

Automobile

Le secteur sauvé par les rabais de fin d'année

- Le marché affiche une légère hausse de plus de 1% en 2014
- Pas moins de 122.081 véhicules écoulés en un an
- Renault-Dacia toujours en tête

LE marché automobile s'en sort finalement mieux que prévu en 2014. Si la majorité des opérateurs s'attendait à une baisse ou, au mieux, à une stagnation, tous espéraient secrètement boucler l'année sur une note positive. Ce qui a au final été le cas. Les statistiques annuelles des ventes laissent, en effet, apparaître une légère hausse (+1%) des immatriculations à 122.081 unités. En revanche, les ventes restent encore loin du record enregistré en 2012 (127.000 unités écoulées). Il faut dire que le marché revient de loin. L'année avait pourtant mal commencé pour les importateurs-distributeurs. Même si la tenue du salon Auto Expo en mai 2014 a momentanément permis de résorber la baisse, le marché accusait toujours un recul à fin novembre. Ce qui a poussé une grande partie des opérateurs à brader les prix.

En effet, des remises dites «exceptionnelles» ont été appliquées sur différents modèles toutes marques confondues. «Certains importateurs-distributeurs sont même allés plus loin en prenant à leur

compte les frais de dossier dans le cadre de la formule crédit gratuit. D'autres ont accordé des crédits directs à leur clientèle corporate ou aux grands loueurs-flottes», confie à L'Economiste un opérateur du secteur sous couvert de l'anonymat.

manche de 5,2%.

En revanche, ses ventes en CKD fondent complètement depuis l'arrêt de la production du Kangoo au niveau de la Somaca (plus de 99%). Ford arrive en troisième position avec 9.846 nouvelles

ventes à 7.549 unités.

Au-delà de ces marques généralistes, plusieurs autres labels notamment premium ont connu de véritables embellies. C'est particulièrement le cas de Jeep qui a quasiment triplé ses ventes en une année avec près de 500 unités écoulées en 2014 contre à peine 137 en 2013. Pour cause, le renouvellement complet de la gamme avec des modèles plus attractifs suite au changement de carte, en faveur du groupe Fiat (FCA Maroc). Dans ce même sillage BMW qui, grâce à l'élargissement de sa gamme et son agressivité commerciale, a presque doublé ses ventes à 2.199 unités à fin décembre. Audi a aussi tiré son épingle du jeu en écoulant pas moins de 1.666 véhicules (en hausse de 23%). Land Rover qui a renouvelé la totalité de sa gamme voit aussi son chiffre d'affaires s'améliorer avec une progression de 13% à 1.532 véhicules. Même constat pour Toyota qui a dépassé la barre des 3.400 véhicules vendus. Pareil pour Skoda qui affiche une croissance de 51%. A l'opposée, les deux marques de luxe Jaguar et Porsche ont terminé l'année sur des chutes respectives de 40 et 58%.

Pour sa part, le segment des véhicules utilitaires légers (VUL) est encore plus impacté par la conjoncture. Ce marché affiche une baisse de 1,33%. □

Moulay Ahmed BELGHITI



Top 5 des ventes

	Fin 2013	Fin 2014	Variations
	12.276	13.176	7,33%
	9.660	10.161	5,2%
	9.273	9.846	6,2%
	8.965	8.205	-8,5%
	8.260	7.789	-5,7%

Source: Aivam

Le tandem Renault-Dacia domine toujours le marché des ventes. Les deux marques affichent des progressions respectives de 7,33 et 5,2%. Elles sont suivies par Ford qui réalise 9.846 transactions

Dans le détail, l'activité des voitures particulières (VP), qui accapare pas moins de 90% des ventes, a progressé de 1,4%, portant le nombre d'immatriculations à 109.670 unités. Dacia maintient sa progression avec une hausse de 7,33% de ses volumes. La marque est toujours en tête du marché avec 13.176 voitures écoulées. Renault arrive en seconde position. La marque au losange réalise une perfor-

immatriculations. La marque a largement profité du succès commercial des Focus, Fiesta et Kuga. La quatrième marche du podium revient à Peugeot avec 8.205 unités vendues. Mais la marque au lion n'arrive toujours pas à retrouver son rythme de progression habituel. A quelques dizaines de véhicules près, Hyundai clôture le top five avec une croissance de 7,64% juste devant Fiat qui porte son total de

Automobile/Taxe sur le luxe

Ces marques qui ont laissé des plumes en 2014

• Porsche et Jaguar fortement impactées

• Une dizaine de ventes chez Ferrari !

DES effets mitigés! C'est le constat qui se dégage au terme de la 1^{ère} année de l'entrée en vigueur de la taxe sur les voitures de luxe. De l'avis des opérateurs, le marché du luxe a finalement bien absorbé le choc, avec une légère hausse à fin 2014. Une performance commerciale tirée principalement par Mercedes, BMW, Audi et Range Rover. L'effet taxation sur le luxe implique, à plus long terme, «une grosse érosion des marges des distributeurs qui se verront obligés de baisser les prix de certains véhicules au-dessous de la barre des 500.000 DH», explique un importateur-distributeur. Introduite dans la loi de Finances 2014, la taxe sur le luxe a impliqué des hausses allant de 5% pour les véhicules facturés de 400.000 à 600.000 DH TTC, jusqu'à 20% pour les voitures dont le prix dépasse le 1 million de DH. Entre les deux, il y a les produits vendus entre 600.000 et 800.000 (taxe de 10%) et ceux écoulés entre 800.000 et 1 million de DH. Ces derniers sont taxés à hauteur de 15%. Un an après l'entrée en vigueur de cette mesure, l'heure est au bilan. Hasard du calendrier, cette taxation du luxe a coïncidé avec l'arrivée de nouveaux entrants prestigieux comme Ferrari, Maserati, Aston Martin... «C'est évident que la taxe sur le luxe a eu un impact sur les performances de Ferrari. Il y a eu moins de trafic sur les showrooms, ce qui a donné un peu plus de force aux importateurs parallèles», explique Mehdi

Tak Tak, DG d'Univers Motors, importateur-distributeur exclusif de Ferrari au Maroc. Pour le distributeur, l'effet de cette imposition reste limité sur les résultats de la franchise: «Nous avons prévu initialement de vendre 1 voiture par mois. Avec la taxe, l'on a finalement pu écouler une dizaine. La taxe nous a fait perdre 2 à 3 modèles», tient à préciser l'importateur de

jeu malgré l'introduction de la taxe sur le luxe. Preuve en sont les résultats de BMW, qui a écoulé pas moins de 2.199 véhicules en 2014 contre 1.399 en 2013. Une performance commerciale avec une variation de 57,18%. A elle seule, BMW s'est offert 2,14% de part de marché en 2014. Dans le même segment Premium, Audi non plus n'a pas souffert de la

période de l'exercice précédent. Pour sa part, la marque à l'étoile (Mercedes) affiche une progression sur les voitures particulières. La marque de Stuttgart a écoulé 1.929 unités en 2014 contre 1.777 en 2013.

Au-delà de ces performances commerciales inscrites dans une conjoncture des plus difficiles, d'autres marques ont pâti des effets de la taxe sur le luxe. C'est le cas notamment de Jaguar qui n'a pu écouler que 145 unités en 2014, contre 243 en 2013. En l'espace d'un an, la marque anglaise a accusé une baisse de 40,33%, pour 0,14% de part de marché. Rappelons que la marque est passée dans le giron Smeia. L'activité de la distribution automobile recèle de gros potentiels de développement. Elle contribue à hauteur de 10 milliards de DH d'impôts et emploie plus de 150.000 personnes. □

A.At

Quand Porsche évoque ses prix!

L'ALLEMAND Porsche a aussi laissé des plumes en 2014. «Nous avons souffert de la taxe. Ce qui nous a poussés à communiquer sur les prix», regrette un cadre chez Porsche (filiale CAC). Ce qui est inconcevable et ne fait pas partie de la charte constructeur d'un produit qui est au cœur du luxe. Les ventes de la marque sont passées de 189 unités en 2013 à 80 en 2014. Ce qui représente une variation négative de 57,67%, pour moins de 1% de part de marché. □

Ferrari. Pour 2015, Univers Motors table sur l'objectif d'une Ferrari par mois, annonce Tak Tak.

Grosso modo, d'une marque à l'autre, les effets de la taxe varient. Si pour certains distributeurs, les volumes de vente ont accusé des baisses importantes (cas de Jaguar, Porsche...), d'autres ont connu l'effet inverse. C'est le cas notamment de Range Rover. «La taxe n'a pas eu d'impact sur les ventes de la marque», déclare un cadre marketing chez Smeia (importateur/distributeur de BMW, Jaguar, Land Rover et Mini). A travers son best-seller Range (Vogue, Sport et Evoque), la marque Land Rover a enregistré 1.532 transactions en 2014. Sur l'ensemble des ventes de Land Rover, à lui seul le Range se taille la part du lion (1.266 véhicules vendus). Sur le total des ventes de cette marque, Smeia revendique une variation de 12,56% par rapport à 2013, soit 1,49% de part de marché. Les grosses berlines allemandes ont aussi tiré leur épingle du

taxe. La marque aux anneaux a finalement écoulé 1.666 unités en 2014 contre 1.357 un an auparavant. Ce qui représente 1,63% de part de marché, pour une variation de 22,77% par rapport à la même