, la fiabilité, la robustesse et le design qui sont érigés en principaux arguments de ventes. Le positionnement tarifaire, qui est tout aussi important, est le second levier. «Dans chacun des segments, nous sommes extrêmement compétitifs», assure Fayçal Tazi, directeur de la succursale de Casablanca.

Au-delà de l'argumentaire commercial, certains poussent plus loin l'agressivité marketing. C'est particulièrement le cas de Renault qui propose «des offres de financement compétitives, des actions de communication publicitaires ou autres dispositifs événementiels en rupture avec les actions habituellement pratiquées dans le secteur, des animations commerciales tactiques ou encore un plan produit sur mesure pour le marché marocain, et ce pour les deux marques». Le constructeur

Porcario. Pareil pour Audi qui, en plus de financements avantageux, propose des remises supplémentaires. La marque allemande compte davantage mettre en avant la qualité de ses prestations vis-à-vis de sa clientèle. C'est sur ce même argument que CFAO compte capitaliser. «Nos offres salon ne seront pas que commerciales, mais orientées services aussi», promet Tazi. Mais pour d'autres, le Salon n'est pas systématiquement synonyme de nouvelles offres plus que d'habitude. Tout l'enjeu porte à faire coïncider les nouveautés avec l'exposition. C'est le cas chez Univers Motors qui va bien évidemment proposer des offres mais «pas beaucoup plus que d'habitude». Tak Tak souligne que «dans une année normale, il y a des mois avec offres et d'autres sans. Pendant les années salon nous faisons coïncider ces offres avec l'événement».

Moulay Ahmed BELGHITI et
Amin RBOUB

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Technologie Avancée pour des moteurs
plus performants



Petroleum Africa 123, Zone industrielle Sud Ouest
Mohammedia
Tél : 05 23 30 01 48 - Fax : 05 23 30 41 68
www.petrolaf.com - info@petrolaf.com

dont le système qualité a été certifié ISO 9001:2008



EN AVANT-PREMIÈRE À L'AUTO EXPO

NEW
ELANTRA
DIESEL

NEW
GRAND i10



*photos non contractuelles

* Offre valable du 09 au 18 Mai 2014, à l'achat d'une Elantra ou d'un Grand i10. Le gain comprend un billet d'avion aller/retour, un ticket de match et l'hébergement dans un hôtel.4*

Hyundai vous invite à ouvrir grand les yeux ! Rendez-vous sur notre stand du salon de l'Auto Expo pour découvrir en exclusivité la nouvelle Elantra et le nouveau Grand i10 ! 2 modèles conçus pour vous séduire. 2 véhicules réinventés pour vous surprendre. Espace, confort, design... Une multitude d'évolutions vous attendent, mais conservons un peu de suspense... Pour connaître toutes les innovations de ces nouveaux véhicules, venez plutôt nous rendre visite.

ACHETEZ VOTRE HYUNDAI
ET PARTICIPEZ AU TIRAGE AU SORTI
VOYAGES AU BRÉSIL, À GAINÉBÉ!

Auto Expo

En mettre plein les yeux... et les ventes

Les budgets varient entre 20 et 30% du total alloué à la communication

Bataille marketing autour de la présence au salon

FINI les temps de la simple présence/vitrine au Salon de l'automobile. Depuis quelques éditions, l'évènement gagne en maturité et en attractivité. C'est d'ailleurs ce qui justifie la présence massive de l'ensemble des marques (60) représentées au Maroc. Même si Auto Expo mobilise de gros budgets côté exposants, ces derniers ne lésinent pas sur les moyens pour véhiculer la meilleure image possible du label qu'ils représentent. «Le salon Auto Expo représente l'un des plus importants budgets de nos dépenses de communication sur l'année 2014», assure Gerald



Contrairement à l'Auto Expo qui est résolument plus un espace de ventes, les grand-messes de l'automobile à Genève, Paris et Francfort... sont plutôt dédiés à la promotion de l'image de marque et au caractère inventif des constructeurs (Ph. SG)

Porcario, directeur marketing du Renault Commerce Maroc. Le constructeur prévoit un stand de 1.300 m² réparti entre ses deux marques (600 m² pour Dacia et 700 m² pour Renault). «Nous assurons donc,

comme à chaque édition, une très forte mise en avant de nos gammes», insiste le patron du marketing.

Il est cependant difficile d'avoir un chiffre exact quant à l'investissement par marque pour la présence au Salon. «Plusieurs millions de DH», se contentent de répondre les exposants quasi unanimement. Certains vont cependant jusqu'à livrer quelques ordres de grandeur. Globalement, le budget oscille entre 20 et 30% de la dotation marketing annuelle des marques. «Le Salon de l'automobile représente une part non négligeable de

Le plus gros de ces investissements est absorbé par les frais de logistique. Si pour certains, il n'y a pas de dispositif particulier (si ce n'est de développer les plans des stands avec ou sans les constructeurs, de commander les voitures à exposer et préparer les équipes). Pour d'autres, c'est toute une machine qui est mise en place pour la circonstance. «Cette année nous avons eu recours à l'agence internationale de Ford spécialisée dans la construction des stands à travers l'Europe», témoigne le patron de Scama. C'est ce qui lui permet d'avoir les mêmes standards que les salons européens et de respecter les normes du constructeur. D'autres vont plus loin et confient la réalisation clés en main du stand à l'étranger. C'est notamment le cas pour Renault dont le stand a été entièrement conçu en France et monté sur place à Casablanca par l'équipe du Service des salons internationaux de Renault. «Nous offrirons un stand qualitatif, et 100% aux normes du groupe. Les concepts qui seront déclinés sur nos stands Renault et Dacia seront d'ailleurs les mêmes qu'à Francfort ou Genève», confie Porcario. Au total, 30 à 40% des exposants ont confié l'agencement de leur vitrine à des professionnels de renom dans l'aménagement de Foires et Salons professionnels dans le monde.

Au-delà de l'effet image, le salon se veut quasi exclusivement être un lieu de vente. D'ailleurs, tous les exposants mi-

Au-delà des ventes... la notoriété

MÊME si l'Auto Expo est résolument un salon de ventes, il n'en reste pas moins que c'est l'un des rares vecteurs de communication en termes d'image et de notoriété pour les importateurs-distributeurs. C'est dire que l'effet visibilité est capital. Il s'agit, en effet, d'une vitrine biannuelle qui permet de mettre en avant les nouveaux produits et marques. «Ce rendez-vous est aussi un excellent moyen pour nous d'écouter nos clients, de nous rapprocher d'eux, de leur faire passer les valeurs de marques que nous souhaitons véhiculer», assure Porcario. C'est un excellent moyen pour améliorer l'image de marque. D'ailleurs, c'est l'occasion d'expliquer aux visiteurs la qualité des produits exposés et leur contenu technologique. o

notre budget marketing annuel, de l'ordre de 20%», confirme Mehdi Tak Tak, DG de Univers Motors. Même son de cloche auprès de Scama, pour qui la présence au salon nécessite un investissement «onéreux» de 25% du budget marketing annuel de l'importateur mais «largement justifié et amorti», précise Abdelouahab Ennaciri, DG. Auto Nejma, importateur de Mercedes notamment, alloue pas moins de 30% de ses frais de communication annuelle à l'exposition. Généralement, les dépenses engagées au niveau du salon s'assimile à un placement rentabilisé puisque le retour sur investissement est garanti par l'engouement que génère l'évènement.

sent sur cette présence pour réaliser de bonnes performances commerciales. Renault ambitionne de battre son record de ventes de l'édition 2012. Le constructeur veut ainsi dépasser la barre des 3.000 commandes en 10 jours. Chez Ford, l'objectif est tout aussi ambitieux. Scama table sur près d'un millier de transactions, soit un peu plus qu'en 2012 (900 unités). Du côté d'Univers Motors, le pari est «comme tout le monde» de réaliser 2 mois en 1. Audi, pour sa part, prévoit d'écouler 30% de ses ventes annuelles pendant la dizaine du Salon. Ventes ou pas, au final, tous les exposants y trouvent leur compte. o

A. R. et M. A. B.

groupe
ECO•MEDIAS

L'Economiste
cherche

un(e) web designer
avec excellente
pratique du français

Nous vous offrons une rémunération attractive
et la possibilité de vous investir et d'évoluer
au sein d'un groupe leader en pleine expansion.

Envoyer votre CV & lettre de motivation +
photo par mail : rrizki@economiste.com

ECO•MEDIAS
70, Bd Massira Khadra - Casablanca



Innovation
that excites

NEW QASHQAI

À découvrir pendant l'AUTO EXPO
et dans tout le réseau **NISSAN**



Au **Salon**
et dans tout
le réseau,
des **promotions**
exceptionnelles
sur toute
la gamme !



NAVARA



PATHFINDER



QASHQAI+2



QASHQAI



JUKE



EVALIA

GAMME DIESEL / 6CV
À PARTIR DE

234 900 ^{DH}_{TTC}

Boîte manuelle / Boîte auto

www.nissan.ma

NissanMarocOfficiel

SIAB - IMPORTATEUR EXCLUSIF NISSAN - 111, route côtière, Zone Industrielle Est, Polygone 1, Zenata, Casablanca.

• CASABLANCA : • Succ. Nissan "Village Auto" (Rte. Bouskoura - Casa) Tél. : 05 22 78 91 43 • Succ. Nissan "Blv. My Ismaïl" (Roches Noires) Tél. : 05 22 40 91 67/68 • Succ. Nissan "Zenata" (Zone indus. Est) Tél. : 05 22 34 14 61 / 50 / 46 • AGADIR : 05 28 22 07 07 • BENI-MELLAL : 05 23 42 26 23 • BERKANE : 05 36 61 03 90 • EL JADIDA : 05 23 35 35 46 • FÈS : 05 35 61 52 52 • KÉNITRA : 05 37 37 20 00 • LAÏYOUNE : 05 28 89 43 34 • MARRAKECH : 05 24 30 10 08 • MEKNÈS : 05 35 55 00 96 • NADOR : 05 36 33 45 55 • OUJDA : 05 36 61 03 90 • RABAT : 05 37 69 09 41 • SAFI : 05 24 62 73 49 • TANGER : 05 39 94 19 99 • TÉTOUAN : 05 39 70 27 25

Faith-agence

Les tendances du marché

■ Les immatriculations reculent de 11,87% à fin avril

■ Les compactes sur une tendance inverse

■ Le luxe divise par deux ses ventes

LE marché de l'automobile a bien besoin d'un second souffle. Les concessionnaires ont attendu le salon Auto Expo, avec toute l'euphorie qui en résulte, pour multiplier les opérations «Séduction». Les acquéreurs sont également dans cet esprit d'attentisme. Beaucoup d'achats ont été reportés jusqu'à bénéficier des différentes promotions du Salon. Une tendance qui se fait clairement ressentir sur les ventes. Au terme des quatre premiers mois de l'année, les immatriculations de véhicules neufs ont connu une baisse de

près de 11,87% pour 36.704 véhicules. Les deux grands segments sont touchés par cette contre-performance. Seulement, 32.722 véhicules particuliers (VP) ont été vendus en recul de près de 12%. Les véhicules utilitaires légers (VUL) sont également en mauvaise passe avec une correction de 11,55%. En plus de l'attentisme, le marché est impacté par une conjoncture défavorable mais également les mesures prises par le gouvernement. L'indexation du prix du carburant à augmenter le coût de possession d'un véhicule d'où un impact certain sur les ventes des motorisations essence. S'y ajoute la taxe sur les véhicules de luxe qui a pénalisé ce segment.

C'est toujours Dacia qui occupe la tête du classement sur le marché du VP avec 10.546 immatriculations à fin avril. Les derniers-nés de la marque Lodgy et Dokker affichent de bonnes performances. Au terme du premier trimestre (les seuls chiffres détaillés disponibles), la marque d'origine roumaine a écoulé 1.633 Dokker. Lodgy reste plus timide

avec 98 immatriculations. La deuxième place revient encore une fois à Renault qui a mis sur le marché 3.108 véhicules. Même si les deux marques s'appuient toujours sur leurs productions locales, le CKD (monté localement) enregistre une baisse de près de 16%. En fait, la production de l'usine de Tanger Melloussa est considéré comme CBU (importé monté) à cause de la localisation du site dans une zone franche. La surprise du classement est sans doute la sud-coréenne Hyundai qui continue sa montée. Elle se place sur la troisième marche du podium avec 2.604 véhicules vendus.

■ Micro-citadine: La baisse de plein fouet

Si quasiment tous les segments sont touchés par la baisse des ventes, les micro-citadines sont les plus impactées. Au premier trimestre, elles ont connu une baisse d'immatriculation de 43%. L'arrêt de commercialisation de Kia y est pour quelque chose. Grâce à son I10, Hyundai est largement en tête des ventes de ce segment. Pourtant, la marque connaît un recul de 27% sur les micro-citadines. A l'opposé, Fiat qui est deuxième grappille de plus en plus de parts de marché avec une hausse de 13% des immatriculations de la Fiat 500.

■ Citadine: Sandero indétrônable

La citadine de Dacia est toujours incontournable. Sandero arrive de très loin en première place des ventes de citadine. Pourtant, le segment n'est pas au meilleur de sa forme avec des baisses à deux chiffres enregistrés chez plusieurs marques. Honda est particulièrement touchée puisque la New jazz commence doucement à prendre son marché.

Par contre, Seat enregistre une jolie percée grâce à la nouvelle version de l'Ibiza en croissance de 24%. Linea, la citadine de Fiat est également sur une bonne lancée avec une progression de 19% de ses immatriculations.

■ Luxe: Merci la taxe

Les concessionnaires de véhicule de luxe ont les dents qui grincent. Le filon,

Les têtes d'affiche par segment



qui était fleurissant depuis des années, connaît un sérieux revers. Les ventes de véhicules de luxe ont été divisées par deux. En fait, la définition de véhicule de luxe est très différente entre le fisc

groupe
ECO•MEDIAS

Recherche dans le cadre
de son développement

CORRESPONDANT REGIONAL (H/F)

PROFIL :

De formation supérieure (Economie / Gestion / Droit / Finances / Journalisme), vous justifiez d'une première expérience média réussie. Vous êtes curieux, persévérant, rigoureux, parfaitement francophone et disposez d'une bonne culture générale. Vous avez de plus, un très fort esprit d'initiative, le sens du travail en équipe et êtes doté d'un excellent relationnel.

MISSIONS :

Correspondant de nos rédactions (L'Economiste / Assabah et Atlantic Radio), vous aurez en charge la couverture et le traitement de l'information régionale, à partir de Taza, Berkane, Nador, Tétouan, Ouarzazate, Laâyoune ou Dakhla.

Nous vous offrons, outre une rémunération attractive et une formation performante, la possibilité de vous investir et d'évoluer au sein d'un groupe leader en pleine expansion.

Envoyer votre CV & lettre de motivation +
photo par mail : redacrh@economiste.com

groupe
ECO•MEDIAS
L'ECONOMISTE **المجتاز** L'ECONOMISTE

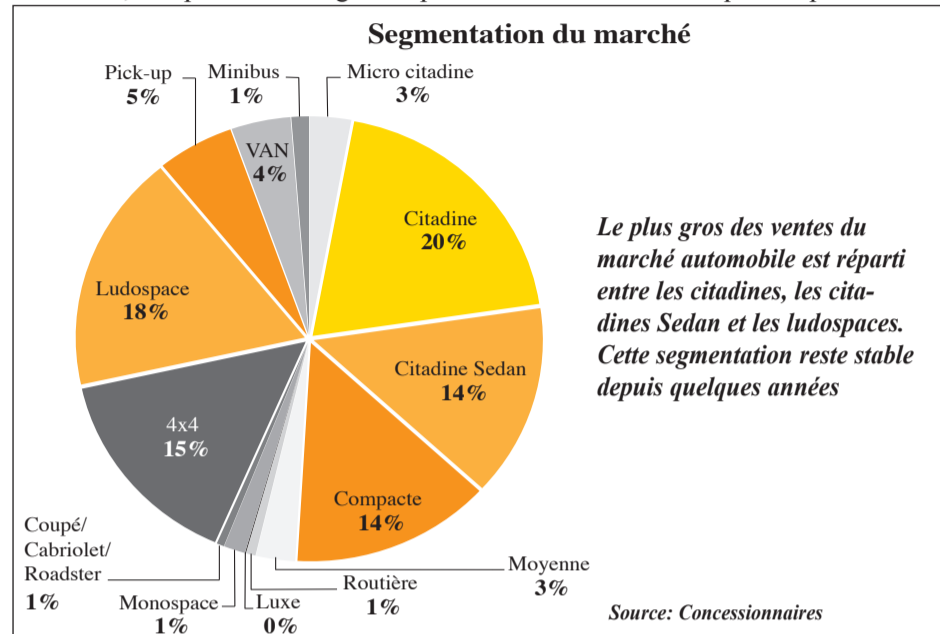
sur fond d'attentisme

qui la situe au-delà de 400.000 DH et les concessionnaires qui voit plutôt des véhicules au-delà du million de DH. Globalement, les marques catégorisées comme premium s'en sortent bien sur l'ensemble de leur vente. Land Rover réalise la meilleure performance avec une hausse de 55% de ses volumes grâce à la percée de l'Evoque. Elle est talonné par BMW qui renoue avec la croissance avec une hausse de près de 30% de ses ventes. Audi est sur la même tendance avec une performance de 12%. A l'opposé, Jaguar est sérieusement frappé par une baisse de 30% des ses immatriculations au premier semestre de l'année. Mercedes ne s'en sort pas beaucoup mieux avec un recul de 15,6%. Toutefois, l'ensemble de ses marques attendent un véritable regain d'intérêt lors du salon Auto Expo.

■ L'exception

Le segment des compactes est devenu de plus en plus populaire. Avec ses mensurations proches de celles des citadines

et sa puissance comparable à celles des familiales, il représente une grande par-



tie des ventes des constructeurs moyens, voire haut de gamme. Cependant, les compactes font clairement l'exception avec une hausse de 11% de leur vente.

Ce marché est très concurrenté. Quasi-

ment toutes les marques disposent d'un l'offre avec 3 véhicules : Mégane berline, Fluence, Captur. La française est suivie de près par Ford dont la Fiesta se maintient toujours en bonne position.

■ Utilitaire: Le pick-up fait la moitié du marché des VUL

Le marché du véhicule utilitaire léger (VUL) ne traverse pas sa meilleure année. Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes des VUL ont affiché une baisse de 8,31%. Seuls 3.000 véhicules ont été vendus depuis le début de l'année. Plus de la moitié des ventes sont opérés sur le segment des pick-up. Cette baisse est liée en premier lieu à la mauvaise conjoncture. L'administration et les entreprises ont considérablement réduit la cadence des achats de véhicules utilitaires légers (VUL). Sur le segment des pick-up, Toyota et Mitsubishi se concurrencent le leadership.

IL. B.

l'offre avec 3 véhicules : Mégane berline, Fluence, Captur. La française est suivie de près par Ford dont la Fiesta se maintient toujours en bonne position.

■ Utilitaire: Le pick-up fait la moitié du marché des VUL

Le marché du véhicule utilitaire léger (VUL) ne traverse pas sa meilleure année. Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes des VUL ont affiché une baisse de 8,31%. Seuls 3.000 véhicules ont été vendus depuis le début de l'année. Plus de la moitié des ventes sont opérés sur le segment des pick-up. Cette baisse est liée en premier lieu à la mauvaise conjoncture. L'administration et les entreprises ont considérablement réduit la cadence des achats de véhicules utilitaires légers (VUL). Sur le segment des pick-up, Toyota et Mitsubishi se concurrencent le leadership.

IL. B.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Morocco. Land of quattro®
The Audi Q5

140 modèles Audi sont aujourd'hui équipés de la technologie de transmission intégrale permanente la plus connue au monde : le quattro.

Né avec l'engagement d'Audi en rallye au début des années 80 et commercialisé à plus de 5 millions d'exemplaires en 34 ans d'existence, le quattro répartit la force motrice sur les 4 roues, offrant des capacités d'adhérence exceptionnelles, pour un plaisir de conduite maximal et une sécurité optimisée.

Désert, neige, pluie, et toutes les conditions de route extrêmes vous permettront de tester pleinement les performances uniques du quattro.

Les indices de la reprise sont là

■ Encore du potentiel sur le taux de motorisation des ménages

■ Le salon devra servir de déclic des ventes

L'heure est à l'optimisme même si le marché accuse une baisse de 10% des ventes. Trois éléments justifient cet optimisme dont la reprise au niveau international. Mohamed Amal Guedira, président de l'Association des importateurs de véhicules automobiles montés (AIVAM), explique que le Maroc compte 70 véhicules par 1.000 habitants contre 300 à 400 pour nos voisins.

- **L'Economiste:** Les ventes d'automobiles sont en baisse. Comment expliquez-vous cette contre-performance?

- **Mohamed Amal Guedira:** Le marché dans sa globalité accuse effectivement une baisse significative de 10%, notoire après des années de croissance à 2 chiffres. Néanmoins, cette situation est à relativiser et à nuancer. Toutes les marques ne sont pas logées à la même enseigne. Certaines sont franchement en difficulté relativement

à leurs ventes, d'autres au contraire continuent ou renouent avec la croissance. Si vous observez également la segmentation, il apparaît des différences au sein même de ces marques où certains segments restent dynamiques. Entrée de gamme et premium continuent leur croissance par exemple. Mais globalement les causes de cette contre-performance tiennent à de multiples facteurs. La crise financière et ses impacts sont visibles à travers le resserrement de la trésorerie des entreprises et la raréfaction des crédits, le resserrement du budget des ménages et leur répartition également. Mais il faut rester optimiste.

D'abord en raison de la bonne tenue de certaines marques et certains segments. Ensuite, au Maroc, nous avons 70 véhicules pour 1.000 habitants contre 300 à 400 pour nos voisins. Enfin, il existe du potentiel puisque, au niveau mondial, nous observons un retour de la croissance (USA, Chine, ...). De manière anecdotique, nous sommes dans



Mohamed Amal Guedira, président de l'Aivam: «Les habitudes sont tenaces et nous continuons à être un marché du diesel» (Ph. Jarfi)

une année salon et du fait de la nature de celui-ci, le consommateur est dans une phase d'attentisme.

- **La taxe sur les voitures de luxe est-elle seule responsable de la baisse des ventes sur ce segment?**

- Là aussi il faut relativiser. Il serait faux de dire que cette taxe est seule responsable de la baisse globale même si elle a sa part (réelle et psychologique) et agit comme un frein. Le marché du luxe représente grosso modo 6.000 véhicules seulement et la baisse représente 10.000 véhicules. Le segment du luxe ne s'écroule pas, mais accuse un recul.

- **Est-ce que la décompensation progressive du gasoil a un impact sur les ventes?**

- Pas pour le moment. L'augmentation du coût de l'énergie est incontournable dans tous les pays. C'est un fait structurant. Les gens n'en continueront pas moins d'acheter des voitures, mais ils rationaliseront leurs modes de consommation, leurs trajets, leurs utilisations. Et de façon corrélative, les constructeurs ne cessent d'améliorer le rendement et développent l'optimisation de la consommation.

- **Qu'en est-il des voitures essence?**

- A l'instar de la France et au contraire du Japon et de l'Allemagne, nous continuons à être un marché du diesel. Les habitudes sont tenaces. La parité essence - diesel changera surtout que les dernières technologies essence, voire hybrides (essence - électrique) présentent des avantages supérieurs au diesel en matière de consommation

- **Les conditions d'octroi des crédits deviennent de plus en plus serrées. Cela n'impacte-t-il pas les ventes?**

-Oui certainement. C'est un facteur clé, mais nous travaillons étroitement avec nos partenaires (banques et organismes de crédit) pour optimiser et rendre plus accessible le financement de l'automobile pour les ménages et les entreprises.

- **Les consommateurs se plaignent du service après-vente (cherté et qualité). Que compte faire le secteur?**

- Tout le monde n'est pas logé à la même enseigne. Le service après-vente recourt au savoir-faire des hommes, du constructeur ainsi qu'aux procédures. Il dépend aussi du stock de pièces de rechange et de l'organisation. Dans tous les cas, nous travaillons avec l'Office de la formation professionnelle sur la formation des ressources humaines.

- **Le marché de la contrefaçon des pièces de rechange prend de l'ampleur. Pourquoi des actions «coup de poing» ne sont-elles pas menées avec la douane?**

- La contrefaçon présente un risque pour le consommateur. Elle tue. Une pièce contrefaite est mauvaise puisqu'elle n'obéit pas aux normes. Elle est source d'insécurité routière. La douane nous accompagne dans les limites de ses prérogatives et les autorités en général sont sensibles à ce point. L'Etat est le premier perdant face à la contrefaçon. □

Propos recueillis par
Khadija MASMOUDI

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Occasion: Les effets du dispositif fiscal tardent

LE marché de l'occasion a son dispositif fiscal, son argus, mais les effets se font toujours attendre. «Il faut que le marché s'organise, que l'argus fasse effet et que les professionnels agissent», soutient Mohamed Amal Guedira, président de l'Aivam. L'argus permet d'éviter les dérives en matière de prix. Ceci étant, le développement d'un marché de l'occasion structuré devrait générer des recettes fiscales estimées à 100 millions de DH sans compter l'IS et l'IR. □



CR-V Diesel
Honda déploie ses prix "Salon".

Concessionnaires Honda: Casablanca: 05 39 42 11 22 - Tanger: 05 39 42 11 22 - Marrakech: 05 34 31 31 31 - Rabat: 05 39 42 11 22 - Meknes: 05 39 42 11 22 - Fes: 05 39 42 11 22 - Agadir: 05 39 42 11 22 - Marrakech: 05 39 42 11 22 - Casablanca: 05 39 42 11 22 - Tanger: 05 39 42 11 22 - Marrakech: 05 39 42 11 22 - Rabat: 05 39 42 11 22 - Meknes: 05 39 42 11 22 - Fes: 05 39 42 11 22 - Agadir: 05 39 42 11 22

Le 4x4 sous toutes les coutures

■ La guerre des prix ne fait que commencer

LA mode du 4x4 urbain gagne le Maroc. Toutes les marques rivalisent d'ingéniosité pour positionner une offre 4x4 plus agressive, design et au meilleur rapport qualité/prix. Dacia Duster, Nissan Qashqai & Juke, Ford Kuga, Fiat Freemont, Toyota RAV4, Honda CR-V, Volkswagen Tiguan, Touareg, Audi Q5, Cherokee de Jeep, Ranger Rover Evoque, Porsche Cayman, Volvo X60... Même Peugeot, Citroën et Renault ont dégainé un produit taillé sur mesure à ce segment. Les offres sont déclinées sous toutes les coutures. Fini les gros 4x4 encombrants et mastoques, la tendance est désormais aux solutions intermédiaires entre break et monospace. Le 4x4 compact devient plus urbain, plus rehaussé et à vocation plus familiale, modulaire et polyvalent. Il est de plus en plus sollicité par des acheteurs qui préfèrent le tout terrain aux berlines traditionnelles ou encore aux grandes routières. «Les clients apprécient particulièrement une

position haute grâce au châssis surélevé et une impression plus grande de sécurité sur la route», constatent des constructeurs. Autre tendance, la baisse irréversible des prix et les motorisations moins puissantes et moins gourmandes. Face à cette évolution de la demande, les importateurs se livrent une bataille sans merci sur le front des parts de marché. Promotions tous azimuts, tombolas, rabais, gratuité, offres exceptionnelles, test drive... La bataille marketing bat son plein dans les rayons des SUV (Sport Utility Vehicles). Le segment des 4x4, tous modèles confondus, a réalisé 4.163 transactions à fin mars. Bien évidemment, Duster de Dacia reste encore le SUV le plus vendu au Maroc. Au premier trimestre, Renault en a écoulé 1.163 unités. L'arrivée du nouveau modèle de la marque franco-roumaine devra booster encore plus les ventes de ce best-seller qui représente le produit d'appel de son segment. Le challenger n'est autre que le sud-coréen Hyundai. La diversification de l'offre 4x4 couplée à l'élargissement de la gamme ainsi que les efforts sur les prix ont fini par porter leurs fruits auprès de Global Engines, importateur



Promotions tous azimuts, tombolas, rabais, gratuité, offres exceptionnelles, test drive... la bataille marketing bat son plein dans les rayons des SUV (Ph. Range Rover)

exclusif de Hyundai. La troisième place du podium revient à Nissan. La marque nipponne a livré 466 véhicules à fin mars. Les promotions consenties par l'importateur ainsi que l'agressivité commerciale sur les modèles Qashqai et Juke ont permis de remplir les bons de commandes. Juste après, il y a Land Rover avec 369 unités vendues en trois mois. Une marque qui accueille un engouement sans précédent, un peu partout dans le monde. Cet engouement, le constructeur le

doit à l'Evoque, au Range Rover Sport ou encore le Vogue qui procurent un look bling bling très prisé dans les grandes capitales. Au top five des 4x4 les plus vendus au Maroc, trône Ford. Là encore, l'importateur-distributeur (Scama) a fait preuve d'ingéniosité marketing en écoulant le maximum de Kuga. □

A. R.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Assur'Auto : la solution pour votre véhicule neuf



Assur' Auto

- Une indemnisation en 1h30 maximum grâce à notre centre d'indemnisation rapide Check Auto Express ;
- Des réparations aux meilleurs standards de qualité avec nos partenaires garagistes ;
- Le remorquage de votre voiture neuve et plus de 31 services d'assistance.

SERVICE CLIENTS
05 22 42 06 06

 SAHAMASSURANCE
www.sahamassurance.ma



SAHAM
Assurance
Avancez librement

Un festival de nouveautés

Au-delà de sa vocation (la plus importante) de salon de ventes, l'Auto Expo constitue aussi une véritable vitrine pour toutes les marques. Toutes profitent de cette dizaine de jours pour dévoiler leurs plus beaux atouts. Et cette 9^e édition du salon de l'automobile promet d'être celle des avant-premières (parfois mondiales) et de nouveautés. Revue de détail des principaux modèles qui feront l'actualité du salon.

Jeep Cherokee



FIAT Auto Maroc sort le grand jeu. Après le Grand Cherokee, l'importateur distributeur révèle le SUV éponyme. Plus compact et en totale rupture avec son prédécesseur, sa calandre et ses nouveaux optiques lui procurent une nouvelle jeunesse. La robe du Cherokee est volontairement atypique, originale et européenne. Décliné en deux types de

transmissions (2 et 4 roues motrices), le Cherokee est disponible avec une motorisation diesel 2.0 l Multijet développant 140 et 170 chevaux. Il est décliné en 3 versions (Longitude, Limited et Trailhawk). □

Opel Insignia



L'INSIGNIA s'offre une cure de jouvence. A travers sa forme, la berline allemande exprime puissance, fluidité et élégance. Ses courbes longilignes de la carrosserie intègrent subtilement les blocs optiques et la signature lumineuse en forme d'aile. L'Insignia associe confort et maniabilité pour que la conduite soit réellement synonyme de plaisir. La gamme de moteurs essence disponible sur l'Insignia débute avec le 1,6 à 115 chevaux et se décline jusqu'au 2,8 V6 Turbo à 325 chevaux. □

Mini Cooper 3



RENOUVEAU chez la famille Mini. Même si le design reste pratiquement le même, la troisième génération du nom est cependant plus grande, plus habitable et plus large. Bien qu'elle soit en surcharge pondérale du fait de son allongement et de son élargissement (+ 9,8 et + 4,4 cm respectivement). La nouvelle Mini pèse en moyenne 5 à 10 kg de moins que sa devancière, mais reçoit des équipements de dernière génération. C'est particulièrement le cas de l'indicateur de pression des pneumatiques, le capot actif qui protège le piéton, ou encore le système d'arrêt-démarrage automatique et l'accès mains libres. □

Alfa Romeo 4C



QUE dire de ce supercar. Puissance, agilité, design et ergonomie... l'ADN de ce coupé 2 places est digne de sa lignée. L'Alfa Romeo 4C dispose d'une structure allégée entièrement en carbone qui lui procure un poids super light, à peine moins de 900 kilogrammes. Ce 1,8 l en position centrale développe jusqu'à 240 chevaux et permet d'atteindre une vitesse maximale pouvant atteindre 258 km/h. Il avale le 0 à 100km/h en seulement 4,5 secondes. Qui dit mieux! □



BMW Série 4 cabriolet

LE coupé cabriolet de la firme bavaroise marque le début d'une nouvelle ère pour les cabriolets BMW du milieu de gamme. Elle véhicule de nouvelles références en matière de dynamisme, d'élégance et de plaisir de conduire que ce soit en toit fermé ou ouvert. Son design original n'est pas son unique atout. La Série 4 Cabriolet se distingue aussi par une panoplie d'éléments techniques. □

BMW Série 2

DÉVELOPPÉE sur la base de la Série 1, la Série 2 Coupé de BMW offre un plaisir de conduite digne inégalé grâce à sa propulsion arrière et à sa motorisation puissante dotée de la technologie TwinPower Turbo. La nouvelle 3 portes se distingue avec un design de carrosserie affirmé, une gamme de moteurs particulièrement puissants et une technique de suspension spécifique au modèle. □





Porsche Macan

VÉLOCITÉ, agilité, habitabilité et confort. Des qualités..., Macan n'en manque pas. Le tout nouveau SUV de poche de Porsche est, le moins que l'on puisse dire, doté de tous les gènes de son illustre famille. Plus petit que le Cayenne, son grand frère, Macan est résolument le modèle sportif du segment des SUV compacts. Présenté en trois modèles (Diesel, S et Turbo S), ce 4x4 urbain affiche une performance allant de 258 chevaux pour le 3.0l diesel jusqu'à 400 chevaux pour le turbo essence (3.6 l). Il sera certainement un autre best seller de la marque allemande. □



Mercedes Classe C

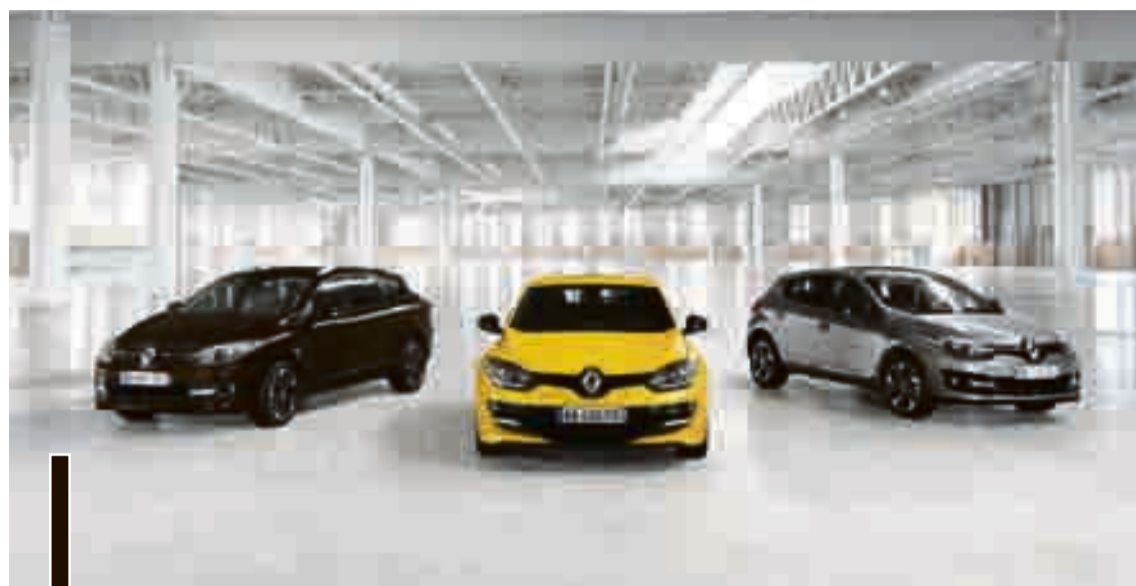
MODÈLE le plus vendu dans le monde, la Classe C revient en force. La désormais «Baby S» inaugure un nouveau chapitre dans l'histoire de ce modèle. Sur le plan esthétique, la nouvelle version, résolument plus moderne et plus sportive, a inspiré les lignes et les surfaces sensuelles de la nouvelle berline dont l'harmonie et la tension fascinent et émeuvent. Elle a d'ailleurs été dotée des formes épurées qui soulignent sa technologie intelligente. Avec ce modèle, Mercedes-Benz élargit le programme de ses motorisations. Un nouveau moteur diesel petit format de 1,6 litre de cylindrée viendra compléter l'offre. Parmi ses atouts, figurent un poids réduit, un design compact et une faible consommation de carburant spécifique. □



Mercedes GLA

C'ÉTAIT prévisible! La marque à l'étoile était très attendue sur le rayon des Crossover. GLA vient à point nommé concurrencer le X1 de BMW ou encore le Q3 d'Audi. Inspirée de la plateforme de Classe A, GLA a des arguments à revendre. Le dernier-né vient compléter l'offre tout-terrain de loisirs de Mercedes-Benz. Avec ses cinq séries de modèles (GLA, GLK, ML, GL et G), la marque dispose de la gamme la plus étoffée de tous les constructeurs européens du segment premium. Côté design, le SUV emprunte des formes épurées qui mettent en avant le caractère high-tech et suscitent l'émotion. Le code stylistique reflète les trois principes clés du design: tradition, émotion et modernité. □

M. A. B.



Renault Mégane

RENAULT met tous ses espoirs sur la toute nouvelle Mégane. Pour la circonstance, la firme française l'a dotée de la nouvelle identité visuelle de la marque accompagnée du tout dernier bouclier avant. Ce qui lui procure une impression de robustesse. Déclinée en plusieurs versions (5), la Mégane reçoit pour son modèle d'entrée de gamme un bloc diesel de 1,5 l développant 85 chevaux. La version full options profitera d'un moteur 1,6 l DCI de 130 chevaux. □

Nissan New Qashqai

LE New Nissan Qashqai refait surface. Après son premier relifting, le précurseur des crossovers revient sous de nouvelles formes plus affinées, plus dynamiques et plus séduisantes. Il gagne quelques millimètres en longueur et en largeur après un léger abaissement. D'autres traits lui confèrent une apparence premium, tout en préservant son ADN visuel typique. De plus, il reçoit des technologies innovantes. A commencer par le Safety Shield (bouclier de sécurité) qui intègre, aux côtés d'autres aides essentielles à la conduite, le freinage autonome d'urgence (AEB), l'alerte de baisse de vigilance du conducteur et la reconnaissance des panneaux routiers... New Qashqai est disponible en deux motorisations diesel de 110 et 130 chevaux (6cv fiscaux) associés aux boîtes mécanique à 6 rapports et automatique Xtronic. □



Ford Explorer



LE baroudeur sera indiscutablement la star du stand Ford au Salon de l'automobile. Pas encore introduit sur le marché marocain, le nouveau Ford Explorer ne va certainement pas passer inaperçu. Il offre un habitacle pouvant accueillir jusqu'à 7 places compte tenu de son imposant gabarit (5 m de long). Bardé d'équipements technologiques dernier cri, cet utilitaire sportif est doté d'une motorisation essence V6 de 3,5 l développant 290 chevaux. □

Comment la taxe reconfigure

■ La demande se fait rare pour le segment 400.000 à 750.000 DH

■ Les clients se rabattent sur les véhicules hors champ de la redevance

■ Certains concessionnaires absorbent le surcoût

ET si la taxe sur les voitures s'avérait être un flop fiscal comme la taxe sur le sable ? En tout cas, selon nos sources, elle n'aurait rapporté que 16,8 millions de dirhams au terme du premier trimestre. Ce qui devrait conforter les mises en garde des importateurs de voitures au sujet des effets néfastes de la taxe. Quatre mois après son entrée en

vigueur, la taxe sur les voitures de luxe est en train de reconfigurer le marché. La nouvelle redevance, prévue par la loi de Finances 2014, s'applique aux véhicules à partir de 400.000 DH HT. Elle varie entre 5 et 20% du prix HT. Elle est cen-

sée rapporter aux finances publiques 700 millions de dirhams. Les professionnels affirment que l'objectif ne sera pas atteint. Pis encore, les recettes fiscales générées par le secteur automobile seront minorées en raison de l'effet de l'éviction vers des

Cherokee Laredo, Limited, Overland et SRT. Nous serons livrés à l'ouverture du salon. J'ai un groupe de trois clients qui ont tous décidé de vendre leurs anciens véhicules, qui sont encore très récents pour acheter des Grand Cherokee Lare-

Les recettes de la taxe sur les voitures de luxe à fin mars

	2013	2014	Evolution
Nombre de véhicules vendus	812	648	-20%
Prix moyen HT (en DH)	544.909	576.303	6%
Total taxes (en DH)	46.172.941	55.053.812	19%
Dont TVA (en DH)	46.172.941	38.288.424	-17%
Dont Taxe sur les voitures de luxe (en DH)	0	16.765.388	Ne s'applique pas

Simulation L'Economiste

Les chiffres sur les ventes de voiture concernées par la taxe de luxe à fin mars indiquent que le marché est en baisse. Par conséquent, il sera difficile de réaliser les recettes attendues de la nouvelle redevance



L'ECONOMISTE
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL: ABDELMOUNAÏM DILAMI
DIRECTEUR GÉNÉRAL: KHALID BELYAZID

Direction Stratégie & Développement
Muriel Florin

RÉDACTION

Directeur des rédactions
Nadia Salah

Rédacteur en chef
Mohamed Benabid

Secrétaire générale de la Rédaction
Meriem Oudghiri

Assistante: Touria Azlaf

■ ÉCONOMIE & MONDE

Chef de rubrique: Abashi Shamamba

Khadija Masmoudi (Grand reporter),
Abdelaziz Ghoubi (Grand reporter),
Hassan El Arif (Grand reporter),
Fatim-Zahra Tohy, Rim Ait El Haj

■ VIE DES ENTREPRISES, SOCIÉTÉ ET CULTURE

Chef de rubrique: Amin Rboub

Ilham Boumnade, Aziza El Affas,
Sanae Eddaif, Jihad Rizk

■ BANQUES, ASSURANCES & MARCHÉS FINANCIERS

Chef de rubrique: Moulay Ahmed Belghiti

Franck Fagnon

■ RÉGIONS, COMPÉTENCES & RH

Rédactrice en chef: Radia Lahlou
Ahlam Nazih, Karim Agoumi, Rajaa Drissi Alami

• Rabat: Nouredine El Aïssi
• Marrakech: Badra Berrissoule
• Fès: Youness Saâd Alami

• Agadir: Malika Alami, Fatima Nakhli

• Tanger: Ali Abjiou

• Settat: Abdellah Echakhs

• Oujda: Ali Kharroubi

• Bruxelles: Aziz Ben Marzouk

• Londres: Jon Marks

• Paris: Mohamed Mounadi

• Tunis: Youssa Mahfoud

Dessinateur-caricaturiste: Rik

Documentation et chef des photographes:

Saïda Sellami

Photo-journaliste: Abdelmjid Bziouat,
Ahmed Jarfi

■ DROIT, JUSTICE & MEDIAS

Faïçal Faquih (Grand reporter),

■ POLITIQUE, POLITIQUE ÉCONOMIQUE

Chef de la rédaction: Mohamed Chaoui

Mohamed Ali Mrabi, Hajar Benezha

Angle rue Al Khalil, Bd Med V
Tél.: 05.37.26.28.46/47/48 - Fax: 05.37.26.28.45
E-mail: mchaoui@leconomiste.com

Assistante de direction: Kenza Daoudi

PUBLICITE

Directrice commerciale et marketing

Sandrine Salvagnac

Assistants: Samira Tamda, Khouldya Mekayssi

Directeurs de clientèle: Imane El Azdi, Khalid El

Jaï, Abderraouf Jaâfari, Fayçal Liraki, Mohamed

Hamdaoui, Mouna Elouattassi Grangier,

Benaïssa Benamar, Hfaïdh Zeramdin

Directeurs de clientèle Agences:

Amal Cherkaoui, Thierry Del-Valle

ADMINISTRATION

Directeur administratif & financier

Samir Essifer

Responsable Achats et diffusion: Mouhsine Badi

Directeur de la Communication

Othmane Chbihi Moukit

Auditeur interne, responsable qualité: Ilham Ziad

Abonnement: Leila Sadek

REVISION

Mohamed El Bekri, Bahija Rhouli

MONTAGE

Chef de service: Omar Jabre

Saïd Fakhreddine, Abdelaziz Ouahid,

Salima Michmich, Mohamed El Ouali Idrissi,

Mohcine Sorrane, Nour-Eddine Lourini,

Saïd Dahan

Annonces légales: Rabia Mahd, Jalila Afkhar

Fax: 05.22.36.58.86

Service Internet: Hicham Lafriqi

Internet: <http://www.leconomiste.com>

E-mail: redaction@leconomiste.com

véhicules hors champ de la taxe. Selon les professionnels interrogés, l'impact de la taxe sur l'activité varie en fonction des segments de véhicule. Ainsi, les ventes de certains modèles à partir de 800.000 DH HT, concernés par une taxe de 15%, n'ont pas subi le choc de la nouvelle taxation. «A partir de ce niveau de prix, les clients ont déjà assimilé la taxe et sont prêts à déboursier un surcoût de 120.000 DH»,

do, qui vaut près de 480.000 dirhams hors frais d'immatriculation. Les gens se livrent une rude concurrence pour acquérir des véhicules de luxe pour montrer leur niveau social», explique une conseillère commerciale de la maison Fiat. Et d'ajouter que le concessionnaire n'a pas répercuté la nouvelle taxe sur la clientèle finale, mais a plutôt décidé de l'absorber. Sauf que quand elle dépasse les 20%, les

Effets pervers

LA taxe sur les voitures de luxe a été introduite par la loi de Finances 2014. Elle démarre à 5% pour les modèles dont le prix varie entre 400.000 et 600.000 DH et atteint 20% pour les voitures supérieures à 1 million de DH. La nouvelle redevance est acquittée au moment de l'immatriculation. Selon les projections des professionnels, ses recettes ne devraient pas dépasser les 50 millions de DH au regard du parc automobile concerné par la taxe et variant entre 8.000 et 10.000 unités.

Les concessionnaires estiment que la nouvelle redevance ferait plutôt perdre des recettes fiscales aux caisses de l'Etat puisque les ventes baisseront. L'essentiel des ventes de véhicules hybrides se trouvent dans la gamme de prix concerné par la taxe. Leurs importations devraient aussi baisser. L'on s'attend également à un recours massif aux importations de voitures d'occasion. Du coup, les professionnels affirment que la nouvelle taxe devrait plus générer des pertes en termes de recettes fiscales. □

affirme Mehdi Laghzaoui, directeur de la marque Audi.

Pour cette catégorie de clientèle, c'est justement le niveau de prix élevé qui constitue le principal critère d'achat. Ce sont des clients à la recherche du luxe. Ainsi, plus le produit est cher, plus le prix est un argument différenciateur. «Nous sommes actuellement en rupture de stock pour les quatre déclinaisons du Grand

importateurs n'ont plus le choix car elle risque de mettre en péril leur viabilité économique.

Les professionnels reconnaissent que plusieurs importateurs se sont résolus à rogner sur leur marge pour ne pas perdre leur clientèle. Ce qui ne manquera pas de se répercuter sur leur chiffre d'affaires. Certains tablent sur l'effet volume. Si la nouvelle taxe n'est pas rédhitoire pour

le marché de l'automobile

les amateurs du luxe, leur capacité d'absorption n'est pas illimitée. «Quand ils ne reportent pas leur achat, ils se rabattent sur des marques d'un standing équivalent mais d'occasion. D'autres encore renvoient leur goût à la baisse en choisissant des modèles dans la même marque, mais hors champ de la taxe. «Nous avons constaté une demande en forte baisse pour le segment 480.000 et 750.000 DH TTC. Du coup, nous commandons des modèles qui ne sont pas concernés par la taxe de luxe», ajoute

Laghzaoui. Une chance donc que le portefeuille du concessionnaire Audi soit assez large. Ce qui permettra de compenser le manque à gagner sur le segment haut de

gamme et sécuriser le chiffre d'affaires. Mais pour les recettes fiscales de l'Etat, elles devraient accuser un net recul à cause du phénomène d'éviction des amateurs vers des voitures hors champ de la taxe de luxe.

Le salon de l'automobile en soi n'est pas vraiment une occasion pour les professionnels de réaliser de bonnes affaires puisque les frais de location des stands restent très élevés. (Voir également page VI). De plus, les participants consentent des remises plus importantes que celles accordées habituellement. L'objectif étant de vendre le maximum. Mais les concessionnaires sont obligés d'y participer régulièrement pour promouvoir leur visibilité et empêcher la concurrence de leur ravir des parts de marché. □

Hassan EL ARIF

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Droits de timbre sur 1re immatriculation

Puissance fiscale	Inférieur à 8 CV	De 8 à 10 CV	De 11 à 14 CV	Egale ou plus de 15 CV
Montant	2.500 DH	4.500 DH	10.000 DH	20.000 DH

La grille de la taxe sur les «voitures de luxe»

Voitures (Valeur hors TVA)	Taux
400.000 à 600.000 DH	5%
600.001 à 800.000 DH	10%
800.001 à 1.000.000 DH	15%
Supérieur à 1.000.000 DH	20%

Source: DGI et loi de Finances 2014

La taxe sur les voitures de luxe, dont le montant varie entre 5 et 20% selon le prix, est en train de créer un effet d'éviction vers des modèles hors champ

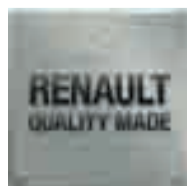
www.renault.ma

Ajoutez le design à votre quotidien



DU 9 AU 18 MAI

LES PLUS BELLES OFFRES RENAULT SONT AU SALON ET CHEZ
VOTRE CONCESSIONNAIRE LE PLUS PROCHE



DRIVE THE CHANGE



Renault Tanger parie sur les Brics

■ En perspective, 30.000 «unités» pour le Brésil et l'Inde en 2016

■ Le taux d'intégration plafonne à 40% et devrait atteindre 55% dès 2016

■ La Lodgy manque de notoriété mais pourrait s'imposer sur le marché des taxis

L'usine de Tanger, inaugurée en février 2012, commence à bien faire parler d'elle. Les véhicules montés à Tanger ont atteint des marchés aussi divers que l'Angleterre, la Turquie et depuis quelques semaines ont commencé à rouler sur les voies de l'Amérique latine au Panama. Un cheminement analysé avec le DG du groupe Renault Maroc, Jacques Prost.

- **L'Economiste:** L'Usine de l'Alliance Renault-Nissan à Tanger vient d'entamer sa troisième année, quel bilan faire de ce complexe industriel?

- **Jacques Prost:** Pour Renault, le bilan est extrêmement positif. En 2012, nous avons lancé la première ligne de montage avec deux véhicules, la Lodgy et la Dokker. L'enjeu numéro 1 était la qualité, un pari relevé avec un démarrage de l'usine à l'heure et avec un niveau de qualité iden-



«Nous sommes actuellement à une moyenne de 40% en matière de taux d'intégration et nos prévisions pour 2016 tablent sur un taux d'entre 55 et 60%», indique Jacques Prost, DG du groupe Renault Maroc (Ph. Renault)

tique aux autres unités du groupe Renault. Le deuxième challenge a été celui de la deuxième ligne démarrée en octobre dernier. Sur cette ligne, nous avons lancé Sandero et nous avons doublé le volume qui nous a été demandé. En fin de compte, l'usine a très bien tourné en 2013 ou nous avons fabriqué 10.000 Sandero et nous espérons en 2014 doubler à nouveau la production grâce à nos deux lignes.

- **Comment se comportent sur le marché les véhicules construits à Tanger?**

- Sandero est une vraie réussite en Europe. Nous sommes largement en dessus de

ce qui avait été prévu. La Dokker a connu un véritable succès grâce auquel elle jouit d'une position très confortable sur le marché. En revanche, la Lodgy manque encore de notoriété. N'étant pas assez connue, elle a plus de mal à s'imposer.

- **Ce modèle pourrait aussi être relooké...**

- A ce jour, un relooking de la Lodgy ne fait pas partie de nos perspectives. Le vrai problème de ce monospace, c'est au niveau de son lancement. Nous menons actuellement un véritable chantier afin de lancer ce véhicule.

- **Qu'en est-il du projet d'en faire la remplaçante des taxis blancs?**

- Nous sommes toujours en pourparlers avec le gouvernement marocain et j'espère que les discussions pourront aboutir cette année. Aujourd'hui nous avons un accord de principe pour dire que le projet est intéressant et il y a une vraie volonté tant du côté de Renault que des autorités pour faire avancer le projet. Nous sommes maintenant dans la dernière ligne droite, celle qui concerne les modalités d'application. Il s'agit de définir quels types d'avantages apporter pour permettre au chauffeur de taxi ou au syndicat de taxis l'accès à cette voiture.

- **Quel serait l'échéancier?**

- L'opération risque de démarrer très doucement. Il ne faudra pas s'attendre à

une révolution du jour au lendemain. Mais le volume est important et pourrait atteindre 5.000 voitures sur les dix prochaines années, soit environ 10 à 15% des ventes de la Lodgy.

- **Prévoit-on une voiture supplémentaire dans les chaînes de Tanger?**

- Dans la vie d'une usine, on ne peut pas fabriquer toujours les mêmes modèles. Donc, oui, il y a réflexion pour lancer un nouveau véhicule, mais pas tout de suite.

- **Où en est le réseau logistique ILN?**

- L'ILN est un projet intéressant. Nous produisons actuellement des pièces de Sandero pour le Brésil et nous commençons à envoyer des pièces pour Lodgy en Inde et Dokker en Russie. Nous sommes aussi en train de nous battre pour placer Sandero sur le marché colombien. A l'horizon 2016, nous pouvons estimer que l'on aura un équivalent "voitures" de 30.000 unités.

L'électrique commence à prendre au Maroc

RENAULT a déjà écoulé au Maroc 27 unités de la Twizy, le véhicule monoplace électrique de Renault. Et selon Prost, 20 autres unités sont actuellement en cours de livraison. L'autre modèle commercialisé au Maroc fonctionnant au 220 volts est le Kangoo ZE, utilitaire électrique pour lequel des sociétés ont déjà commencé à porter de l'intérêt. Pour la Zoe, la citadine 100% électrique de la marque au Losange, elle devra patienter encore un peu. «Nous attendons une dérogation pour pouvoir la commercialiser vu qu'elle n'a pas de roue de secours», explique Prost, la réglementation marocaine exige en effet de disposer d'un tel équipement. □

- **Le taux d'intégration a été présenté comme l'un des apports majeurs de l'usine de Tanger. A quel niveau se situe-t-il actuellement?**

- Nous sommes à une moyenne de 40% en matière de taux d'intégration et nos prévisions pour 2016 tablent sur un taux d'entre 55 et 60%. Mais la tâche est de plus en plus difficile car le marché européen nous a pénalisé en termes de volumes. Ce n'est évident ni pour nous, ni pour nos fournisseurs, d'intégrer des pièces. C'est vrai que pour le moment nous avançons moins rapidement que nos prévisions de départ. Mais nos équipes travaillent exclusivement sur ce sujet, car nous comptons bien atteindre les volumes que l'on s'est fixés. □

Propos recueillis par Ali ABJOU

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com



Les véhicules montés à Tanger ont atteint des marchés aussi divers que l'Angleterre, la Turquie et depuis quelques semaines ont commencé à rouler sur les voies de l'Amérique latine au Panama (Ph. Bziouat)

Financement: La LOA divise les opérateurs

■ Certaines enseignes craignent les représailles du fisc avec la vente de la LOA gratuite

■ La bataille dans le secteur devrait profiter aux clients

LES sociétés de financement sont branchées depuis plusieurs mois à l'heure du salon Auto Expo. L'évènement est plus décisif cette année. Les professionnels veulent se rattraper sur le salon après la nette décélération des crédits à la consommation en 2013. La croissance est négative sur les trois premiers mois de l'année. Du coup, les offres devraient être plus séduisantes pour attirer la clientèle. L'ensemble des opérateurs proposent au moins deux produits, à savoir la location avec option d'achat (LOA) et le crédit classique. La bataille devrait davantage se situer sur la LOA. Un apport minimum est exigé pour la contraction de ce produit. Il varie selon l'opérateur. Il faudra y ajouter les frais de dossiers et éventuellement l'assurance ce qui fait que l'apport est toujours supérieur

sement sont déterminés par l'établissement de crédit. Pour toutes les offres LOA, c'est le client qui supporte la TVA, c'est l'organisme qui est censé la reverser à l'Etat. «Or le principe de la LOA dite gratuite c'est que l'organisme garde la TVA chez lui et ne la rembourse qu'à la fin du crédit d'où l'effet de levier», déplore un professionnel. Aujourd'hui, le déploiement de ce type de financement, principalement la LOA gra-

tuite divise les opérateurs. Pour certains acteurs du marché, «la baisse de la production ces dernières années pousserait une partie de la profession à commercialiser ce produit pour gagner des parts de marché». La principale crainte pour une partie des opérateurs est de devoir ajuster leur offre par rapport à la concurrence. Par ailleurs, les opérateurs craignent les remontrances du fisc. Ils avaient déjà bénéficié d'une grâce

sur le stock de 2012. Le retour de la commercialisation de la LOA gratuite exposerait la profession au redressement fiscal, et offrirait au client un produit très peu rentable économiquement pour les organismes qui seront obligés de ce rattraper sur les frais de dossiers et gestion. Ce qui représente un coût caché pour les clients. Ce n'est jamais «un vrai gratuit», avance un spécialiste. □

F. Fa.

Le Printemps vous donne des idées !

Lames de Terrasse et Bardage Bois



DECORALIE c'est 30 années d'expérience dans les revêtements de sols et murs !

GRATUIT Conseil et étude offert

Pour le printemps, offrez-vous un extérieur plus vrai que Nature !

Repensez et redessinez vos espaces avec l'ensemble de notre gamme bois et composite.

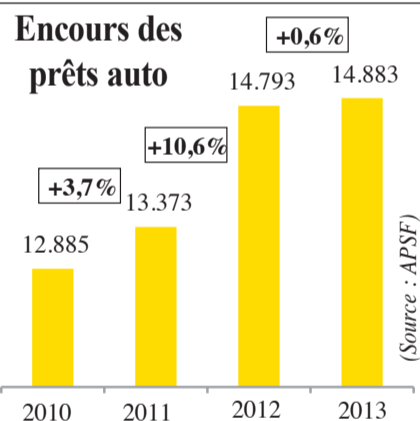
Pionnière dans le domaine du parquet, DECORALIE met à votre service toute son expertise et son savoir-faire. Fourniture, pose, entretien et réparation, faites appel à une société novatrice et performante !

DECORALIE c'est un savoir-faire inégalé et des équipes professionnelles. Alors, qu'attendez vous pour mettre une touche de Nature chez vous ?

95, Rue Abou Essat Al andaloussi - Mâarif - Casablanca
Tél. : 05 22 23 61 85 - E-mail : contact@decoralie.com

www.decoralie.com

DECORALIE



Après le tassement du crédit conso en 2013, l'activité a terminé le premier trimestre 2014 en recul de 0,6%. Le salon auto est une aubaine pour les opérateurs pour augmenter leurs volumes d'affaires

aux seuils fixés par les établissements. Globalement, le packaging diffère d'un opérateur à l'autre. Le client doit lui-même souscrire à une assurance auto pour les offres qui ne l'intègrent pas. En revanche, elle est incluse dans certaines offres pour la première année. Le client a ensuite la possibilité de la garder ou de la résilier à partir de la deuxième année. La demande de résiliation doit être adressée à la société de financement deux mois avant le premier prélèvement. La pratique est différente dans certaines captives de constructeur. La résiliation doit être demandée au moment de la contraction du crédit. Ceci étant, l'assurance étant annuelle, elle peut être résiliée par le client à partir du moment où il respecte les délais de préavis.

Certains opérateurs devraient introduire l'offre LOA gratuite lors du salon. Ici, l'apport et les échéances de rembour-

Assurance auto: L'embaras des garanties

■ La RC obligatoire, moins chère, mais pas suffisante

■ Garages conventionnés, centres d'indemnisation rapide... l'offre tente de se réinventer

UNE fois votre voiture achetée, vous devrez faire le grand saut dans le monde de l'assurance. Une grande inconnue pour la plupart d'entre nous au vu du nombre de produits existants sur le marché. Les compagnies d'assurances, faisant la course à l'innovation, déploient une batterie d'offres. Normal pour une manne qui pèse 8,5 milliards de DH et 32% de part de marché. Ceci dit, le niveau de protection d'un véhicule dépend toujours des garanties choisies.

Il est question en premier lieu de la garantie obligatoire. Cette responsabilité civile automobile permet de couvrir la RC de l'assuré, soit les dommages causés par le véhicule à l'exception du conducteur et de la voiture elle-même. Etant une assu-

rance de base, elle reste la moins chère, mais couvre moins bien. D'où la nécessité de se diriger vers des garanties complémentaires (ou annexes). L'extension à ces garanties permet ainsi de couvrir les dommages subis par le véhicule assuré. Cela concerne, en

d'un choc avec un corps fixe ou mobile. Chaque assureur apporte une particularité au contrat. A l'image de Saham Assurance qui, pour ce type d'incident, couvre le client, qu'il soit responsable ou pas. Pour Wafa Assurance, la garantie tierce est étendue au cas

garantie pour les personnes transportées est proposée. Cette dernière vient en complément du contrat auto et intègre les passagers en cas d'accident corporel. Les niveaux de ces garanties sont définis selon les plafonds assurés et les franchises appliquées. Mais ils varient d'un pack à l'autre selon les choix et les besoins de l'assuré. «La mise en place de ces garanties complémentaires permet au client de disposer d'une offre ajustée à ses besoins et conforme à son budget», explique-t-on chez Saham Assurance.

Le délai de remboursement varie, pour sa part, en fonction de la nature du sinistre et la procédure d'indemnisation choisie par l'assuré. Pour nombre d'assureurs, le client a la possibilité de choisir le canal d'indemnisation et le mode de règlement qui lui conviennent. Outre la procédure normale, les compagnies ont mis en place un réseau de garages partenaires ou agréés. La mise en place de centres d'indemnisation rapide facilite le remboursement qui, dans certains cas, se fait de manière immédiate. □ A. Lo.

Gare aux clauses!

LORS de la signature, le souscripteur n'est généralement pas très regardant sur les clauses inscrites dans son contrat d'assurance. Ce n'est qu'à l'occasion d'un incident qu'il découvre ce qui est réellement couvert ainsi que les nombreuses exclusions. Dans ces conditions, la responsabilité est partagée entre les deux parties: pour l'assuré, car il n'a pas suffisamment interrogé son courtier sur les clauses de son contrat et pour l'assureur, car il n'a livré l'information nécessaire que sur demande du souscripteur. □

partie, l'incendie, le vol, les bris de glace, le dommage au véhicule. Ces garanties sont proposées différemment d'un assureur à un autre. Elles peuvent être regroupées dans un seul pack, sous le nom de garantie de «dommages tous risques», comme elles peuvent être proposées séparément. Celles-ci viennent en renfort aux garanties liées aux collisions communément appelées «tierce». Cette garantie permet d'être indemnisé des dommages subis par le véhicule, résultant

du renversement du véhicule sans collision préalable. A cela s'ajoutent les garanties de défense et recours en cas d'accident mettant en jeu la RC du conducteur. Elles assurent la défense des intérêts de l'automobiliste. Par ailleurs, la compagnie assiste l'assuré dans la gestion des sinistres ou intervient en cas de recours judiciaire ou amiable. D'autres assureurs, quant à eux, s'engagent à défendre le client en cas d'accident dont lequel il n'est pas responsable. Aussi, une

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

ESJC ECOLE SUPERIEURE
DE JOURNALISME
CASABLANCA ET DE COMMUNICATION



Préparez votre **MASTER** (en 2 ans) de
l'Ecole Supérieure de **Journalisme** et de
Communication (formation en cours du soir)

Devenez un **vrai manager** du monde de la
Communication et des **Médias** à travers une
formation aux normes internationales assurée par
des professionnels du métier.

Conditions d'accès :

- Minimum Bac+3
- Etude de dossier
- Entretien oral

37, rue Tata (à côté de Bank Al Maghrib) - Casablanca
Tél : 0522-26-26-06 - Fax : 0522-26-20-60 - Site web : www.esjc.ma

LES INSTANTS SALON Offreswagagen

TOUAREG TDI
à partir de
429 000 DHS*

TIGUAN TDI
à partir de
264 000 DHS*



**SI VOUS TROUVEZ MOINS CHER AU SALON,
VOLKSWAGEN VOUS REMBOURSE LA DIFFÉRENCE**



Et si c'était le moment pour vous de vous offrir une Volkswagen ? Et si, en cet instant précis, vous profitez avec Volkswagen des Instants Salon et repartiez au volant de la Volkswagen de vos rêves ? Et si c'était le moment pour vous de profiter d'une voiture de renom à une robustesse à toutes épreuves, au design avant-gardiste et qui plus est, au meilleur des prix ?

Das ist Offreswagagen !

Centrale Automobile Chérifienne - Casablanca Lalla Yacout : 05 22 31 81 81 / 05 22 46 70 00 - Casablanca An Sebââ : 05 22 67 53 00 (LCS) / SAV An Sebââ 05 22 67 53 00 - 05 22 67 53 22/23/24/25 - Super Auto Distribution - Rabat : 05 37 38 10 73 / Société Boudock - Marrakech : 05 34 44 88 25 / Requetes Auto Motor - Tanger : 05 39 34 07 19 / Prince Auto - Fès : 05 35 62 68 70 / Equipauto - El Jadida : 05 23 35 07 89 / Sud Concession Automobile - Agadir : 05 28 82 80 27 / Delta Motors - Kenitra : 05 37 37 90 44 / Daj Sud - Meknès : 05 35 52 10 01 / Equipauto - Safi : 05 24 63 00 31 / Auto Qualité - Oujda : 05 36 68 63 43



Das Auto.

*Prix hors taxes et hors options. Les prix sont exprimés en Dirhams Marocains (DHS). Les prix peuvent varier sans préavis. Les prix sont exprimés en Dirhams Marocains (DHS).

Comment l'expertise automobile

En 2013, le secteur de l'expertise automobile a connu une vraie évolution en termes de restructuration, tant au niveau des compagnies d'assurances (dispositifs, partenariats, lancement de nouveaux produits, répartition de part de marché, programmes d'indemnisation rapide, etc.), que du côté des experts de la place qui se sont dotés des moyens humains et technologiques nécessaires pour augmenter leur compétitivité et leur part de marché.

MALGRÉ cette évolution positive, il n'en demeure pas moins qu'un grand effort est aujourd'hui à déployer quant au rôle des intermédiaires pour accompagner leurs clients lors de l'accomplissement des formalités d'expertise automobile, dans les délais réglementaires et selon les normes du secteur. Les sinistrés ne connaissent pas forcément l'étendue de leur garantie, leur droit à l'indemnisation, etc. Il est à noter que les experts contribuent activement en concertation avec les différents acteurs économiques à mener des actions de sensibilisation ciblées ayant pour objet de promouvoir la prévention contre les risques d'accidents, d'informer sur les mesures de protection des citoyens et les avancées du pays en la matière, via des séminaires, conférences de presse et salons dédiés sur la Sécurité routière, la fraude à l'assurance et la législation du secteur.

■ Quel est le montant des sinistres remboursés par les assurances?

Exercice	2010	2011	2012
Nombre de dossiers sinistres ouverts	2.148	2.300	2.847
Nombre de victimes dont	4.232	4.422	5.462
- Blessés	3.865	4.059	5.003
- Décès	367	363	459



Selon des chiffres communiqués par la FMSAR, l'activité du Fonds de garantie des accidents de la circulation a été caractérisée en 2012 par la réalisation de 151,88 millions de dirhams de produits contre 146,60 millions en 2011 soit une hausse de 3,60%. Le montant global des indemnités et honoraires versés durant l'exercice 2012 a atteint 31,88 millions de dirhams contre 30,30 millions en 2011. (Rapport d'activité 2012 - FMSAR). Le Fonds de garantie des accidents de la circulation a procédé à l'ouverture de 2.817 dossiers contre 2.300 en 2011 soit une hausse de 23,78%. Le nombre de victimes a atteint cette année 5.462 dont 5.003 sont des blessés et 459 sont des tués.

L'analyse des causes d'ouverture fait ressortir que le nombre de dossiers ouverts pour des raisons indéterminées a progressé de 112%, passant de 122 dossiers en 2011 à 259 en 2012. Les dossiers ouverts pour défaut de permis de conduire ont enregistré une hausse de 57,82% passant de 211 dos-



Les experts contribuent activement en concertation avec les différents acteurs économiques notamment à mener des actions de sensibilisation ciblées ayant pour objet de promouvoir la prévention contre les risques d'accidents (Ph. Largus)

siers en 2011 à 333 en 2012. Les dossiers sinistres ouverts en 2012 au titre de l'année de survenance 2012 représentent presque 18% de l'ensemble des dossiers ouverts au cours de cette année soit 489 dossiers.

Pour info, rappelons que le montant de l'indemnisation est du ressort de l'expert. Elle varie selon la garantie d'assurance octroyée, le plafond d'indemnisation (dommage-collision, tierce), le taux de franchise appliqué, les dégâts subis, la marque et l'âge du véhicule, de la responsabilité de l'assuré. L'indemnisation est de 100% du montant du rapport d'expertise arrêté.

■ Comment évolue le métier d'expert automobile?

Face aux évolutions technologiques, au développement du chiffre automatique des réparations, de l'expertise à distance et de la baisse de la sinistralité, notamment depuis la mise en place du nouveau code de la route, le métier d'expert s'est profondément transformé au cours de ces dernières années. Une mutation qui est loin d'être achevée. Au Maroc, les cabinets d'expertise les plus performants sont de plus en plus réactifs. Actuellement, ils doivent assurer une présence géographique au niveau des régions du Maroc les plus éloignées, assurer une expertise dite «EXPRESS», c'est-à-dire une indemnisation rapide, et surtout être en phase avec les exigences des donneurs d'ordre. Autrement dit, une qualité de service, un suivi rigoureux des missions d'expertise, un accompagnement certain des clients et une connaissance des systèmes d'information des différentes compagnies pour un meilleur suivi des objectifs. Il faut aussi souligner que le secteur fait face à une augmentation constante du nombre des sinistres. Avec un parc évalué à 2,4 millions de véhicules, dont 72 % en tourisme, le Maroc est faiblement équipé. On compte ainsi 78 véhicules pour 1 000 habitants. Mais, malgré tout, la sinistralité reste particulièrement élevée: 65.000 accidents et plus de 4.000 décès par an (Source: Fédération marocaine des sociétés d'assurances et de réassurance).

■ Quelle est la durée d'attente entre le sinistre et l'expertise?

Tout d'abord, il faut savoir que le client a cinq (5) jours pour procéder à la déclaration du sinistre auprès de son assureur (intermédiaire). Ce dernier envoie une demande d'expertise, avec les documents de base (Constat à l'amiable, copie de la carte grise, devis estimatif...), via système/mail/fax pour désigner l'expert et déclencher la procédure. L'expertise du véhicule est effectuée généralement dans les 24h. Le client est contacté pour convenir d'un RDV, de préférence chez le garagiste pour une prise des photos, estimation des dommages et détermination des responsabilités.

■ Comment doit-on procéder pour l'expertise d'un sinistre?

Dans le cadre d'une expertise automobile, l'expert en automobile procède aux investigations nécessaires à l'examen du véhicule et détermine notamment:

- l'origine et l'étendue des dommages
- les circonstances du sinistre
- le montant des opérations nécessaires à la remise en état du véhicule
- l'absence de dangerosité du véhicule.

Nombre de dossiers sinistres ouverts en 2012 par année de survenance		
Année de survenance	Nombre de dossiers	%
2008 et antérieurs	331	11,63
2008	289	10,15
2010	520	18,26
2011	1.218	42,78
2012	489	17,18
Total	2.847	100

a fait sa révolution

- La véracité du sinistre

Plusieurs scénarios peuvent alors se présenter à l'assuré:

1/ PEC: Selon les produits des assurances, l'assuré peut s'orienter vers un garage agréé (conventionné), et bénéficier d'une prise en charge, c'est-à-dire que la compagnie se charge de l'indemnisation du garagiste directement.

2/ Forfait: Il peut bénéficier d'un montant forfaitaire, sans avoir recours à expertiser le véhicule en cours ou après réparation.

3/ Dépassement du plafond CID de 20.000 dirhams: Lorsque le coût du sinistre dans le cadre de la RC est estimé à plus de 20.000 DH, dans ce cas il y a deux experts qui entrent en jeu, et qui se mettent d'accord sur un montant précis.

- Deux cas se présentent: Choix de procéder à la réparation du véhicule ou de procéder à la réforme du véhicule.

- Validation du dossier, à la réception du rapport du 2e expert signé;

- Si le 2e expert ne respecte pas le délai de réponse, une lettre de relance va lui être envoyée avec un délai supplémentaire de 48h. Dépassant ce délai, le dossier est clôturé unilatéralement.

4/ Cas de réforme: Le véhicule peut être gravement accidenté. L'expert peut décider de procéder à la réforme. Il convient ainsi de distinguer deux types de réforme:

- La réforme économique

- Véhicule gravement accidenté et économiquement irréparable, l'expert qualifie le dossier en tant que réforme économique

- La réforme technique

- Il suffit que le véhicule soit gravement accidenté (les organes de sécurité du véhicule sont fortement endommagés et mettent en péril la sécurité de son conducteur et des passagers...).

- L'expert veillera donc à l'accomplissement des formalités de retrait de la circulation du véhicule (radiation de la carte grise..)

5/ Expertise contradictoire: Il peut aussi intervenir dans les litiges mettant en cause les professionnels de l'automobile (malfaçon, non-façon, vice-caché). Ce sont d'autres aspects de son activité provenant de la profession d'assureurs de protection juridique ou d'assureurs de responsabilité civile (garages, centres de contrôle technique...).

■ L'assuré peut-il contacter l'expert pour accélérer la procédure?

Pour plus de réactivité, l'expert peut anticiper l'expertise du véhicule sans avoir en possession tous les documents de base, à condition que son agent (intermédiaire) l'oriente directement vers ce dernier. Après analyse du choc et des documents de base, l'expert chiffre les dommages. Le chiffrage concerne les pièces endommagées incluant la peinture et ingrédients, le coût de la main-d'œuvre accordé (qui varie selon les réparateurs). Il faut prendre en compte la franchise, la TVA et la vétusté du véhicule (abattement sur pièces d'origines et adaptables, fongibles).

■ Quid des nouveaux services de l'expertise?

Que penser aujourd'hui de l'expertise express (moins d'une heure) proposée par certains assureurs? Les compagnies d'assurances de la place ont mis en place de nouveaux moyens d'indemnisation rapide afin de répondre à la satisfaction de leur client (Check auto de CNIA Saada, Help point Taawid Auto de Zurich Assurances, Wafa Express, Hifad Express de RMA Watanya et bien d'autres encore). C'est une option très demandée et qui reste raisonnable pour les faibles dégâts (aile, pare-choc, optique) à condition que le lésé répare sa voiture. Mais cette expertise express reste un peu compliqué sans devis, pour les voitures neuves. Le cabinet d'expertise Saih est le premier cabinet à avoir développé une solution basée sur les nouvelles technologies de l'information grâce à la «Télé-expertise», qui permet via un smartphone, la prise de photos et la publication du rapport d'expertise instantanément. □

Karim DRONET

VOUS AVEZ UN PROJET...
NOUS AVONS LES PLATEFORMES POUR LE RÉALISER



NOUVEAU
VENEZ RÉSERVER

LOCATION DE LOCAUX INDUSTRIELS, LOGISTIQUES ET DE STOCKAGE



EMPLACEMENT IDÉAL
AU CŒUR DE AÏN SEBAÂ



SUPERFICIES VARIÉES
DE 500 M² À 6500 M²



FINITIONS DE QUALITÉ
NEUFS



SOFTFACTORY
PARC INDUSTRIEL ET DE STOCKAGE À LA LOCATION

- Cellules de 500 m² - 1000 m² - 2000 m² ... couverts
- À Ain Sebaa
- Parc neuf



SOFTLOGISTIC
PARC D'ACTIVITÉS LOGISTIQUES À LA LOCATION

- Cellules à partir de 2000 m² couverts
- À Ain Sebaa
- Dernières disponibilités



FactoryPark
PARC INDUSTRIEL DE STOCKAGE À LA LOCATION

- Cellules à partir de 1200 m² couverts
- À Ain Sebaa
- Dernières disponibilités

SOFTGROUP
IMMOBILIER

www.softgroup.ma - Tél. 0522 399 400

Pare-brise, batteries, lubrifiants:

■ **Des prix élevés, les concessionnaires boudés**

■ **Les produits européens sont les plus demandés**

L'entretien d'une voiture n'est pas toujours chose facile. Entre les différents produits, prix et qualité que propose le marché, le consommateur est très vite perdu et ne sait pas à qui s'adresser. Comment donc se décider en cas de brisure de pare-brise, de fin de vie d'une batterie, ou de besoin de lubrifiant?

■ **Pare-brise: Méfiez-vous des apparences!**

Les dommages sur les pare-brises sont fréquents. Un automobiliste doit réagir vite avant que la fissure ne devienne dangereuse pour la sécurité du véhicule. Faut-il se retourner vers le concessionnaire ou bien vers un garage? Et quand le consommateur est décidé, comment choisir le pare-brise adéquat? Des questions parmi tant d'autres que le consommateur peut se poser face à un tel problème. Il faut savoir que toutes les fissures de pare-brise ne nécessitent pas le changement de la vitre. Si la brèche est de moins d'1cm², elle peut être rattrapée

par une résine. Toutefois, si l'impact fait de plus importants dégâts, le remplacement du pare-brise est nécessaire. Comment se décider? «Les pare-brises vendus chez le concessionnaire sont pratiquement les mêmes que ceux vendus chez les garages. C'est des produits avec les mêmes normes de qualité mais avec des prix plus intéressants», explique Zouhair Bennani, le DG de Profil Auto. Si c'est le même produit, pourquoi l'un coûte plus cher que l'autre, est-ce que la qualité est remise en cause? «Une entreprise peut fabriquer pratiquement le même produit pour le marché parallèle qu'au concessionnaire, à la seule différence que l'un porte le poinçon Mercedes, BMW, etc.», ajoute Bennani.

Il faut compter entre 600 et 3.500 DH pour refaire son pare-brise. «On peut croire que chez le distributeur agréé les prix sont plus élevés alors que ce n'est pas toujours le cas. On propose des vitres d'origine aux alentours de 600

DH quel que soit le modèle de la voiture», confie le chef d'atelier d'une concession de voiture.

En ce qui concerne les marques. Il existe trois catégories de produits. Les pare-brise d'origine, les marques marocaines, et celles importées d'Europe, essentiellement de France et d'Espagne. Bien entendu, la qualité n'est pas la même, mais tout dépend de la bourse de chacun.

■ **Batteries: Bien s'assurer de la durée de vie**

Chaque batterie de voiture a une durée de vie. Ça peut aller de 2 à 5 ans. Il est donc important de choisir le bon produit. Le marché propose plusieurs catégories de batteries et plusieurs marques, pour la plupart importées. Les plus répandues sont Bosch, Pullman, Baroclem, Magnati Marreli, Energizer, etc. «Les batteries eu-



Il faut compter entre 600 et 3.500 DH pour refaire son pare-brise et 800 à 2.000 DH pour une nouvelle batterie. Cette différence dans les prix dépend de la provenance du produit (local, d'origine ou importé) (Ph. Khalifa)



ropéennes peuvent durer deux fois plus longtemps que les locales».

Alors comment faire pour choisir sa batterie? «C'est une question d'ampère. Le choix de la batterie dépend du gabarit de la voiture», affirme un gérant de garage. Toutes les voitures ne peuvent pas accueillir la même batterie. Tout dépend du modèle et des caractéristiques du véhicule. Par exemple, prenons la même voiture diesel ou essence, «la batterie utilisée pour le modèle diesel doit être plus grosse et plus puissante que celle de l'essence», explique le même garagiste.

En ce qui concerne les prix, il faut compter en moyenne entre 800 et 2.000 DH. Toutefois, les petites bourses peuvent toujours se retourner vers les produits locaux qui coûtent en moyenne 20 à 25% de moins.

■ **Lubrifiants: Consultez votre garagiste**

Il existe trois types de lubrifiants: les huiles minérales, semi-synthétiques et de synthèse. Ça veut dire quoi? Le premier

Petit guide du marché

comporte «des traces de pétrole», affirme le gérant d'un garage. Les deux derniers ont une certaine viscosité adaptée à chaque motorisation. Des noms comme Motul et Motorex ont été répétés par la plupart des spécialistes visités. «Il faut un produit de qualité pour protéger la motorisation. En tant que garagiste, j'encourage les clients à utiliser des huiles semi-synthétiques et de synthèse au lieu des lubrifiants minéraux», ajoute le gérant. Tous les lubrifiants sont fabriqués selon la même formule, «seuls les noms changent», indique Bennani. En ce qui concerne les prix, il faut compter entre 340 et 580 DH le bidon de 5 litres. Si le produit est synthétique, il peut être utilisé jusqu'à 10.000 km au lieu de 5.000 km.

Toutefois, si la batterie doit être



Les courses automobiles influencent souvent le client dans son choix de lubrifiant. Il doit, toutefois, prendre en compte l'avis du garagiste qui connaît les besoins de chaque moteur et donc le meilleur produit à choisir pour chaque véhicule (Ph. Khalifa)

choisie en fonction de la motorisation diesel ou essence, les lubrifiants non. «Il n'y a pas forcément de différences entre les produits destinés aux voitures essence et les voitures diesel. Nous nous basons sur une liste d'affectations d'huiles pour chaque type de motorisation de véhicule. Donc c'est plus le type de voiture qui détermine le produit à utiliser», argue le DG de Profil Auto. Le choix du lubrifiant est une question de référence. Tout dépend des caractéristiques du véhicule. Pour une voiture de luxe, l'huile idéale serait le 5W30, adaptée aux dernières motorisations. Pour une basique, ça serait du 10.40 moins cher et plus adapté. □

Mariam TABIH

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

SIMPLY CLEVER

ŠKODA



LES OFFRES LES PLUS RENVERSANTES DU SALON, SONT CHEZ ŠKODA !

3 ANS Garantie
Internationale
OU 100 000 KM

Jusqu'à **35 000*** DIRHAMS DE REMISE
SUR TOUTE LA GAMME

Pour le Salon, ŠKODA vous présente une gamme renversante à plus d'un titre... Renversante par la générosité des équipements, le confort, l'espace, la variété des motorisations, la jeunesse et la fraîcheur du design... Avec en particulier une nouvelle venue spécialement pour le salon... La Skoda Rapid Spaceback. Et pour que votre bonheur soit complet, ŠKODA vous fait des remises allant jusqu'à 35.000 Dh sur toute la gamme... C'est évident, les offres les plus renversantes du Salon sont chez ŠKODA.

[ŠKODA] Casablanca 13, Bd. Rahal El Meskini 0522 540 930 / 934 / 935 / 936 | 1, rue Brahim Gdali, Aïn Sebaâ 0522 675 300 | Agadir [Sud Concession Automobile] Av. Hassan II. BP 449, 0528 828 027 | El Jadida [Squipauto] 111, Bd. Mohammed V, 0523 350 789 | Fès [Prince Auto] 56, Av. Hassan II, 0535 626 870 | Kénitra [Delta Motors] Angle Bd. Mly Abdelaziz et Avenue S.Eddaoudi, 0537 379 044 | Marrakech [Ste Bouderkaj] 29, Rue Hassan Ben M'Barek-Gueliz, 0524 446 825 | Meknès [Tizi S.A.R.L] 5, Rue de Nador, 0535 521 001 | Oujda [Auto Qualite] 63, Bd. Allal Ben Abdellah, 0536 686 343 | Rabat Lot. 38, Z.I Vita-Route de Casablanca, 0537 281 073 | Safi 7, route Dar Si Aissa, 0524 630 031 | Tanger 32-34, Av. de la Résistance, 0539 340 719



* Le montant de la remise est fonction du modèle acheté. Hors frais d'immatriculation, hors peinture métallisée, et dans la limite du stock disponible. Photo non contractuelle.

www.skoda.ma

Happiness



Les Documents de L'ECONOMISTE

COMPRENDRE UN MONDE QUI CHANGE

Une approche éditoriale inédite pour décrypter les grandes questions d'actualité

UNE PERFORMANCE DES CHIFFRES UNIQUE SUR LE SEGMENT DES MENSUELS

25 000 exemplaires

(diffusion conjointe avec L'ECONOMISTE)

125 000 lecteurs premium
surconsommateurs

LANCÉ EN 2013



Gestion de flotte

Les recettes qui marchent

■ Les leviers de la LLD

■ Location ou acquisition en propre: c'est au cas par cas

LE parc automobile représente, du moins au sein des entreprises de grande taille, l'un des principaux postes de dépenses. Dans un contexte de ralentissement de l'économie, les entreprises ne peuvent se permettre de ne pas rationaliser les coûts du parc. Pour y arriver, de multiples leviers peuvent être activés. Le responsable flotte est en passe de devenir l'homme-orchestre de la gestion du parc. Afin d'optimiser les coûts, aussi bien à l'achat qu'à l'exploitation, il pourra agir sur plusieurs leviers afin d'optimiser la productivité par véhicule, l'éco-conduite, l'amortissement du parc, les motorisations alternatives, la géolocalisation... Tout l'enjeu passe par l'optimisation des usages des véhicules selon le type d'activité de l'entreprise.

Parmi ces leviers, figure la location longue durée. Une activité qui s'impose depuis une décennie comme l'alternative incontournable en matière de flotte d'entreprises. Il y a plus de 10 ans, seules les filiales de grandes multinationales osaient la LLD. Aujourd'hui, même des entreprises 100% marocaines, de tailles moyenne et petite, optent pour la formule locative. L'intérêt pour la LLD réside surtout dans le loyer forfaitaire qui permet d'étaler et de budgétiser les charges et coûts relatifs à l'acquisition de son parc automobile. «La gestion d'un parc automobile est un métier à part entière. Le directeur n'a pas à se soucier des petits détails d'assurance, vignette, réparations, renouvellement...», répètent les spécialistes de la LLD. «Grâce à la location inscrite dans la durée, l'entreprise peut se concentrer sur son métier de base, en délivrant la meilleure valeur ajoutée possible et en confiant la gestion de la flotte à un tiers», explique Philippe Charbert, directeur général d'Arval Maroc. En fait, le principe de la LLD est assez simple. Le client opte pour le véhicule de son choix et négocie un contrat avec la société spécialisée qui acquiert la voiture et la lui attribue moyennant un loyer mensuel (de 12 à 60 mois). Les tarifs varient selon plusieurs paramètres: le type de véhicule (segment), la durée du contrat et les prévisions de kilométrage. Bien évidemment, l'effet volume, dans le cadre des formules flotte, a un impact sur le tarif mensuel à l'unité. Mais globalement, les tarifs varient entre 3.000 et 5.000 DH, en fonction du type de véhicules (utilitaire ou de tourisme). Le loyer mensuel comprend aussi les frais d'immatriculation, la carte grise, la vignette, les réparations, vidanges/maintenance (pneumatiques, pièces de rechange, contrôle technique...), les frais d'assurances (tous risques avec ou

sans franchise), les frais d'assistance... Les loueurs vont même jusqu'à proposer une gestion du carburant à la carte. «En optant pour la location, l'entreprise peut économiser jusqu'à 30% de son investissement global en véhicules automobiles», précise le management de ALD Automotive. Et cerise sur le gâteau, à la fin du contrat, le client a la possibilité d'opter pour l'acquisition du véhicule loué et ce, sur la base de la valeur

résiduelle. «Avant d'opter pour la location ou l'acquisition, il faut savoir si les véhicules sont des actifs stratégiques ou non. De manière générale, si le client/entreprise n'a pas de savoir-faire dans la gestion du parc, il n'a pas intérêt à l'assurer lui-même», recommande le management d'Arval Maroc. Mais pour certains cas assez particuliers, la formule acquisition est préconisée pour des raisons de niches fiscales ou pour répondre

à des critères d'appels d'offres. Mais c'est très rare. Alors qu'au Maroc, les prestations de la LLD restent assez classiques, à l'international les flottes s'ouvrent à la mobilité électrique. La tendance va crescendo vers les véhicules hybrides et électriques. □

A. R.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

FINAL LISBON 2014

CHAMPIONS LEAGUE

Avec les offres gagnantes de Ford
Allez droit au but !

FORD FIESTA
Essence Climatisée à 119 000 Dhs
Diesel Climatisée à 139 000 Dhs

FORD FOCUS Trend Diesel
à 175 000 Dhs

Ford, Sponsor officiel de l'UEFA Champions League depuis 2002, en coopération avec :

SCAMA - Société Auto-Holl.

Agences :

- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20
- Agence : 02 20 20 20 20

Ford
Go Further

Pneu: Roule qui peut!

■ Le prix varie de «400 à 15.000 DH»

■ La garantie: une affaire de date de production

■ Un marché hétérogène qui souffre de la contrebande

LE marché du pneumatique au Maroc reste hétérogène bien qu'il existe une panoplie de représentants de petites marques qui opèrent de manière irrégulière. Qu'elles s'appellent Bridgestone, Pirelli, Continental ou encore Michelin, ce sont toutes des marques de pneus importés pour la plupart d'Europe. En 2012, les importations du Maroc via une vingtaine d'importateurs représentant plus de

50 marques ont dépassé les 2 milliards de DH (cf. L'Economiste du 6 décembre 2013).

■ Disparité de marques:

Il existe sur le marché deux catégories de marques. D'une part, les marques A et qui sont Goodyear, Michelin et Bridgestone. D'autre part, les marques intermédiaires qui sont représentées par Continental, Pirelli ainsi que toute une armada de marques qui s'implantent comme les pneus Amine d'origine tunisienne qui gagnent du terrain. Ces dernières sont représentées par des importateurs occasionnels, qui opèrent souvent de façon irrégulière. Tandis que la première catégorie dispose d'une représentation structurée dans les points de vente comme Midas ou Speedy. «Nous ne vendons que des pneus en provenance d'Europe même si le marché du pneu chinois gagne du terrain», confirme un gérant dans une grande



Avec un chiffre d'affaire de 24,9 millions d'euros, Bridgestone se hisse en tête des producteurs de pneumatique dans le monde au titre de l'année 2012 (Ph. Jarfi)

enseigne de la capital économique.

■ Prix et garantie

En moyenne le prix d'un pneu «varie entre 400 DH pour le moins cher et peut aller jusqu'à 15.000 DH pour une voiture de luxe», déclare le gérant de Speedy. Il y en a donc pour toutes les bourses et les garanties de pneu sont toutes aussi variables que le prix. En règle générale, la garantie d'un pneu se fait selon le nombre de kilomètres parcourus. Si la garantie d'un pneu est de 1 an chez les enseignes offrant des services de réparation ou autres, chez les représentants de marques tels que Pirelli, la garantie d'un pneu peut aller jusqu'à «240.000 kilomètres pour une voiture de tourisme», assure un représentant de la marque basé à Tanger.

■ Dégonfler le prix

Les promotions sur les pneus se font tout au long de l'année. Chez les enseignes représentantes de marques, qui offrent des services de maintenance automobile et qui vendent aussi du matériel pour les véhicules particuliers, les promotions sont variées. «A l'achat d'un pneu, une remise de 25% est offerte au client, pour 4 pneus une remise de 35% est faite». De leur côté les représentants de marques tels que Pirelli s'alignent sur les promotions faites par les enseignes qui revendent le matériel pneumatique.

■ Le saviez-vous?

Le pneu est muni d'une carte d'identité! La garantie d'un pneu se fait grâce à un code à 4 chiffres que l'on appelle le DOT. Ce code est une manière de renseigner sur la provenance du pneu, sur les dimensions mais aussi sur l'équipage. Toutes les marques sont dotées de ce code qui est inscrit sur le pneu. Les chiffres correspondent à la semaine de fabrication

et à l'année au cours de laquelle la garantie est établie.

■ Contrebande, le gros fardeau

Bien que le marché du pneumatique ne semble pas souffrir, il reste cependant fortement impacté par l'informel. «Bien sûr nous souffrons de la contrebande», confirme El Mostafa Ahrmane, directeur technique de Bridgestone à Casablanca. C'est le même son le cloche chez tous les représentants de marques de pneumatique. Le marché des importateurs parallèles sévit et constitue un des grands problèmes et auquel doivent faire face les représentants de marques au Maroc. Le business des pneus usagés en provenance de l'Orient et du Nord gagne du terrain bon an mal an. Pourtant, les pneus d'occasion sont théoriquement interdits à l'importation. Des pneus qui passent inaperçus en l'absence de contrôle rigoureux sur les routes et au niveau des centres techniques.

■ Absence d'unités de production

Au Maroc, il n'existe pas d'usine de pneus, ce qui contraint le marché à payer au prix fort des pneus importés. Pourtant, la logique voudrait que le Maroc dispose d'au moins une usine. Surtout après l'implantation de l'usine Renault-Tanger et de l'ensemble d'équipementiers autour de Melloussa. Aujourd'hui, beaucoup d'opérateurs regrettent les fermetures des sites de General Tire et Goodyear. Deux fabricants de référence qui produisaient pourtant des pneus conformes aux standards internationaux et à un prix compétitif. A l'origine de ces fermetures, les accords du Gatt qui avaient ouvert les portes à des importations massives. □

S.B.



الموقع الإلكتروني الجديد
لوكالة بيت مال القدس الشريف

www.bmaq.org

يفتح لكم أبواب القدس ويعرفكم على أوضاعها ويقدم لكم كل ما تحتاجونه من معلومات عن الوكالة وعن كيفية مساعدة القدس وأهلها. يتبرعكم الفائدة الوكالة لتساهمون في بناء مدرسة وتجهيز مستشفى وتوفير السكن للمحتاجين ومساعدة الفقراء والتكفل بالأيتام.

للمزيد من المعلومات اتصلوا بالرقم الأخضر

0800000005

0800000005

Huiles moteur: Faire le bon choix

■ Les conseils pratiques à suivre

■ Les lubrifiants permettent des économies de carburants

QUI veut aller loin, préserve sa monture... cet adage populaire s'applique également aujourd'hui à votre véhicule. Pour cela, les automobilistes sont invités à faire régulièrement la vidange de leur moteur et à respecter le carnet d'entretien tel qu'il a été défini par les constructeurs ou votre concessionnaire. Aujourd'hui, le

quelques notions de base et des conseils essentiels.

Tout d'abord, la lubrification est la protection des surfaces contre le frottement et l'usure, par l'insertion d'un film d'huile entre deux surfaces en mouvement. Un lubrifiant est composé des huiles de base (70 à 95%) et des additifs (5 à 20%). Il existe ainsi deux types d'huiles de base: l'huile de base minérale qui est obtenue par distillation du pétrole et les huiles de base synthétiques qui sont fabriquées selon des processus chimiques avancés, permettant de contrôler de près leur structure moléculaire et donc leurs propriétés. On reconnaît aujourd'hui cinq fonctions essentielles d'une huile :

chété. Par ailleurs, comme nous le précise Saïd Essaghir, responsable marketing du groupe Oilibya Maroc, l'huile de base seule ne peut remplir ces cinq fonctions. Il convient ainsi dans ce cas d'apporter de "nouvelles" qualités nécessaires pour certaines applications (comme par exemple le "nettoyage"). Il existe ainsi aujourd'hui sur le marché trois grandes familles d'additifs: les modificateurs qui adaptent les caractéristiques de l'huile de base aux besoins des organes lubrifiés, les protecteurs du lubrifiant qui augmentent sa durée de vie et enfin les protecteurs de surfaces qui protègent les surfaces métalliques contre la corrosion, le frottement et l'usure

thétiques doivent présenter un avantage économique ou être utilisés lorsqu'un lubrifiant minéral ne peut pas convenir. Ces lubrifiants synthétiques disposent d'une gamme de température d'utilisation plus

Systèmes de classification des lubrifiants

Par propriété :

- Viscosité: SAE, ISO-

Par application :

- Performances des moteurs
- Performances des transmissions

Par secteur:

- Automobile (voitures de tourisme et camions)
- Industriel (engrenages, systèmes hydrauliques, etc.)

On reconnaît aujourd'hui cinq fonctions essentielles d'une huile: réduire les frottements et l'usure, refroidir les pièces en mouvement, protéger contre la corrosion, maintenir en bon état de propreté et enfin favoriser l'étanchéité



Qu'est-ce qu'un lubrifiant synthétique?

Il est issu d'une réaction chimique contrôlée, destinée à lui conférer des caractéristiques pré-définies? Les lubrifiants synthétiques sont composés d'une ou plusieurs huiles de base synthétiques et d'un package d'additifs qui permettent d'obtenir des performances supérieures à celles des lubrifiants minéraux. Il peut s'agir d'huiles de base 100% issues de l'industrie chimique (PolyGlycols, Esters). Il peut s'agir aussi d'huiles de base issues de l'industrie pétrolière (AlkylBenzènes, PolyAlphaOléfines). On peut également recourir à des additifs spécifiques ou classiques.

Notez que les lubrifiants synthétiques présentent de nombreux avantages comme par exemple une résistance à haute température et une durée de vie prolongée des lubrifiants. Les lubrifiants syn-

large grâce à un indice de viscosité plus élevé. Ils représentent aussi un potentiel pour réaliser des économies de carburant dû à un grade de viscosité plus faible et à de meilleures propriétés de frottement. Ils permettent aussi une augmentation de l'intervalle de vidange (meilleure stabilité thermique), une réduction des coûts de maintenance, l'extension de la durée de vie des moteurs et également la réduction de la consommation d'huile (volatilité plus faible).

De préférence, fiez-vous aux indications fournies par le constructeur pour le choix de votre huile de moteur... il n'y a pas de petites économies en la matière, aussi n'hésitez pas à investir dans une huile de qualité qui prolongera la durée de vie de votre véhicule. □

Karim DRONET

choix de l'huile pour votre moteur est primordial pour préserver le bon rendement de votre moteur et prolonger la durée de vie de votre véhicule. Voici ci-dessous

réduire les frottements et l'usure, refroidir les pièces en mouvement, protéger contre la corrosion, maintenir en bon état de propreté et enfin favoriser l'étan-

Entretien automobile

Les gestes pratiques au quotidien

Avoir une voiture c'est bien. Savoir l'entretenir, c'est mieux. Entre une voiture et son conducteur, il y a souvent une entente tacite, une forme d'écoute qui va dans les deux sens. Autant la voiture obéit à son propriétaire, autant celui-ci peut se rendre compte de chaque petit bruit anormal, chaque crissement qui n'a pas lieu d'être, et qui peut entraîner de longues heures de convalescence et un trou béant dans les porte-monnaie.

Pour éviter d'en arriver là, bon nombre de conducteurs préfèrent suivre le bon vieux dicton : «mieux vaut prévenir que guérir». Encore faut-il connaître les petites astuces pour «prévenir». Des gestes simples et efficaces, qui permettent de prolonger la vigueur (voire la longévité) de chaque «organe» de votre véhicule.

■ Les freins

L'impatience, c'est connu, mène à ronger les freins. Il faut donc éviter les arrêts brusques, qui érodent les plaquettes. Plus facile à dire qu'à faire, surtout dans



des villes comme Casablanca où les routes ressemblent à un circuit d'autotamponneuses (mal entretenu). Mais si une conduite nerveuse peut donner l'ascendant sur un automobiliste lambda, il faut se demander si cette satisfaction est à la hauteur des dommages subis par les freins. Même si ceux-ci sont de bonne qualité. D'ailleurs, et pour éviter de se faire embobiner par des usurpateurs, les professionnels recommandent de choisir des freins marque, les Brenbo étant généralement désignés comme les plus fiables. Il est conseillé de changer les plaquettes avant tous les 35.000 km. Les plaquettes arrière, qui supportent moins de pression, peuvent tenir jusqu'à 75.000 km avant d'être remplacées.

■ L'huile

Comme pour les freins, il faut mettre la main à la poche et choisir une huile de qualité, qui va protéger le moteur voire même le remettre d'aplomb s'il



commence à s'essouffler. Bon nombre de garagistes recommandent d'ailleurs Total et Castrol. Vérifier le niveau d'huile une fois par semaine (non ce n'est pas excessif), et s'assurer qu'il n'y en a ni trop ni pas trop peu, peut aussi se révéler judicieux. Les filtres sont aussi à changer «tous les deux vidanges» (et pas uniquement en ce qui concerne l'huile), pour éviter qu'ils deviennent défaillants et laisser filer des matières indésirables.

■ Les pneus

D'abord et avant tout, éviter les «bonnes affaires sur internet», explique un responsable du garage Kits Auto. En-



suite, que ce soit des Pirelli, des Continental ou des Michelin, toujours choisir

des pneus «run on flat». Ainsi, en cas de crevaison, le pneu ne se dégonfle pas, et peut tenir la route jusqu'à 80 kilomètres après l'incident.

Avec tout cela, il est tout de même conseillé de vérifier la pression des pneus une fois par semaine. Une précaution de quelques secondes qui permet d'éviter une surconsommation de carburant, ou de prévenir des séquelles qui peuvent à la longue atteindre le moteur.

■ Le volant

Si le volant bouge, c'est soit que le conducteur développe un Parkinson, soit que le parallélisme de la voiture crie au secours. Si le médecin déclare que l'automobiliste est sain, un spécialiste en équilibrage devra vérifier les pneus, les amortisseurs, les rotules, l'échappement, les plaquettes, le disque, et même une fissure dans la carrosserie qui aurait échappé à l'œil vigilant du conducteur.

■ Le pare-brise

Le pare-brise mérite aussi toute l'attention de l'automobiliste. Certes, personne ne se place sous un projectile sus-



ceptible de le fissurer. Pour autant, il faut se préparer à cette éventualité, et utiliser des produits sous garantie, et surtout sans alcool, pour éviter d'en user la surface.

■ Le carnet d'entretien

Le carnet d'entretien est le meilleur moyen de faire le suivi d'une voiture. C'est l'équivalent du carnet de santé pour son conducteur. Il permet de retracer l'historique de ses bobos, de surveiller les pièces «sensibles», et fait aussi office de vitrine de tous vos efforts pour bichonner votre bijou en cas de cession. Il est généralement livré avec les voitures. Si ce n'est pas le cas, des versions adaptées à chaque voiture sont disponibles sur internet.

■ Stations et garages

Que ce soit les conducteurs aguerris ou les professionnels du métier, ils recommandent unanimement de choisir avec beaucoup de soin sa station d'essence, pour éviter d'arroser sa voiture de carbu-



rant mélangé et éviter les mauvaises surprises. Quant aux garages, les conducteurs regrettent qu'ils disposent rarement d'une main-d'œuvre qualifiée ayant été spécialement formée et qui s'adapte aux évolutions technologiques. Ils espèrent aussi avoir des tarifs fixes, affichés, et correspondant à la qualité du service. Pour la qualité d'ailleurs, rien de mieux que «la maison», mais c'est «cher à la longue» et l'alternative n'est pas forcément au menu. □

Rime AIT EL HAJ

Pêle-mêle

- Ne jamais rater une vidange. Cela peut coûter bien plus cher en dégâts que la vidange en elle-même. De plus, il n'y a pas de meilleur moyen de prolonger la vigueur du moteur.
- Pour les voitures diesel, laisser 2 à 5 minutes au moteur pour chauffer avant sa première utilisation journalière. Une précaution qui peut irriter les plus impatientes, mais qui est nécessaire pour préserver le moteur.
- Les courroies ont leur propre kilométrage. Les professionnels recommandent de les changer une fois tous les 50.000 à 60.000 km.
- Vérifier régulièrement l'eau pour éteindre la soif de l'automobile et éviter de brûler les joints de culasse.
- Si la voiture lutte, c'est soit que le frein à main n'est pas actionné, soit qu'il faut faire vérifier le triptyque disque/plateau/boîtier. □

La réparation rapide gagne du terrain

■ **Le dernier entrant Magneti Marelli table sur 60 points en 2017**

■ **Le modèle «retail park», valeur ajoutée de Speedy**

DEPUIS l'apparition des tout premiers points de réparation rapide, beaucoup n'avaient pas parié un kopeck sur la viabilité du concept. Dès le départ, la formule était taxée d'être en contradiction totale avec les habitudes de consommation des automobilistes marocains. Pourtant, des enseignes comme Speedy (propriété du Holding Akwa), présent depuis 1999, a réussi à s'implanter dans 12 villes en se greffant au réseau des supermarchés Marjane. «Speedy est le seul modèle à avoir un réseau englobant les grandes villes du Royaume», déclare le gérant d'un magasin à Casablanca. C'est dire que «les clients ont commencé à intégrer le concept de réparation rapide», déduit l'opérateur.

La prestation de service de Speedy n'englobe toujours pas la mécanique (réparation du bloc moteur) et se concentre pour le moment sur la vidange, les pneumatiques, le système de freinage, la suspension, l'électricité-allumage, l'échappement ou encore l'entretien, toutes marques confondues. Afin de se démarquer de la concurrence, la franchise du groupe Akwa offre le contrôle et le devis gratuitement et ce, sans obligation de rendez-vous préalable, en plus d'une garantie Maroc/Europe. «Chaque pièce que nous remplaçons a une garantie au dos de la facture, les pneus par exemple ont une garantie d'un an en cas de défaut de fabrication», tient à préciser le gérant.

Ces éléments, conjugués à la généralisation des composants «high-tech» dans les nouveaux modèles de voitures très prisés par la classe moyenne dans les grandes villes, favorisent le passage par des enseignes structurées de réparation rapide. «Le client est attiré par la garantie, la qualité de l'accueil, le côté professionnel et la propreté», explique le gérant. Pour ce spécialiste, la localisation des points Speedy, faisant partie du «retail park» de Marjane est aussi un moteur d'attractivité, surtout au niveau de la gent féminine qui profite du temps de la réparation pour faire les courses.

L'italien Magneti Marelli, qui fait partie du réseau Fiat Group Automobiles Maroc (FGAM), est l'outsider du marché de la réparation rapide. «Nous avons 30 points pour l'instant et nous comptons doubler ce chiffre à l'horizon 2017, pour

arriver à 60», annonce Adil Taïr, directeur chez FGAM. L'équipementier italien, qui s'est implanté au Maroc en 2012, bien que faisant partie du réseau Fiat, commercialise des pièces de rechange multimarques du groupe éponyme, des systèmes et composants électroniques, des batteries, des pièces d'entretien... «Magneti Marelli a un complément d'offre aux termes des services multimarques qui bénéficie d'un

coût abordable et de fournitures variées de pièces de rechange», explique Taïr. Par ailleurs, l'équipementier a introduit des gammes complètes d'équipements de garages, appareils de diagnostic, stations de recharge pour les systèmes de climatisation ou encore des banques de données constructeurs sur les schémas des véhicules. «Le réseau propose également des services techniques à forte valeur ajoutée

comme les programmes de formation et l'assistance technique», signale Adil Taïr. Bien qu'ayant à peine 2 ans d'existence sur le marché marocain, le management de Magneti se montre assez confiant: «Le secteur n'est pas mesurable pour l'instant, mais l'indicateur de taux de service et la disponibilité sont assez positifs». □

Amine ATER

Forum de la Mer El Jadida du 7 au 11 mai 2014

Conférences • Ateliers • Activités

Une rencontre internationale dédiée à la Mer et au développement durable du littoral

2^e édition

Renseignements et inscriptions : www.forumdelamer.org

Logos des partenaires : European Union, GEM, réinventons l'assurance et l'épargne, ANF, Sotexam, LAFARGE, InfoMédiaire, Maroc Média, Youssef Tassou, EGANEO, etc.

La production mondiale va grimper!



L'institut d'analyse PwC prévoit une hausse de la production automobile mondiale de 4,8% en 2014 comparée à 2013, et qui atteindrait 86,8 millions de véhicules légers. Mais tous les pays ne seront pas frappés par cet élan de croissance. La production se contractera d'après l'organisme en Amérique du Sud, en Europe de l'Est et au niveau des pays développés d'Asie-Pacifique (Ph. AFP)

■ Une étude de PwC Autofacts analyse les tendances

■ Les cinq grands marchés européens tous dans le vert

■ Une croissance de 35% pour le Maroc

PRÉVISIONS optimistes pour l'institut d'analyse PwC Autofacts qui vient de dévoiler ses dernières estimations pour le secteur de l'automobile. L'organisme table en effet sur une hausse de la production mondiale de 4,8% en 2014 comparée à 2013, et qui atteindrait ainsi 86,8 millions de véhicules légers. Et cela malgré les nombreux rappels au cours du premier trimestre. L'Union européenne devrait aussi bien entamer l'année 2014, même si la crise en Europe de l'Est devrait ralentir la croissance automobile dans ces pays au potentiel élevé. Les ventes automobiles des pays en développement d'Asie-Pacifique continueraient de croître tandis que la production chinoise devrait augmenter de 10,3%. Seuls les pays développés

d'Asie-Pacifique enregistreront une chute de 2,1% sur l'année d'après PwC Autofacts.

En Afrique et au Moyen-Orient, plusieurs pays intéressent particulièrement les constructeurs. La production automobile devrait accélérer au Maroc mais également en Algérie et au Nigéria. Ainsi,

PwC Autofacts prévoit un accroissement de la production marocaine de 35% en 2014 à 227.000 unités, suite notamment à la hausse des volumes de Sandero transférés de l'usine roumaine de Pitesti vers Tanger. «Aidé par sa capacité à l'export, notamment vers l'Europe, le potentiel de consommation locale de la région consti-

Les mauvais élèves

L'INSTITUT prévoit également des résultats en baisse pour bon nombre de régions.

- C'est le cas des pays développés d'Asie-Pacifique qui devraient enregistrer une diminution de la production automobile de 2,1% à 13,2 millions de véhicules. Des retombées s'expliquant par un marché japonais arrivé à maturité.

- Du côté de l'Europe de l'Est, les ventes automobile devraient chuter en Russie selon PwC Autofacts. Ainsi, l'organisme anticipe un amoindrissement des ventes de 8% sur 2014 tandis que la production devrait atteindre 1,9 millions d'unités, soit un recul de 3,9%.

- En Turquie, la montée de la fiscalité devrait entraîner une chute des ventes de 12% sur 2014 à 753.000 unités tandis que la production devrait se stabiliser à 1,05 million d'unités étant donné l'accroissement de la production locale de Toyota et Hyundai.

- L'Amérique du Sud affiche également des prévisions peu encourageantes. Ainsi, l'institut anticipe pour le marché argentin une contraction de 4% de la production automobile sur l'année à 780.000 unités. Une prévision qui s'explique par la crise économique que traverse actuellement le pays et par la dévaluation du peso.

- Le Venezuela, quant à lui, devrait selon l'organisme voir sa production nationale baisser de près de 46%. □

tue un vivier de croissance», explique Josselin Chabert, analyste chez PwC Autofacts. En Iran, la quantité d'unités produites devrait reprendre de plus belle, selon l'institut d'analyse, suite aux récents accords mis en place avec la communauté internationale. PwC table ainsi sur une croissance de la production de 21% pour 2014 à 886.000 unités à condition que la situation ne s'envenime pas.

En Europe, PwC Autofacts anticipe une augmentation de 5,3% des ventes de véhicules légers s'expliquant par une hausse des indicateurs économiques et par la stabilisation du chômage et qui atteindrait un volume de 13,5 millions d'unités en 2015. La production devrait également s'accroître sensiblement en enregistrant une hausse de 4,1% en 2014 à 16,6 millions d'unités. Les véhicules utilitaires ne seront pas en reste. L'institut prévoit en ce qui les concerne une recrudescence des ventes de 6,1% en 2014 et de 7,4% en 2015 pour atteindre 1,6 million d'unités. «Nous avons anticipé que 2014 serait l'année du rebond. Même en prenant 2013,

année faible, comme base de comparaison, la hausse de 8% des ventes sur le premier trimestre dans la zone laisse présager un meilleur cru pour 2014», déclare François Jaumain, associé PwC responsable du secteur automobile. L'étude précise également que les cinq grands marchés européens dont la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne ou encore le Royaume-Uni, seront pour la première fois en situation de croissance depuis 2009. «Ce premier trimestre marque aussi le retour simultané dans le vert des cinq grands marchés (France, Allemagne, Espagne, Royaume-Uni) depuis 2009», souligne ainsi Jaumain.

PwC Autofacts table également sur une croissance importante en Chine. L'institut prévoit ainsi que la production automobile du pays devrait augmenter de 10,4% à 21,4 millions de véhicules sur 2014. Néanmoins, les marques chinoises locales ont perdu des parts de marché au profit des constructeurs étrangers de plus en plus compétitifs, enregistrant des chutes allant de 4,8 à 38,4% au niveau des ventes par rapport à 2013. □

K. A.

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

PACK AUTO WW

Choisissez les options de votre assurance
comme celles de votre voiture neuve !



DES FORMULES ADAPTÉES POUR ASSURER VOTRE VOITURE NEUVE

Quand vous achetez une voiture neuve, vous prenez soin de tout choisir jusqu'au moindre détail : le modèle, la motorisation, les options... Et cela en fonction de votre budget. Avec le Pack Auto WW de RMA WATANYA, vous pouvez désormais personnaliser aussi votre assurance : vous choisissez, parmi 10 formules spécialement étudiées pour vous, celle qui vous convient le mieux. Vous bénéficiez en plus d'importantes réductions tarifaires.

Renseignez-vous vite auprès de votre assureur-conseil.

www.rmawatanya.com



RMA WATANYA
Vous ne serez jamais seuls

Illustration: RMA WATANYA - 100% Responsabilité Civile - 100% Responsabilité

GROUPE ATTIJARIWAFABA BANK L'ÉQUIPE GAGNANTE POUR VOTRE PROJET AUTO



SPONSOR OFFICIEL DU SALON AUTO EXPO 2014
FOIRE INTERNATIONALE DE CASABLANCA DU 9 AU 18 MAI



تأمين الوفاء
Wafa Assurance



وفاسلف
Wafasalaf



وفابايل
Wafabail



Wafa LLD



التجاري وفا بنك
Attijariwafa bank

www.attijariwafabank.com

Attijariwafa bank : SA. Capital : 2 035 272 260 DH - Siège social : 2, bd My Youssef, Casablanca. RC 333. Etablissement de crédit : arrêté du Ministre des Finances et de la Privatisation n° 2269-03 du 22 décembre 2003. Wafa Assurance : SA. Capital : 350 000 000 DH. Siège social : 1, bd Abdelmoumen, Casablanca RC 31719. Entreprise régie par la loi 17-99 portant code des assurances par décision du Ministère des Finances sous n° 52-06 en date du 6 janvier 2006. Wafasalaf : SA à Directoire et à Conseil de Surveillance. Capital : 113179500 DH. Siège Social : 72, Angle rue Ram Allah et bd Abdelmoumen - Casablanca R.C : 48409 Société de financement : arrêté du Ministre des Finances et de la Privatisation n° 1211-96 du 18 Juin 1996. Wafabail : SA. Capital : 150 000 000 DH. Siège social : 39-41, boulevard Moulay Youssef, 20100 Casablanca. RC 35 763. Société de financement agréée en vertu de l'arrêté du Ministre des Finances et de la Privatisation n° 1220-96 du 19/06/1996. Wafa LLD : SA. Capital : 20 000 000 DH. Siège social : 5 bd Abdelmoumen, Casablanca, RC 109 497.