

Le marché des voitures neuves confirme son frémissement en octobre

Après deux mois, août et septembre, de léger rebond venant mettre fin à une longue série de quatorze mois de recul consécutifs, le marché français des voitures neuves a confirmé son orientation haussière en octobre, avec 124 981 immatriculations, soit + 5,5 %. On ne peut que s'en réjouir, même si l'indice de comparaison avec 2019 demeure cruel : - 33,9 % sur le mois d'octobre et près de 600 000 unités en moins au cumul des dix premiers mois de l'année. Par ailleurs, le marché des voitures d'occasion reste dans le dur et déplore un onzième mois consécutif de retrait.

Malgré ce troisième mois consécutif de progression, le marché français du neuf reste dans le rouge au cumul des dix premiers mois de l'année, accusant encore une baisse à deux chiffres (- 10,3 %). AAA DATA, l'expert de la donnée augmentée, enregistre 124 981 immatriculations de voitures neuves sur le mois écoulé, contre 118 519 en octobre 2021.

« Ce troisième mois consécutif de hausse semble au moins montrer que la longue chute du marché provoquée par la crise sanitaire puis les pénuries est enfin enrayée », déclare Julien Billon, directeur général de AAA Data. « Les volumes restent toutefois à des niveaux historiquement faibles. L'inflation et les pénuries sont toujours là, les clients restent attentistes face à la transition vers l'électrique et ils ne sont sans doute pas prêts à suivre l'augmentation des prix des voitures. D'ailleurs sur le marché du VO les modèles les plus anciens sont ceux dont les transactions reculent le moins, malgré les restrictions à venir dans les ZFE et la volonté de renouveler le parc. »

Les régions de l'Ouest de la France sont dynamiques

En octobre, la plupart des régions enregistrent une nette progression du marché des voitures neuves. On note que l'Île-de-France retrouve le seuil de 20 % des immatriculations en France. Le podium des régions est complété par l'Auvergne Rhône-Alpes et les Hauts-de-France. Les régions de l'Ouest ont fait preuve de dynamisme en octobre, à l'image de la Normandie (+ 25 %) et de la Bretagne (+ 16 %). Toujours sujette à d'importantes variations, la Corse est aussi en forte croissance (+ 73 %).

Les modèles électriques supplantent une nouvelle fois les diesels

Après le symbole du mois de septembre, octobre vient confirmer l'entrée dans une nouvelle étape de la transition énergétique. En effet, pour la deuxième fois, les mises à la route de véhicules 100 % électriques ont été plus nombreuses – à quelques unités près – que celles de véhicules diesels (16 861 électriques contre 16 850 diesels). Sur le mois comme au cumul des dix premiers mois de l'année, les modèles 100 % électriques représentent 13 % du marché. Un marché qui reste dominé par les voitures essence (38 % de part en 2022) et les hybrides (28 % de part), malgré l'érosion continue du segment des hybrides rechargeables (- 12 %). Si les volumes restent modestes, les énergies alternatives continuent de progresser (+ 59 % pour une part de marché qui s'établit à 5 %).

Le marché de l'occasion a continué à baisser en octobre

Le marché des voitures d'occasion accuse un nouveau mois de repli marqué en octobre (- 13,8 %, avec 439 421 transactions). Le segment des véhicules d'occasion de moins de cinq ans poursuit sa descente aux enfers (- 25 % soit 137 266 unités). Mécaniquement frappé par la contraction du marché du véhicule neuf, il pâtit d'un manque de disponibilité de matériel récent.

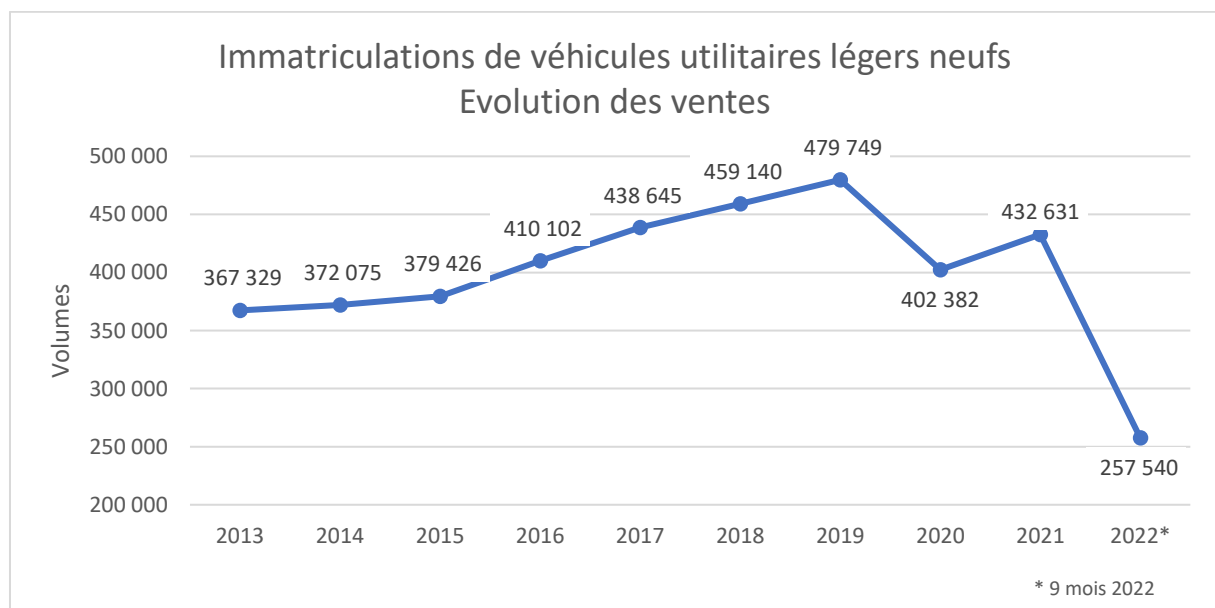
Par ailleurs, le segment des voitures d'occasion de plus de dix ans est celui qui résiste le mieux, avec un recul contenu de 4,6 %. Sur fond de polémiques autour du déploiement des Zones à faibles émissions (ZFE) et de décisions européennes entérinant la fin de la commercialisation des voitures neuves thermiques en 2035, il est intéressant de constater que les véhicules d'occasion Crit'Air 3 et plus continuent de représenter plus de 34 % des transactions sur le mois comme depuis le début de l'année. La transition énergétique sera bien mise à la -rude- épreuve du pouvoir d'achat des ménages français.

La stabilité historique du marché des VUL ébranlée par la pénurie de composants électroniques

Traditionnellement important en France, en large partie grâce à l'expertise des constructeurs domestiques, le marché du VUL se caractérise aussi par sa robustesse. Il est considéré comme un reflet de la confiance des entreprises et ses variations se révèlent souvent corrélées aux indicateurs macro-économiques. Au cours des dix dernières années, il a fait montre d'une remarquable stabilité, enregistrant même une progression régulière de 2013 à 2019.

La crise du Covid a naturellement marqué un gros coup d'arrêt en 2020, mais le marché a retrouvé un niveau élevé en 2021, sans atteindre pour autant ses résultats d'avant crise.

Le véritable choc intervient cette année, car la pénurie des composants électroniques frappe aussi le marché des utilitaires dont le niveau d'équipements moyen a fortement progressé ces dernières années. Les problèmes de production auxquels font face les constructeurs ont les mêmes conséquences que pour les véhicules particuliers, notamment des délais de livraison qui s'allongent dangereusement. Si l'appréciation du délai de livraison diffère entre un particulier et une entreprise, la nécessité de l'outil de travail faisant loi dans le dernier cas, il n'en demeure pas moins que plus de six mois d'attente sont difficiles à faire accepter. Dans certains cas de figure, les constructeurs ont dû se résoudre à livrer des véhicules semi-finis, où la console centrale venait à manquer par exemple. Une extrémité qui vient souligner la tension de ce segment de marché.

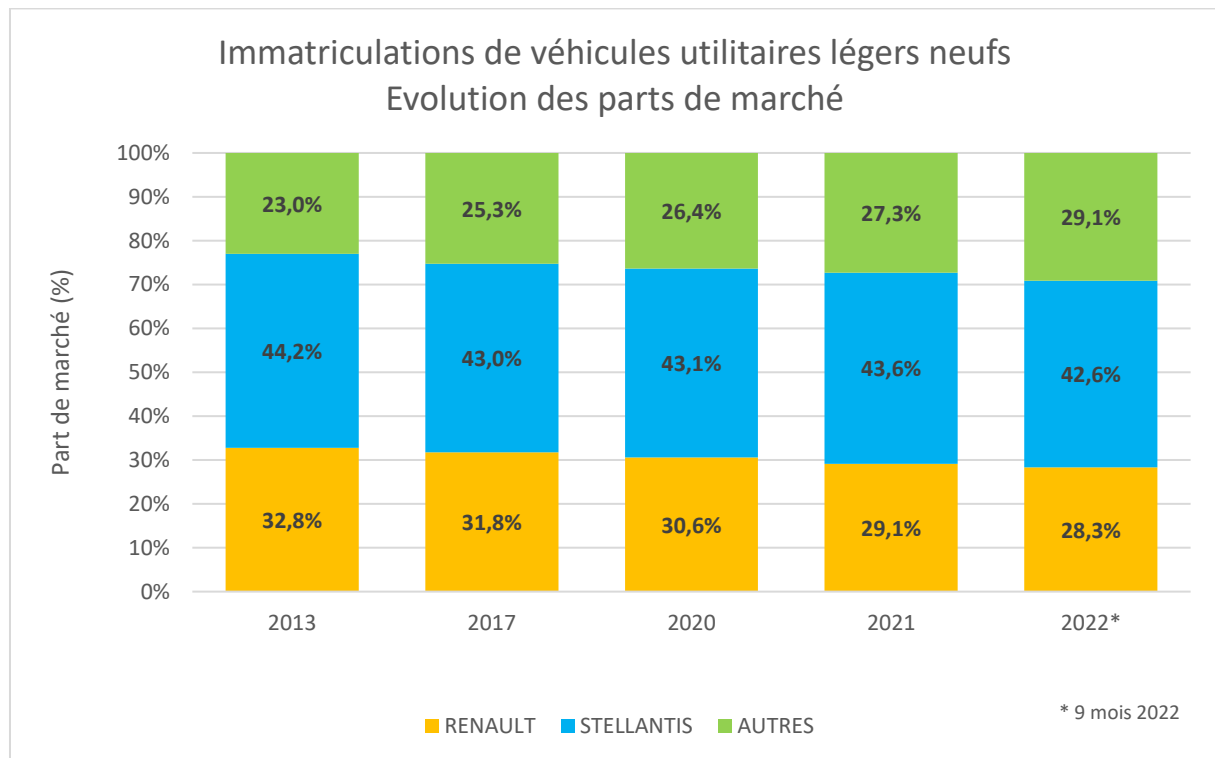


Les groupes français maîtres en leur royaume

Les marques françaises dominent le marché des VUL et elles sont d'ailleurs aussi exportatrices et puissantes sur plusieurs marchés européens. En raisonnant par groupe, Stellantis, fruit de la fusion entre PSA et FCA, est l'incontestable leader. Au niveau des marques, c'est Renault qui est le plus souvent en position de force.

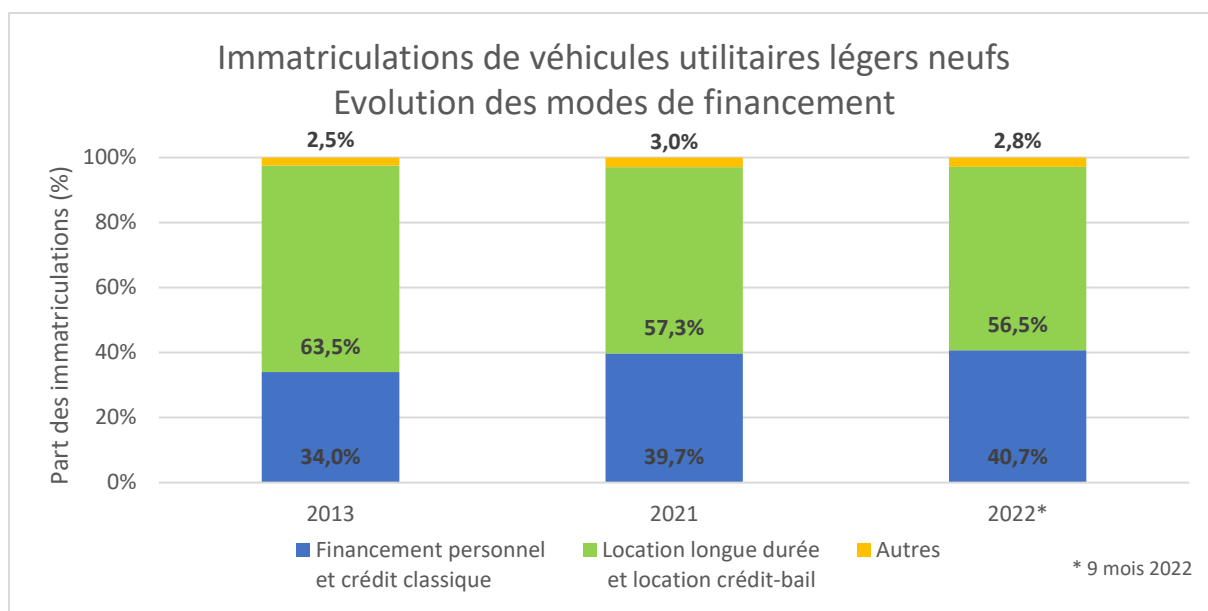
La répartition des parts de marché est très stable au cours des dix dernières années. Le groupe Renault représente presque un tiers du marché, mais subit une légère érosion depuis 2019. De son côté, Stellantis oscille entre 42 et 44 % de parts de marché. Les futures synergies au sein du groupe favoriseront sans doute un effet d'échelle avec Fiat, mais aussi Iveco, même si la marque a été placée sous le pavillon d'Exor. Le dernier quart du marché français du VUL revient à quelques marques étrangères qui ont su trouver leur place : Ford, Volkswagen Utilitaires, Mercedes-Benz Vans et à un degré moindre, Toyota.

On peut noter que les légers glissements de parts de marché ont profité aux marques étrangères. Un mouvement qui pourrait s'amplifier à l'avenir, notamment avec l'arrivée attendue de Hyundai – Kia sur le segment du VU en Europe.



Financement : la LLD perd du terrain

Les produits de financement locatifs, LLD et location crédit-bail, séduisent assez logiquement les entreprises, ce qui s'explique notamment par les règles comptables. Toutefois, l'acquisition sur fonds propres et par le crédit classique restent très bien représentés et ils sont même en progression entre 2013 et 2021. En outre, la location de courte durée joue pleinement son rôle d'appoint et de variable d'ajustement aux pics d'activité.



Transition énergétique, le hic...

Sur le marché des VUL, le diesel reste un roi sans partage, dépassant encore aujourd'hui 80 % de pénétration. Certes, il décline légèrement depuis 2019 où il pesait encore plus de 90 % dans le mix énergétique. Ce fléchissement s'opère au profit de l'essence et de l'électrique, mais encore à la marge.

À l'examen des parts de marché des VUL 100 % électriques, force est de constater que ces versions ne correspondent pas à la demande. En cause, l'autonomie limitée, le temps de charge (encore problématique par rapport au planning d'une journée de travail), et des capacités de charge (en volume et en poids) des véhicules revues à la baisse.

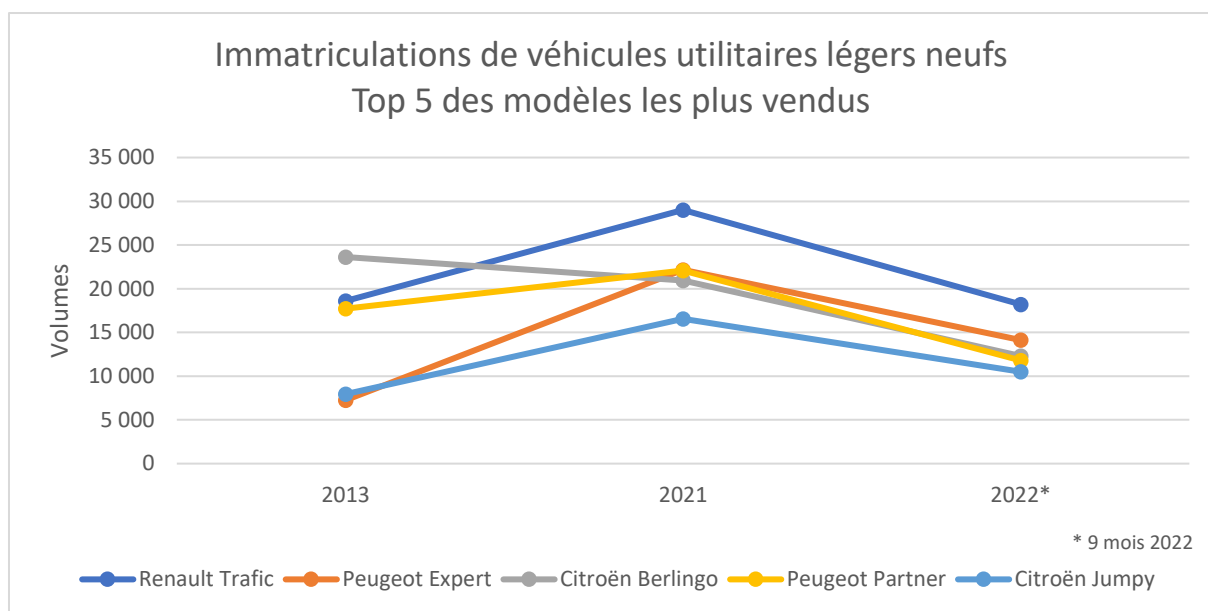
A l'heure où les ZFE vont se déployer et se généraliser sur l'ensemble du territoire, alors que le e-commerce est en plein essor, porté par le spectaculaire développement des marketplaces, ce qui multiplie les opérations de livraisons urbaines, la question reste à la fois ouverte et pesante. Les multiples initiatives et expérimentations sur la livraison du dernier km en attestent. Les prochaines années s'annoncent décisives, surtout que le sujet est politiquement sensible.

Évolution du mix énergétique du marché VUL en France (en unités)

	2013	2021	2022 (9 mois)
Marché VUL France	297 566	323 335	191 039
<i>100 % Électrique</i>	5168 (1,7 %)	10 749 (3,3 %)	8493 (4,5 %)
<i>Essence</i>	4820 (1,6 %)	22 482 (7 %)	16 582 (8,7 %)
<i>Gazole</i>	287 129 (96,5 %)	281 717 (87,1 %)	159 018 (83,2 %)
<i>Autres</i>	449 (0,2 %)	8387 (2,6 %)	6946 (3,6 %)

Des best-sellers bien installés

Dans le top 5 des VUL les plus vendus en France, on retrouve des valeurs sûres intimement liées à l'activité des artisans en France, à l'image du Renault Trafic. Ces cinq modèles représentent à eux seuls environ un tiers du marché global. Entre ces différents modèles, les variations de performances s'expliquent surtout à l'aune du cycle de vie des véhicules, et souvent à la marge. Les nouvelles plateformes électriques pourraient faire bouger les lignes un peu plus significativement, mais cela reste encore à démontrer.



Rang 2022	Modèle	2013	2021	2022*
1	Renault Trafic	18 592	29 009	18 211
2	Peugeot Expert	7 254	22 164	14 117
3	Citroën Berlingo	23 625	20 937	12 308
4	Peugeot Partner	17 732	22 078	11 800
5	Citroën Jumpy	7 944	16 555	10 501

AAA DATA adopte une nouvelle segmentation de marché

AAA Data fournit des données et les valorise pour de nombreux secteurs (banque, assurance, constructeurs, distribution, énergie...). Son expertise est notamment reconnue dans le secteur automobile et afin de répondre aux évolutions du marché, AAA DATA a fait évoluer sa segmentation. Cela concerne principalement la catégorie des SUV, qui déclinent désormais la nomenclature communément utilisée par les constructeurs (B-SUV, C-SUV, etc.), mais aussi les véhicules dits MPV (*multi-purpose vehicle* ou véhicule multi-usage) en apportant une précision supplémentaire à la catégorisation selon les différents types de carrosserie (berline, break, tout-chemin...).

« La nouvelle segmentation AAA Data apporte de la cohérence et formalise une nomenclature conventionnelle du périmètre VP en tant qu'indicateur de marché pour les acteurs du secteur automobile », explique Bertrand Gallienne, analyste métier au sein de AAA Data.

Plus d'informations ou de données sur demande auprès du service de presse.

Contact Presse :

aaadata@rumeurpublique.fr

Diane Loth – 06 22 73 56 43

Stéphane Chevalier – 06 26 63 69 08

À propos de AAA DATA :

AAA DATA, acteur historique et de référence de la donnée valorisée, détecte et identifie les comportements, les besoins et tendances des consommateurs pour anticiper les usages de demain et proposer à ses clients des modèles sur-mesure. AAA DATA s'appuie sur une base de données fiable et avérée. Grâce à son référentiel de données et à son expertise, AAA DATA a su développer des solutions innovantes et anticiper les besoins de demain, et ce dans une grande variété de domaines de consommation. <https://www.aaa-data.fr>