

Immatriculations marché automobile – AAA Data Un mois d'octobre dynamique pour le marché automobile français

- **Hausse de 22% des immatriculations de voitures particulières neuves (VPN) en octobre 2023**
- **Le leasing à particuliers atteint un niveau jamais égalé les années précédentes**
 - **Les hybrides toujours en pole position**
 - **Les SUV, première carrosserie du marché**
 - **Les marques chinoises en France**

En octobre 2023, alors que de nombreuses évolutions sont encore attendues pour la fin de l'année concernant le marché automobile, tant en termes de réglementation, de financement et d'aides à l'achat, le dynamisme reste de mise pour les voitures particulières neuves (VPN). Pour le quatorzième mois consécutif, les immatriculations ont progressé de 22%, alimentées essentiellement par les modèles électrifiés. Le marché de l'occasion, lui aussi, retrouve des couleurs (+8%), sur tous les segments.

Selon les données fournies par AAA DATA, l'expert de la donnée augmentée, les immatriculations de VPN se sont élevées à 152 383 unités sur le mois écoulé, soit un bond de 22%.

Les hybrides toujours en pole position

Côté énergie, la percée des hybrides, devenues les premières motorisations vendues au mois de septembre, se poursuit. Au mois d'octobre, elles représentent 36% du marché, avec des immatriculations qui ont progressé de 38% à 55 414 unités. Parmi ces dernières, on compte 16% d'hybrides non rechargeables, 10% d'hybrides rechargeables et 10% de micro hybrides.

Marie-Laure Nivot, Head of Automotive Market Analysis chez AAA DATA : « *Les motorisations hybrides répondent aux besoins des consommateurs et peuvent être considérés comme des motorisations de transition avant de passer au tout électrique. Par ailleurs, il ne faut pas oublier non plus que pour l'heure, les voitures hybrides permettent de limiter l'impact du malus écologique par rapport aux modèles exclusivement thermiques.* »

Les motorisations électriques continuent de gagner du terrain (17% de parts de marché), avec des immatriculations qui augmentent de 51% à 25 472 unités.

L'essence (35% du marché), pour sa part, reste dans le jeu : les immatriculations ont progressé de 17%, à 54 076 unités. Et le diesel ne représente plus que 8% de part de marché, en chute de 29%, à 11 888 unités.

Le leasing à particuliers toujours en hausse pour l'achat de véhicules neufs

Pris entre la volonté de contribuer à la transition écologique en adoptant des véhicules moins polluants – mais plus onéreux – et un portefeuille mis à mal par le contexte inflationniste, les Français sont de plus en plus nombreux à se tourner vers une solution de financement locatif. Sur le mois écoulé, les locations avec option d'achat et les locations longue durée ont représenté au cumul 58% des ventes de voitures neuves pour les particuliers, encore plus que les 55% déjà observés en septembre.

« Le leasing est une solution potentielle pour rendre les acheteurs solvables. Il n'en demeure pas moins qu'elle est principalement accessible aux personnes disposant d'un pouvoir d'achat relativement élevé » rappelle toutefois Marie-Laure Nivot.

Les ventes de SUV au beau fixe

La cote des SUV (Sport Utility Vehicle) ne faiblit pas. En octobre, ces véhicules tous terrains/chemins s'octroient la première place avec 48% du marché des VPN, contre 44% sur le même mois de l'année passée, avec des immatriculations en progression de 32%, à 72 369 unités. Cette tendance haussière se fait sentir sur tous les segments avec un dynamisme particulièrement marqué pour les petits B-SUV (+19% à 26 416 unités), les C-SUV (+28% à 32 971 unités) et les plus imposants D-SUV (+87% à 10 996 unités). On pourrait d'ailleurs quasiment parler de raz-de marée pour ce dernier segment, tant la croissance est forte depuis le début de l'année (+ 71% à 101 708 unités), tirée en grande partie par le succès du Tesla Y, dont le prix a d'ailleurs récemment été revu à la baisse par le constructeur, mais également par l'arrivée de nouveaux modèles : AUDI – Q8 E-TRON ; AUDI – Q8 SB E-T ; BYD – TANG ; FISKER – OCEAN ; HONDA – CR -V TOYOTA BZ4X ; JEEP – G CHEROKE ; NISSAN – X-TRAIL 4 ; RENAULT – ESPACE VI. Et pour les F -SUV, la croissance est de 120 % mais pour seulement 233 unités.

Le marché de l'occasion repasse en positif

La pénurie de voitures neuves en 2022, couplée à la hausse des prix des voitures prolongent la durée de possession : en moyenne, les Français ont conservé leur voiture sept mois de plus en 2022 par rapport à 2018. Les voitures sont donc gardées plus longtemps avant d'être revendues, ce qui a un impact sur le marché de l'occasion. Ce dernier a progressé de 8% en octobre, à 472 738 unités et est, pour la première fois depuis quelques mois, en hausse sur tous les segments : les véhicules de moins de cinq ans ont vu leurs immatriculations augmenter de 9% à 149 406 unités grâce aux retours en stock des véhicules chez les professionnels, ceux âgés de cinq à dix ans, de 12% à 99 544 unités et les voitures les plus anciennes, de 5%, à 223 788 unités.

FOCUS : Les marques chinoises en France

A la faveur de la montée en puissance de l'électrification, les marques chinoises arrivent sur le marché français et rencontrent des fortunes diverses. MG est déjà dans le top 20 des marques avec une croissance de 93 % à 2 589 unités, BYD démarre avec 72 unités écoulées en octobre, Leapmotor a vendu 33 unités pour sa part, les immatriculations de Lynk Co (modèles hybrides) ont progressé de 3% (279 unités) et celles de Seres chutent de 70% (11 unités).

Marie-Laure Nivot, Head of Automotive Market Analysis chez AAA DATA analyse cette situation :

« S'il faut attendre de voir quel sera l'impact de l'évolution du bonus écologique sur le long terme sur ces véhicules chinois fabriqués en Chine, il est certain que l'assise nationale de ces constructeurs leur donne la possibilité de se déployer à l'international rapidement. Mais leur situation est aussi susceptible d'évoluer rapidement : les nouvelles marques peuvent disparaître du jour au lendemain à la moindre difficulté rencontrée sur leur marché national. WM Motor a ainsi été contraint de déposer son bilan début octobre, une faillite qui a mis en lumière les défis auxquels sont confrontées les start-ups du secteur des véhicules électriques en Chine. L'enjeu pour elles peut vite devenir un enjeu réputationnel vis-à-vis des clients finaux mais aussi vis-à-vis des réseaux de distribution.

Ce phénomène de création/disparition de marques ne concerne d'ailleurs pas seulement les marques asiatiques. Et l'on a vu récemment revenir sur le devant de la scène, le constructeur américain Fisker, avec son SUV électrique de luxe, Ocean, alors qu'il avait fait faillite en 2013. »