

Marché automobile français : un premier semestre placé sous le signe du redressement

- **Hausse de 15% du marché des VPN au premier semestre**
- **Hausse de 12% du marché des VPN en juin**
- **Le véhicule d'occasion à la peine au premier semestre**
- **Les SUV représentent une part du marché français VPN de 46 % sur les cinq premiers mois de l'année**

Le marché automobile français a poursuivi sa progression sur le mois de juin, bouclant un premier semestre 2023 placé sous le signe du redressement. Néanmoins un hiatus apparaît entre le dynamisme des livraisons, sous effet de rattrapage, et l'assèchement des prises de commandes. Au niveau de la transition énergétique, le diesel perd encore beaucoup de terrain, alors que l'essence se stabilise. Une situation qui profite aux véhicules hybrides et électriques, mais il n'y a pas de raz-de-marée pour autant.

A l'aube d'un second semestre très incertain, retour sur les faits saillants de la première moitié de l'année 2023, avec un gros plan sur le segment roi, celui des SUV qui trustent d'ailleurs une grande partie des lancements de nouveaux produits.

A l'épreuve des faits et des données, les experts de AAA DATA ont voulu savoir si les ZFE avaient un impact significatif sur les achats automobiles des Français, VN comme VO.

Un mois de juin toujours en hausse pour les véhicules neufs

Dans le secteur automobile, juin est traditionnellement le mois qui compte le plus grand nombre d'immatriculations, un mois à ne pas manquer, souvent marqué par des journées portes ouvertes et de nombreuses animations commerciales. Le mois de juin 2023 a tenu son rang et surtout poursuivi la tendance haussière du marché.

Selon AAA DATA, l'expert de la donnée augmentée, le périmètre du VPN (véhicule particulier neuf) ressort en hausse de + 12%, par rapport à juin 2022, à 190 847 immatriculations. Celui du VUN (véhicule utilitaire neuf) suit une progression identique : +16,9% à 42 700 immatriculations.

L'occasion retrouve enfin des couleurs

Quant au marché des véhicules d'occasion (VO), il met fin à une longue série de mois en repli pour revenir dans le vert, avec 468 262 transactions, soit + 3,4%. Le marché a été porté par le segment des VO de 10 ans et plus (+ 5,6%) et celui des VO de 5 à 10 ans (+ 5,8%). Les VO récents, de moins de 5 ans, restent en négatif en juin (- 1,3%).

Un redressement contrasté sur les six premiers mois de l'année

Au niveau du premier semestre 2023 dans son ensemble, à défaut de retrouver son niveau d'avant la crise sanitaire, le marché du VPN a retrouvé des couleurs : +15% pour 889 776 immatriculations par rapport aux six premiers mois de 2022. Le meilleur semestre depuis 2021. Le poids des pénuries qui grippaient les outils de production des constructeurs est moins lourd et certains professionnels parlent d'un effet mécanique de rattrapage. Notons que la tension qui pèse sur le transport des véhicules est encore très prégnante et pénalise fortement certains constructeurs. En clair, on manque toujours de camions et de chauffeurs.

Le marché du VUN bénéficie d'un effet de rattrapage moindre et affiche une hausse légère de 3,8% à 190 722 unités. Le secteur des VUL (véhicules utilitaires légers) a été rudement frappé par les pénuries et les arbitrages afférents des constructeurs, ce qui a laissé s'envoler les délais de livraison.

Longtemps habitué à la chasse aux records ces dernières années, le marché du VO confirme qu'il rentre dans le rang et déplore même un recul au premier semestre 2023 : -4,4% par rapport à la même période de l'an dernier, pour 2 611 360 unités. Pour expliquer ce phénomène, on peut avancer en terrain connu et rappeler que l'offre de véhicules d'occasion récents reste restreinte, conséquence directe des tensions vécues ces derniers mois sur le marché des véhicules neufs. En outre, les prix toujours élevés sur le marché du VO ne peuvent que freiner les achats, surtout avec le retour de l'inflation. La situation favorise donc l'activité sur les segments des VO anciens et le diesel, ce qui n'est pas nécessairement une bonne nouvelle par rapport aux enjeux environnementaux. Toutefois le mois de juin a stoppé l'hémorragie et peut laisser penser que le marché du VO va se restabiliser.

Par ailleurs, sur le marché du VO, au cours des cinq premiers mois de l'année, la ventilation des vignettes Crit'Air se décline comme suit : 32% pour Crit'Air 0 et 1, 35% pour Crit'Air 2, et 33% pour Crit'Air 3 et plus. Notons encore que la part du segment des sociétés sur le marché du VO (6%), continue à progresser, avec une hausse de 4%.

Marie-Laure Nivot, responsable Intelligence Marchés au sein de AAA DATA : « Sur les trois scénarii envisagés pour 2023 en ce début d'année (optimiste avec un retour à un marché de 2 millions de voitures neuves vendues, pessimiste avec un marché à moins de 1,5 million d'unités écoulées, et business as usual, avec une hausse sans pour autant retrouver les niveaux d'avant crise), le scénario « business as usual » semble se confirmer avec les résultats de ce premier semestre. Cependant, les perspectives les plus pessimistes ne sont pas encore totalement écartées ».

Coup de projecteur sur les grandes tendances du premier semestre 2023 (chiffres arrêtés du 01/01/2023 au 31/05/2023)

- L'électrique peine à percer sur le marché des motos neuves

Le marché des motos neuves est en progression sur les cinq premiers mois de 2023, + 4,8% à 92 200 immatriculations, essentiellement grâce aux motos essence. En effet, les motos électriques sont encore trop rares, coûteuses, et selon les segments de ce marché, le changement culturel que représente le changement d'énergie est significatif pour les clients. Sur la période, les motos électriques tutoient 5% de parts de marché, mais sur une dynamique *flat*.

- Lendemain de fête pour le marché des Véhicules Sans Permis (VSP)

Après avoir connu une croissance spectaculaire ces derniers mois, le marché des VSP est en repli sur les cinq premiers mois de 2023 : - 4,7%, pour 9 073 unités.

Le Renault Twizy sort peu à peu du paysage (34 unités) et certaines marques ne traversent pas un cycle très porteur. Aixam, le leader du marché, fait valoir une part de 44,7%. L'effet AMI, qui avait vraiment boosté le marché à lui seul, revient à la normale, même si Citroën dispose de 27,8% de parts. Vu son positionnement et son tarif, la clientèle potentielle ne peut pas toujours aller en s'élargissant. Toutefois, il a su rajeunir le segment et changer la perception qu'en ont beaucoup d'observateurs. Selon toute vraisemblance, le marché des VSP ne devrait pas connaître un nouvel essor significatif à court terme. En effet, l'introduction de VSP électriques sur le marché ne saurait suffire, car comme pour les VPN, cela entraîne un renchérissement des produits, qui éloigne de facto un nombre certain d'acheteurs potentiels.

- Garder la juste mesure de l'importance de l'arrivée des marques chinoises en France

Au premier chef, il convient de faire le nécessaire distinguo entre les marques chinoises qui s'implantent en Europe, dont la France, et les marques qui produisent en Chine et exportent ensuite en Europe. L'exemple le plus emblématique est naturellement la Spring de Dacia, même si on retrouve aussi des modèles premium dans ce cas de figure (chez BMW ou Volvo par exemple). En 2030, la Chine devrait représenter plus d'un million de véhicules importés en Europe, mais il n'y a pas forcément lieu de crier au loup si on tient compte que ces importations de Chine viendront, presque dans la même proportion, des constructeurs chinois et des marques européennes.

Actuellement, l'examen des chiffres du marché révèle davantage un emballement autour d'une supposée invasion chinoise en France, comme en Europe. En effet, les véhicules fabriqués en Chine et vendus en France représente 0,8 % du marché sur les cinq premiers mois de 2023. Le lancement réussi de MG est très largement commenté, à raison, mais il reste encore logiquement limité en volume (9 033 unités sur la période). En revanche, de nouvelles marques vont venir amplifier cette progression au premier rang desquelles on trouve BYD, « the next big thing » aux dires de nombreux experts, ou encore Lynk & Co dont l'offre d'abonnement sert de laboratoire à Volvo et Polestar (pas encore distribuée en France) au sein du groupe Geely, et à un degré moindre Smart ou Leapmotor.

Structurellement, l'électrification ouvre des interstices favorables aux marques chinoises qui maîtrisent cette technologie. Pas d'effet massif en perspective actuellement même si l'idée que ces constructeurs trouvent leur place est tout à fait fondée, un coup d'œil dans le rétroviseur sur l'histoire des marques japonaises et coréennes suffit à le confirmer. En outre, MG, BYD ou Geely devraient inspirer d'autres marques chinoises, notamment premium, Tesla ayant ouvert la voie en mode « yes we can ! ». Actuellement, on recense 29 marques produisant en Chine diffusées en Europe (dont 6 marques non chinoises), mais la plupart d'entre elles sont confidentielles, voire encore tout à fait marginales.

- Financement : les produits locatifs continuent leur progression

Sur le marché des particuliers, on constate un rebond du crédit classique (+ 21,2% sur les cinq premiers mois de l'année 2023) qui repasse au-dessus des 50% de financements dans ce périmètre. Dans le même temps, la LOA (location avec option d'achat) continue de progresser, de même que la LLD (location longue durée).

Sur le marché des sociétés, le crédit continue en revanche de reculer. La LLD en tire profit avec une croissance à deux chiffres, et la location crédit-bail demeure porteuse (+ 36% sur la période). La LCD (location courte durée) a retrouvé de l'allant, ce qui s'explique par une bien meilleure allocation des véhicules des constructeurs sur leur canal et par l'effet de saisonnalité classique pré-été.

Au global, on relève que plus d'un VN sur deux est aujourd'hui financé via une solution locative. Une tendance appelée à s'accroître avec le développement des véhicules électriques (VE). En effet, cela permet de lisser le prix élevé des VE en France (40 711 euros en moyenne selon le dernier relevé AAA DATA).

- Energies : l'électrification du marché suit son cours

Si le diesel disparaît du paysage, ce qui s'explique aussi désormais par l'offre disponible, l'essence rebondit sur les cinq premiers mois de l'année (+ 19%), tandis que les hybrides (HEV et MHEV) continuent de progresser. Les hybrides rechargeables sont plus résilients que ce que certains experts annonçaient. Enfin, les véhicules 100% électriques à batteries (BEV) affichent la plus forte progression, portés par une offre qui s'étoffe et qui est privilégiée par les constructeurs, notamment au regard des normes CAFE. En part de marché, cet essor reste très progressif (14,9% de part) et on ne peut nullement parler de raz-de-marée.

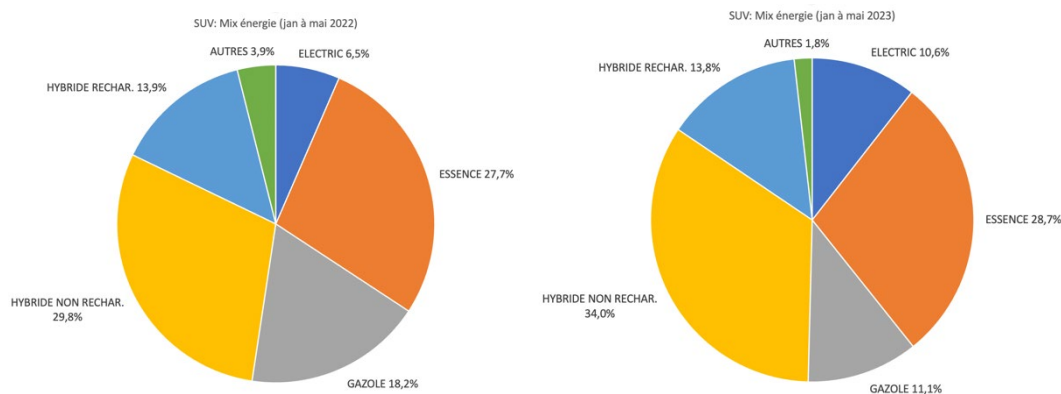
FOCUS : Tout savoir sur la *success story* des SUV

- Les SUV représentent une part du marché français VPN de 46% sur les cinq premiers mois de l'année.
- L'équilibre entre le canal des particuliers (48%) et celui des professionnels (52%) mérite d'être souligné. Les particuliers grignotent même leur « retard » au cours des cinq dernières années (46%/54% en 2019).
- Sur les cinq dernières années, 7 acheteurs de SUV sur 10 sont des hommes. 69 % d'hommes pour 31% de femmes sur les cinq premiers mois de 2023. Au-delà de l'appétence des clients, les variables des véhicules de fonction (plus d'hommes que de

femmes en bénéficiant) et du premier véhicule du foyer (plus souvent au nom de monsieur) ont sans doute leur importance.

- Sans surprise vu qu'il s'agit du périmètre du VN et de véhicules en moyenne plus chers que les compactes et les berlines, les SUV font apparaître une surreprésentation des catégories de clients aisés et plutôt aisés (88% au total !). Ayant rarement pesé, les ménages modestes disparaissent irrémédiablement du panorama (encore 7% en 2019, 2% en 2022 et 1% sur les cinq premiers mois de 2023).
- Ça va mieux en le disant sur une base chiffrée : plus de 8 acheteurs de SUV sur 10 sont des urbains. C'est un invariant depuis 2019, les évolutions se situant à la marge du pourcent.
- L'âge moyen de l'acheteur de SUV est élevé, ce qui est le cas pour l'ensemble du marché du VN. La part de 41-64 ans est stable au cours des cinq dernières années et dominante (49% en 2022 et 48% sur les cinq premiers mois de 2023). On peut relever un recul régulier des + de 65 ans (- 9% en cinq ans, à 36% de part sur les cinq premiers mois de 2023) au profit des 26-40 ans (+ 5% en cinq ans, à 15% de part sur les cinq premiers mois de 2023). Une tendance qui peut s'expliquer par l'effet de gammes plus étoffées, notamment pour les B-SUV.
- L'électrification est en cours avec les modèles hybrides (HEV) qui dominent depuis 2022. Les hybrides rechargeables (PHEV) font preuve de solidité. Les SUV 100% électriques (BEV) sont encore en deçà, mais la situation va évoluer rapidement avec les offres 100% électriques pour les C-SUV et les B-SUV. Notons encore que le diesel est réduit à peau de chagrin et que l'essence accuse un recul marqué.

SUV : Mix énergie janv-mai 2022 et Mix énergie janv-mai 2023



L'ŒIL DU SPECIALISTE : Les ZFE ont-elles une influence sur les achats automobiles des Français concernés ?

Si elles restent largement méconnues par les Français, plusieurs études le démontrent, les ZFE sont toujours un sujet de préoccupation, voire de crispation. Certains n'hésitent pas à parler de « bombe sociale » et à prédire un retour en masse des Gilets jaunes dès qu'il est question des ZFE. Cela n'a pas échappé au Président de la République française Emmanuel Macron et en mars 2023, le Sénat a lancé une mission d'information sur le sujet dont le rapport, de près de cent pages, a été présenté le mercredi 14 juin 2023 par Philippe Tabarot, sénateur Les Républicains des Alpes-Maritimes.

Parmi les préconisations avancées par les sénateurs, l'assouplissement d'un calendrier de déploiement jugé trop rapide est à retenir, à savoir passer de 2025 à 2030.

Christophe Béchu, ministre de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires de France, a donc tenu à faire plusieurs mises au point, tout en rappelant que d'autres rapports issus de consultation étaient attendus en juillet, notamment à Toulouse et dans l'Eurométropole de Strasbourg.

« L'Etat ne prévoit pas l'interdiction des véhicules Crit'Air 3 en 2025 dans les 43 agglomérations concernées par les ZFE. Cela ne s'impose qu'aux métropoles qui dépassent les seuils européens de qualité de l'air, c'est-à-dire à l'heure actuelle cinq métropoles, Paris, Lyon, Marseille, Rouen et Strasbourg, et uniquement pour les voitures (pas les utilitaires ou les poids lourds). L'Etat n'impose rien concernant les Crit'Air 2, ce terme n'apparaît même pas dans la loi Climat et résilience. Le chiffre de 13 millions d'automobilistes concernés par les obligations imposées par l'État est donc parfaitement fantaisiste » a asséné le ministre, en soulignant par ailleurs que « le calendrier de l'Etat était le bon, mais qu'il faut bien sûr adapter la mise en œuvre des ZFE aux réalités des territoires ».

Concrètement, les experts de AAA DATA ont voulu savoir si le déploiement des ZFE avait eu un impact sur les achats de véhicules neufs et de véhicules d'occasion des Français concernés par ces zones.

Dans le Grand Paris, l'effet ZFE est somme toute peu marqué. Dans les départements concernés comme dans les communes directement concernées, les achats de véhicules électriques sont passés de 2 à 5% entre 2020 et les cinq premiers mois de 2023 (4% en 2022). Sur la période les achats de VN et de VO Crit'Air 1 sont passés de 40% à 51%, pas de différence entre le total et les communes concernées par les ZFE pour cette évolution. Cette progression des vignettes Crit'Air 1 se fait surtout au détriment de Crit'Air 2 (volume qui passe de 32% à 24% sur la période). Si on s'attache aux cinq premiers mois de 2023, Crit'Air 0 et 1 représentent 56 % des achats et Crit'Air 2 pèse 29% du volume. Rares seraient donc les véhicules interdits de circuler dans la ZFE ou susceptibles d'y être verbalisés.

Cette situation se retrouve dans la plupart des cas de ZFE en France, à savoir à Nice, Aix-Marseille (où la part des Crit'Air 0 et 1 passe même sous la barre de 50% des achats), Reims, Strasbourg, Lyon, Toulouse, Montpellier ou Grenoble (où le véhicule électrique ressort à seulement 3% des achats VN et VO dans les communes concernées par la ZFE). A chaque fois, on note un petit mouvement en faveur des véhicules de Crit'Air 1 depuis 2020, mais les ordres de grandeur et les grands équilibres ne sont pas bouleversés.

Deux exceptions méritent d'être soulignées.

A Saint-Etienne, les achats dans les communes concernées par la ZFE se concentrent sur les véhicules électriques (7%) et les modèles Crit'Air 1 (73%). Dans le département, Crit'Air 1 ne

ressort qu'à 34% des achats et on peut donc parler d'un véritable effet ZFE sur la consommation automobile.

Idem à Rouen, où Crit'Air 1 représente 73% des achats dans les communes concernées par la ZFE, alors que cette valeur est de 45% dans le département entier. Là encore, les arbitrages s'opèrent par rapport à Crit'Air 2, voire Crit'Air 3.

Contact Presse :

aaadata@rumeurpublique.fr

Ingrid Seithumer – 06 64 10 91 78

Diane Loth – 06 22 73 56 43

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. aaa-data.fr