

Dossier de presse

16 février

2016

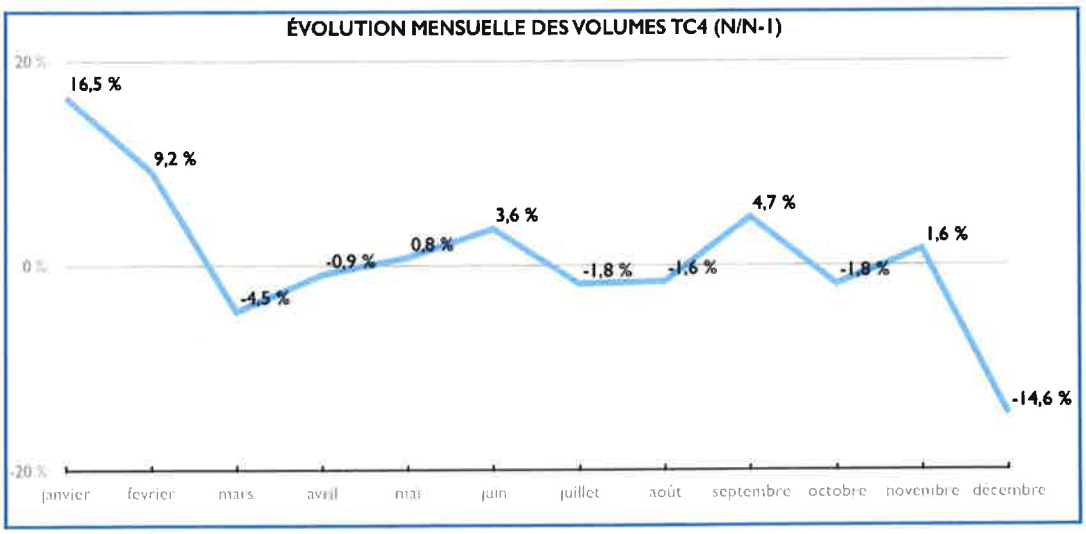
SYNDICAT
DES PROFESSIONNELS
DU PNEU



LE MARCHE DU PNEUMATIQUE TC4* EN 2015

*(*tourisme, camion, 4x4)*

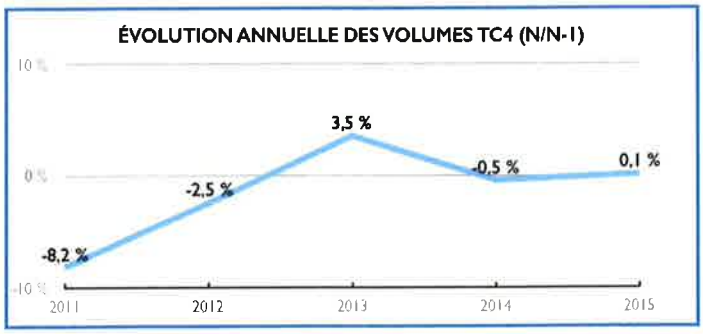
L'année 2015 se termine sur un mois de décembre très décevant (-14,6%). Les volumes de pneus tourisme chutent de -15,3% par rapport à décembre 2014. Dopée par les ventes de pneus hiver sur janvier et février, 2015 était pressentie comme l'année de la reprise. Hélas, le décollage des ventes ne s'est jamais confirmé. 2015 sera donc une année de statu quo par rapport à 2014, avec une infime progression de +0,1% sur les ventes TC4.

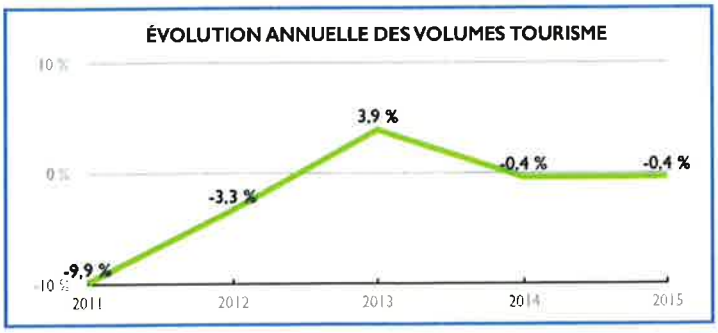


Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Panel GfK 2015
Ventes Sell-out France – Marché global (canaux Centre-autos, Fast-fitters, négociants spécialistes)

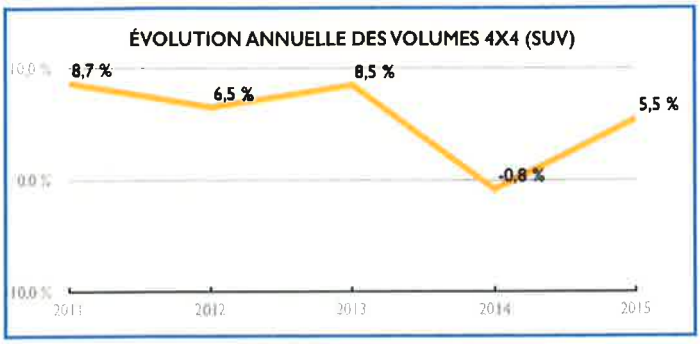
- **Les ventes TC4 : tourisme, camionnette, 4x4** *(Sources Panel GfK – SPP 2015)*

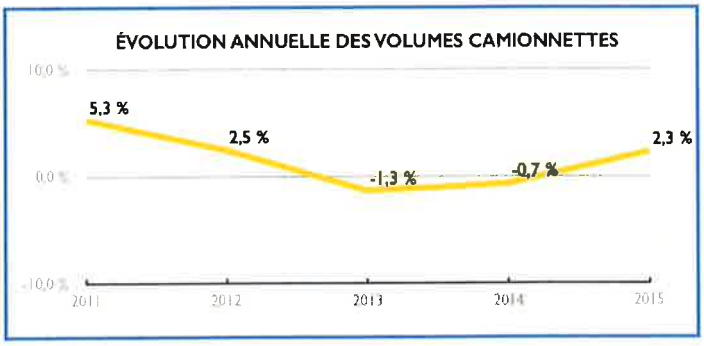
Les ventes TC4 accusent un repli de -0,4%, compensé par une progression satisfaisante des pneus 4X4 ou SUV (5,5%) et camionnette (+2,3%). Sur un marché structurellement stable, les performances des pneus hiver sont déterminantes et peuvent faire basculer la tendance annuelle en négatif ou en positif.





Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Panel GfK 2015
Ventes Sell-out France – Marché global (canaux Centre-autos, Fast-fitters, négociants spécialistes)

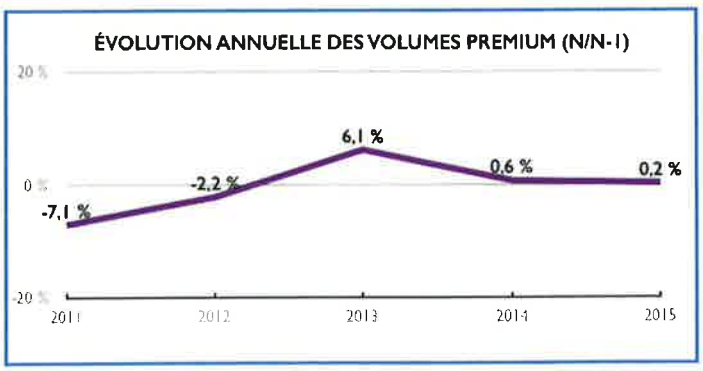


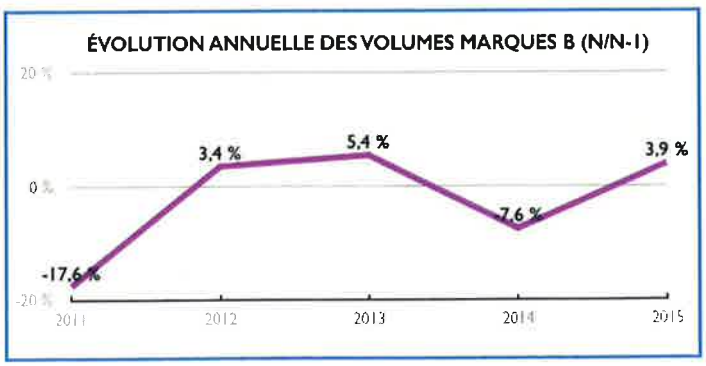


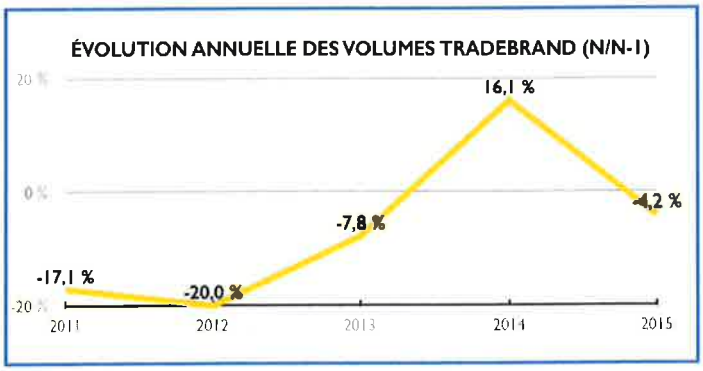
Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Panel GfK 2015
Ventes Sell-out France – Marché global (canaux Centre-autos, Fast-fitters, négociants spécialistes)

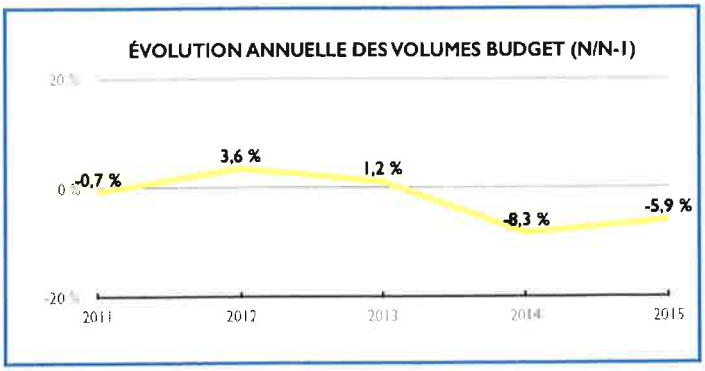
- **Les ventes par niveau de gamme** *(Sources Panel GfK – SPP 2015)*

Malgré une conjoncture économique difficile, les marques Premium ne cèdent pas de terrain (+0,2% sur l'année). Paradoxalement, ce sont les marques Budget qui enregistrent la baisse la plus sévère (-5,9%), confirmant, s'il en était besoin, que le marché de la rechange du pneu demeure un marché Premium. Les arbitrages budgétaires se sont majoritairement fait au bénéfice des marques B qui progressent de +3,9% sur l'année. Les marques distributeurs peinent à s'imposer (-4,2%).







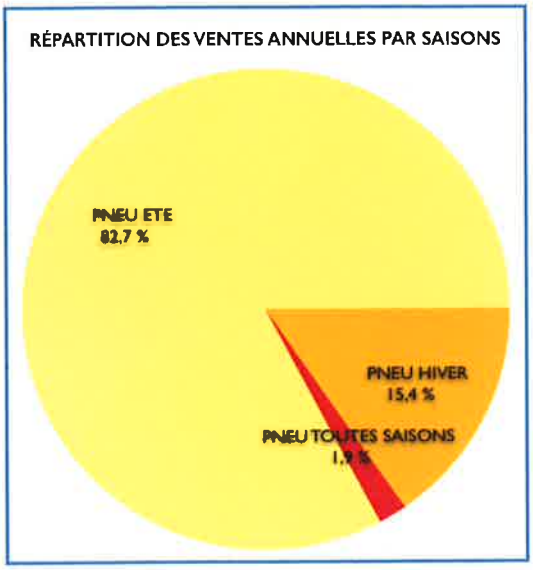


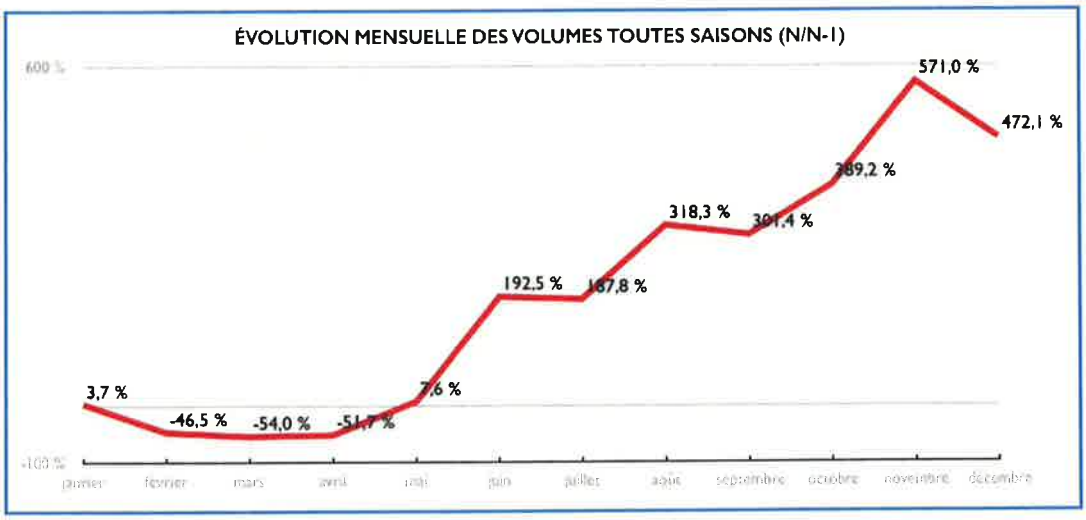
Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Panel GfK 2015
Ventes Sell-out France – Marché global (canaux Centre-autos, Fast-fitters, négociants spécialistes)

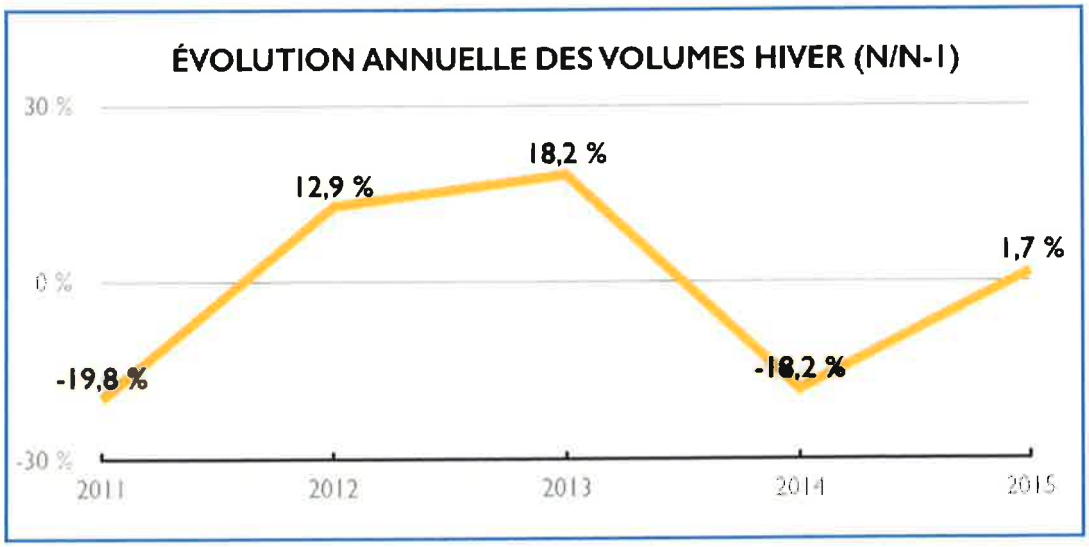
Les ventes par type de pneu *(Sources Panel GfK – SPP 2015)*

Sur des volumes qui demeurent modestes, les pneus toutes saisons affichent une progression remarquable (+474% en décembre, +169,7% sur l'année entière) et ce, malgré des prix en hausse (+35,2% sur l'année). Ce sont les négociants spécialistes qui tirent le mieux parti de la demande (+239% contre +87,4% pour les Centres-autos et Fast-fitters).

Les ventes de pneu hiver sont toujours fortement corrélées aux variations climatiques (+1,7% sur l'année). Le segment est toujours très bataillé. Les prix sont à la baisse dans les réseaux de spécialistes (-2% sur l'année) et à la hausse dans les réseaux de Centres-autos et de réparation rapide (+1,9%).



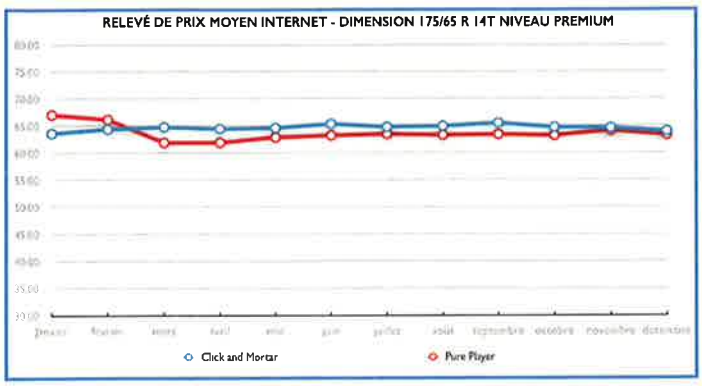


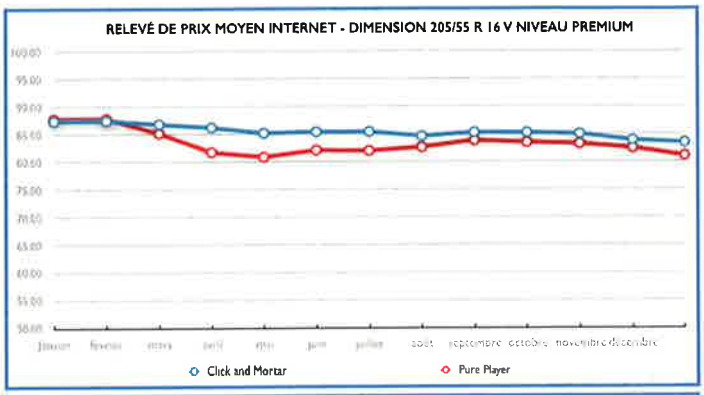


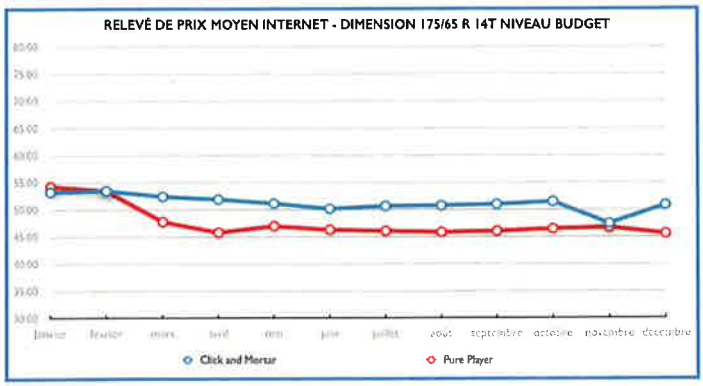
Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Panel GfK 2015
Ventes Sell-out France – Marché global (canaux Centre-autos, Fast-fitters, négociants spécialistes)

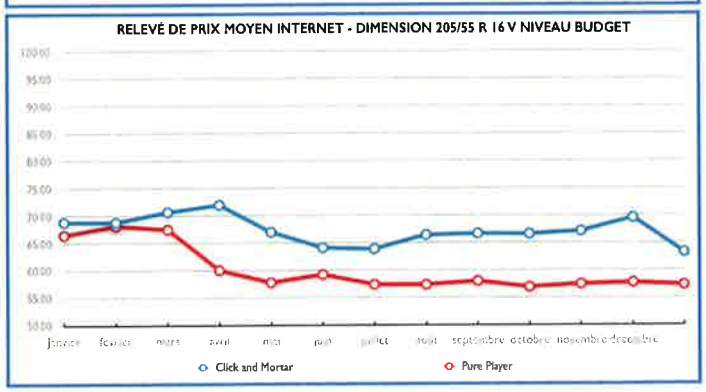
- **Prix Internet** *(Sources Lizeo Group Online - SPP 2015)*

En fin d'année, les écarts se resserrent entre les prix pratiqués par les Pure Players (ventes exclusivement sur internet) et les Clicks and Mortar (réseaux pratiquant des ventes sur Internet et en points de ventes).
Les écarts de prix les plus forts sont enregistrés sur les petites dimensions (175x65) marques Budget (environ 10%) ainsi que sur les grandes dimensions (205X55) marques Budget et Médium (8 à 15%). Sur les autres dimensions et niveaux de gamme, les écarts constatés sont inférieurs à 5%.





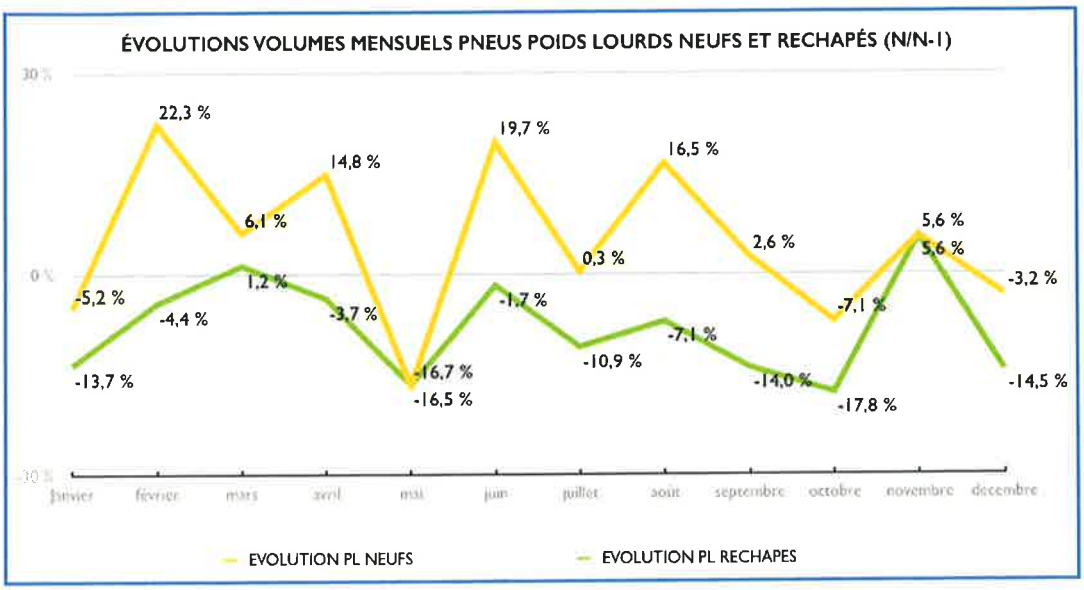


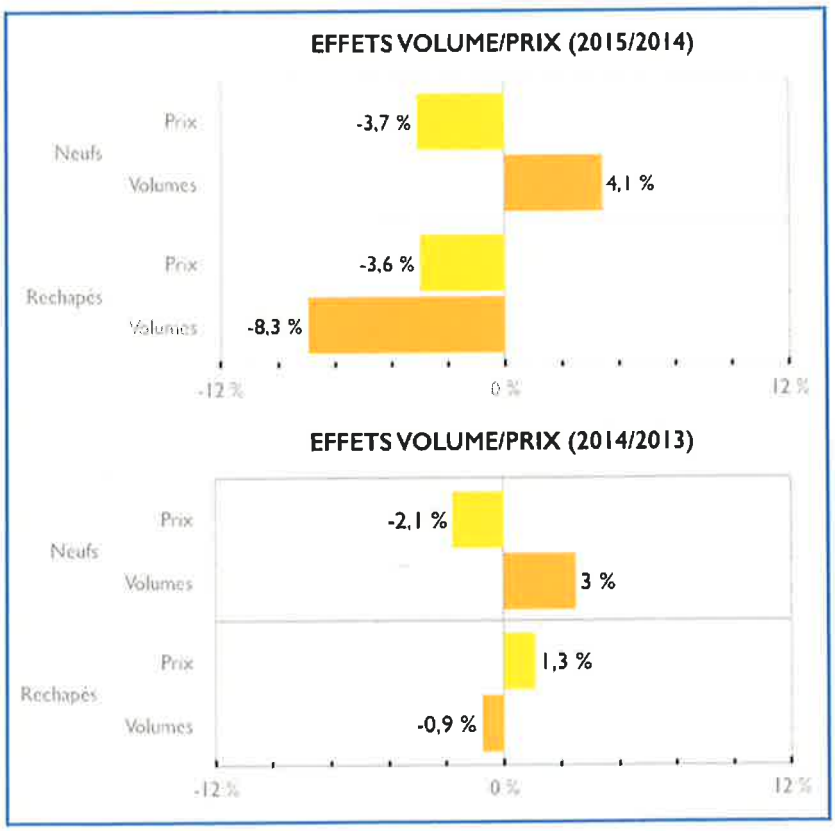


Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Lizeo Group Online 2015
Prix affichés sur 170 sites internet de vente en ligne de pneumatiques neufs commercialisés en France – Prix exprimé en euros TTC

- **Marché Poids Lourds** *(Sources Panel GfK - SPP 2015)*

En 2015, les volumes de pneus poids lourds (neufs + rechapés) sont en baisse de -1,2% par rapport à 2014.
Les écarts continuent à se creuser entre pneus neufs (+4,1%) et pneus rechapés (-8,3%).
La baisse de prix est quasi équivalente entre le neuf (en moyenne -3,7%) et le rechapé (en moyenne -3,6%).
La baisse d'attractivité du pneu rechapé est certes moins forte en France que dans les autres pays européens, mais n'en demeure pas moins préoccupante *(cf paragraphe : le rechapage en question).*





Source Syndicat des Professionnels du Pneu d'après Panel GfK 2015
Ventes Sell-out France –négociants spécialistes



LES VISITES MYSTERE

Depuis 2012, les visites et plus récemment les appels mystères sont pilotés collectivement par la quasi-totalité des réseaux de pneumaticiens (Euromaster, Eurotyre, Firststop, Point S, Profil plus, Siligom et Vulco) au sein du syndicat. Outre le fait d'obtenir des conditions d'achat des prestations plus avantageuses, cela permet également à chaque réseau d'être challengé sur des critères communs, d'après une moyenne de la profession et sur les mêmes scénarii de visites, dans un objectif commun d'évaluation et d'amélioration de la qualité des prestations dans les points de vente.

En parallèle des visites annuelles organisées dans les points de vente des différents réseaux, le syndicat a commandité une opération visites mystères dans une cinquantaine de points de vente de canaux de distribution concurrents, à savoir, Centre-auto, Réseau de concessionnaire et Fast-fitter. Construites autour de la thématique du remplacement des pneumatiques, et avec des visiteurs mystère n'ayant aucune information sur le commanditaire de l'étude, les visites se sont déroulées aux mêmes périodes, avec des scénarii scrupuleusement identiques.

A l'issue de ces visites, les réseaux visités se détachent sur les items liés au process de vente : des temps d'attente courts avant d'obtenir un contact au téléphone ou sur site. Les acteurs de ces réseaux s'avèrent être plus incitatifs dans la proposition de rendez-vous effectuée de manière quasi systématique pour certains canaux. Les écarts se resserrent sur les items pointant sur l'aspect des bâtiments, la tenue du personnel, les indications de prix ou de promotion sur les lieux de vente.

Les réseaux de négociants spécialistes obtiennent quant à eux de meilleurs résultats sur des critères plus subjectifs, liés à la qualité de la relation initiée : amabilité, sourire et ressenti général, ainsi que sur la qualité des conseils techniques prodigués et la clarté des explications.

Sur les évaluations finales (note générale et recommandations de l'établissement à l'entourage), les négociants spécialistes obtiennent les meilleurs résultats. *(Sources Qualisens SPP 2015)*



LE RECHAPAGE EN QUESTION

En juillet 2014, la courbe de croissance des pneus poids lourds rechapés s'est brusquement inversée. Ces derniers sont entrés en concurrence directe avec des produits Budget mono-vie d'origine asiatique et principalement chinois. La France importe relativement peu de pneumatiques Poids Lourds chinois mais une grosse part de ces produits transite par d'autres pays européens. Il est nécessaire pour apprécier correctement l'ampleur du phénomène d'observer les flux entrant au niveau de l'Union Européenne.

Entre 2012 et 2014, le nombre de pneumatiques poids lourds chinois importés par l'ensemble des pays de l'Union Européenne est passé de 1,4 million à 3,5 millions. Leur prix moyen a baissé, pour sa part, de 20 % sur la même période. Longtemps épargné, le marché français commence à en souffrir.

Ce qui tend à apparaitre aujourd'hui comme une tendance lourde d'achat des professionnels du transport s'explique, en premier lieu, par une baisse du coût des matières premières qui nivelle les prix du neuf, du Premium au Budget.

Les conséquences sont inquiétantes. Cette évolution des pratiques d'achat impacte sévèrement, à la fois les industriels du rechapage qui s'inquiètent de la pérennité de leur activité à moyen-court terme et les distributeurs spécialisés qui craignent des pertes d'emplois et de savoir-faire à moyen terme.

Rappelons également que le rechapage est un modèle écologiquement vertueux qui permet d'accroitre considérablement la durée de vie du produit (multipliée par 4 ou 5) et donc de limiter l'utilisation de matière et les volumes de déchets.

L'ensemble de la filière travaille actuellement à la mise en œuvre d'un ensemble d'actions permettant de replacer le rechapage dans une bonne dynamique. Parmi celles-ci sont envisagées des évolutions des cadres règlementaires, des process, des informations des clients finaux et l'instauration d'un système de bonus récompensant les pratiques vertueuses.



LE SYNDICAT DES PROFESSIONNELS DU PNEU

En 2015, le syndicat compte plus de 1000 entreprises adhérentes, ce qui le place à la 2ème ou 3ème place des organisations professionnelles de la branche des services de l'automobile. Les entreprises de négoces intégrées, sous franchise ou indépendante sont très largement majoritaires. Le Syndicat des Professionnels du Pneu compte également parmi ses adhérents bon nombre de distributeurs ou grossistes français et s'est également ouvert en 2015 aux acteurs Internet.

Parmi les membres associés (entreprises n'appliquant pas la Convention Collective des Services de l'Automobile) qui adhèrent au Syndicat des Professionnels du Pneu : 11 manufacturiers et une dizaine d'entreprises (industriels du rechapage, SSII et équipementiers).

Le nombre d'adhérents croit régulièrement depuis plusieurs années.

Aujourd'hui, le Syndicat des Professionnels du Pneu exerce sa mission au travers de 7 commissions thématiques :

Quatre créées en 2012 :

- **Commission sociale :** veille règlementaire, évolution de la convention collective des services de l'automobile (minima sociaux...), administration des organismes sociaux de santé, de retraite et de prévoyance de la branche
- **Commission études et prospectives** : données statistiques et gestion du Panel Sell Out, Stratégie sectorielle, études quantitatives, études prospectives
- **Commission communication** : campagnes de communication collectives, communication et événements de la profession, actions de lobbying
- **Commission qualité, sécurité et environnement** : filière du recyclage des pneumatiques usagés, actions collectives visant à améliorer la qualité de service (visites mystère), management de la sécurité dans le secteur, label et certification de qualité (qualicert, label gardiennage...)

Une créée en 2015 :

- **Pneu industriel :** cette activité génère à elle seule la moitié du chiffre d'affaires du secteur. Améliorer la reconnaissance de l'activité auprès des pouvoirs publics, développer des outils et améliorer les process au sein de la filière notamment sur l'activité rechapage, dynamiser la formation initiale et continue afin d'améliorer les conditions d'entrée des jeunes dans ces métiers, historiquement en tension.

Deux autres depuis le début 2016 :

- **Réflexion numérique :** agir sur les problématiques de captations de clientèle liées au développement de nouveaux outils numériques (véhicules connectés), optimiser les relations entre acheteurs et fournisseurs de prestations informatiques dans le secteur, optimiser le transfert et l'intégration des nomenclatures et des données.
- **Formation :** politique et organisation de la formation dans le secteur

Ces commissions très actives et très suivies réunissent des membres de l'ensemble des adhérents ainsi que des membres associés.