



Le marché de l'automobile

face à la crise

Les groupes français

Alliance Renault-Nissan

Le mot "alliance" n'est ici pas fortuit : si Renault possède 43,4 % du capital de Nissan, le japonais conserve une certaine indépendance et détient aussi des parts du capital du Losange. Depuis 2016, Mitsubishi fait aussi partie de l'Alliance, tout comme Dacia qui connaît un vif succès depuis une dizaine d'années et Alpine qui a bien réussi son retour avec l'A110. Mais le groupe compte aussi d'autres marques à vocation moins mondiale, comme Lada (Russie), Samsung Motors (Corée) ou encore Datsun qui a été ressuscité récemment. Sans oublier Infiniti, filiale "premium" de Nissan dont l'aventure européenne s'arrête en 2020.



Groupe PSA

Avec le rachat d'Opel et de sa filiale britannique Vauxhall en 2017, PSA a ajouté une nouvelle corde à son arc. Mais le coeur du groupe reste français, avec Peugeot en guise de chef de file, Citroën qui représente désormais le versant le plus accessible et DS, la petite dernière chargée de séduire une clientèle plus huppée.



Industrie automobile : une reprise attendue en 2021

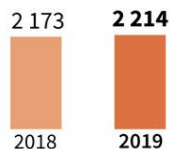
L'Observatoire Cetelem 2021, dans son étude intitulée « La voiture : le divorce impossible ? », constate qu'entre la crise sanitaire et les mesures anti-pollution, le contexte actuel est défavorable à l'industrie automobile. Cependant, la voiture demeure un des moyens de mobilité préférés et il est possible de la consommer autrement, en électrique, par exemple.

Source : <https://www.auto-infos.fr/>

Le marché automobile français en 2019

Ventes de voitures neuves

En milliers



Parts de marché constructeurs

En pourcentage

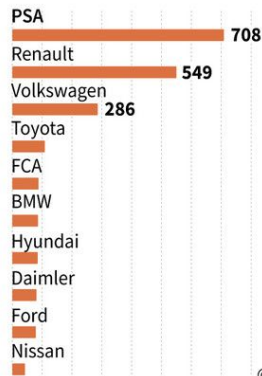


Groupes français étrangers

Source : CCFA

Top 10 des groupes

En milliers de voitures vendues



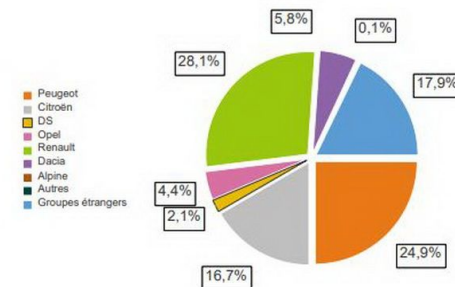
© AFP

Marché français (VP) par groupe avril 2020

Groupes Voitures particulières (VP)	avril 2020	variation en %
Groupe PSA	10 098	-84,4
Peugeot	5 237	-84,6
Citroën	3 513	-83,9
DS	434	-77,7
Opel	914	-86,2
Groupe Renault	7 148	-83,9
Renault	5 910	-81,2
Dacia	1 227	-90,2
Alpine	11	-96,9
Groupes français	17 246	-84,2
Groupes étrangers	3 751	-95,3
TOTAL	20 997	-88,8

Source : CCFA/AAA DATA

Pénétration avril 2020



Groupes français :	82,1%
Groupe PSA :	48,1%
Groupe Renault :	34,0%

Après Michelin, PSA, et Fiat Chrysler Automobiles, c'est au tour de Renault d'annoncer la fermetures de ses usines en France et en Espagne.

Le Coronavirus est en train de mettre à l'arrêt toute la filière automobile. Après l'annonce de Michelin, qui a décidé de fermer ses usines en France, en Espagne, et en Italie, au moins jusqu'au 22 mars, la décision de PSA et Fiat Chrysler Automobiles (FCA), qui ont préféré mettre à l'arrêt la quasi-totalité de leurs sites en Europe, c'est donc au tour de Renault de geler son appareil de production, pour éviter la propagation du Covid-19 dans ses équipes. "Nous allons fermer nos douze usines françaises, qui emploient 18 000 personnes, et nos quatre sites espagnols, où travaillent près de 10 000 salariés, et ce jusqu'à nouvel ordre", confie un porte-parole du groupe.(...)

L'industrie automobile dans son ensemble devrait rebondir dans les années qui viennent, mais le retour aux niveaux d'immatriculations d'avant la crise actuelle n'est attendu qu'en 2025, selon Matthias Heck de l'agence Moody's, qui prévoit +10,7% en 2021 et +10,5% en 2022 en France.

Source : <https://lexpansion.lexpress.fr/>

Économie : le marché de l'automobile au point mort

2020 a eu des conséquences dans tous les secteurs de l'économie. L'automobile n'y échappe pas, confirme la journaliste Dorothée Lachaud dans le 19/20 de France 3, mardi 22 décembre. Les ventes ont chuté. *"C'est un effondrement qu'on peut qualifier d'historique. Imaginez : même pendant la crise de 2008, le marché de l'automobile n'avait pas chuté aussi fortement. Alors, à l'échelle mondiale, on compte, cette année, 76 millions d'unités vendues, soit 16% de moins que l'an dernier. Et puis si on regarde la France, avec les usines et les concessions qui étaient fermées au printemps, et bien là, c'est encore pire : les ventes de véhicules neufs ont plongé de 28%. C'est du jamais-vu depuis 1975"*, assure la journaliste.

L'électrique décolle

En dépit de ces mauvais chiffres, le secteur de l'électrique gagne du terrain : *"Les ventes de voitures électriques décollent enfin. Les chiffres dépassent même les prévisions qui avaient été faites par les constructeurs. En Europe de l'Ouest, notamment, les ventes ont carrément doublé avec un million d'unités électriques et hybrides rechargeables qui ont été commercialisées en moins d'un an"*, précise Dorothée Lachaud. Ce secteur représente 10% des ventes totales contre 3,9% l'an passé.

Stellantis : Le mariage de Peugeot et Fiat enfin acté

Stellantis est le fruit de la fusion de deux grands groupes automobiles, Peugeot et Fiat. La Commission Européenne a récemment donné son approbation pour leur union. Une assemblée générale des actionnaires des deux groupes s'est d'ailleurs tenue le lundi 4 janvier pour finaliser ce rapprochement.

Stellantis : 4e plus grand groupe automobile au monde

La naissance de Stellantis marque l'émergence du quatrième plus grand groupe automobile du monde en termes de ventes et troisième en termes de chiffres d'affaires. Cette union est stratégique pour la survie des deux groupes « *et ça vaut aussi bien pour Fiat que pour PSA* », selon Giuliano Noci, professeur de stratégie à l'école de commerce de Polytechnique à Milan. Le secteur automobile a en effet payé les frais de la pandémie du Covid-19 et est aujourd'hui plus que jamais confronté à d'énormes défis technologiques et stratégiques. « *Grâce à son union avec PSA, Fiat-Chrysler pourra renforcer sa présence en Europe. À l'inverse, le groupe français pourra reprendre pied aux États-Unis grâce à son allié italo-américain* », précise Giuseppe Berta, professeur à l'université Bocconi de Milan et spécialiste de Fiat.

Pourquoi choisir le nom Stellantis ?

Le nouveau groupe comptera plus de 400 000 salariés et englobera 14 marques emblématiques comme Citroën, Maserati, Fiat, Opel et bien d'autres. Or, seuls les plus agiles vont survivre, comme l'a annoncé en novembre Carlos Tavares, président du directoire de PSA et futur directeur général de Stellantis. Le quatrième groupe auto mondial a réalisé en 2019, 167 milliards d'euros de chiffre d'affaires et affiche une capitalisation boursière de 44 milliards.

Le nom Stellantis ne viendra pas remplacer des marques sur les capots des voitures mais se substituera à PSA et FCA comme nom officiel du groupe. Le nom, d'origine latine correspond au participe présent du verbe latin « stello » et se traduit par « étincelant ». Selon PSA et FCA, le choix du nom « *rend hommage à l'histoire riche des deux entreprises fondatrices et suggère le véritable esprit d'optimisme, l'énergie et la capacité de renouvellement inspirant cette fusion qui va changer l'industrie automobile* ».

Source : <https://business-cool.com/>

La Chine, ce marché crucial

Tous les groupes automobiles ne sont pas égaux face aux effets de la crise sanitaire et des confinements mis en place à travers le monde. En fonction de leurs marchés de distribution notamment, les constructeurs n'ont pas tous subi le même impact industriel et économique. Ainsi, sur les trois premiers trimestres de 2020, PSA et FCA accuseraient une baisse de leurs ventes supérieure à celles de leurs concurrents. Le groupe Stellantis se serait ainsi classé sixième entre janvier et septembre dernier s'il avait existé.

PSA et FCA seraient particulièrement plombés par leur faible activité en Chine où le marché automobile a nettement rebondi. Le groupe français souffrirait également de son absence en Amérique du Nord, fief de FCA, où l'économie reprend mieux qu'en Europe.

D'après les calculs de ladite publication, [Toyota](#) est le numéro 1 mondial des voitures et utilitaires légers sur la période indiquée avec 6,68 millions de ventes, soit 17 % de moins que durant les neuf premiers mois de 2019. Volkswagen suit avec 6,18 millions (-21 %) devant l'[Alliance Renault Nissan](#) avec 5,54 millions (-28 %), [General Motors](#) avec 4,72 millions (-17 %), [Hyundai](#) avec 4,5 millions (-16 %) et le duo PSA-FCA avec 3,89 millions (-33 %).

L'incertitude règne quant à l'évolution du marché automobile et des constructeurs, tant en raison de la pandémie en cours que de l'électrification à marche forcée voulue par plusieurs gouvernements. Les prévisions sur l'année qui débute restent donc à prendre avec des pincettes.

PSA et FCA prévoient de finaliser leur fusion le 16 janvier prochain.

PEUGEOT : POURQUOI LA FUSION AVEC FIAT CHRYSLER SEMBLE DÉFAVORABLE AUX ACTIONNAIRES DE PSA

Le pionnier français de l'investissement éthique et de l'engagement actionnarial Phitrust n'en démord pas : malgré les amendements apportés en septembre dernier à l'accord de rapprochement conclu le 31 octobre 2019 entre Fiat Chrysler Automobile et **PSA** Peugeot-Citroën, le compte n'y est pas. Relevée à 50-50, la parité de fusion doit être revue afin d'améliorer l'équilibre entre les parties dans la mesure où FCA a plus besoin de **PSA** pour la mise en œuvre des synergies que l'inverse, assure Phitrust.

Les résultats des deux groupes sur les neuf premiers mois de 2020 ont à nouveau démontré cette performance financière plus solide du groupe français, qui a affiché une meilleure résistance à la crise sanitaire, grâce à un point d'équilibre opérationnel plus bas. Inversement, FCA se retrouve avec une dette brute supplémentaire de plus de 6 milliards d'euros (provenant d'un prêt garanti par l'État Italien), alors que **PSA** ne supporte aucune nouvelle dette. Cette dette garantie par l'État rendra politiquement quasi-impossible la rationalisation des usines italiennes sous-utilisées de Fiat, pronostique Phitrust. Conséquence : ce sont les usines françaises de **PSA** qui risquent de devenir la variable d'ajustement, entraînant de lourdes pertes d'emplois.

Un siège aux Pays-Bas contesté

Phitrust estime en outre que la stratégie industrielle consistant à devenir le quatrième constructeur automobile mondial en volume et à permettre à **PSA** d'accéder au marché américain sont "discutables". En effet, la performance de Chrysler -qui représente actuellement l'essentiel des bénéfices de FCA- pourrait être fragilisée à terme avec la mise en place du plan environnemental du président élu Joe Biden, alors que Chrysler est positionné sur les grosses cylindrées (Dodge) ou les pick-up (RAM).

La localisation du nouveau siège social de Stellantis aux Pays-Bas pose également des problèmes de gouvernance avec une régression substantielle des droits des actionnaires selon Phitrust. "La rémunération des dirigeants de Stellantis serait ainsi susceptible d'augmenter de manière déraisonnable sans l'approbation des actionnaires", pointe le fonds.

Enfin, Phitrust dénonce les conditions de l'indemnité de 500 millions d'euros prévue en cas de résiliation de la fusion. Ces conditions doivent être précisées et ne devraient en tout état de cause pas être exigibles si l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de **PSA** du 4 janvier rejette la fusion.

RENAULT PRÉSENTE SON PLAN STRATÉGIQUE « RENAULTION »

Déjà en difficulté, le groupe français a été durement frappé par les conséquences de la crise sanitaire. Il a annoncé fin mai un plan d'économies de plus de 2 milliards d'euros sur trois ans, prévoyant quelque 15.000 suppressions de postes dans le monde. Les ventes ont chuté de 21,3% au niveau mondial, ses marques Renault, Dacia, Alpine et Lada étant très exposées dans les pays qui ont été les plus sévèrement confinés.

Après un mariage raté avec Fiat-Chrysler, qui a finalement choisi Peugeot-Citroën, Renault sort également du scandale provoqué par l'arrestation et l'évasion au Japon de son ex-directeur général Carlos Ghosn, accusé de malversations financières.

Devenir plus rentable

Deuxième constructeur mondial via son alliance avec Nissan-Mitsubishi, Renault doit maintenant s'engager à fond dans la transition écologique du secteur, devenir plus rentable, et s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation des automobilistes, ce qu'il appelle la «Renaultion». Transfuge du groupe Volkswagen et arrivé en juillet, le nouveau directeur général de Renault, Luca Di Meo, a déjà annoncé que le groupe allait privilégier *«la profitabilité aux volumes»*, c'est-à-dire vendre moins de voitures mais les vendre plus cher.

Les Français toujours aussi accrochés à la voiture

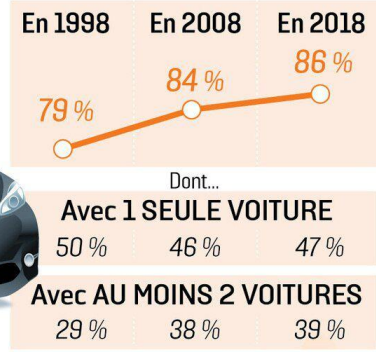
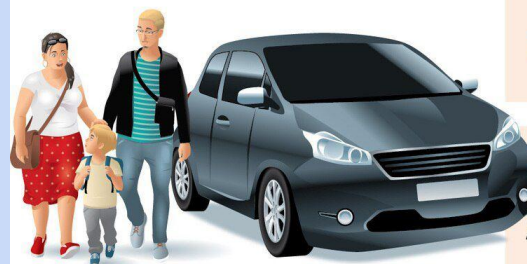
Les foyers français sont 86 % à posséder au moins une voiture. Ce taux culmine à 95 % dans les zones rurales. Paris fait figure d'exception avec seulement 34 % de détenteurs d'une auto.

À l'heure où experts et pouvoirs publics réfléchissent pour trouver des alternatives à la voiture, de nouvelles solutions de mobilité et où se multiplient les zones de circulation restreinte en ville, [la voiture individuelle continue de séduire](#). La nouvelle édition de l'étude Parc Auto* du cabinet d'études Kantar révèle que 86 % des foyers français possèdent une, voire plusieurs voitures. Ils étaient 79 % en 1998. Soit une hausse de près de 10 % en vingt ans (7 points).

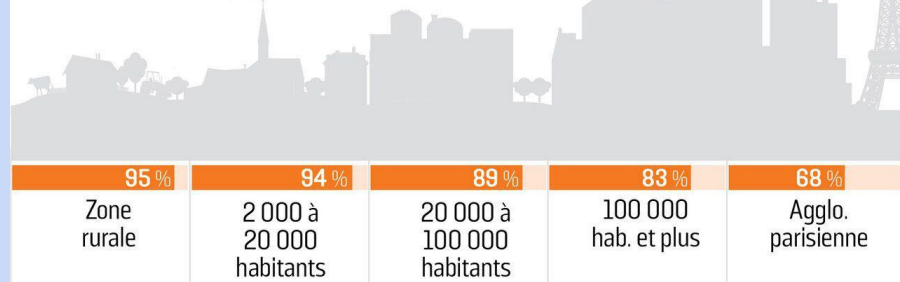
Au total, le pays compte 34,19 millions de véhicules. Des chiffres qui s'expliquent notamment par l'augmentation du nombre de foyers multimotorisés, détenant deux automobiles ou plus (39 % aujourd'hui contre 29 % en 1998) (voir l'infographie). Seule exception à cette tendance générale : la région parisienne, où le taux de possession d'un véhicule est faible comparé au reste de la France : 68 %. Cette part tombe même à 34 % dans la capitale, densité et offre de transports en commun obligent. Ailleurs, y compris dans les grandes villes, on ne trouve jamais moins de 8 Français sur 10 qui possèdent une voiture. En zones rurales, dans les agglomérations de moins de 2 000 habitants, ce sont même 95 % des foyers qui en ont une.

Part de foyers qui possèdent un véhicule motorisé

Le Parisien



Selon la densité de population



SOURCE : KANTAR.

LP/INFOGRAPHIE.

Disparités régionales

Seule exception à cette tendance générale : la région parisienne, où le taux de possession d'un véhicule est faible comparé au reste de la France : 68 %. Cette part tombe même à 34 % dans la capitale, densité et offre de transports en commun obligent. Ailleurs, y compris dans les grandes villes, on ne trouve jamais moins de 8 Français sur 10 qui possèdent une voiture. En zones rurales, dans les agglomérations de moins de 2 000 habitants, ce sont même 95 % des foyers qui en ont une.

Dans l'agglomération parisienne, 11 % seulement des habitants disent ne pas pouvoir se rendre au travail sans leur voiture. En revanche, ce taux monte à 26 % dans les métropoles et à 30 % dans les autres villes plus modestes. Et même à 46 % dans les petites agglomérations et à 59 % à la campagne. Au total, sur l'ensemble de la population française, environ un tiers des ménages estiment avoir absolument besoin de leur voiture tous les jours pour se déplacer.

Fini l'achat pour des raisons de statut

« Effectivement, les Français demeurent toujours aussi nombreux à utiliser leur voiture, notamment pour aller au travail, confirme Flavien Neuvy, directeur de l'Observatoire Cetelem de l'automobile. Cela peut sembler à contre-courant de tout ce qu'on entend actuellement au sujet des nouvelles formes de mobilité, mais cela souligne notamment que les offres alternatives ne sont pas encore assez développées. »

Un bémol tout de même : sur les 2,2 millions de voitures neuves achetées chaque année, la moitié l'est par les entreprises pour leurs flottes. La voiture de fonction est devenue un complément de rémunération courant. Il y a une trentaine d'années, cette part était inférieure à 30 %. Les récentes mesures coercitives prises par les pouvoirs publics pour lutter contre la pollution d'origine automobile ne découragent donc pas les automobilistes.

« Les trois premiers critères d'achat sont le prix, la fiabilité et tout de suite après le design, reprend Flavien Neuvy. La dimension plaisir demeure donc toujours aussi prégnante dans l'achat d'une voiture. Seul point important qui a changé : la dimension statutaire n'existe quasiment plus. » En d'autres termes, on n'achète plus une voiture — même un SUV (37 % des parts de marché) — pour la frime, pour le regard des autres, mais pour soi-même.