

# autoactu.com

Constructeurs - 04/01/2023 - #Renault , #Tesla , #Dacia , #Peugeot

## Peugeot, un leader en difficulté

Par Xavier Champagne Chef de rubrique

Vous êtes abonné

Offrir cet article



L'année 2023 sera marquée par le lancement commercial, le 25 janvier prochain, de la 408, dont les commandes, déjà ouvertes depuis le Mondial de Paris, portent à plus de 50% sur des versions PHEV.

**Malgré sa première place sur le marché VP global, Peugeot a vu sa part de marché sur le canal de particuliers chuter de 35% en deux ans, en raison de problèmes logistiques et de sa difficulté à produire des modèles électrifiés et en finition haute, fortement demandées par sa clientèle de particuliers.**

Pour la deuxième année consécutive, Peugeot s'est classé en tête du marché VP en 2022, avec près de 16,1% de parts de marché - devant Renault à 15,5% - malgré une baisse de 14% de ses immatriculations (sur un marché à -7,8%). *"Nous sommes déçus car on aurait pu faire mieux, compte tenu de notre portefeuille de commandes très élevé, mais ce sont tout de même des résultats qui nous rendent fiers"*, a commenté **Christophe Prévost**, directeur commercial France de Peugeot.

Outre sa première place, la marque peut en effet se targuer de compter 4 modèles dans le top 8 - 208 en tête, suivie de 2008, 308 et 3008 - tous leaders dans leur segment respectif. La e-208 (+7,6% pour une part de marché de 9,5%) est également en tête des électriques tandis que les 308 et 3008 trustent les deux premières places des hybrides rechargeables, avec 13,7% de parts de marché.



De quoi permettre à Peugeot de confirmer son leadership sur le marché des électrifiés (BEV+PHEV), avec 14,1% de parts de marché, devant Renault à 13,5% et Tesla à 8,9%.

Dernier satisfecit, une très nette position de leader sur le marché B2B, à 23,4% de parts de marché - avec 5 modèles dans le top 10 - loin devant Renault à 16,8%. *«Et ce n'est pas parce que nous bradons les voitures, tient à souligner Christophe Prévost. Nos modèles ont un très bon TCO, tiennent très bien la cote, et plaisent aux salariés qui peuvent choisir dans la liste que leur propose leur entreprise».*

Tous ces bons résultats ne peuvent toutefois pas cacher le gros point noir sur le marché des particuliers : pour la seconde année consécutive, Peugeot n'arrive que troisième sur ce marché, derrière Renault et Dacia, avec une part de marché en recul de 35% en deux ans. Elle n'est plus en effet que de 10,3%, contre 12,8% en 2021 et 15,8% en 2020.

Les immatriculations à particuliers de Peugeot sont ainsi en recul de 21,8% *"mais notre portefeuille à livrer aux particuliers est lui en hausse de 14% alors que notre portefeuille total est stable par rapport à fin 2021"*, souligne notre interlocuteur.

La marque est finalement victime de sa montée en gamme et de l'électrification de sa gamme. *"Nos clients particuliers veulent des finitions haut de gamme (40% de notre portefeuille de commandes) et des modèles électrifiés (35% de notre portefeuille, contre 15% de nos livraisons), et c'est ce que nous avons le plus de mal à produire, du fait des difficultés d'approvisionnement sur les batteries et les équipements électroniques. Nous affectons systématiquement la production disponible aux particuliers pour permettre à notre réseau de proposer une alternative à leurs clients, mais c'est une production très thermique et peu équipée"*, déplore Christophe Prévost.

Aux difficultés de production se sont ajoutés des problèmes d'acheminement des véhicules entre les usines, les parcs de stockage et les distributeurs. *"Le manque de camions et le manque de conducteurs nous a contraint à mettre en place à partir de mi-octobre un process de "self pick-up" pour nos distributeurs, explique le directeur : Ils peuvent sélectionner dans le système informatique les modèles les plus urgents à livrer et envoyer leur propre transporteur pour les récupérer sur parc. Cela ne représente pas de gros volumes, plusieurs milliers de véhicules, mais c'est une réponse qualitative aux cas les plus urgents"*.

Aujourd'hui, les délais de livraison d'un modèle thermique chez Peugeot sont de l'ordre de 2 mois, contre 8 mois pour un modèle électrique. Pour anticiper ces délais à rallonge, les clients en LOA sont désormais contactés un an avant la fin de leur contrat (contre 3 à 6 mois auparavant) pour préparer leur renouvellement, *"même si ce n'est pas facile d'anticiper l'évolution de la gamme avec une telle avance"*, reconnaît Christophe Prévost. Les premiers clients de la e-208, lancée fin 2019, ont ainsi déjà été recontactés pour renouveler avec le modèle actuel ou la version restylée dotée d'une autonomie accrue (plus de 400 km) qui sera lancée cette année.

L'année 2023 sera aussi marquée par le lancement commercial, le 25 janvier prochain, de la 408, dont les commandes sont déjà ouvertes depuis le Mondial de Paris. *"Nous sommes déjà à un*

*mix en PHEV de plus de 50%, constate Christophe Prévost, et nous sommes bien partis pour faire de la conquête sur les segments premium et SUV", dit-il.*

Cette année, une partie de la gamme Peugeot sera restylée, dont la 208 ; la 308 sera proposée en électrique en septembre ; et des motorisations hybrides de nouvelles générations seront également déployées. Pour le nouveau 3008, il faudra en revanche attendre 2024.

Christophe Prévost a souligné en conclusion "le travail en symbiose" réalisé avec le réseau Peugeot. "Malgré les difficultés liés aux délais, le réseau a tenu son rôle pour maintenir le niveau de satisfaction de nos clients", a-t-il dit. "Sa rentabilité pour l'année 2022 sera bonne et en progression même si le chiffre d'affaires VN s'est dégradé, grâce au VO et à l'après-vente qui se sont bien comportés".

← Actualité précédente : Canal des particuliers : Renault et Dacia à 31% de part de marché en 2022

Actualité suivante : Emmanuelle Serazin nouvelle directrice des ventes corporate de Hyundai Motor France →