

LE COMMERCE AUTOMOBILE EN ZONE FRANÇAISE DU MAROC

LES VOITURES LÉGÈRES

I. — Le marché.

Le commerce de l'automobile est, en zone française, une des rares branches qui aient échappé au large mouvement de régression subies ces dernières années par l'ensemble des manifestations de l'activité économique du pays.

A la vérité, les grandes sociétés de vente ont à défendre leur chiffre d'affaires contre une concurrence de plus en plus sévère. S'adressant à une clientèle dont le pouvoir d'achat est en sensible diminution, sur un marché dont les besoins ne peuvent, passé un certain stade, se développer que très lentement, elles subissent de sérieuses difficultés.

Constatons, au demeurant, que les immatriculations dont le chiffre record a été atteint en 1929 avec 3.973 voitures, s'élevaient encore à 3.235 voitures en 1932, 3.314 en 1935. L'activité de ce marché s'est donc maintenue à un niveau important.

Rappelons qu'au cours des dix années qui ont suivi la guerre, période d'équipement intensif du pays, les ventes de voitures légères ont progressé à un rythme extrêmement rapide. Le tableau ci-après en témoigne :

Immatriculations

à fin 1921.....	2.438		
1922.....	528	1926.....	1.858
1923.....	626	1927.....	1.988
1924.....	940	1928.....	3.151
1925.....	1.490	1929.....	3.973

A la fin de l'année 1929, près de 17.000 voitures avaient donc été immatriculées en zone française.

Progression régulière du peuplement européen ; activité fiévreuse des affaires ; excellent réseau routier couvrant les longues distances qui séparent les centres importants ; agrément des randonnées dans un pays où les richesses touristiques abondent ; autant d'éléments qui ont joué en faveur du développement accéléré des ventes. Il convient de noter aussi que les importantes majorations de traitements et surtout les rappels accordés aux fonctionnaires en 1927 et 1930 ont déterminé sur le marché un nouvel afflux de clientèle.

Les limites raisonnables d'absorption de la population européenne paraissent avoir été atteintes en 1929. Voici, année par année, le nombre des voitures de tourisme immatriculées depuis lors :

1930.....	3.629	1933.....	3.847
1931.....	3.962	1934.....	3.646
1932.....	3.235	1935.....	3.314

Le caractère modéré, nullement régulier d'ailleurs, du mouvement de repli peut être attribué aux circonstances suivantes.

1° PROSPECTION DE PLUS EN PLUS ÉTENDUE DE LA CLIENTÈLE.

Le marché des principales marques s'est tout d'abord localisé à Casablanca. C'est là que se sont créées les grandes firmes de vente :

En 1920 : Auto-Hall, qui va assurer la diffusion des marques Ford, Berliet, Delaunay-Belleville ;

En 1927 : la Générale Automobile Marocaine (marques : Chevrolet et Oldsmobile) ;

En 1927 : France-Auto, qui représente la marque Citroën ;

En 1929 : la Centrale Automobile Chérifienne (marque : Fiat), etc...

Bientôt les villes européennes, tant à l'intérieur que sur la côte, se développent ; il en résulte une certaine décentralisation des affaires. D'autre part, il s'avère indispensable de satisfaire aux besoins de la clientèle en créant des ateliers de réparations dans les principaux centres. Les grandes sociétés de vente rachètent des garages locaux, créent des agences et des succursales :

La société « Auto-Hall » constitue :

A Port-Lyautey, la Société des Ateliers et Magasins Sebou (1923) ;

A Fès, la société « Le Matériel automobile industriel et agricole » (1926) ;

A Meknès, la société « Meknès-Auto » (1927) ;

A Marrakech, la société « Sud-Auto » (1928) ;

A Rabat, la Société chérifienne d'automobiles et de matériel agricole (1929) ;

De son côté, la société « France-Auto » crée :

A Rabat, la société « Auto-Rabat » (1928) ;

A Fès, la société « Fès-Auto » (1929) ;

A Marrakech, la société « Marrakech-Auto » (1930) ;

A Meknès, la société « Meknès-Auto » (1931).

L'activité des vendeurs prospectant les régions les plus reculées, le développement de la publicité, l'organisation de rallyes et d'expositions contribuent à maintenir le chiffre des ventes.

2° FACILITÉS DE PAIEMENT.

Nous n'avons pas à nous étendre ici sur le danger moral et social inhérent à la vente à crédit lorsqu'elle est pratiquée sans discernement ni mesure, et c'est le cas trop fréquent. Constatons, qu'en l'occurrence, les offres de facilités de paiement abusivement libérales ont permis aux sociétés de ventes d'atteindre une clientèle dont ni le budget, ni les besoins ne comportaient un moyen de locomotion aussi dispendieux.

En 1930, les sociétés de vente, dont les portefeuilles sont encombrés de créances irrécouvrables, bénéficient de l'intervention de la Caisse fédérale. Elles suivront désormais une politique plus prudente et s'entoureront de garanties sérieuses dans l'octroi de crédits à la clientèle. Les facilités de paiement n'en demeurent pas moins de pratique courante. La plupart des transactions prévoient le versement de 20 % (Ford) ou de 33 % (Renault) au comptant ; le solde grevé d'intérêts à un taux variable (6 % l'an minimum) est payable en quinze ou dix-huit mois.

Notons que pendant longtemps, au Maroc, aucune législation n'a efficacement protégé le vendeur contre le débiteur défaillant, alors qu'en France une loi entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1935, prévoit, en cas de non-paiement, la réalisation de la voiture constituant gage, pour le compte du vendeur.

Le dahir du 27 juillet 1936 réglementant la vente à crédit des véhicules automobiles vient d'appliquer au Maroc des dispositions analogues.

3° BAISSÉ DES PRIX.

A mesure que la crise mondiale étendait ses effets sur le Maroc la baisse des prix s'accroissait, en contre-partie, et la clientèle marocaine, profitant du régime douanier le plus libéral qui soit, trouvait dans la dévaluation du dollar (septembre 1933) une heureuse compensation aux restrictions et aux réductions de traitements.

De 1932 à 1935, le prix des voitures américaines a baissé, en moyenne, de 40 %. Les constructeurs français ont dû, bon gré mal gré, réduire leurs tarifs dans des proportions analogues et consentir même aux acheteurs marocains des prix inférieurs à ceux qu'ils pratiquent en France. C'est ainsi que les voitures Renault sont vendues, au Maroc, de 1.500 à 2.000 francs de moins que dans la métropole.

A titre indicatif, voici les prix fixés en douane pour les types de voitures les plus courants, en 1932 et en 1935 :

	1932	1935	% BAISSÉ
Chevrolet 19 C.V. ..	19.180	11.000	43
Citroën 4 cyl. ..	18.850	9.735	49
— 6 cyl. ..	33.650	12.925	»
Ford 4 cyl. ..	14.100	»	»
— 8 cyl. ..	»	10.615	»

	1932	1935	% BAISSÉ
Peugeot 9 C.V. ..	18.200	9.460	48
Fiat 20 C.V. ..	30.000	»	»
— 14 C.V. ..	»	11.000	»
Willys	19.175	9.625	50
Renault Celtaquat. ..	18.600	8.965	52
— Primaquat. ..	19.780	9.845	50
Buick	32.000	16.638	48

4° RENOUELEMENT RAPIDE DES VOITURES.

On constate que le nombre des voitures neuves circulant au Maroc est très important. Les détenteurs d'automobiles constamment sollicités par des vendeurs offrant chaque année, contre reprise de voitures encore en bon état, des modèles plus perfectionnés, mieux présentés, à des prix en baisse constante, se laissent tenter par des échanges faciles et qui paraissent avantageux. Le facteur psychologique intervient ; les achats en tache d'huile se multiplient ; beaucoup se priveraient du nécessaire pour acquérir le plus récent modèle et profiter de conditions dont le maintien, dans l'état actuel des choses, leur paraît problématique. Bref, on peut considérer que les voitures ne restent pas plus de trois ans, en moyenne, entre les mains de l'acheteur initial.

Il en résulte que les stocks de voitures d'occasion s'accroissent ; on estime que sept cents à huit cents unités viennent grossir le nombre, chaque année. Les reventes sont difficiles. Plusieurs sociétés se sont mises d'accord pour établir un barème maximum de reprises, mais cette mesure s'avère inefficace, quelques maisons ayant gardé à cet égard leur liberté d'action. La Chambre syndicale automobile de Casablanca a organisé en novembre dernier une foire de voitures d'occasion : 50 % des véhicules exposés sont demeurés invendus.

5° DÉVELOPPEMENT DE LA CLIENTÈLE INDIGÈNE.

Les indigènes, très amateurs de moyens de locomotion modernes, sont devenus de fervents adeptes de l'automobile, suivant en cela l'exemple du Sultan et des hauts dignitaires du Makhzen. Si la situation de fortune des notables pouvait autrefois se mesurer à la qualité de leurs montures et à la richesse des harnachements, il semble aujourd'hui que le luxe des voitures soit, en ce qui les concerne, le signe le plus apparent de la richesse.

II. — Voitures françaises — Voitures américaines.

Le caractère uniforme et intangible du droit de douane de 12 1/2 % perçu à l'entrée, a permis à toutes les grandes marques françaises et étrangères de s'affronter sur le marché marocain avec des chances égales. La lutte, sur ce terrain, a été particulièrement sévère entre la France et les États-Unis.

Le tableau ci-après en fait foi :

PROVENANCE	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933	1934	1935
	Nombre %								
France	1.307 66	1.098 63	1.050 49	1.882 52	2.169 55	1.805 56	2.236 58	1.610 44	958 29
Etats-Unis	401 20	840 27	1.567 39	1.365 37	1.464 37	1.136 35	1.401 37	1.909 52	2.192 66
Autres pays	280 14	313 10	456 12	382 11	329 8	294 9	210 5	127 4	164 5
Total.....	1.988	3.151	3.073	3.629	3.962	3.235	3.847	3.646	3.314

Les marques françaises n'ont pu tenir tête à la concurrence américaine que jusqu'à la dévaluation du dollar, en 1933. Le rapprochement des chiffres, pour les années 1927 et 1935, constitue un témoignage éloquent de la défaite subie depuis lors par les marques françaises :

Proportion, dans l'ensemble, des voitures immatriculées :

ANNÉES	FRANCE	ÉTATS-UNIS
1927	66 %	20 %
1935	29 %	66 %

La voiture américaine, vendue sensiblement moins cher que la voiture française, ne lui est nullement inférieure en robustesse, en confort, en qualités techniques de fabrication. La faveur dont elle jouit est donc justifiée.

Constatons, d'autre part, que la lutte tend, de plus en plus, à se circonscrire entre les deux pays. France et États-Unis totalisaient déjà 86 % des immatriculations en 1929 ; cette proportion atteint 95 % en 1935.

Il est intéressant de rapprocher les chiffres des immatriculations en zone française des principales marques au cours des années 1929 et 1935 :

Françaises	1929	1935
Citroën	817	230
Renault	581	486
Peugeot	199	193
Chenard et Walker	83	8
Delage	55	6
Amilcar	27	1
Panhard-Levassor	21	5
Hotchkiss	20	8
Salmson	18	»
Ariès	16	»
Berliet	14	1
Voisin	13	2
Bugatti	11	1
Rochet-Schneider	9	»
De Dion-Bouton	6	»
Donnet-Zedel	6	»
Rosengart	6	1
Talbot	5	3
Divers	(24 marq.) 43	(7 marq.) 13
TOTAL	1.950 (42 marq.)	958 (20 marq.)

Américaines

	1929	1935
Ford	489	550
Chevrolet	359	435
Buick	130	55
Overland W.	130	»
Chrysler	111	101
Pontiac	83	66
Oakland	59	»
Oldsmobile	37	66
De Soto	32	39
Nash	16	32
Graham P.	13	34
Studebaker	11	345
Hupmobile	1	31
Plymouth	»	111
Auburn	»	85
Terraplane	»	75
Packard	»	43
Divers	(12 marq.) 96	(14 marq.) 124
TOTAL	1.567 (25 marq.)	2.192 (29 marq.)

A ne considérer que les voitures françaises, un mouvement de concentration très net apparaît au cours de cette période. La part dans les ventes des trois marques : Citroën, Renault, Peugeot, passe de 82 % à 95 %. La répartition entre les marques américaines est, au contraire, orientée dans le sens d'une diffusion, dont les principaux bénéficiaires sont Plymouth et Studebaker. Les ventes, pour cette dernière marque, sont ainsi passées en 6 ans de 11 à 345 unités. Studebaker bénéficie, en effet, depuis 1934, de l'organisation très complète, et du prestige de la maison de vente France-Auto qui, devant la désaffection de sa clientèle pour la marque Citroën, s'est adjointe la représentation de la voiture américaine Studebaker. Ajoutons que France-Auto assure également, depuis quelques mois, la vente des voitures de marque Plymouth.

III. — Répartition des ventes dans les différentes régions.

La zone française compte sept centres d'immatriculation. Nous donnons ci-dessous le total des voitures de tourisme immatriculées au cours des neuf dernières années, la moyenne annuelle, le total de 1935 et la part revenant à chaque centre sur l'ensemble.

Immatriculations par centres

CENTRES	TOTAL de 1927 à 1935	Moyenne annuelle	TOTAL Année 1935	% de 1927 à 1935
Casablanca..	11.567	1.285	1.328	37
Rabat	7.329	814	730	24
Fès	3.249	361	337	11
Meknès	2.834	315	304	9
Marrakech ..	2.556	284	310	8
Oujda	2.101	234	192	7
Mazagan....	1.109	123	113	4
	30.745	3.416	3.314	100

Casablanca accuse, bien entendu, le plus grand nombre d'immatriculations ; la grande ville d'affaires est suivie d'assez près par Rabat, centre administratif, dont la population européenne jouit d'un standard de vie plus élevé et surtout plus stable.

CARS, CAMIONS, CAMIONNETTES

Les remarques d'ordre général qui précèdent, concernant le commerce des voitures de tourisme s'appliquent également au commerce des véhicules industriels. La régression des ventes a cependant été beaucoup plus sensible pour ces derniers. Certaines réglementations du service des mines (limitation du nombre de places autorisées sur les camionnettes) ont considérablement réduit les achats des petits transporteurs que le resserrement du crédit avait déjà atteints. Par ailleurs, le ralentissement des travaux publics et privés a eu sa répercussion sur les ventes de camions.

Nous donnons, ci-dessous et par année, le nombre de cars, camions et camionnettes immatriculés depuis 1927 :

1927 :	803	1930 :	1.066	1933 :	880
1928 :	1.313	1931 :	1.097	1934 :	757
1929 :	1.954	1932 :	786	1935 :	900

La prépondérance des marques américaines se manifeste ici plus nettement encore que pour les voitures de tourisme. Dès 1929, les États-Unis l'emportaient sur la France et leur progrès n'a cessé de s'affirmer comme en témoignent les chiffres suivants :

PROVENANCE	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933	1934	1935
	Nombre %								
France	463 57	668 51	730 37	484 45	352 32	312 40	319 36	178 24	180 20
Etats-Unis	303 38	562 43	1.142 58	550 52	704 64	421 54	476 54	539 71	677 75
Autres pays	42 5	83 6	82 5	32 3	41 4	53 6	85 10	40 5	43 5
Total.....	808	1.313	1.954	1.066	1.097	786	880	757	900

On constate que, parmi les maisons françaises, la marque Renault seule conserve sa position, alors que Berliet, Saurer et Citroën disparaissent presque complètement du marché. Les commandes en marques américaines sont plus largement réparties :

	1929	1935
<i>Françaises</i>		
Berliet	171	24
Saurer	145	6
Citroën	138	36
Renault	103	102
Panhard et Levassor ..	74	11
Rochet-Schneider	19	"
Unic	18	"
Peugeot	18	"
Chenard et Walcker ..	7	"
Latil	7	1
Delahaye	6	"
Divers	24	"
	730	180

Américaines

	1929	1935
Chevrolet	636	319
Ford	300	131
Brockway	45	"
G.M.C.	34	6
Stewart	20	25
International	13	73
Reo	5	15
Studebaker	"	47
Dodge	"	33
Indiana	"	12
Diamond	"	10
Divers	89	6
	1.142	677

CENTRES	TOTAL	TOTAL
	de 1927 à 1935	Année 1935
Casablanca	3.845	367
Rabat	1.526	146
Fès	1.209	100
Meknès	917	61
Marrakech	773	109
Oujda	696	64
Mazagan	595	53
	<hr/>	<hr/>
	9.561	900

*Véhicules automobiles en circulation
dans la zone française*

Jusqu'en 1934, le contrôle fiscal, en ce qui concerne l'impôt sur les automobiles, ne s'exerçait que dans les villes. Depuis lors, l'impôt a été étendu à tous les véhicules. Un inventaire détaillé et exact de la circulation a pu être ainsi établi ; il se traduit, à fin 1935, par les chiffres suivants :

	Fin 1935	
	Immatriculées	En circulation
Voitures de tourisme ..	38.625	22.800
Cars et camions	12.309	7.200
Motocyclettes	5.292	3.700
	<hr/>	<hr/>
TOTAL	56.226	33.700

Depuis l'année en cours, l'impôt est perçu sous forme de taxe sur le carburant ; le nombre des voitures en circulation ne pourra sans doute être obtenu désormais que par évaluations approximatives.

Conclusion

Le marché de l'automobile au Maroc est subordonné trop étroitement aux conditions économiques et financières générales pour qu'il soit permis d'en dégager, d'ores et déjà, l'évolution dans le proche avenir. Signalons néanmoins que les chiffres d'immatriculation des deux premiers trimestres de l'année en cours laissent une impression assez favorable : près de 1.800 voitures légères ont été vendues, ce qui ne représente qu'une régression de 10 % sur la période correspondante de l'an dernier. Il faut tenir compte, il est vrai, des appréhensions d'une partie du public à l'égard de la nouvelle politique financière de la métropole, élément psychologique qui a certainement joué ces derniers mois en faveur de l'activité du marché, mais dont les effets ne sauraient se renouveler bien longtemps.