



## ENQUÊTE AUTO : La vérité sur le marché français des véhicules neufs (VN) en 2018

### **L'argus révèle les pratiques discutables des constructeurs pour maintenir leurs chiffres de ventes**

- *Immatriculations de VN en France : 4<sup>e</sup> meilleur score de la décennie avec une hausse de 3% par rapport à 2018,*
- *La raison ? La progression des ventes aux sociétés (+13%) et la progression des ventes directes aux concessionnaires ou salariés (+16%)*

Paris, le 11 mars 2019 - Si le marché français des VN affiche une belle santé en 2018 (2,173 millions d'immatriculations en 2018), une analyse minutieuse doit faire relativiser ce score. *L'argus* a apposé sa grille de lecture sur les chiffres annoncés et ils laissent apparaître un recours plus ou moins important, selon les marques, aux ventes grises. Le marché serait donc surévalué d'environ 150.000 véhicules.

### **L'argus refait les comptes : les constructeurs seraient-ils accros aux ventes grises ?**

La répartition des ventes en fonction des types de clients est une finesse propre au secteur automobile, et les ventes dites grises permettent aux marques de 'doper' leurs ventes, lorsque la demande faiblit, grâce aux véhicules de démonstration, loueurs, ... Ces ventes tactiques permettent à un constructeur d'écouler son stock en fabriquant des véhicules d'occasion à faible -voire zéro- kilométrage. S'il est entendu qu'un constructeur aux pratiques « saines » compte 75% de ventes au grand public et aux entreprises et 25% de ventes aux loueurs et en VD, seuls 6 constructeurs parmi les 30 premiers respectent cette règle.

### **Peugeot, Citroën, Toyota, Kia, Hyundai, Skoda, Mini, Suzuki, Lexus et Jaguar**

Dans son enquête exclusive, *L'argus* a identifié les constructeurs qui ont vendu le 'mieux', ceux qui ont abusé des ventes grises pour doper leurs résultats 2018, mais aussi les vrais vainqueurs du cru 2018 : Peugeot, Citroën, Toyota, Kia, Hyundai, Skoda, Mini, Suzuki, Lexus et Jaguar ! Pour ce faire, *L'argus* s'est appuyé sur le tableau détaillé des ventes, diffusé chaque mois par le Comité des Constructeurs Français d'Automobiles (CCFA).

**Top 10 des 'vrais' vainqueurs de l'année 2018 qui ont vendu le plus sainement** (ventes aux particuliers et entreprises) :

1 - Dacia (86%)  
2 - Toyota (81%)  
3 - Mini (80%)  
4 - Suzuki (79%)  
5 - Land Rover (78%)

6 - Kia (76%)  
7 - Peugeot (74%)  
7 - Smart (74%)  
7 - Lexus (74%)  
10 - Jaguar (72%)

Les marques qui ont forcé la dose en 2018, en effectuant le plus de ventes grises sont (ventes aux loueurs + ventes au réseau) :

- 1 - Alfa Romeo (51%)
- 1- Jeep (51%)
- 2 - Honda (48%)
- 3 - Nissan (47%)
- 4 - Fiat (44%)

Quelles sont les marques qui vendent le mieux ?							
Rang 2018	Marques	Part des ventes aux particuliers	Part des ventes aux sociétés	Part des particuliers + sociétés	Part des ventes à la LCD	Part des véhicules de démo.	Total des immatriculations (écart 2018/2017)
1	Dacia	84 %	2 %	86 %	5 %	9 %	140 325 (+ 19 %)
2	Toyota	67 %	14 %	81 %	8 %	11 %	97 286 (+ 10 %)
3	Mini	60 %	20 %	80 %	4 %	16 %	27 378 (+ 4 %)
4	Suzuki	75 %	4 %	79 %	1 %	20 %	27 241 (+ 9 %)
5	Land Rover	36 %	42 %	78 %	3 %	19 %	6 803 (- 25 %)
6	Kia	68 %	8 %	76 %	6 %	18 %	42 313 (+ 14 %)
7	Peugeot	44 %	30 %	74 %	13 %	13 %	389 518 (+ 6 %)
7	Smart	38 %	36 %	74 %	9 %	17 %	7 446 (- 9 %)
7	Lexus	44 %	30 %	74 %	5 %	21 %	6 101 (+ 13 %)
10	Jaguar	41 %	31 %	72 %	8 %	20 %	4 580 (+ 29 %)
11	Volkswagen	49 %	22 %	71 %	13 %	16 %	140 313 (+ 1 %)
11	Hyundai	64 %	7 %	71 %	8 %	21 %	35 542 (+ 20 %)
11	Skoda	46 %	25 %	71 %	11 %	18 %	31 423 (+ 17 %)
14	Citroën	51 %	19 %	70 %	13 %	16 %	213 844 (+ 6 %)
14	Audi	40 %	30 %	70 %	9 %	21 %	51 582 (- 21 %)
	France	49 %	21 %	70 %	13 %	16 %	2 173 481 (+ 3 %)
16	Renault	41 %	28 %	69 %	17 %	13 %	406 228 (- 2 %)
16	Volvo	29 %	40 %	69 %	13 %	18 %	18 349 (+ 13 %)
19	Ford	47 %	21 %	68 %	18 %	14 %	82 633 (- 2 %)
20	Seat	54 %	12 %	66 %	15 %	19 %	31 219 (+ 26 %)
21	Mitsubishi	60 %	4 %	64 %	8 %	28 %	4 879 (+ 105 %)
22	DS	42 %	21 %	63 %	16 %	21 %	24 004 (+ 13 %)
23	Mazda	55 %	7 %	62 %	4 %	34 %	11 129 (- 6 %)
24	Opel	49 %	12 %	61 %	15 %	24 %	71 619 (- 1,3 %)
24	BMW	32 %	29 %	61 %	9 %	30 %	57 537 (- 6 %)
25	Mercedes-Benz	32 %	28 %	60 %	11 %	29 %	65 808 (- 3 %)
26	Fiat	42 %	14 %	56 %	23 %	21 %	78 226 (+ 15 %)
27	Nissan	35 %	18 %	53 %	14 %	33 %	59 606 (- 17 %)
28	Honda	49 %	3 %	52 %	3 %	45 %	8 309 (- 2 %)
29	Alfa Romeo	32 %	17 %	49 %	19 %	32 %	8 332 (- 10 %)
29	Jeep	36 %	13 %	49 %	30 %	21 %	13 191 (+ 21 %)

Classement des 30 premières marques de France selon le pourcentage des ventes aux particuliers et aux sociétés sur leurs ventes totales.

Les cinq marques présentant le plus fort pourcentage de ventes aux particuliers et sociétés.

Les cinq marques présentant le plus fort pourcentage de ventes aux loueurs de courte durée et en VD.

#### COMMENT LIRE CE TABLEAU ?

Toyota, par exemple, avec 97286 modèles immatriculés, a augmenté sa diffusion de 10 % en 2018, progression nettement supérieure à celle du marché français (+ 3 %). De surcroît, la feuille de résultats de la marque est saine : 81 % des ventes réalisées auprès de particuliers ou de sociétés, soit bien davantage que la

moyenne du marché français (70 %). Seule Dacia fait mieux (86 %). Toyota vend pourtant peu aux sociétés : 14 % de ses immatriculations (21 % en moyenne nationale). Mais présente une forte part de ventes aux particuliers : 67 %, n° 4 derrière Dacia (84 %), Suzuki (75 %) et Kia (68 %), alors que la moyenne des 30 premières marques de France est de 49 %.

#### **NB :**

Une marque en bonne santé se reconnaît à deux critères : une croissance des immatriculations supérieure à la moyenne nationale (+3%) et un taux de vente aux particuliers et sociétés lui aussi supérieur (70% des immatriculations en 2018).

A l'inverse, les ventes directes aux concessionnaires (véhicules de démonstration) ou aux loueurs de courte durée sont moins saines, voire pas. Ces ventes ne sont pas suspectes en soi : en effet un loueur a besoin de voitures et le réseau, de véhicules d'essai ou de courtoisie. Et une marque peut décider de privilégier ces deux leviers pour accroître la prise en mains d'un nouveau modèle via les loueurs ou d'augmenter en concession le stock de VO récents si la période est pauvre en nouveautés.

S'il a du mal à écouler sa production auprès de particuliers ou de sociétés, un constructeur sera tenté de « fabriquer » des occasions récentes en ouvrant la vanne des ventes stratégiques. Sur le long terme, ceux qui abusent de cette solution dégradent leurs résultats financiers, mais aussi la valeur résiduelle de leurs voitures. Le client le mesurera quelques années plus tard quand son modèle acheté neuf se retrouvera en concurrence à la revente avec trop d'occasions récentes du même âge, mais acquises à prix plus bas.