

VARIA

THIERRY PAIRAULT

Centre d'études sur la Chine moderne et contemporaine
CNRS / EHESS, UMR 8173 Chine, Corée, Japon
pairault@ehess.fr

LA CHINE DANS LA MONDIALISATION : L'INSERTION DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE CHINOISE EN ALGÉRIE ET AU MAROC

Résumé : De Bandung à nos jours, la place et le rôle de la Chine en Afrique ont considérablement évolué. On assiste depuis le début des années 2000 à un basculement du politique à l'économique. Les relations de la Chine avec l'Afrique n'échappent pas à ces évolutions même si ces dernières sont moins avancées comme le manifeste la faible inclusion actuelle des pays africains dans la stratégie des « nouvelles routes de la soie ». L'objet de notre contribution sera de montrer à travers la volonté d'insertion dans les économies algérienne et marocaine des constructeurs et équipementiers automobiles chinois que le basculement vers une logique de marché prédominante dans les relations sino-africaines s'accompagne également d'un basculement progressif entre pôles régionaux. On fera apparaître de surcroît un détournement de l'internationalisation de la Chine. Les partenariats que signent les entreprises chinoises dans les filières automobiles algérienne et marocaine sont moins la manifestation de leur insertion qu'une modalité de la mondialisation des constructeurs traditionnels par l'intermédiaire de leurs partenaires.

Mots-clés : Chine, Algérie, Maroc, relations économiques, développement économique, secteur automobile.

JEL Classification : F63, O19, O24, O25, O53, O55.

CHINA IN GLOBALIZATION : THE INSERTION OF THE CHINESE AUTOMOTIVE SECTOR IN ALGERIA AND MOROCCO

Abstract : From Bandung to the present day, China's place and role in Africa have evolved considerably. Since the beginning of the 2000s, there has been a shift from politics to economics. China's relations with Africa are not immune to these developments, even though

the latter are less advanced, as illustrated by the current low level of inclusion of African countries in the «new silk roads» strategy. The purpose of our contribution will be to show through the will of integration in the Algerian and Moroccan economies of Chinese car manufacturers and suppliers that the shift towards a dominant market logic in the Sino-African relations is also accompanied by a progressive changeover between regional poles. In addition, there will be a hijacking of China's internationalization. Partnerships signed by Chinese companies in the Algerian and Moroccan automobile sectors are less the manifestation of their integration than a modality of the globalization of traditional manufacturers through their Chinese partners.

Keywords : China, Algeria, Morocco, economic relations, economic development, automotive sector.

Introduction

L'insertion de la filière automobile chinoise d'abord en Algérie et aujourd'hui au Maroc illustre deux temps de la mondialisation de l'économie chinoise à travers l'Afrique. Depuis la lutte pour l'indépendance de l'Algérie, les relations sino-algériennes ont été marquées par l'exaltation d'une fraternité de combat qui, du moins dans les discours politiques, justifierait la présence chinoise actuellement en Algérie. Au contraire, les relations sino-marocaines ont été empreintes d'une certaine fraîcheur depuis l'interdiction puis la dissolution à la fin des années 1950 du Parti communiste marocain (PCM) (Baida, 2010, p. 22). Aujourd'hui, la photo d'Ali Yata – un Marocain d'origine algérienne devenu secrétaire général du PCM (Al Bayane, 2013) – serrant la main de Mao Zedong en 1959 à Pékin sert à ériger entre les deux pays une nouvelle alliance fondée non plus sur le politique, mais sur l'économique (Diplomatica, 2013). D'où deux styles antithétiques de relations économiques avec la Chine – relations économiques que les textes chinois subliment toujours en « coopération » pour mieux témoigner de leur bénignité.

Promulguées en mai 2015, les Directives [chinoises] pour la coopération internationale en matière de capacités de production et de manufacture d'équipement définissent clairement – dans leur vingtième point intitulé « Développer la coopération à l'étranger » – les formes que peut prendre cette coopération :

Tout en continuant de promouvoir les contrats traditionnels d'ingénierie, de fourniture et de construction (Engineering, Procurement, Construction, soit EPC), il faut déployer activement la supériorité de nos capitaux et de nos techniques, encourager activement les « contrats d'EPC avec financement », les « contrats d'EPC avec financement et maintenance » ; quand les projets réunissent les conditions requises, il est conseillé d'adopter un contrat BOT ou un partenariat public-privé afin d'explorer activement le marché international et de

soutenir la coopération en matière de fabrication d'équipement. La coopération avec certains pays idoine peut être concertée pour s'étendre à des marchés tiers (Guowuyuan, 2015a).

Dans le cas de l'Algérie, la forme classique du simple contrat d'EPC a très largement prévalu depuis le début des années 2000 (autoroute Est-Ouest) et continue de primer même si le projet du port sur le site d'El Hamdania à Cherchell doit adopter la formule du contrat d'EPC avec financement et maintenance dans le contexte nouveau d'une pénurie de dotations résultant de la diminution de la rente pétrolière (Pairault, 2017a). En revanche, les contrats signés à Pékin en mai 2016 dans le cadre d'un partenariat stratégique sino-marocain annoncent des partenariats publics-privés sur le sol marocain, mais encore des arrangements commerciaux pour profiter au mieux du marché européen et développer activement une présence sino-marocaine en Afrique – et ce désormais d'autant mieux que le Maroc vient de réintégrer l'Union africaine (Pairault, 2017b).

Défini le 30 décembre 2016, le système chinois de collecte statistique relatif aux investissements directs à l'étranger énumère, dans son tableau FDIN10, les principaux secteurs dans lesquels doit s'exécuter la coopération internationale en matière de capacités de production – *guoji channeng hezuo*. Cinq secteurs sont ainsi prioritairement retenus, dont le secteur automobile qui est le seul pour lequel plusieurs sous-secteurs sont expressément nommés : celui des véhicules utilitaires, celui des véhicules de tourisme et celui des autres véhicules (MOFCOM, 2016). En d'autres termes, toutes les décisions chinoises en matière de coopération internationale s'inscrivent dans le cadre d'une stratégie définie à Pékin et visent des secteurs prédéterminés.

Les priorités chinoises ont pu évoluer entre 1996 [naissance de la politique de « sortie du territoire » – *zouchuqu* (Chen, 2009)], 2003 [réforme institutionnelle pour organiser et contrôler cette sortie (Pairault, 2013)] et 2016 [définition des cinq secteurs prioritaires précités], mais le choix d'un pays cible reste partiellement dépendant des contingences politiques et économiques propres aux pays candidats, d'où la concurrence que ceux-ci peuvent éventuellement exercer entre eux. Aussi, dans cet article, les offres d'insertion économique que l'Algérie et le Maroc ont proposées aux constructeurs et équipementiers automobiles chinois sont analysées *successivement* parce que leur découpage chronologique et spatial, même s'il est dicté en partie par la conjoncture propre à chacun de ces deux pays, l'est plus encore par l'évolution des priorités et des stratégies des autorités et entreprises chinoises qui, faisant face aujourd'hui aux difficultés de l'économie chinoise, y répondent en promouvant les « nouvelles routes de la soie » – sans compter pour les entreprises un contrôle encore accru des sources de financement (Richet, 2017). Notre étude fait apparaître que les réponses des constructeurs et équipementiers automobiles chinois manifestent certes une transformation de la stratégie chinoise d'internationalisation,

mais sans doute davantage encore un ajustement de l'approche des marchés par les constructeurs occidentaux et japonais eux-mêmes mettant *ipso facto* le marché européen – et peut-être aussi à l'avenir le marché africain – au centre d'un basculement chinois de l'Algérie vers le Maroc qui s'amorce aujourd'hui.

La rédaction de cette étude repose sur l'exploitation prioritaire de documents chinois de première main ainsi que sur celle de sources en langues occidentales (articles scientifiques, presse spécialisée...). Les données statistiques les plus récentes ont été utilisées chaque fois qu'elles étaient disponibles ; nous les avons principalement rassemblées à partir de la base de données en ligne de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED) pour les données relatives aux échanges commerciaux et à partir des bulletins de l'Association des constructeurs européens d'automobiles (ACEA) et du Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA) pour les données sectorielles européennes, chinoises et mondiales. En revanche, ni la Chine, ni l'Algérie, ni le Maroc ne fournissent de données chiffrées que nous aurions pu exploiter pour ce travail.

1. Du marché algérien...

La lutte pour son indépendance a permis à l'Algérie de nouer avec la Chine des relations privilégiées à la fin des années 1950 et au début des années 1960. C'est toujours sur ce fondement que reposent aujourd'hui encore les relations entre ces deux pays¹. Depuis le début des années 2000 quand les relations économiques sino-algériennes prennent véritablement leur essor, les dirigeants algériens ont très clairement instrumentalisé la volonté d'ouverture commerciale de la Chine sans doute moins au profit du développement économique de leur pays qu'à l'achat d'une paix sociale, et ce d'autant mieux que la rente pétrolière leur assurait une autonomie certaine encourageant ainsi un fort sentiment nationaliste (Pairault, 2016). C'est dans ce contexte que doit s'interpréter l'insertion très limitée de la filière automobile chinoise dans l'économie algérienne.

Jiangling – ou encore JMC pour Jiangling Motors Corporation – aurait manifesté la volonté d'une telle insertion dès 2006. Il faut noter d'emblée que le capital social de ce constructeur automobile est distribué entre Ford (32%), un certain nombre de souscripteurs (27%) – dont des institutions majoritairement étrangères – et des capitaux publics chinois : 20,5% détenus par la province du Jiangxi et 20,5% détenus par le gouvernement central à travers Chang'an Automobile – un effluent

¹ Par exemple, au moment où nous écrivions ces lignes, l'ambassadeur de Chine venait de déclarer que le projet de la grande mosquée d'Alger « traduisait les relations de coopération existant entre l'Algérie et la Chine unis par des liens historiques » – qui en d'autres termes n'étaient pas le résultat du développement de leurs relations économiques (HuffPost Algérie, 2017).

du complexe militaro-industriel chinois avec lequel Ford a par ailleurs érigé une coentreprise à égalité de parts (50%/50%). Entre les trois constructeurs automobiles partenaires s'est donc constitué *de facto* un continuum technique et commercial dans lequel Ford ne peut que jouer un rôle d'autant plus majeur qu'interviennent ses sous-traitants et ses filiales au premier rang desquelles Ford Australie, mais aussi Ford Otosan, sa filiale turque (JMC, 2017 ; SEC, 2014). Si les autorités algériennes ne semblent pas avoir été conscientes de cette sinité très relative², Jiangling – présent en Algérie depuis 2001 par le biais de son distributeur turc – croyait avoir tout intérêt à s'afficher comme chinoise dans le contexte politique des premières années du XXI^e siècle. Aussi ce constructeur posa sa candidature quand le gouvernement chinois par l'intermédiaire de son ministère du Commerce (par la suite MOF-COM, l'acronyme anglophone usuel pour Ministry of Commerce) lança en 2006 le projet d'instaurer cinquante zones de coopération économique et commerciale à l'étranger (ZCECE) – *jingwai jingmao hezuo qu* – dont seules vingt, en 2017, ont effectivement vu le jour³.

Ces ZCECE sont une incarnation très particulière des zones économiques spéciales (ZES) en ce sens que leur logique est inversée. Dans les deux cas, il s'agit de procurer des avantages fiscaux et autres à des investisseurs qui sinon s'abs-tiendraient. Mais si une ZES, au sens le plus classique, est une enclave organisée par le pays hôte sur son propre territoire pour attirer des investisseurs étrangers, il n'en est pas de même d'une ZCECE. Cette dernière est une enclave organisée par une entreprise chinoise désignée par la Chine pour organiser sur le territoire d'un pays tiers une enclave soumise de fait au droit chinois. Li Chunding (2008), dans un article répété à satiété, explicite clairement l'objectif de ces ZCECE dont la promotion a été l'objet d'un agrément spécifique de la part du gouvernement chinois⁴ :

Les ZCECE sont une stratégie pour que les entreprises chinoises puissent « sortir du territoire » *zouchuqu*, elles sont propices à la constitution de grappes industrielles et facilitent la mise en place de politiques d'aides. [... Elles permettent] aux entreprises chinoises de se regrouper et de faire bloc pour investir à l'étranger ; lors de la création de telles zones et après avoir procédé à un audit, l'État

² Cela nous a été confirmé récemment par un responsable politique algérien qui souhaite garder l'anonymat.

³ Ce que nous rapportons ici de l'histoire des ZCEC, sauf indication contraire, est repris d'une étude que nous avons écrite en collaboration avec Khadidja Benbraham (2017). De même, nous reprendrons certains éléments relatifs à la présence automobile chinoise en Algérie d'un autre travail en collaboration avec Rachid Mira et Fatiha Talahite (2017).

⁴ Lagrément, dont le titre est connu (*Guowuyuan guanyu tongyi tuijin jingwai jingji maoyi hezuo qu jianshe yijian de pifu* [Autorisation du Conseil des affaires de l'État pour la promotion des ZCECE]), n'a jamais été rendu public, mais daterait de février 2008 selon Li Chunding (2008).

[chinois] pourra accorder des aides publiques de trente à quarante millions d'euros [par entreprise] et des prêts à long terme d'au plus trois cents millions d'euros [par entreprise].

Il y avait donc dès l'origine une grande incompatibilité entre les aspirations algériennes et chinoises. Certes, de 1993 à 2015, le gouvernement algérien a toujours fait preuve d'une grande indécision dans sa volonté de créer une zone franche d'exportation d'autant que le choix du site de Bellara, dans la wilaya de Jijel à 315 km à l'est d'Alger et à 40 km du port commercial de Djen Djen, ne semblait pas d'un point de vue industriel le plus propice – en particulier si nous en croyons les déclarations fracassantes de Carlos Ghosn selon lequel il s'agirait d'un « micro-port complètement paumé » (Fainsilber, 2012). Mais ce sont plus certainement les prétentions chinoises à faire venir leurs sous-traitants chinois – Xinhua (2008) en annonçait une centaine – au lieu de recourir aux entreprises algériennes qui expliquent le mieux l'échec de l'insertion du constructeur automobile Jiangling. Pour les autorités algériennes, l'arrivée d'un investisseur étranger devait permettre d'attirer des sous-traitants locaux, de consolider les opportunités locales de production et d'emploi, d'impulser une industrialisation et promouvoir son développement économique à l'instar de ce qui s'est produit en Chine.

Les difficultés que rencontre l'économie algérienne ces dernières années, aggravées par la chute du cours des hydrocarbures depuis 2014, ont remis à l'ordre du jour la question de l'industrialisation par la promotion d'une filière automobile nationale, tout en en redéfinissant les termes et les ambitions. Dans cette conjoncture, les industriels et les concessionnaires automobiles algériens sont puissamment incités à produire eux-mêmes, avec le concours des constructeurs étrangers, les véhicules utilitaires et les véhicules de tourisme qui seront vendus en Algérie⁵. Le partenariat *industriel* auquel participe Renault à hauteur de 49% de concert avec la Société nationale de véhicules industriels (SNVI) pour 34% et le Fonds national d'investissement (FNI) pour 17%, est emblématique de cette stratégie. Cette alliance se différencie sans ambiguïté des deux partenariats purement *commerciaux* signés avec Daimler en 2011 – donc peu auparavant⁶. Or à ce jour, exception faite de Renault, de l'iranien SAIPA et plus récemment de l'allemand Volkswagen et du chinois Foton, tous les autres constructeurs automobiles – y compris chinois – n'ont accepté de signer des engagements techniques et commerciaux avec les groupes

⁵ Les mesures en place vont des quotas d'importation drastiquement diminués à l'obligation faite aux concessionnaires par la loi de finances de 2014 « d'installer une activité industrielle et/ou semi-industrielle ou toute autre activité ayant un lien direct avec le secteur de l'industrie automobile, dans un délai maximum de trois (3) ans ».

⁶ Daimler, contrairement à Renault, s'est refusé à investir, l'investissement dans les deux cas est pris en charge à 49% par Aabar Investments (fonds souverain émirati), à 34% par l'EDIV (ministère de la Défense nationale) et à 17% par la SNVI.

industriels ou les concessionnaires locaux – donc, sans aucun engagement industriel ou, autrement dit, financier à long terme.

Le choix des constructeurs chinois – comme celui d'autres constructeurs étrangers – ne signifie pas qu'ils ne contribuent aucunement, même si ce n'est qu'indirectement, à l'effort algérien d'industrialisation sous-jacent. L'importation de kits complets de pièces détachées (*semi knock-down*, SKD) permet assurément la création de lignes d'assemblage ainsi que l'embauche et la formation d'un petit nombre de travailleurs locaux. À l'avenir, l'importation de kits semi-complets de pièces détachées (*semi-complete knock-down*, SCKD) devrait favoriser, quant à elle, une plus grande intégration locale et un meilleur transfert de technologies et, donc, mieux participer à cet effort d'industrialisation. Toutefois, à l'égard des acteurs économiques algériens et des autorités algériennes, l'attitude des constructeurs chinois manifeste une défiance qui ne s'encombre plus de romantisme révolutionnaire, mais qui répond à des préoccupations d'efficacité purement commerciale.

C'est une sorte de revanche que le marché, toujours à la recherche d'aubaines, exerce en Algérie à travers les constructeurs automobiles chinois. Il pourrait en aller très différemment au Maroc où constructeurs, équipementiers et outilleurs automobiles sont depuis peu invités à profiter de l'ouverture économique pour s'implanter industriellement.

Pour pleinement apprécier la différence entre l'offre algérienne et l'offre marocaine, nous allons un instant revenir sur les ZCECE. Indépendamment du déséquilibre que ces zones établissent dans les relations entre la Chine (principal bénéficiaire) et le pays hôte (bénéficiaire accessoire), elles répondent à une logique dont la compréhension remet en perspective la sortie (*zouchuqu*) des entreprises chinoises hors de leurs frontières. Dans ce processus d'internationalisation, les autorités chinoises exigent d'obtenir deux assurances.

La première assurance, qui est très expressément évoquée par le MOFCOM dans un des rares documents sur les ZCECE disponibles sur son site (MOFCOM, 2010), concerne la maîtrise du foncier : « l'entreprise gestionnaire [d'une ZCECE] doit mener à bien toutes les procédures juridiques et foncières relatives aux terrains qu'elle se procure par acquisition contractuelle ou par bail à loyer ». Cette question est si sensible que certains auteurs comme Tang Xiaoyang (2015) ont voulu justifier l'échec du projet de ZCECE en Algérie uniquement par des incertitudes relatives à la maîtrise du foncier alors que beaucoup plus vraisemblablement c'est la question des sous-traitants chinois qui a été la pierre d'achoppement. Cette observation nous conduit à la seconde assurance recherchée par le MOFCOM qui concerne l'encadrement des entreprises chinoises qui sautent le pas. Les ZCECE doivent servir de pépinières aux entreprises chinoises (en l'occurrence, essentiellement des PME à capitaux privés) qui tenteraient de s'internationaliser. La conception de ces ZCECE leur garantit un apprentissage *in situ* tout en les

prémunissant des mauvaises surprises grâce au parrainage de l'entreprise chinoise organisant la ZCECE. Or le partenariat stratégique signé avec le Maroc en 2016 lèverait ces hypothèques.

2. ... au partenariat marocain

Dans le cas marocain, les entreprises chinoises de la filière automobile n'auront pas besoin de l'accompagnement de leurs consœurs nationales dans une bulle délocalisée. Elles ont mieux, les constructeurs automobiles occidentaux avec lesquels elles travaillent déjà en Chine : elles savent déjà ce qu'ils demandent et eux connaissent ce qu'elles peuvent leur fournir (Savage et Akalay, 2015 ; Jacqué, 2015). C'est bien entendu Renault qui produit depuis 2012 dans la zone de Tanger-Med ; c'est aussi PSA Peugeot Citroën qui prévoit pour 2019 la mise en production de son site à Kenitra. C'est encore l'arrivée probable de Volkswagen et l'implantation d'une ligne de montage dans la zone de Kenitra. Mais c'est peut-être aussi la venue de Toyota, de Hyundai voire de Fiat. Quant à Ford, s'il ne compte pas investir dans l'immédiat, il utilise déjà les services des sous-traitants attirés par la dynamique de l'écosystème Renault dans les zones franches marocaines pour alimenter son usine de Valence en Espagne. Tous entretiennent en Chine des relations étroites avec toutes les entreprises de la filière automobile chinoise puisqu'associés à des constructeurs : Ford avec Jiangling (voir *supra*) ; Volkswagen avec Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) et First Automobile Works (FAW) soit le premier et le onzième constructeurs chinois ; Peugeot et Renault avec Dongfeng le troisième constructeur chinois (CCFA, 2016, p. 8]. Les relations entre Peugeot et Dongfeng sont généralement bien connues non seulement parce que la première œuvre avec la seconde en Chine, mais aussi parce que la seconde est entrée au capital de PSA (14%) dans le cadre d'une augmentation de capital en 2014. En revanche, les relations de Renault avec Dongfeng sont moins connues. Le constructeur français a revendu à Volvo Trucks⁷ (lequel avait déjà racheté Renault Trucks en 2001 et Nissan Diesel en 2006) les parts qu'il possédait dans Dongfeng Trucks (également désigné par Dongfeng Commercial Vehicles d'après l'appellation chinoise). Renault gère aussi la production des coentreprises fondées par Nissan et Dongfeng et, depuis 2016, une coentreprise sous son nom (Dongfeng, 2017a ; Volvo, 2013). Il existe donc un écosystème Renault, allant de la Chine au Maroc, à même d'apporter aux entreprises chinoises qui s'installeraient au Maroc sous son aile tous les services que le MOFCOM énumère dans son guide des prestations que devraient proposer les ZCECE (MOFCOM, 2015). Peugeot n'est pas en reste et ordonnance le renforcement de son

⁷ À ne pas confondre avec Volvo Cars qui est la propriété de Geely depuis 2010 après son rachat à Ford.

propre écosystème ; le 22 février 2017, plusieurs responsables du *sourcing* de Peugeot se sont concertés avec des équipementiers et motoristes du groupe Dongfeng en vue d'organiser leur coopération au Maroc (Dongfeng, 2017b). Également, un des plus grands équipementiers automobiles, Faurecia, dispose aussi d'un écosystème allant de la Chine jusqu'au Maroc où il est à même d'accueillir ses sous-traitants chinois.

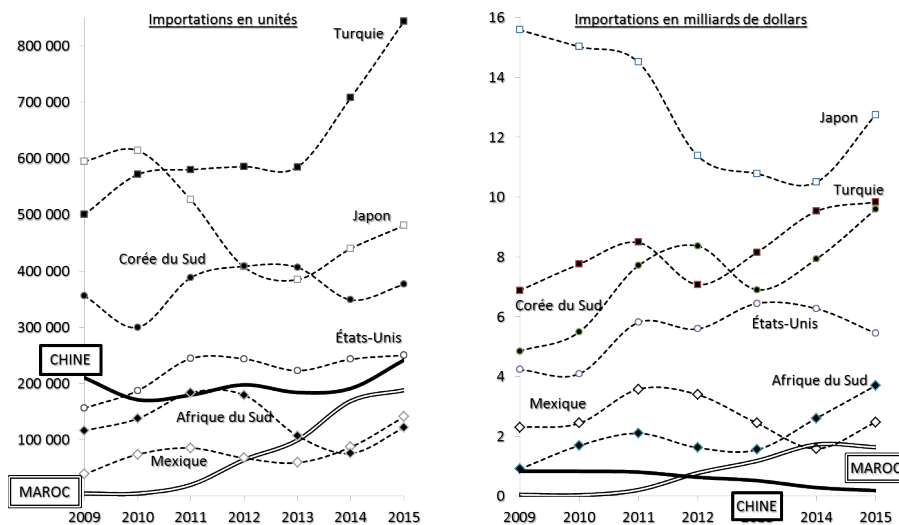
Pour expliquer le basculement en cours de l'Algérie vers le Maroc, il convient aussi de prendre en compte le marché final auquel sont destinés les véhicules qui seront produits au Maroc. En premier lieu, il faut noter que l'Afrique à un taux de motorisation du quart de la moyenne mondiale – de 43 comparé à 170 (ACEA, 2015, p. 41). Le marché automobile africain, que ce soit celui des véhicules de tourisme ou celui des véhicules utilitaires, ne représente pas plus de 1,8% des unités vendues dans le monde (CCFA, 2016, p. 10). Ces marchés sont potentiellement considérables, mais ne justifient peut-être pas aujourd'hui la mise en place d'une stratégie d'investissement. En 2015, un tiers des exportations d'automobiles chinoises dans le monde a eu pour destination l'Afrique, le quart allant à la seule Algérie⁸ dont le niveau de vie mesuré par le revenu national brut par habitant en parité de pouvoir d'achat et l'indicateur de développement humain placent ce pays au troisième rang des pays africains, nettement devant l'Afrique du Sud – mais aussi la Chine⁹. Dans cette conjoncture, ce n'est pas l'importance escomptée du marché marocain, voire africain, qui pourrait seul justifier l'intérêt des entreprises chinoises pour le Maroc.

Le marché européen (celui de l'Union à 28) a augmenté en valeur de 22% de 2009 (le point le plus bas après la crise de 2008) à 2015, mais reste encore en retrait de son niveau record de 2007 (-17%). L'Union européenne représente 20,1% du marché mondial des véhicules de tourisme et 7,6% de celui des véhicules utilitaires (CCFA, 2016, p. 9-10). Les figures 1 et 2 montrent l'évolution des importations par l'Union européenne de véhicules produits hors de ses frontières et les changements dans la structure par partenaires. Nous avons retenu les sept premiers fournisseurs non européens par la valeur de leurs ventes (le septième étant le Maroc) auxquels nous avons ajouté la Chine ; ce faisant, et pour la clarté des graphiques, nous avons exclus par ordre d'importance la Thaïlande, la Serbie et l'Inde qui font mieux que la Chine (chacun, six fois plus en valeur).

Certains fournisseurs comme la Turquie ont considérablement progressé tandis que d'autres comme le Japon ont relativement régressé. Toutefois, la valeur unitaire

⁸ Calculs de l'auteur à partir des statistiques d'exportations en valeur pour les classes CTCI 781 et 782 disponibles dans la base de données en ligne de CNUCED.

⁹ Selon le *Rapport sur le développement humain 2015* publié par le PNUD, l'Algérie, l'Afrique du Sud et la Chine auraient un revenu brut par habitant en parité de pouvoir d'achat respectivement de 13 054, de 12 122 et de 12 547 dollars et un indicateur de développement humain respectivement de 0,748, de 0,666 et de 0,727. Les deux pays africains qui auraient de meilleurs scores que l'Algérie sont l'île Maurice et les Seychelles (tableau 1, p. 208 de la version anglaise).



Figures 1 et 2 : Importations de l'Union européenne de véhicules produits hors de l'Union
Sources : Basé sur (ACEA, 2017 ; UNCTAD [CNUCED], 2017)

de leurs exportations les distingue : le coût en devises d'un véhicule produit au Japon est plus du double de celui produit en Turquie – compte non tenu d'éventuelles différences essentielles. Concernant la Chine et le Maroc, nous observons que les exportations marocaines ne démarrent que vers 2011 et que le nombre de véhicules vendus aux pays de l'Union européenne rejoint le nombre de ceux vendus par la Chine. Néanmoins, les deux pays connaissent des dynamiques quasi inverses. Alors que les exportations marocaines progressent fortement en quantité et en valeur, les chinoises stagnent en quantité, mais régressent en valeur tant et si bien que la Chine se place au douzième rang des fournisseurs des pays de l'Union. L'évolution dont témoignent les figures 1 et 2 n'est pas l'émergence de constructeurs nationaux qui feraient concurrence aux constructeurs chinois, mais la délocalisation des constructeurs européens à la recherche de facteurs de production à bas coûts de préférence à la périphérie de l'Union : parmi les dix premiers fournisseurs d'automobile de l'Union, nous noterons que Renault produit, bien entendu au Maroc, mais aussi en Turquie, en Corée du Sud, en Afrique du Sud, en Serbie, en Inde. Volkswagen produit au Mexique, en Afrique du Sud, en Inde. Ford – de fait un constructeur européen depuis 1925 avec ses gammes propres – produit en Turquie, au Japon, en Corée du Sud, en Afrique du Sud, au Mexique, en Inde... Benz, Fiat, Peugeot ne font pas exception. Les principaux constructeurs japonais (Honda, Toyota...) et le coréen Hyundai se sont également délocalisés en Turquie, au Mexique, en Inde, en Thaïlande... pour vendre en Europe (OICA, 2017 ; CCFA, 2016, p. 26).

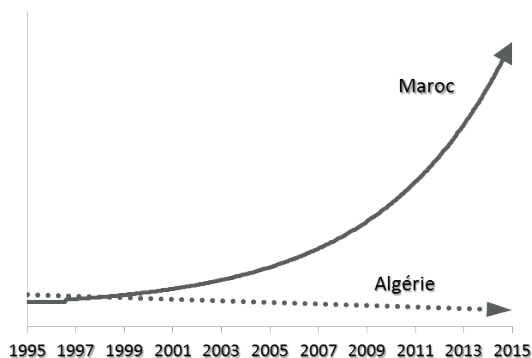


Figure 3 : Avantages comparatifs révélés

Sources : Basé sur (UNCTAD [CNUCED], 2017)

Dès lors, la stratégie marocaine de développement adossé à un écosystème propre au secteur automobile procure au Maroc un avantage comparatif considérable avec lequel l'Algérie n'est pas en mesure de rivaliser. La figure 3 retrace pour ces deux pays l'évolution de l'avantage comparatif comparé tel que permet de le calculer l'indice de Bela Balassa pour la filière automobile¹⁰. Alors que cet indice régresse régulièrement de 1995 à 2015 pour l'Algérie, il progresse exponentiellement pour le Maroc. Les sous-traitants automobiles chinois sachant pouvoir ainsi bénéficier de la présence de leurs donneurs d'ordre habituels, pourront profiter de l'ouverture marocaine dans les meilleures conditions.

Le projet auquel participe le groupe Haite (voir le cadre : Haite) tente une sorte de synthèse. L'idée d'une « Cité Mohammed VI Tanger Tech », n'est de briguer ni l'instauration d'une zone économique spéciale classique ni celle d'une ZCECE (absence d'homologation par le MOFCOM), mais de viser l'érection d'une ville industrielle pour servir de cocon à quelques deux cents entreprises chinoises opérant dans la construction automobile, mais aussi dans l'industrie aéronautique (il ne faut oublier ni la présence d'Airbus et de ses fournisseurs ni maintenant celle de Boeing ni celle projetée de Figec Aero) ou encore le textile puisque Orchestra, le spécialiste français de la mode enfantine qui sous-traite sa production en Chine s'installe à Tanger (Amiar, 2017). Sa réalisation, qui nécessitera une dizaine d'années, doit se faire avec le concours de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima et celui de la Banque marocaine pour le commerce extérieur (BMCE) en partenariat avec le groupe chinois Haite (Pairault, 2017c). À terme donc, il devrait être

¹⁰ L'indice Bela Balassa est un indice assez simple à calculer qui rapporte la part des exportations d'un produit (ici ceux de la filière automobile identifiée à la classe CTCI 78) dans les exportations d'un pays donné (ici le Maroc et l'Algérie) au total des exportations de ce produit dans les exportations mondiales.

Haïte

À l'origine du groupe Haïte il y a Li Zaichun dont le prénom signifie « nouveau printemps », c'est-à-dire « renaissance » ; c'est un membre du parti communiste chinois, un ingénieur militaire de « haut grade » ayant reçu une formation en France à l'Aérospatiale et ayant fait un stage aux États-Unis (Federal Aviation Administration) et en Allemagne (European Joint Aviation Authorities). Son projet entrepreneurial reposait sur l'idée que la Chine devait disposer sur son propre territoire de centres de maintenance aéronautique modernes pouvant accueillir et réparer des Airbus et des Boeing. Haïte a été créé dans la province du Sichuan en novembre 1992 avec un statut d'entreprise de droit public (entreprise collective) avant d'être transformée, en juillet 1999, en une entreprise de droit privé (SARL) puis, en septembre 2000, en une société anonyme par actions qui, sept ans plus tard, est introduite à la bourse de Shenzhen sur le marché réservé aux PME. La part actuelle des capitaux publics dans le capital social n'apparaît pas clairement. La dénomination « Haïte », composée de deux caractères signifiant couramment « mer » et « spécial », n'a aucun sens précis ; elle a été choisie pour sa proximité phonétique avec l'expression en langue anglaise HiTec. Le développement du groupe semble s'être fait essentiellement par fusions-acquisitions et, en 2017, le groupe dirigerait 48 filiales. En 2008, à 67 ans, Li Zaichun se retire de la direction du groupe au profit de son fils, Li Biao ; la famille détiendrait alors un peu moins de 18% des parts du groupe. Le groupe Haïte est à l'avant-garde du mouvement pour un développement intégré des industries militaires et civiles, *min can jun*, lancé par Xi Jinping en 2016 en vue de moderniser l'armée chinoise. Malgré cette implication et ses accointances avec l'Aérospatiale, Haïte n'a pas obtenu de produire sous licence des hélicoptères H135 ni d'emporter le marché des cent hélicoptères qui a été enlevé par un consortium d'entreprises publiques chinoises. Deux sous-filiales du groupe sont actives à Singapour (2015) et en Irlande (2016) ; ce sont des compagnies d'affrètement aéronautique créées pour répondre à une recommandation du gouvernement chinois en 2015. Li Biao dit rechercher des partenariats et disposer des fonds nécessaires sans en préciser la nature ; cette affirmation pourrait expliquer l'aventure marocaine pour laquelle son passé n'a priori pas préparé Haïte.

Sources : (Baidu, 2017 ; Guowuyuan, 2015b ; Haïte, 2016, 2017 ; Zhang et Li, 2017 ; Ruello, 2016 ; Taylor, 2016).

investi un milliard de dollars apportés par la BMCE – non compris l'investissement des entreprises elles-mêmes qui s'installeront (il est annoncé un investissement à terme de dix milliards de dollars ; ce n'est pas un engagement, mais une espérance puisqu'aucun contrat n'a été jusque-là signé).

Conclusion : une évolution significative

L'enthousiasme que manifestait la presse marocaine le jour de la cérémonie de signature du partenariat stratégique contraste quelque peu avec l'apparent désintérêt que suggérait le lendemain la brièveté d'un communiqué au titre sibyllin de l'Agence Chine Nouvelle (ZRZ, 2017) plus ou moins repris d'un communiqué de l'AFP. De même, le mutisme du site du conseiller économique chinois au Maroc géré par le MOFCOM étonne alors que la solennité du palais royal Marchane aurait

dû combler le goût de la propagande chinoise pour la mise en scène des succès de ses entreprises à l'étranger. Également, nous observons qu'au même moment, le site du MOFCOM ne semble n'avoir délivré aucune autorisation d'investissement à l'étranger au groupe Haite pour son programme marocain alors que deux autres opérations sont recensées sous ce nom (MOFCOM, 2017). Tous ces éléments nous interrogent sur le rôle exact de Haite et sur le montage financier véritable de l'opération. Observons que le gouvernement chinois oblige de plus en plus les entreprises chinoises implantées à l'étranger à se financer à l'étranger (Richet, 2017). Cette conjoncture pourrait expliquer que l'initiateur du projet signale qu'il compte sur des prêts bancaires pour financer son opération ; le financeur pourrait alors être la Banque marocaine pour le commerce extérieur (BMCE Bank of Africa) en partenariat avec une structure plus ou moins fantôme (la Morocco-China International Co. dépendant de la chambre de commerce chinoise au Maroc) pour former un fonds d'investissement de précisément un milliard de dollars (TradeArabia, 2016).

Par référence à d'autres opérations, et sans s'opposer pour autant à la précédente remarque, nous pourrions nous demander si le circuit de financement ne passerait pas par des paradis bancaires et fiscaux. Quelle que soit hypothèse retenue, l'opération Haite se ferait grandement hors du contrôle du gouvernement. Cette constatation suggère deux autres observations. La première concerne les rapports que le groupe entretiendra à Tanger avec les entreprises chinoises : il pourrait s'établir une sorte de « marché ethnique du coconnage » s'apparentant davantage à la « protection » qu'offrent les petits entrepreneurs diasporiques chinois à leurs compatriotes fraîchement immigrés qu'à un accompagnement officiel dans le cadre d'une politique de sortie du territoire. La seconde est relative aux rapports entre le gouvernement de la province du Sichuan et le gouvernement central : Guilhem Fabre (2017) montre que la soi-disant lutte contre la corruption menée par Xi Jinping a bien plus souvent été une lutte de clans ayant opposé en particulier Chengdu et Pékin et ayant engendré une fuite de capitaux à la recherche de havres financiers et d'opportunités d'investissement à l'étranger. En ce sens, la stratégie des « nouvelles routes de la soie » pourrait être tout autant un moyen d'ouvrir aux entreprises chinoises les marchés euro-asiatiques qu'un procédé pour favoriser des opportunités d'investissement qui limiteraient les fuites incontrôlées de capitaux et leurs conséquences¹¹.

Dès lors, un basculement de l'Algérie vers le Maroc pourrait ne pas seulement manifester la stratégie économique prônée par le gouvernement chinois, mais

¹¹ Une autre possibilité est révélée par le dernier rapport de l'OCDE et de l'EUIPO (2017) : la Chine serait le principal fabricant de produits contrefaits et le Maroc une plate-forme de redistribution. Le rapport insiste aussi sur le fait que les zones économiques spéciales (comme Tanger-Med) sont des lieux privilégiés pour organiser impunément cette redistribution.

pourrait exprimer une évolution plus déterminante encore de la stratégie des entreprises chinoises elles-mêmes : une autonomisation par leur internationalisation. La recette attribuée à Chen Yun (Cai, 2009) pour contrôler l'économie chinoise aurait fait aujourd'hui long feu ; l'oiseau aurait mis à profit la liberté dont il disposait dans sa cage pour apprendre à en ouvrir la porte et en sortir – *zouchuqu*. Et le Maroc de s'organiser pour attirer les entreprises qui veulent s'envoler. Là où l'Algérie, forte d'une fraternité de combat bientôt septuagénaire (Yang, 2016), n'a jamais conçu de créer des outils parlant directement aux entreprises chinoises, le Maroc a confié la section chinoise (rédigée en langue chinoise) du site de l'Agence marocaine de développement des investissements (AMDI) à la China Business Network (CBN), une agence de communication chinoise enregistrée à Londres – une sous-filiale du grand conglomérat Shanghai Media Group (SMG) – spécialisée dans l'organisation des plates-formes de communication comme celle du bureau pékinois du Programme des Nations-Unis pour le développement (PNUD) ou celle de China Invests Overseas (CIO). La devise de CBN est « amener le monde à la Chine, emmener les Chinois vers le monde » *ba shijie dai dao Zhongguo, dai Zhongguoren qu kan shijie*. Bref, ce que demande pour lui le royaume chérifien.

Nous avons noté plus haut que Jiangling était de fait contrôlé par Ford. Les autres grands constructeurs (occidentaux ou japonais) sont si peu en reste qu'au final 80% des véhicules produits en Chine sont fabriqués sous le contrôle d'entreprises étrangères (Richet, 2015, p. 115 ; Mira et al., 2017, p. 114-120). Aussi, au-delà d'une apparente stratégie chinoise, l'insertion – non aboutie en Algérie, mais qui s'amorce pas à pas sous des formes différentes au Maroc – de la filière automobile chinoise suggère également la présence et la force de canaux multinationaux qui constitueraient les acteurs chinois en chaînons subordonnés aux constructeurs et équipementiers occidentaux et japonais dans les chaînes de valeur. Ainsi, avant de le produire en Tunisie, Peugeot va commercialiser *sous sa marque* en Afrique un pick-up monté par Dongfeng sur la base d'un pick-up Nissan de 1993 et équipé d'un moteur Nissan (Bergerolle, 2017) – Dongfeng qui est en partenariat avec Peugeot et Renault lequel pilote le groupe Renault-Nissan. Par suite, la politique chinoise de sortie du territoire apparaît aussi comme instrumentalisée par de grandes multinationales non chinoises au profit d'une relocalisation de leurs centres d'assemblage au plus près de leurs marchés, et l'insertion juste amorcée au Maroc ou en cours ailleurs des constructeurs et équipementiers chinois ne serait guère plus qu'une modalité de la mondialisation des constructeurs occidentaux et japonais.

Bibliographie

- ACEA [Association des constructeurs européens d'automobiles]. (2015). *2015-2016 Automobile Industry Pocket Guide*, Bruxelles, ACEA, juin, 41.
- Adel, A., Pairault, Th. et Talahite, F. (dir.). (2017). *La Chine en Algérie : Approches socio-économiques*, Paris : ESKA.
- Al Bayane (2013, November 14). *Ali Yata, l'authentique défenseur de la cause nationale*, publié dans *Al Bayane*. Repéré à www.maghress.com/fr/albayane/119095 par l'agréateur Maghress
- Amiar, J. (2017, March 23). *Orchestra investit 120 MDH sur 5 ans au Maroc*. Repéré à www.medias24.com/MAROC/ECONOMIE/ENTREPRISES/172015-Tanger-Orchestra-investit-35-MDH-dans-son-plus-grand-magasin-d-Afrique.html
- Baida, J. (2010). Le communisme au Maroc pendant la période coloniale (1912-1956), *Proceedings of the Conference 'European Totalitarianism in the Mirrors of Contemporary Arab Thought'*, Beirut, October 6-8, Hg. Manfred Sing (Orient Institute Studies, 1), §22. Repéré à www.perspectivia.net/publikationen/orient-institut-studies/1-2012/baida_communisme
- Baidu (2017). *Li Zaichun* [Biographie de Li Zaichun dans l'encyclopédie Baidu]. Repéré à baike.baidu.com/item/%E6%9D%8E%E5%86%8D%E6%98%A5
- Benbraham, K. et Pairault, Th. (2017). L'Algérie et la question des ZES 'à la chinoise', Dans : A. Adel, Th. Pairault et F. Talahite (dir.), *La Chine en Algérie : Approches socio-économiques*, Paris : ESKA, 97-100.
- Bergerolle, É. (2017, June 20). Les photos officielles du véhicule utilitaire Peugeot Pick Up destiné à l'Afrique, *Challenge*. Repéré à www.challenges.fr/automobile/nouveautes/premieres-images-officielles-du-peugeot-pick-up-destine-a-l-afrique-et-maghreb_481580
- Cai, T. (2009). Dui Chen Yun « niao long jingji » shuo de zai renshi [Revisiter la théorie de 'l'économie en cage' de Chen Yun], *Zhongguo shiyu daxue xuebao* [Revue de l'université chinoise du pétrole (SHS)], 25(1), 15-19.
- CCFA [Comité des constructeurs français d'automobiles]. (2016). *L'industrie automobile française : analyse et statistique*, [1].
- Chen, Y. (2009). Jiang Zemin 'zou chuqu' zhanlüe de xingcheng ji qi zhongyao yiyi [La mise en place et l'importance de la stratégie de 'sortie du territoire' de Jiang Zemin], *Dang de wenxian* [Party Literature], (1), 63-69.
- Diplomatica (2013, september 30). 1959 : Ali Yata rencontre Mao » in numéro spécial du magazine *Diplomatica* retraçant « 55 ans d'amitié entre la Chine et le Maroc. *Revue de la Fondation diplomatique*, 7. Repéré à issuu.com/diplomatica/docs/d59w
- Dongfeng (2017a). *Touzizhe guanxi* [Rapports avec les actionnaires]. Repéré à www.dfm.com.cn/scn/RoadShow.aspx
- Dongfeng (2017b, February 24). Dongfeng ling bujian jituan ying lai PSA jituan keren [Le groupe Dongfeng Components accueille les invités du groupe PSA]. Repéré à www.dfgpcgroup.com/indexDetail.action?methods=detail&fid=21&detailid=1054
- Fainsilber, D. (2012, February 10). Quatre questions autour du site Renault de Tanger, *Les Échos*, Repéré à www.lesechos.fr/10/02/2012/lesechos.fr/0201893342969_quatre-questions-autour-du-site-renault-de-tanger.htm#r0xG5752GmkBhJWe.99

- Fabre, G. (2017). Xi Jinping's Challenge : What is behind China's anti-corruption campaign?, *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 5(2), 7-28.
- Guowuyuan [Le Conseil des affaires de l'État] (2015a, May 13). *Guowuyuan guanyu tuijin guoji channeng he zhuangbei zhizao hezuo de zhidao yijian Guo Fa (2015)30* [Directives pour la coopération internationale en matière de capacités de production et de manufacture d'équipement Guo Fa (2015)30]. Repéré à www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/16/content_9771.htm
- Guowuyuan [Le Conseil des affaires de l'État], (2015b, August 31). *Guanyu jiakuai feiji zulin yewu fazhan de yijian* [À propos du développement de l'affrètement aéronautique]. Repéré à www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/07/content_10144.htm
- Haite (2016, March 29). *Sichuan Haite gaoxin jishu gufen youxian gongsi 2015 nian niandu baogao* [Rapport annuel de l'exercice 2015 de Sichuan Haite High-Hech Co ltd], 93-95. Repéré à disclosure.szse.cn/finalpage/2016-03-29/1202088434.pdf
- Haite (2017, February 12). Sheng zhengxie Chen Fang fuzhuxi xie zhengxie weiyuan yixing dao Haite jituan diaoyan [Le vice-président Chen Fang avec une délégation de la Commission consultative du peuple chinois de la province sont venus visiter Haite]. Repéré à www.haitegroup.com/news/shownews.php?lang=cn&id=50&pcok=pc
- HuffPost Algérie (2017, March 11). Les gros œuvres du minaret de la Grande mosquée d'Alger achevés, *Al Huffington Post*. Repéré à www.huffpostmaghreb.com/2017/03/11/minaret-grande-mosquee_n_15300930.html
- Jacqué, P. (2015, May 25). Automobile : le Maroc conforte sa position de base mondiale. *Le Monde*. Repéré à www.lemonde.fr/economie/article/2015/05/26/automobile-le-maroc-conforte-sa-position-de-base-mondiale_4640958_3234.html#z76bcXzHuQGWcrH K.99
- JMC (2017). *Touzizhe guanxi* [Rapports avec les actionnaires]. Repéré à www.jmc.com.cn/categories/52
- Li, Ch. (2008). Jingwai jingmao hezuo qu jianshe yu woguo qiye 'zouchuqu' [L'établissement des ZCEC et la politique chinoise de 'sortie du territoire'], *Guoji jingji hezuo* [Coopération économique internationale], 7, 25-28.
- Mira, R., Pairault, Th. et Talahite, F. (2017). L'insertion des constructeurs chinois dans la filière automobile en Algérie. Dans : A. Adel, Th. Pairault et F. Talahite (dir.), *La Chine en Algérie : Approches socio-économiques*, Paris : ESKA, 101-120.
- MOFCOM [Ministère du Commerce] (2010, September 10). *Jingwai jingmao hezuo qu* [Zones de coopération économique et commerciale à l'étranger]. Repéré à fec.mofcom.gov.cn/article/jwjmhq/article02.shtml
- MOFCOM [Ministère du Commerce] (2015, November 3). *Jingwai jingmao hezuo qu fuwu zhinan fanben* [Ébauche d'un guide des services proposés par les ZCECE]. Repéré à hzs.mofcom.gov.cn/article/zcfb/jwjmhq/201511/20151101153854.shtml
- MOFCOM [Ministère du Commerce] (2017). *Jingwai touzi qiye (jigou) bei'an jiegou gongkai minglu* [Registre public des entreprises et institutions autorisées à investir à l'étranger]. Repéré à femhzs.mofcom.gov.cn/fecpmvc/pages/fem/CorpJWList.html
- MOFCOM [Ministère du Commerce], Bureau national des statistiques et Bureau national des changes (2016, December 30). *Duiwai zhijie touzi tongji zhidu* [Système statistique de l'investissement direct à l'étranger]. Repéré à fec.mofcom.gov.cn/article/ywzn/dwtz/zcfg/201701/20170102502827.shtml

- OCIA [Organisation internationale des constructeurs automobiles] 2017, *OICA – Worldmap motor vehicles production sites*. Repéré à www.oica.net
- OCDE et EUIPO (2017). *Mapping the Real Routes of Trade in Fake Goods*. Repéré à http://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/Mapping_the_Real_Routes_of_Trade_in_Fake_Goods_en.pdf
- Pairault, Th. (2013). Les entreprises chinoises sous la tutelle directe du gouvernement illustrées par leur investissement en Afrique. *Revue de la Régulation*, 13. Repéré à regulation.revues.org/10195
- Pairault, Th. (2016). La Chine en Algérie : quelle industrialisation ?, *Outre-Terre*, 2 (47), 165-179.
- Pairault, Th. (2017a). Algérie : quelle présence économique chinoise ? Dans : Abderrezak Adel, Thierry Pairault et Fatiha Talahite (dir.), *La Chine en Algérie : Approches socio-économiques*. Paris : ESKA, 33-68.
- Pairault, Th. (2017b). La Chine au Maghreb : de l'esprit de Bandung à l'esprit du capitalisme, *Revue de la Régulation*, 21. Repéré à regulation.revues.org/12230
- Pairault, Th. (2017c). La Chine, Le Maroc et la «Cité Mohammed VI Tanger Tech . Repéré à pairault.fr/sinaf/index.php/chine-algerie/1026
- Richet, X (2015). L'industrie automobile chinoise : de la coopération à l'internationalisation. Dans : J.-F. Huchet et al. (dir.), *Chine, Inde : les firmes au cœur de l'émergence*. Rennes : PUR.
- Richet, X. (2017, May 18). Une nouvelle donne pour les investissements directs étrangers chinois, *The Conversation*. Repéré à theconversation.com/une-nouvelle-donne-pour-les-investissements-direc-ts-etrangers-chinois-77195
- Ruello, A. (2016, June 16). Hélicoptères : Airbus frappe un grand coup en Chine. *Les Échos*. Repéré à www.lesechos.fr/13/06/2016/lesechos.fr/0211022892962_helicopteres---airbus-frappe-un-grand-coup-en-chine.htm#GMAoiMiTqTJgpOSH.99
- Savage, T. E. et Akalay A. (2015, August 4). Quelles ont été les coulisses des négociations du Maroc avec les grands groupes automobiles?. *TelQuel*. Repéré à telquel.ma/2015/08/04/quelles-ont-ete-les-coulisses-des-negociations-du-maroc-avec-les-grands-groupes-automobiles_1458370
- SEC [US Securities and Exchange Commission] (2014). *Annual report for the fiscal year ended December 31, 2014 – Ford Motor Company*. Repéré à www.sec.gov/Archives/edgar/data/37996/000003799615000013/f1231201410-k.htm
- Taylor, E. (2016, July 13). China's Haite looks to build international partnerships. *Flight Global*. Repéré à www.flightglobal.com/news/articles/farnborough-chinas-haite-looks-to-build-internatio-427348/
- Tang, X. (2015, December 23). 'Zouchuqu' de changshi zhong fei gong jian gongye yuanqu de huigu yu zhanwang (er) [Bilan et perspectives des essais de la politique de sortie pour établir des parcs industriels sino-africains (2)]. *Fenghuang guoji zhiku* (Phoenix Int'l Think Tank). Repéré à pit.ifeng.com/a/20151223/46796147_0.shtml
- TradeArabia (2016, May 15). Morocco's BMCE Bank signs two deals with China Africa fund. Repéré à www.tradearabia.com/news/IND_306867.html
- UNCTAD [CNUCED]. (2017). Repéré à <http://unctadstat.unctad.org/>
- Volvo (2013). *Volvo Group acquires 45% of Dongfeng Commercial Vehicles*. Repéré à www.volvogroup.com/SiteCollectionDocuments/VGHQ/Volvo%20Group/Investors/Documents,%20misc/Volvo-DFCV-final.pdf

- Xinhua (Agence Chine Nouvelle) (2008, May 4). Jiangxi jihua touzi 38 yi yuan zai A'èrjiliya jian jiangling jingmao hezuo qu [la province du Jiangxi compte investir 3,8 milliards de yuans en Algérie pour construire une ZCECE]. Repéré à news.xinhuanet.com/news-center/2008-05/04/content_8098057.htm
- Yang, G. (2016). Allocation de Yang Guangyu (ambassadeur de Chine en Algérie) rapportée par l'APS et repris par *Maghreb Émergent* le 24 mai 2016. Repéré à www.maghrebemergent.info/actualite/breves/fil-maghreb/73754-la-chine-apprecie-le-role-stabilisateur-de-l-algerie-dans-la-region-ambassadeur.html
- Zhang, S. E et Li, Q. (2017, February 17). Duihua 'chengdu zao' zhang men ren | bieren shuo shi 'sihutong', Haite jituan que zuo chengle shangye diguo [Dialogue avec ceux qui 'font Chengdu' – Certains disaient que c'était 'une impasse', mais le groupe Haite est devenu un empire commercial]. *Chuan bao guan cha* [L'observateur du quotidien du Sichuan]. Repéré à cbgc.scol.com.cn/rdxw/201702/t20170217_89718.html
- ZRZ (Zhongyang renmin zhengfu) [Gouvernement populaire central] (2017, March 21). Zhong qi jiang canyu Moluoge keji cheng jianshe [Une entreprise chinoise participera à la construction d'une technopole au Maroc]. Repéré à www.gov.cn/xinwen/2017-03/21/content_5179326.htm