

Immatriculations marché automobile – AAA Data

Croissance du marché automobile des voitures particulières neuves en février

- **Hausse de 13% des immatriculations de VPN**
- **Les hybrides, championnes des motorisations**
- **Le marché de l'occasion progresse de 6%**
- **Focus : les stratégies des constructeurs pour conquérir le marché de l'électrique**

Le marché français des voitures particulières neuves (VPN) poursuit sa croissance en février, avec une progression de 13% des immatriculations. Le marché de l'occasion pour sa part repart à la hausse (+6%), porté notamment par une offre plus conséquente.

AAA DATA, l'expert de la donnée augmentée, enregistre 142 598 immatriculations en février 2024, soit une hausse de 13% par rapport au même mois de l'année écoulée (126 237 unités). Pour rappel, les ventes s'étaient élevées à 115 383 unités en février 2022 et à 172 438 sur le même mois de 2019, dernière année pleine avant la crise sanitaire.

Cette bonne performance est toutefois à relativiser, une quinzaine de marques finissant le mois en négatif. Les ventes aux sociétés hors automobile sont en baisse de 9%. Faut-il y voir déjà les effets du nouveau bonus/malus ?

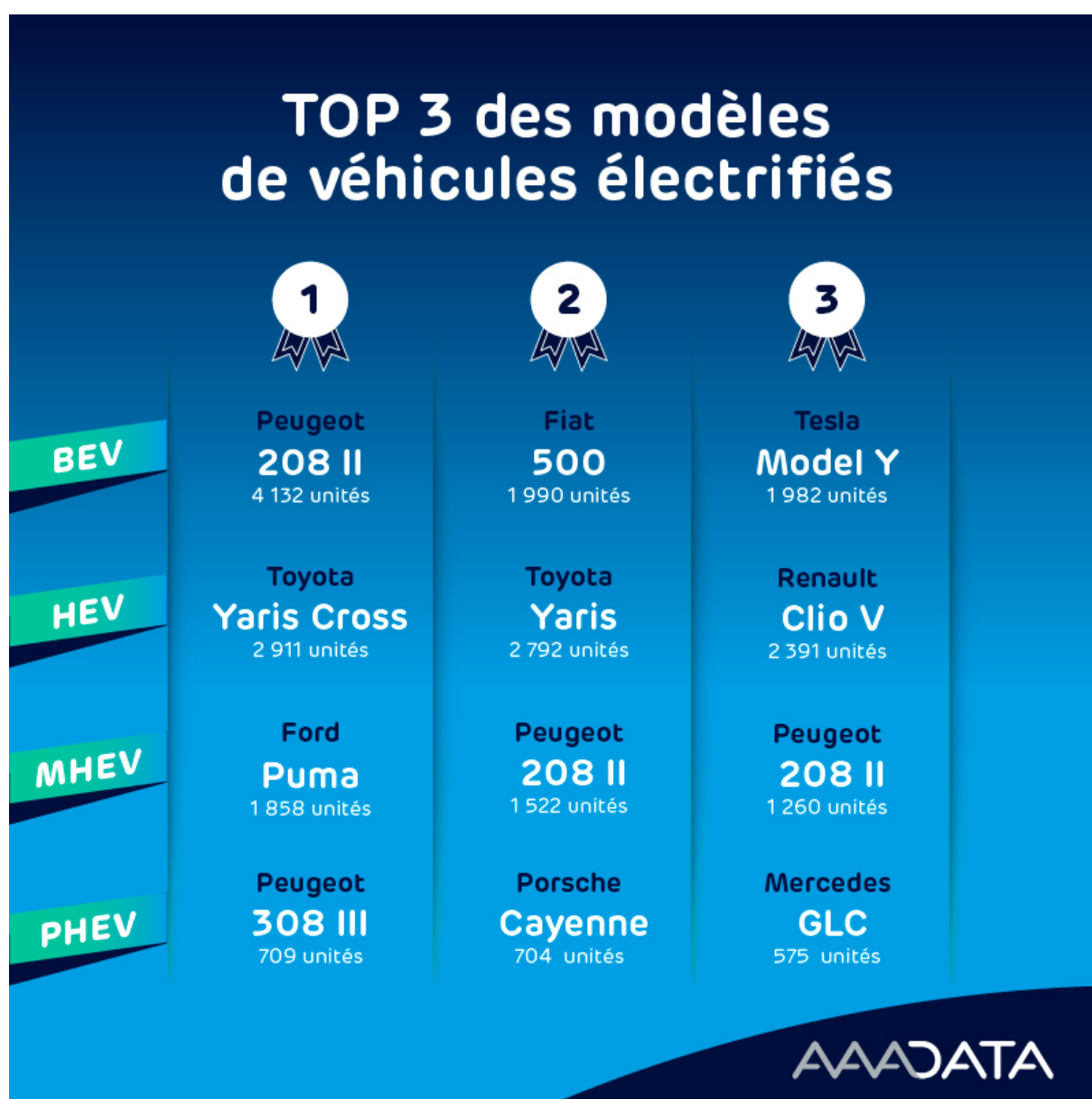
Les hybrides, championnes des motorisations

Du côté des motorisations, les voitures hybrides, qui représentent 37% des parts du marché des VPN, affichent la plus forte progression : +34%. Dans le détail, les hybrides légères (MHEV) (12% de parts de marché) voient même leurs immatriculations bondir de 64%, les hybrides non rechargeables (HEV) (17% de parts

de marché) de +28% et les hybrides rechargeables (PHEV) (8% de parts de marché), de +12%.

De façon générale, les motorisations hybrides se placent ainsi à présent loin devant les modèles essence, dont la part de marché s'élève à 34% et dont les ventes progressent très modérément de 2%.

Les motorisations électriques (BEV) (18% de parts de marché), pour leur part, poursuivent sur leur lancée et voient leurs immatriculations progresser de +32%, tandis que le diesel n'en finit pas de chuter : -31% pour ne représenter que 7% des ventes. A noter également la performance des GPL qui progressent de +11% - et comptent pour 4% des immatriculations -, portés notamment par les ventes de la marque Dacia, avec les modèles Sandero, Jogger et Duster.



Les grosses carrosseries ont la cote

En février 2024, les demandes continuent de s'orienter vers des carrosseries d'un certain gabarit. Si les véhicules tous terrains/chemins, c'est-à-dire les SUV, s'arrogent encore plus de 47% du marché des VPN, avec des immatriculations en hausse de 13%, les deux autres carrosseries phare ne sont pas en reste : les berlines, qui représentent 46% du marché, enregistrent une progression de 14% de leurs ventes et les breaks (5% du marché) de 10%.

L'occasion repart à la hausse

Le frémissement qui se faisait sentir depuis plusieurs mois semble se confirmer : le marché de l'occasion repart sensiblement à la hausse, avec des immatriculations qui progressent de 6% en février, à 443 813 unités. Plusieurs explications à cette tendance : les prix des voitures particulières d'occasion (VPO), qui avaient augmenté récemment, semblent se stabiliser, voire diminuer légèrement, en raison notamment d'une augmentation des stocks de VPO à vendre).

A noter que les Crit'Air 0 (2% du marché des VPO), qui correspondent aux véhicules électriques, voient leurs immatriculations bondir de 77% et les Crit'Air 1 (35% de parts de marché), de +21%. Les Crit'Air 2 (34% de parts de marché) enregistrent une hausse plus mesurée de +4%. En revanche, les autres vignettes, qui concernent les véhicules plus polluants, voient toutes leurs immatriculations baisser : les Crit'Air 3 (20% de parts de marché) de -6%, les Crit'Air 4 (6% de parts de marché), de -13% et les Crit'Air 5 (1% de parts de marché) de -14%.

Alors que depuis le 1^{er} janvier 2023, les véhicules Crit'Air 5 ou qui n'ont pas de vignette sont concernés par des restrictions ou des interdictions de circulation dans les ZFE des grandes métropoles, les voitures Crit'Air 4 sont notamment désormais exclues des ZFE à Lyon, Strasbourg et Grenoble.

Marie-Laure Nivot, Head of Automotive Market Analysis chez AAA DATA : « *Le marché de l'occasion reprend des couleurs. La bonne nouvelle est que la dynamique des transactions est portée par les voitures autorisées dans les ZFE, c'est-à-dire principalement les Crit'air 0 à Crit'air 2.* »

FOCUS.

Pure players versus constructeurs multi-motorisations : quelles stratégies pour conquérir le marché de l'électrique ?

Privilégier la clientèle des particuliers, se concentrer sur les flottes, ou miser sur les volumes, qu'elle soit *pure player* ou constructeur multi-motorisations, chaque marque, dans sa volonté de conquérir le marché des VPN électriques, a sa stratégie.

En 2023, le marché de l'électrique s'est réparti entre deux catégories : d'une part les *pure players*, au nombre de 11 marques (Abarth, Aiyways, BYD, Fisker, LeapMotor, Minimoke, Mobilize, Seres, Smart, Tesla, Vinfast), ayant commercialisé un volume de 67 468 voitures, soit 23% des ventes. D'autre part les constructeurs multi-motorisations, au nombre de 31 (MG, Fiat, Renault, Peugeot, etc...), dont la part des ventes dans l'électrique varie entre 86% et 1% et qui ont totalisé un volume de 230 751 ventes de VE, soit 77% des immatriculations totales de VE.

Force est de constater qu'entre ces deux catégories, les stratégies diffèrent pour conquérir le marché des VPN électriques.

Pour doper leurs ventes, certains vont cibler la clientèle des particuliers, avec des enjeux de pouvoir d'achat et d'autonomie du véhicule, à l'instar des *pure players* comme Tesla, qui réalise auprès de cette dernière 71% de ses immatriculations, Abarth (66% de ses ventes) ou Minimoke (100% de ses ventes) ou des autres constructeurs, comme MG, Fiat, Mini, Jeep, Dacia, Kia, Hyundai, Rolls Royce, Opel, Renault, VW et Nissan.

D'autres marques audacieuses vont se concentrer sur les flottes, avec la volonté de déloger les marques historiquement présentes sur ce segment. Elles se confrontent alors à des enjeux de TCO (coût global de possession), d'autonomie et de recharge. On trouve notamment des constructeurs premium, comme Fisker (46% de ses ventes d'électriques), Lotus, Porsche, BMW (traditionnellement bien installé dans les flottes d'entreprises), Audi et Skoda. Compte tenu des volumes faibles, on est encore sur du véhicule de fonction de prestige.

D'autres encore vont miser sur une stratégie de volume avec des immatriculations tactiques auprès des loueurs courte durée par exemple. Se trouvent dans cette logique des *pure players* comme Aiyways (57% de ses ventes d'électriques sur ce segment tactique), Mobilize (100% est logiquement dans cette catégorie puisque ces véhicules sont en autopartage uniquement) ou Vinfast (90%) ou les constructeurs multi-motorisations Subaru, Genesis, Honda, Mazda, Jaguar, Lexus, Toyota.

Enfin, Enfin quelques marques réussissent à conquérir l'ensemble des canaux de vente de façon équilibrée : BYD, Seres, Smart, Volvo, Cupra, DS, Mercedes, Ford.

Contact Presse :

aaadata@rumeurpublique.fr

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