

autoactu.com

Constructeurs - 06/01/2023 - #Hyundai , #Kia , #Opel , #Fiat , #Stellantis , #Toyota

Igor Dumas, Opel France : "Des marges unitaires record"

Par Xavier Champagne Chef de rubrique

Vous êtes abonné

Offrir cet article



"Notre nouvelle Astra est désormais proche de son objectif avec un rythme de 400 commandes par mois, dont un tiers en PHEV", indique Igor Dumas, directeur de la marque Opel en France.

Le niveau des ventes d'Opel en France reste faible, malgré la forte progression sur le canal B2B, mais le directeur de la marque, Igor Dumas, se félicite en revanche du niveau record de marge brute VN unitaire qui devrait permettre au réseau de sortir une rentabilité positive pour 2022.

Avec 36.058 VP neufs immatriculés cette année, en recul de 4%, Opel a néanmoins repris 0,1 point de part de marché cette année. Pas de quoi fanfaronner : avec 2,4%, la marque, qui s'est effondrée ces dernières années, reste à la 14e place du marché, juste derrière Fiat. Or, en 2019, la marque s'était fixé pour objectif d'atteindre les 5% de parts de marché en 2022 et de grimper à la 5e place. Entre temps, le marché a pour le moins été bousculé mais cela n'a pas empêché des marques comme Toyota, Kia ou Hyundai de tirer leur épingle du jeu.

Fortement impacté par les problèmes de production et de logistique, qui touchent toutes les marques du groupe Stellantis, Opel a réalisé une bien meilleure année en termes de prise de



commande : elles progressent en effet de 4% à 49.500 unités, sur un marché commandes en baisse de 9%. "Notre portefeuille de commandes a ainsi bondi de 70% en un an, soit 4 à 5 mois de véhicules à livrer", indique Igor Dumas, directeur de la marque en France.

Comme pour les autres marques du groupe Stellantis, ce sont surtout les modèles électrifiés (BEV + PHEV) qui peinent à être produits et livrés. Ainsi, 26% des commandes sont électrifiées, contre 13,7% des immatriculations. "Notre nouvelle Astra, qui est désormais proche de son objectif avec un rythme de 400 commandes par mois, est à un tiers en PHEV, tandis que la Corsa est à 31% de ses commandes en électrique", explique-t-il.

Net rebond sur le canal B2B

Le dirigeant pointe un motif de satisfaction pour cette année : la forte progression de la marque sur le canal B2B. "Nous avons gagné 0,7 point de part de marché, soit la seconde meilleure performance du marché (derrière Kia qui gagne 1,1point) avec des volumes en hausse de 35% en entreprise et de 62% chez les leasers", dit-il. De quoi réaliser une part de marché VP de 1,9% sur le canal B2B, au même niveau que sa part de marché à particuliers mais inférieure à sa PDM globale, à 2,4%.

La marque continue en effet d'être assez active sur les canaux dits "tactiques", avec 17% de ses ventes aux loueurs courte durée (contre 9,3% en moyenne) et 22% en VD-Garages (contre 14,6% en moyenne). "Nous avons tout de même fortement assaini ces canaux. Les LCD restent toutefois un moyen de faire connaître la marque et de fournir au réseau des VO récents. Quant aux VD, il faut préciser que sont inclus des véhicules de courtoisie que nous vendons à des carrossiers, pour environ 5 points sur les 22% évoqués", explique-t-il.

Un niveau record de marge brute VN unitaire

Le réseau Opel a perdu de l'argent l'année dernière (-0,5% de rentabilité) et devait réaliser 50.000 livraisons cette année pour atteindre son point mort, estimait en début d'année Michel Maggi, le président du groupement (GNCO).

Ce volume n'a pas été atteint, néanmoins, "selon nos estimations, la rentabilité devrait être atteinte, à 0,2%, avec les trois premiers quartiles à 0,8%", prévoit le dirigeant. Le VO a contribué à ce résultat mais surtout, souligne-t-il, "la marge brute VN unitaire a atteint un niveau record, entre 700 et 750 euros, notamment grâce à une discipline sur les prix et les niveaux de remise. Par ailleurs, nous ne vendons plus de petits modèles pas chers, avec l'arrêt de l'Adam et de la Karl, et l'ensemble de la gamme est montée en gamme et a fait progresser le panier moyen. En termes de pricing, nous sommes désormais au niveau de notre concurrent de référence alors que nous étions 8% en dessous en 2018", explique-t-il. "Et cela ne nuit pas à notre attractivité car parallèlement nos VR ont progressé et permettent de maintenir le niveau des loyers".

Concentration et multimarquisme

La concentration du réseau aux mains des distributeurs les plus performants participe aussi à ce résultat. Depuis 2018, 40% du réseau a été renouvelé et, depuis l'été 2021, 13 investisseurs ont quitté le réseau pour en compter désormais 74 (pour 237 sites), dont le top 20 réalise deux-tiers des ventes. "Ce sera les trois quarts en 2025", estime Igor Dumas qui s'attend ainsi à une poursuite de la concentration aux mains des groupes les plus importants.

Le multimarquisme avec les marques de Stellantis, qui permet de réduire les frais de structure, participe aussi à l'amélioration des performances. "Aujourd'hui, trois quarts des ventes sont réalisés par des investisseurs multimarques mais ce n'est pas une fin en soi, c'est un moyen. Les distributeurs monomarkes Opel performants ont toujours leur place", dit-il.

Accélérer en 2023

"Le sentiment qui domine pour cette année 2022 reste toutefois la frustration, dit-il, en raison de notre incapacité à livrer notre portefeuille et à donner de la visibilité à nos modèles dans les points de vente. Cela va aller mieux, notamment avec l'arrêt de la production de l'Insignia à Rüsselsheim qui donnera à l'Astra son plein potentiel", dit-il.

Si Igor Dumas ne communique pas d'objectif chiffré, il ambitionne en revanche de "confirmer et accélérer en 2023". Pour ce faire, le réseau va bénéficier de l'Astra et du GrandLand restylé en année pleine ; d'une version break de l'Astra (en fin d'année seulement) ; de motorisations PHEV plus puissantes (sous le label GSE) sur Astra et GrandLand ce printemps ; de la nouvelle chaîne de traction électrique (fabriquée à Trémery) qui remplacera l'actuelle du Mokka et équipera l'Astra, offrant une autonomie de 400 km.

Deux modèles seront renouvelés en 2023 et 2024, dont le Crossland. En 2024, toute la gamme Opel disposera d'une version électrifiée. Et rappelons que l'ensemble des ventes d'Opel sera 100% électrique en 2028.



← Actualité précédente : 2022, une année compliquée mais rentable pour le groupe VW en France

Actualité suivante : Peut-on réellement recycler les batteries ? →