

Le marché auto n'a pas décollé en 2014

LE MONDE ECONOMIE | 02.01.2015 à 10h43 • Mis à jour le 02.01.2015 à 10h48 |

Par **Philippe Jacqué** ([/journaliste/philippe-jacque/](#))



Ligne d'assemblage de la Clio III, à l'usine Renault de Flins (Yvelines). | Didier MAILLAC/REA

On croyait au redémarrage en 2014, après avoir connu, en 2013, la pire performance depuis 1997. Et c'est la déception. Le marché automobile français a fait du surplace l'an passé. Les immatriculations ont légèrement augmenté de 0,3 %, à 1,795 million, selon les données du Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA), publiées vendredi 2 janvier.

Les ventes de décembre 2014, en recul de 6,8 %, ont plombé une année plus que contrastée. Après un printemps prometteur et des mois d'importante croissance des ventes de véhicules neufs, qui faisaient dire aux acteurs que le marché allait s'apprécier de 2 % à 3 %, ce dernier s'est rétracté à l'automne, malgré l'intensification des promotions. Et les perspectives pour 2015 sont très grises. Au mieux, le marché devrait rester au niveau de 2014.

Dans ce contexte, ce sont encore les constructeurs français qui ont tiré leur épingle du jeu grâce à une gamme renouvelée ou en cours de renouvellement. Leur part de marché a grimpé de 3,9 %. Désormais, les groupes français détiennent 55,3 % du marché, contre 53,4 % en 2013 et

52,6 % en 2012.

L'essentiel du crédit va au groupe Renault, qui voit ses immatriculations progresser de 6,8 % sur un an. Après une solide année en 2013 grâce au lancement de la nouvelle Clio, le groupe de Boulogne-Billancourt a poursuivi sa dynamique en 2014. Sa part de marché passe de 23,8 % à 25,4 %. La marque Renault affiche une solide progression de ses ventes de 4,8 % grâce à la bonne tenue de ses modèles Clio et Captur, qui sont respectivement le premier et le troisième véhicule vendu en France, ainsi que le lancement de sa nouvelle Twingo.

La « dynamique » Dacia

Reste que la dynamique la plus forte dans le groupe vient de Dacia, la marque à bas coût. La commercialisation des nouvelles Logan et Sandero a permis d'augmenter les ventes de 14,1 %. La marque détient 5,7 % du marché, contre 5 % en 2013 et seulement 1,5 % en 2007 au moment de son lancement. Le groupe a dépassé pour la première fois les 100 000 immatriculations sur un an, à 102 500.

Du côté de PSA Peugeot Citroën, les résultats sont plus contrastés. Le groupe a progressé de 1,6 %. Mais c'est Peugeot, qui a bénéficié du lancement en fanfare de la nouvelle 308, élue « voiture de l'année » en 2014, qui a vu ses immatriculations progresser le plus : + 5,3 %. Avec le lancement de sa petite 108, qui complète sa gamme, la marque au lion était le principal moteur de PSA en 2014 grâce à l'offre la plus jeune du marché en France.

Citroën, malgré les lancements du C4 Picasso, de la C4 Cactus et de la petite C1, a connu une année plus difficile. Ses ventes ont augmenté de 2,4 %. Et sa part de marché s'établit à 11,1 %. La marque la plus à la peine est DS, le haut de gamme du groupe. Ses ventes ont plongé de 27,2 % en 2014. Seulement 31 700 DS ont trouvé preneur en 2014, contre 45 000 un an plus tôt. Sa part de marché, de 1,8 %, est inférieure à celles d'Audi (3,1 %), de BMW (2,6 %) et de Mercedes (2,7 %).

En 2015, si Renault doit lancer de nouveaux véhicules pour poursuivre sa dynamique commerciale, notamment le nouvel Espace et de nouveaux crossovers, PSA sera plus démuni. Aucune nouvelle voiture n'est en effet prévue. L'année 2015 s'annonce donc pour le groupe de Sochaux difficile, et notamment pour DS qui voit sa gamme vieillir malgré quelques reliftings...

Succès des petits véhicules

Du côté des constructeurs internationaux, l'année 2014 a été éprouvante. Les trois premiers groupes étrangers en France (Volkswagen, Ford et Toyota) ont souffert avec une baisse de leurs immatriculations. Seule

Skoda, dans le groupe Volkswagen, a tiré son épingle du jeu, du fait de son positionnement sur le marché économique.

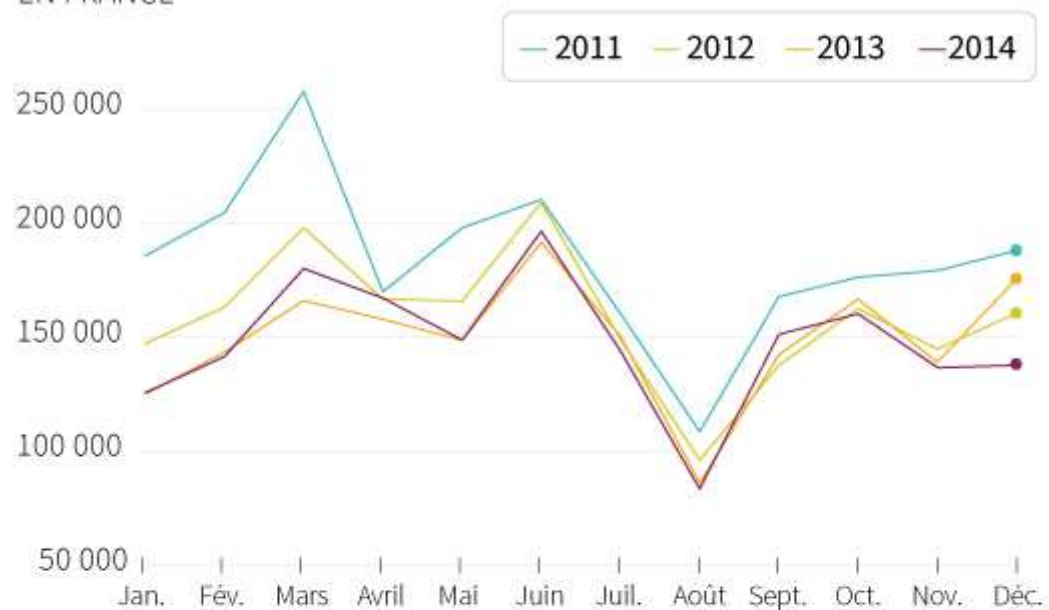
En revanche, Nissan accélère et taille des croupières à Toyota pour devenir le premier vendeur nippon dans l'Hexagone. Le groupe détient 3,8 % du marché, contre 3,9 % pour Toyota. Le groupe Hyundai-Kia est lui à la peine. Après avoir acheté des parts de marché en 2012 et 2013, ses immatriculations ont encore cédé 23,4 %...

Sur le fond, le marché s'est encore un peu plus paupérisé, avec le succès amplifié des petits véhicules, dont la part de marché a progressé pour représenter près de 55 % du marché. De même, les véhicules à bas coût (Dacia) ou économiques (Skoda) progressent en parallèle avec les véhicules d'occasion, dont les ventes ont à nouveau progressé en 2014.

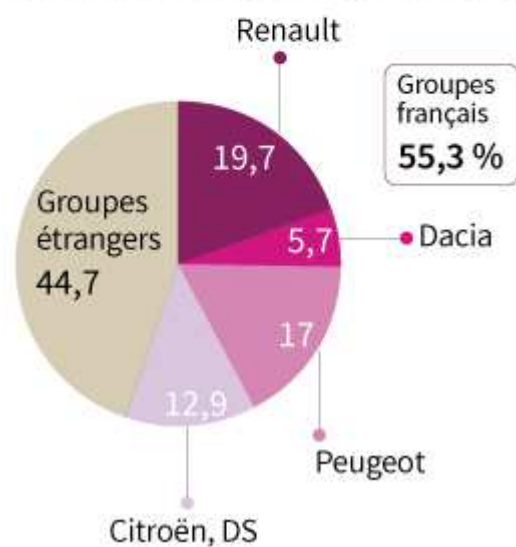
L'année passée restera aussi comme un exercice de transition pour le diesel. Sa part de marché dans les véhicules neufs mis sur le marché a baissé à 64 %, contre 73 % en 2012. Et en 2015, cette dynamique devrait se confirmer, et s'amplifier. Désormais, la majorité des petits véhicules, les plus populaires auprès des particuliers, est vendue avec des motorisations essence. Le diesel pâtit des nouvelles réglementations Euro 6 qui renchérissent leur coût.

Si l'essence doit gagner des parts de marché, les motorisations électriques restent toujours confidentielles. Alors que les ventes décollent en Chine et aux Etats-Unis, elles restent basses en France, à moins de 10 000, pour une part de marché de 0,5 %. Les véhicules hybrides sont aussi confidentiels, avec 2,2 % du marché, contre 2,5 % en 2013... Et 2015 ne devraient pas améliorer leur sort. Le bonus pour les véhicules hybrides a en effet baissé de 39 % par décret le jour de la Saint-Sylvestre...

NOMBRE DE VENTES MENSUELLES DE VÉHICULES PARTICULIÈRES NEUVES, EN FRANCE



RÉPARTITION DES VENTES PAR CONSTRUCTEUR EN %, EN 2014



SOURCE : COMITÉ DES CONSTRUCTEURS FRANÇAIS D'AUTOMOBILES



(/journaliste/philippe-jacqué/) **Philippe Jacqué** (/journaliste/philippe-jacqué/)

Suivre

Rédacteur au service économie (automobile et transport)

