

Le Dialogue d'Affaires Algérie-Maroc: La Coopération dans l'Industrie automobile

Le 21 octobre dernier, l'Institut EastWest (EWI) a organisé, en partenariat avec les Chambres de Commerce Allemandes à Alger et à Casablanca, un webinaire intitulé "L'Industrie automobile: Défis et Opportunités" – la troisième d'une série de rencontres en ligne relevant du Dialogue d'Affaires Algérie-Maroc lancé par l'EWI. Ce webinaire a rassemblé six dirigeants d'entreprise – trois d'Algérie et trois du Maroc – dans le cadre d'un dialogue d'affaires transfrontalier visant à promouvoir une connectivité économique renforcée entre les deux pays dans le secteur automobile.

L'Industrie automobile

Au cours de ces dernières années, à Alger comme à Rabat, les gouvernements se sont résolument engagés à promouvoir une industrie automobile de premier plan, axée en particulier sur l'exportation. Du temps de l'ancien président Abdelaziz Bouteflika, l'Algérie s'est employée à mettre en place une filière automobile locale dans le but de réduire les importations. Jusqu'à présent, ces ambitions ont largement échoué, alors que Volkswagen et Kia ont tous les deux fermé des installations ces derniers temps. En revanche, le gouvernement du Maroc a réussi à signer, au cours de la dernière décennie, plusieurs accords de libre échange avec les États-Unis et l'Union Européenne, ce qui a contribué à la mise en place d'une filière automobile robuste et tournée vers l'exportation, s'élevant à 6,19 milliards USD. Malgré les résultats contrastés obtenus dans le secteur automobile, ces aspirations communes devraient pousser les deux pays à chercher les moyens d'intensifier leur coopération et leurs relations commerciales. Cependant, les échanges bilatéraux dans le domaine de l'automobile et des transports demeurent faibles, voire négligeables.

Selon les chiffres les plus récents fournis par l'Observatoire de la Complexité économique (2018), dans l'industrie du transport et de l'automobile, pièces détachées y comprises, les exportations marocaines à destination de l'Algérie n'ont atteint que 51.200 USD, ce qui représente moins de 0,5% du total des exportations de ce pays dans le secteur précité. Ce montant proche de zéro surprend d'autant plus que, par contraste, la valeur des produits importés par l'Algérie, la même année, a été de 5,09 milliards USD. Ces données sont malheureusement le reflet des politiques commerciales menées par chacun des deux pays à l'égard de l'autre, puisque tant Alger que Rabat ont le regard tourné vers le marché européen. Et pourtant, tous les deux disposent d'industries qui offrent un potentiel de complémentarité plus qu'évident.

Expériences et Solutions locales

Les participants ont partagé, au cours du webinaire, des témoignages reflétant leurs expériences dans le but de promouvoir les échanges transfrontaliers entre les deux voisins, tout en essayant de saisir la raison pour laquelle les chiffres susmentionnés sont tellement bas. À titre d'exemple, un intervenant marocain a expliqué comment, pour expédier une marchandise en Algérie, toute la transaction peut mettre jusqu'à trois mois. Après l'envoi de la demande, la période initiale de domiciliation peut durer jusqu'à un mois; étant donné que les fonds sont gelés avant expédition, il faudra compter encore deux mois jusqu'à leur réception. Cela a été confirmé par d'autres participants marocains, qui ont précisé que la principale entrave au commerce avec l'Algérie est constituée par les longs retards dans le transit. Dans l'esprit des objectifs du projet, les participants algériens se sont néanmoins empressés de fournir des solutions à de tels problèmes, en suggérant à leurs interlocuteurs marocains d'opter pour les factures pro forma, ce qui leur permettrait de déterminer, étape par étape, les modalités d'expédition de leurs produits.

Les intervenants ont par ailleurs apporté des témoignages analysant leurs expériences antérieures en matière d'échanges commerciaux transfrontaliers avec des homologues situés dans des pays tiers, tels que la Tunisie, en raison des difficultés liées aux transactions directes. Il a été toutefois souligné que de telles pratiques commerciales sont loin d'être idéales. Une pareille méthode ne saurait être praticable que dans le cas de livraisons en grandes quantités, compte tenu du fait que les

frais de transport relatifs à la transaction sont ensuite répercutés sur le consommateur, rendant ainsi les produits moins compétitifs sur le marché visé. Dans cette perspective, les recommandations ci-dessous, recueillies auprès de professionnels du secteur provenant des deux pays, se proposent d'aborder les obstacles structurels qui empêchent l'industrie automobile de s'épanouir pleinement dans la région.

Recommandations

Élaborer une Stratégie de Marque régionale: Les dirigeants d'entreprise devraient oeuvrer ensemble à la mise en place d'une marque commune, "maghrébine" ou "arabe". Les deux pays lorgnent actuellement les marchés européens, tout en négligeant les possibilités qui s'étalent devant leur propre porte. Une stratégie et une vision à long terme sont absolument nécessaires pour enlever ces oeillères économiques, d'autant plus que, dans les deux pays, l'industrie se concentre sur la fabrication de pièces détachées à l'intention des géants européens de l'automobile.

Laisser la Politique aux Politiciens, Poursuivre la Coopération: Les problèmes politiques entre Alger et Rabat sont bien documentés. Les dirigeants d'entreprise locaux devraient néanmoins s'employer à poursuivre leur coopération afin de démontrer aux responsables politiques des deux capitales qu'il y a beaucoup plus d'avantages à coopérer qu'à maintenir le *statu quo* d'aujourd'hui. Les participants au webinaire sont convenus de la nécessité d'oeuvrer main dans la main en faveur du développement des échanges transfrontaliers, encourageant par là-même les politiques à lever les obstacles bureaucratiques qui entravent actuellement la réalisation de bénéfices économiques plus substantiels.

Organiser des foires commerciales: L'organisation d'un plus grand nombre de foires et d'expositions avec une spécificité nationale ou commerciale pourrait jouer un rôle majeur dans la poursuite de la coopération entre l'Algérie et le Maroc. Chacun des deux pays tient ses propres foires commerciales où, de toute évidence, la présence du voisin est très faible, pour ne pas dire nulle. L'examen de cette question serait un grand pas en avant dans la recherche d'une réponse à l'absence de coopération entre les milieux d'affaires des deux pays; en outre, il pourrait se fonder sur une approche à deux volets supposant la création

desdites marques à l'échelon national et régional endéans un délai détermine, dans le but d'intensifier les courants d'échanges tant au niveau bilatéral qu'en dehors de la région.

Encourager les échanges sur le plan de l'éducation et de la formation: Plusieurs moyens sont offerts au secteur automobile des deux pays pour bénéficier d'échanges en matière de formation et d'acquisition de connaissances. Les participants au webinaire ont décrit les spécificités du profil industriel de chaque pays et évalué comment celles-ci pourraient tirer parti de la coopération et du partage de connaissances. Les webinaires en ligne constituent une option permettant de plancher sur cette question durant la pandémie de coronavirus. Par ailleurs, les voyages d'affaires et les séminaires réunissant des organisations similaires ou complémentaires fournissent des solutions plus pratiques dès lors que le contexte général est plus favorable aux voyages internationaux.

À propos du Dialogue d'Affaires Algérie-Maroc

En dépit de son énorme potentiel, le Maghreb est souvent classé parmi les régions du monde les moins intégrées sur le plan économique. Le Dialogue d'Affaires Algérie-Maroc est un projet qui se propose de réunir des dirigeants d'entreprise algériens et marocains intervenant dans de nombreux secteurs, afin de surmonter les obstacles qui entravent les échanges entre les deux voisins.

Les dialogues sont axés sur toute une série de sujets essentiels à la réussite des entreprises algériennes et marocaines, tels que la sécurité alimentaire, l'agriculture, les soins de santé, les incidences du numérique et des nouvelles technologies, ainsi que l'énergie – en mettant plus particulièrement l'accent sur la manière d'agir pour attirer les investissements de qualité, assurer la protection de l'environnement et dynamiser l'entrepreneuriat féminin.

La COVID-19 a malheureusement eu des conséquences néfastes pour le déroulement général du projet selon l'échéancier initialement prévu. Chaque réunion avait été conçue au départ comme une rencontre étalée sur deux jours. C'était le cas de la première manifestation portant sur l'industrie agricole, tenue pendant deux jours à Berlin, dans le cadre de la "Semaine verte" – l'une des plus grandes manifestations

internationales consacrées à l'agriculture et au commerce de produits alimentaires à l'échelle mondiale. L'EWI a pourtant dû passer à la communication en ligne pour maintenir l'élan positif que le projet avait créé à Berlin. Même si les débats entre les participants ont été moins interactifs par la suite, ils n'ont pas pour autant été moins approfondis ou moins fructueux, comme en témoignent les actions stratégiques recommandées ci-après.