



JULIEN BILLON

Directeur général de AAA Data,
acteur de référence de la donnée automobile

“ Malgré ses difficultés
actuelles, le marché entreprise
va continuer à croître dans
les cinq à dix ans à venir. ”

• Quelle a été l'évolution du marché entreprise depuis les Trente Glorieuses ?

Nous n'avons pas de données qui remontent aussi loin mais nous avons une information très fine de ce marché sur les 30 dernières années. Au début des années 1990, le marché des particuliers constituait la très grande majorité du secteur automobile global, avec 80% de part de marché des véhicules neufs contre seulement 20% pour les entreprises. Aujourd'hui, les entreprises représentent 40% de part de marché des véhicules neufs, un marché qui a donc doublé en 30 ans, alors que les véhicules neufs de particuliers ont baissé à 46% de part de marché. Si les ventes de véhicules aux entreprises suivent les cycles économiques de crise et de croissance qui ont un impact immédiat, le volume reste relativement stable depuis trois décennies avec une moyenne de 580 000 immatriculations de véhicules d'entreprise par an. Le marché entreprise se caractérise par des fluctuations importantes liées à la conjoncture économique, comme lors de la crise financière de 2008 où il a plongé ou de la période faste de 2013 à 2019 où il a fortement progressé. En 2019, il représentait 785 000 immatriculations neuves contre 465 000 en 1999. Sa dynamique lui est propre, elle n'est pas la même que celle du marché automobile global. Depuis 2020, il fait du yo-yo à cause de la pandémie de Covid et des reprises d'activités sporadiques jusqu'en 2022.

• Comment expliquez-vous la particularité du marché entreprise ?

Les achats de véhicules d'entreprise ont pris de l'importance alors que le marché automobile global s'est rétréci. Car les pouvoirs publics ont de plus en plus d'exigences sur le rôle des entreprises dans les questions sociétales. A travers la Loi d'orientation des mobilités (LOM) et la loi Climat & Résilience, le législateur impose aux entreprises d'acquiescer des véhicules écologiques et donc électrifiés. Le marché entreprise est en cela un levier important de décarbonation des véhicules et aura de plus en plus de responsabilité dans les véhicules propres d'ici à 2050. Les entreprises misent notamment sur des véhicules électriques à forte autonomie liée à la puissance des batteries et donc les plus onéreux, avec un prix moyen de 40 000 euros le modèle. Elles en ont la capacité financière, surtout lorsqu'elles louent les véhicules pour de longues durées dont l'effet est d'atténuer leur prix. A l'inverse, les particuliers ont plutôt tendance à acheter des voitures électriques moins chères d'entrée de gamme. Certes, la part des véhicules électrifiés en entreprise n'est pour l'instant que de 10% alors qu'elle monte à 15% sur le marché automobile global.

• Pourquoi l'électrification des flottes ne progresse pas aussi vite ?

Les entreprises, dont la fonction objective est la productivité de leurs collaborateurs, se heurtent encore aujourd'hui à l'insuffisance de l'autonomie réelle des voitures électriques et aux manques de bornes de recharge sur site ou sur l'espace public. Sans compter le temps de recharge qui est aussi un obstacle. Le corollaire de cette problématique consiste en une plus lente « dé-diésélisation » des véhicules d'entreprise, liée également aux réticences de certains gestionnaires de parc à électrifier une bonne partie de leur flotte. Pourtant, les entreprises ont été pionnières dans la mise à la route des voitures électriques. Dès 1993, certains grands groupes ont commencé à acquiescer des véhicules neufs à batterie. Mais en raison d'un manque d'infrastructure de recharge et d'une faible offre des constructeurs, cette amorce d'électrification des parcs s'est arrêtée en 2005. Elle a repris en 2011, avec l'arrivée de quelques nouveaux modèles 100% électriques comme la Renault Zoé. Si l'offre actuelle des constructeurs est conséquente, les véhicules électriques ne sont pas encore attractifs. Très standards, ils ne sont pas ou peu équipés d'options ou de finitions spécifiques aux véhicules d'entreprises comme le sont leurs homologues thermiques.

“ Le marché entreprise est un levier important de décarbonation
des véhicules et aura de plus en plus de responsabilité
dans les véhicules propres d'ici à 2050. ”

• Qu'en est-il de l'évolution du marché des véhicules d'entreprise aujourd'hui et demain ?

On assiste à une bonne reprise du marché au premier trimestre 2023 en hausse de 20 %. Mais cette croissance est en trompe-l'œil car elle traduit simplement un rattrapage des retards de livraison des commandes des entreprises depuis quatorze mois. Les véhicules arrivent enfin ! Les commandes sont pourtant à la baisse en raison du contexte économique incertain et plus difficile. On peut s'attendre à ce que le second semestre 2023 soit moins brillant. Mais on peut être confiant pour les cinq à dix ans à venir où la part de marché des entreprises va continuer à croître lentement mais sûrement, notamment grâce à l'arrivée des marques asiatiques moins chères que les marques occidentales, qui vont contribuer à atténuer la hausse des prix des véhicules. Avec le besoin toujours crucial de mobilité automobile, les entreprises vont être de plus en plus contributrices de voitures neuves mises à la route et d'autant plus sous l'effet de la réglementation européenne qui va interdire la vente des véhicules thermiques en 2035. A condition que l'autonomie réelle des véhicules électriques augmente et que les temps de recharge diminuent. Les utilitaires dont l'offre de versions électriques commence à arriver vont vraiment se développer, dopés par les restrictions progressives jusqu'en 2025 de circulation des véhicules les plus polluants dans les Zones à faible émission (ZFE) en zone urbaine et périurbaine et par l'augmentation des livraisons du dernier km. L'offre de motorisation électrique à l'hydrogène, dont les châssis des véhicules utilitaires se prêtent bien, va notamment permettre d'accroître leur autonomie.

Propos recueillis par Bruno Mouly