

L'Afrique, nouvel horizon des constructeurs automobiles

PSA devait officialiser, vendredi, la création d'une usine au Maroc, d'une capacité de 75 000 véhicules

Ce n'est pas encore un eldorado, mais les constructeurs automobiles commencent sérieusement à se positionner en Afrique, qui devrait faire partie de la prochaine vague de pays s'ouvrant massivement à l'automobile, à l'horizon 2020-2030. En officialisant, vendredi 19 juin, la création d'une usine au Maroc, d'une capacité minimale de 75 000 véhicules, avant une autre en Algérie, le groupe PSA Peugeot Citroën rejoint la cohorte de constructeurs qui tentent de placer leurs pions sur le continent.

Les japonais Toyota, Nissan et Datsun, l'américain Ford, les européens PSA et Volkswagen mais aussi les coréens (Hyundai-Kia), chinois (Chery, Geely, SAIC, FAW, etc.) ou indiens (Tata) multiplient depuis quelques années les projets industriels, tant au Maghreb, en Egypte qu'au Nigeria ou en Afrique du Sud. Dans le même temps, plusieurs projets de véhicules « made in Africa » ont été lancés au Kenya (Mobius Motors), au Ghana (Kantanka) ou au Nigeria (Innoson).

Le dernier foyer de croissance

Pour tous, l'Afrique est le dernier foyer de croissance. Avec 1,1 milliard d'habitants et un taux d'équipement pour mille habitants très bas, le potentiel de développement est énorme. En 2014, 1,6 million de voitures neuves ont été vendues, selon les données officielles de l'Organisation internationale des constructeurs d'automobiles (OICA). C'est dix fois moins qu'en Europe. Ce chiffre devrait au bas mot tripler ces cinq à dix prochaines années, selon les observateurs du marché.

Beaucoup de véhicules neufs destinés au continent sont importés. Selon l'OICA, l'Afrique n'a produit, en 2014, que 710 000 véhicules dans une vingtaine d'usines d'assemblage. Une part est produite pour le marché africain. Mais l'essentiel de la production n'est pas destiné au continent. L'an dernier, 90 % des 200 000 véhicules fabriqués par la méga-usine Renault-Nissan à Tanger (Maroc) ont été exportés, vers l'Europe notamment. Le nombre de véhicules produits devrait massivement augmenter, tant les niveaux de production actuels sont bas. L'usine de Nissan au Nigeria assemble aujourd'hui 10 000 véhicules, tandis que celle de Hyundai n'assemble que 6 000 unités par an. En 2014, PSA avait annoncé la réouverture d'un site au Nigeria pour y assembler dans un premier temps 1 000 véhicules. En 1980, Peugeot produisait, avec son partenaire local, 60 000 modèles 504.

PSA, qui était, dans les années 1980, incontournable sur place, entend renouer avec cette histoire. « *Nous avons identifié l'Afrique comme étant une région où le potentiel de croissance du groupe est très élevé* », rappelait Carlos Tavares, le président du groupe, le 29 avril. Depuis l'arrivée du nouveau patron, un directeur de la zone Afrique-Moyen-Orient a été nommé, comme il en existe déjà chez Renault. Il s'agit de Jean-Christophe Quémard, un des quatre membres du directoire. En 2014, le groupe a écoulé dans cette zone 170 000 véhicules, contre 200 000 pour Renault, qui dispose déjà de trois usines au Maroc et en Algérie.

Cependant, le leader du marché reste Toyota. Avec 270 000 ventes en 2014, le numéro un mondial domine le continent à partir de trois bases : l'Afrique du Sud, le Kenya et l'Egypte. En effet, si le marché africain est prometteur, il est d'une complexité et d'une diversité exceptionnelle.

Avec 54 pays, le continent dispose de 54 marchés plus ou moins développés. Parmi les grands marchés, l'Afrique du Sud (650 000 véhicules neufs écoulés en 2014, selon Renault), l'Egypte (345 000), l'Algérie (340 000) et le Maroc (120 000) sont des poids lourds, très loin devant le reste du continent. Au Nigeria, pays de 160 millions d'habitants, il ne s'est vendu en 2014 que 60 000 véhicules (10 000 de plus qu'en 2013 cependant), à peine plus qu'en Tunisie (52 000). La même année, en République démocratique du Congo, un pays de 67 millions d'habitants, 2 200 véhicules neufs ont été vendus, trois fois moins qu'au Sénégal, qui compte 14 millions d'habitants...

Cette disparité s'explique par le stade de développement économique et la taille de la classe moyenne. Si celle-ci s'est largement affirmée ces dernières années (elle est estimée à environ 300 millions de personnes, disposant de plus de 5 000 dollars par an), un grand nombre de clients se tournent toujours vers les véhicules d'occasion, envoyés en masse depuis l'Europe et les Amériques. En 2013, 5 millions de véhicules de seconde main seraient arrivés sur le continent.

Surtout, les réseaux officiels de distribution des constructeurs, ainsi que les grands réseaux distributeurs multimarques comme la Compagnie française de l'Afrique occidentale (CFAO), aujourd'hui filiale de Toyota, font face à la concurrence de mandataires qui importent, hors de tout circuit officiel, des véhicules neufs d'Europe ou d'ailleurs. Ces véhicules n'entrent pas dans les statistiques de ventes en Afrique, ce qui brouille la compréhension du marché. Au-delà, les constructeurs font face à bien d'autres barrières. Des droits de douanes souvent importants s'ajoutent à la qualité plus qu'inégale des infrastructures et de l'essence raffinée sur place. Sans parler de la faible financiarisation de la société, qui limite le crédit. Bref, l'Afrique reste encore une promesse.