

Le marché automobile français en mai sur la même tendance négative qu'en avril

Avec près de 194 000 immatriculations (VP) en mai, le marché automobile affiche une faible croissance (+1,2%) malgré un jour ouvré de plus alors que les ventes aux particuliers continuent de chuter.

Le marché automobile français oscille depuis le début de l'année entre +2% et -2% (+0,4% en avril, -2,3% en mars, +2,1% en février, -1,1% en janvier) et le +1,2% de mai est de la même veine.

Si l'on tient compte de la différence de nombre de jours ouvrés (20 jours en mai 2019, contre 19 en mai 2018) alors le marché est à -4%.

Surtout, la clientèle des particuliers continue d'être plus frileuse et comme nous l'avait dit le mois dernier le directeur du commerce France de Peugeot, Guillaume Couzy, le décrochage des ventes aux particuliers n'a pas été stoppé en mai.

Le détail des canaux de clientèle montre que le recul des ventes aux particuliers s'accroît de mois en mois depuis le début de l'année. Selon le découpage d'Autoways, les immatriculations des particuliers ont représenté 40,8% des immatriculations de mai, soit 4 points en dessous du cumul des 5 premiers mois à 44,9%.

Sur l'ensemble du marché, les chiffres de mai montrent toujours la remontée de Citroën dont les volumes progressent de manière assez spectaculaire avec une croissance de 23,1% (pour 21 126 immatriculations). Sa part de marché est un peu en dessous de sa moyenne au cumul (10,9% en mai, 11,1% au cumul). La marque continue de rattraper son retard grâce à une bonne performance sur le segment des particuliers (où sa part de marché est à 11,5%). Ce résultat est celui de la C3, troisième meilleure vente France, du C3 Aircross (troisième de son segment) et du C5 Aircross (deuxième de son segment).

Peugeot affiche également une croissance supérieure à celle du marché, à +5,3% (34 826 immatriculations) grâce à une bonne résistance sur le segment des particuliers où elle est la première marque en mai (14,9% de PDM) nettement devant Renault (10,8% de PDM).

Renault enregistre un recul global de 0,6% et reste la première marque tous canaux (18,57% de PDM et 36 013 immatriculations) malgré une forte baisse de ses ventes aux particuliers. Elle compense ce recul par une hausse de ses ventes aux entreprises et des immatriculations en VD. Dans l'attente du renouvellement de deux de ses modèles principaux, Clio et Captur, Renault se situe en mai à un niveau anormalement bas sur le canal des particuliers, derrière Peugeot mais aussi Dacia et Citroën.

[Lire la suite](#)

Le marché automobile français pas plus mauvais en juin que les mois précédents

Avec 230 970 immatriculations (VP) en juin (source Autoways), le marché automobile français affiche un recul de -8,4% qui est accentué par un nombre de jours ouvrables plus bas cette année (19 jours contre 21). Sur le premier semestre, les immatriculations sont aussi orientées à la baisse (-1,8%).

Si l'on tient compte du nombre de jours ouvrés (19 en mai 2019, 21 l'année dernière) le marché automobile français de juin est dans la lignée des mois précédents. La correction à jours comparables donne en effet un marché à +1,2% sur le mois de juin, et -1% sur l'ensemble du premier semestre. C'est cohérent avec un marché qui en données brutes a évolué autour de -2% et +2% depuis le début de l'année avec +1,2% en mai, +0,4% en avril, -2,3% en mars, +2,1% en février, -1,1% en janvier.

Si l'on s'en tient aux chiffres bruts, le marché de juin est en recul de -8,4% et au cumul de -1,8%. Avec 230 970 immatriculations VP, le mois de juin qui est le plus important de l'année se situe en 2019 au même niveau qu'en 2017.

Le détail des canaux clients montre que le recul des ventes aux particuliers se poursuit. Selon les données d'Autoways, les immatriculations des particuliers ont représenté 43,3% des immatriculations de juin et pour l'ensemble du premier semestre elles sont passées sous la barre des 45% (44,55%).

Selon un nouveau découpage que nous utilisons et qui ne fait plus apparaître les loueurs longue durée comme une catégorie de client spécifique (avec le développement des offres de LLD, nous considérons qu'il s'agit avant tout d'un mode de financement), les entreprises (hors administrations) représentent 21% des immatriculations sur le mois comme au cumul. Les VD atteignent des niveaux record avec 19,6% du marché en juin et 17% sur l'ensemble du premier semestre.

La marque Renault enregistre une baisse de ses volumes de 6,3% sur l'ensemble du premier semestre (221 227 immats) avec une part de marché à 19%. Comme chaque fin de trimestre, Renault a fait un mois de juin nettement plus fort (22,36% de PDM) bien que ses immatriculations aient baissé de 13,1% (51 652). Sur le semestre, la baisse de volume de Renault s'explique notamment par une baisse de performance sur le canal des particuliers où elle redevient la première marque en juin (15,53% de PDM devant Peugeot à 14,25%) après un point bas en mai dernier à 10,8% où elle était quatrième derrière Peugeot, Dacia et Citroën. Au cumul, Peugeot reste la première marque sur ce canal avec 15,06% de PDM contre 14,49% pour Renault.

En revanche sur les ventes aux entreprises (hors administration mais avec les loueurs longue durée) Renault est nettement en tête en juin (34,6% de PDM contre 19,9% pour Peugeot) et au cumul (25,9% de PDM contre 24,43% pour Peugeot). La Clio est la première vente entreprise (8,86% de PDM) devant la 3008 (6,67% de PDM).

[Lire la suite](#)

Le leasing finance 39% des ventes France du premier semestre, selon Autoways

Le traitement des données d'immatriculations réalisé par Autoways permet d'isoler les véhicules achetés via des formules de leasing : LOA, Crédit-bail et LLD.

Quelle que soit la catégorie de clients (particuliers, entreprises, LCD et immatriculations réseau ou constructeurs) les véhicules achetés en propre (avec ou sans financement) représentent 61% des immatriculations (VP) du premier semestre (711 488).

Les formules de leasing représentent désormais 39% des immatriculations en moyenne (454 992) avec de grandes disparités selon les marques. Les champions de ce mode de financement sont principalement les marques premium. Le leasing représente 60% des immatriculations de Mini et plus de 50% pour Smart (55%), Volvo (51%), Land Rover (51%) et Audi (50,6%). Renault est la championne des marques généralistes avec une part de 47,8% de ses ventes financées en leasing. Toyota affiche un score comparable (47,3%).

Peugeot est loin derrière (39,3%) et Citroën encore plus (30,4%). Les marques généralistes du groupe Volkswagen affichent sur ce point des performances supérieures à la moyenne avec Skoda (44,2%), Volkswagen (43,4%), Seat (40,2%).

Un certain nombre de marques sont très loin de ces scores et notamment Fiat (21% de leasing), Opel (19,7%) ou Suzuki (19,6%).

[Lire la suite](#)

Les moins de 30 ans représentent 7,3% des acheteurs de véhicules neufs, selon Autoways

La moyenne d'âge des acheteurs de véhicules neufs en France étant de presque 56 ans (55,7 ans sur le premier quadrimestre selon les données Autoways) il n'est pas étonnant que la part des moins de 30 ans soit assez faible.

Sur le premier semestre, ils représentent 7,3% des achats des particuliers (37 964 immatriculations sur un total de 519 707) avec un maximum à 17,75% pour la marque Seat. Grâce à l'Ibiza (un tiers de ses clients ont moins de 30 ans) et à la Leon (un quart de ses clients ont moins de 30 ans), la marque Seat représente 4% de part de marché sur ce segment de clientèle. D'une manière générale, les marques du groupe Volkswagen attirent une part importante des moins de 30 ans : 12% des ventes pour la marque VW, 10,5% pour Skoda.

La part des clients de moins de 30 ans est supérieure à 10% pour Ford (11,2%), Opel (11,2%) Smart (10,6%) et Kia (10,2%).

Entre les trois marques premium allemandes, Mercedes confirme sa capacité à attirer une clientèle plus jeune avec plus de 9,4% de moins de 30 ans contre 7,7% pour Audi et 4,3% pour BMW.

Au sein des marques françaises, on retrouve une part des moins de 30 ans plus importante (pratiquement 7%) que pour Peugeot (6%) ou Citroën (3,8%).

[Lire la suite](#)

Le marché automobile français reste sur un haut niveau pour un mois de juillet

Avec 172 244 immatriculations (VP) en juillet (source Autoways), le marché automobile français affiche un recul de 1,8% sur une base de comparaison qui était exceptionnellement haute. Le changement des conditions de la prime à la conversion a très certainement contribué à soutenir le marché.

Depuis le début de l'année, le marché automobile français est globalement en retrait (-1,8% à fin juin et à fin juillet). L'analyse des immatriculations en juillet doit tenir compte à la fois d'une base de comparaison exceptionnellement haute et du changement des conditions de fonctionnement de la prime à la conversion au 1er août.

Il y a donc un événement (la base de comparaison) qui justifierait un recul des immatriculations puisque le WLTP avait entraîné une forte hausse des immatriculations en juillet 2018 (+18%) et encore plus en août (+40%).

Il y a aussi un événement (la baisse des montants de la prime à la conversion) qui explique en partie le maintien à un haut niveau des immatriculations par des achats d'anticipation. Un phénomène qui ne devrait cependant pas être trop important en juillet puisque les véhicules commandés avant le 1er août pourront être immatriculés jusqu'au 16 octobre.

A cela s'ajoute un autre élément qui était plutôt de nature à pousser à la croissance avec un jour ouvré de plus ce mois de juillet (23 contre 22 en juillet 2018). Ainsi, à nombre de jours comparables le recul du marché serait de -6%.

Au final, avec 172 244 immatriculations VP, le marché automobile français reste à un niveau élevé pour un mois de juillet. Les six années précédentes (entre 2012 et 2017), il avait été de plus ou moins 150 000 unités.

Les particuliers plutôt forts en juillet

Les ventes aux particuliers se situent en juillet à presque 50% des immatriculations, ce qui représente une nette hausse de niveau par rapport au premier semestre (44,5% à fin juin après un point bas à 43,3% en juin).

Selon le découpage Autoways que nous utilisons désormais (qui ne fait plus apparaître les loueurs longue durée comme une catégorie de client spécifique en considérant que la LLD est avant tout d'un mode de financement), les entreprises représentent 25% des immatriculations de juillet (y compris les administrations).

Les VD représentent un peu moins de 15% des immatriculations (14,56% exactement) ce qui n'est dans l'ensemble pas spécialement élevé. On est loin du niveau atteint en juin (19,6%) qui était dans certaines marques justifié par une fin de trimestre.

Les immatriculations courte durée (plutôt basses autour de 7%) et les TT (plutôt hautes à 3% des immatriculations) sont à des niveaux cohérents avec leur saisonnalité habituelle. En conclusion de cette analyse des immatriculations par canal, le marché automobile de juillet apparaît comme globalement plutôt sain soutenu par les entreprises et les particuliers.

[Lire la suite](#)