

# autoactu.com

Marchés - 08/01/2024 - #Renault , #Abarth , #Alfa Romeo , #Alpine , #Dacia , #Jeep , #Opel , #Peugeot , #Fiat , #Stellantis

Stellantis, un leader du marché français dans la tourmente en 2023

---

Par Florence Lagarde Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

Vous êtes abonné

Offrir cet article



Enorme succès des années récentes, le 3008 a permis à Peugeot de gagner des parts de marché plusieurs années de suite, sa baisse de volume dans le cadre de la transition avec un nouveau modèle explique une partie du recul de 2023.

**Avec sept marques sur le marché français, le groupe Stellantis reste nettement leader en volume et part de marché. Cependant si on y regarde en détail, la part de marché cumulée des marques qui le composent est en érosion constante en France depuis la création de Stellantis et elle s'est accélérée en 2023. L'écart avec le rival Renault s'est réduit en VP (très fortement) comme en VUL.**

---

On peut faire dire ce que l'on veut aux chiffres et ils sont parfois cruels.

Ainsi, Stellantis s'est félicité en ce début d'année 2024 de sa position de leader sur le marché français. "Encore heureux", pourrait-on dire. Avec la fusion PSA/FCA en janvier 2021, le groupe avait considérablement accru son avance sur le second (le groupe Renault) puisqu'il totalise désormais sept marques (si on inclut Abarth et Fiat Professional dans Fiat, le groupe en

annonçant neuf en les distinguant) avec par ordre d'importance en volume Peugeot, Citroën, Opel, Fiat, DS, Jeep, Alfa Romeo. Son rival national avec un périmètre inchangé, n'en compte que trois, Renault, Dacia et Alpine.

En 2023, Stellantis aura connu en France une année 2023 très compliquée. Les chiffres sont sévères avec une part de marché (en VP) descendue à 27,35% pour Stellantis, certes encore très supérieure aux 24,45% du groupe Renault. Cependant la tendance est assez mauvaise avec un écart de 2,88 points en 2023 alors qu'il était de 10,29% en 2020, l'année précédant la fusion. Depuis 2021 en effet, la part de marché VP du groupe a baissé chaque année. Ce n'est pas seulement un ajustement technique avec une perte de 8 points en trois ans dont pratiquement la moitié en 2023 (3,7 en 2023). Ce recul est particulièrement le fait de Peugeot qui perd 4,7 points sur la période (13,61% de PDM en 2023 contre 18,3% en 2020) et Citroën en perd 2,7 (7,1% en 2023 contre 9,86% en 2020).

En face, le groupe Renault et ses trois marques est resté globalement stable à plus ou moins 24% (avec un point haut en 2020 à 25%, et bas en 2021 à 23,86%). Sur la période, il n'a perdu que 0,4 point, la montée en puissance de Dacia (2,9 points de plus) ayant pratiquement compensé le recul de la marque Renault (3,4 points de moins), Alpine ayant grappillé 0,1.

Si on fait le même exercice sur le marché des utilitaires, la résistance de Stellantis a été nettement meilleure. Sa part de marché entre 2020 et 2023 n'a perdu "que" 3,4 points, essentiellement sur la marque Fiat (-2,9 points) avec une part de marché consolidée de 39,67% en 2023. Le groupe Renault de son côté a résisté comme en VP avec une perte de 0,3 point et une part de marché de 30,45%. Là encore Stellantis est en tête mais l'écart s'est réduit.

En volume, Stellantis a immatriculé en France 486.693 VP et 128.001 VUL, soit un total de 614.694. En 2020, les sept marques avaient représenté un total de 754.495 immatriculations (VP et VUL). La perte de volume sur trois ans est de 140.000 véhicules (95.000 VP et 44.760 VUL) alors que le marché a progressé sur la période de 124.584 unités (VP et VUL).

Ces évolutions démontrent s'il en était besoin qu'en matière automobile 1+1 ne font jamais 2.

Comment expliquer ce recul chez Stellantis, notamment en 2023 que nous avons commenté tout au long de l'année dans nos analyses des chiffres du marché automobile français ? Le directeur France de Stellantis, **Christophe Musy** avance plusieurs explications : une moindre présence sur les canaux tactiques (les VD-Garages du réseau ont en effet nettement baissé à -19%, ils se situent à 14,7% des immatriculations en recul de 5 points), le cycle produit sur des modèles importants et notamment la fin de vie de la 3008 qui a pénalisé la marque en B2B ("*3008 est resté numéro un devant l'Austral sur le segment C SUV*", souligne cependant le dirigeant), un début d'année avec très peu de stock, un manque de disponibilité des véhicules jusqu'à l'été.

A cela se sont ajoutées d'importantes difficultés logistiques et de fonctionnement des outils informatiques. "*Nous avons beaucoup travaillé pour finir l'année avec une logistique que je ne qualifierai pas encore d'idéale mais qui n'est plus un frein*", a souligné Christophe Musy. Ces problèmes ont empoisonné les relations avec le réseau pendant une bonne partie de l'année et ont commencé à être pris en compte après un courrier cinglant des groupements adressé à Christophe Musy avec copie à **Carlos Tavares**.

"Nous avons fait beaucoup de travail en commun pour mettre à plat les difficultés. Il y avait des réglages à opérer sur le nouveau système logistique et les nouveaux outils informatiques. Nous avons apporté des réponses pragmatiques et pratiquement 98% des sujets ont été corrigés. Par exemple, l'outil informatique avec la banque a été amélioré au cours des six derniers mois et il n'y a plus de difficultés. Je confirme que les points ont été travaillés au plus haut niveau du groupe avec Carlos Tavares qui a regardé les résultats. Cela nous permet maintenant de nous concentrer sur l'essentiel qui est la satisfaction client et la conquête commerciale", a détaillé Christophe Musy.

Le dirigeant a également évoqué une bataille commerciale intense avec une offre produits de plus en plus large sur le marché alors qu'il rappelle la décision du groupe de ne faire "aucun compromis sur le pricing power de nos marques". "Il faut apporter des réponses aux clients en termes de loyers, ce qui compte c'est le niveau de la valeur résiduel pour tenir des loyers attractifs. Par exemple, grâce à une VR élevée, nous avons depuis longtemps un loyer à moins de 100 euros par mois sur Fiat 500. Nous n'avons pas de problème de positionnement des loyers."

Partant d'un point bas en 2023, on imagine que Stellantis ne pourra que rebondir en 2024. Le dirigeant n'a pas voulu nous donner d'objectif avançant "l'espoir de reconquérir des parts de marché" citant certains modèles importants : la nouvelle 3008, la C3 électrique, la Fiat 600, la Corsa, la 208. Le groupe aura également des motorisations MHEV (hybrides 48 Volt) qui lui ont manqué cette année notamment pour la clientèle entreprise. Enfin, les productions sont revenues à la normale. "Nous avons une offre supplémentaire dès le début de l'année et nous partons avec de la disponibilité en production et des stocks", a-t-il souligné.

Le dirigeant mise également sur une bonne performance de la gamme véhicules électriques qui a été une des satisfactions de l'année 2023 que nous détaillerons dans un prochain article.

← Actualité précédente : L'exercice de la responsabilité élargie des producteurs d'automobiles les oblige à chercher des compromis avec les professionnels

Actualité suivante : Honda envisage d'investir 14 milliards de dollars pour fabriquer des véhicules électriques au Canada →