

Le quatre-pages du pôle filière automobile

**Sommaire du n°7
Juillet 2016**

Edito - L'ingéniosité de l'offre française pourrait-elle relancer les exportations et l'industrie automobile nationale ?

Focus - Afrique, territoire de conquête ou nouvelle base productive ?

Décryptage - Les opportunités du véhicule connecté

L'ingéniosité de l'offre française pourrait-elle relancer les exportations et l'industrie automobile nationale ?

L'offre des constructeurs français n'apparaît pas suffisamment séduisante pour permettre une exportation importante de véhicules depuis des bases nationales. Cela se mesure clairement dans l'analyse des données sur les échanges commerciaux mondiaux, en particulier dans la comparaison avec l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Rappelons tout d'abord que les échanges commerciaux de la France ont en majeure partie lieu au sein de la zone Europe, avec un déficit commercial principalement négatif avec son voisin allemand.

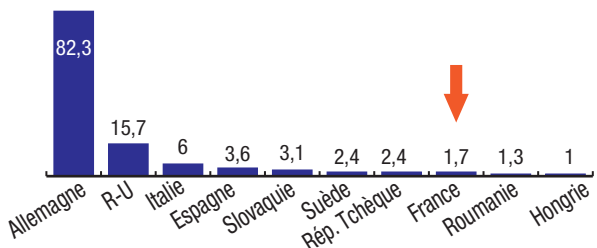
Les constructeurs français ont délocalisé une partie de leur production mais, pour autant, ne couvrent que partiellement les grands marchés mondiaux (faible présence de PSA et Renault aux États-Unis et position faible en Chine). S'ils peuvent approvisionner l'Amérique latine depuis leurs usines locales, ils n'en restent pas moins des acteurs marginaux dans le concert planétaire.

Une analyse fine des données d'exportations et d'importations européennes (source Eurostat) montre que l'offre française **pâtit aussi de l'absence de véhicules susceptibles de s'exporter** de par le monde. Outre un abandon progressif du haut de gamme (alors que les produits de luxe français ont encore une forte image de marque), on note un manque d'innovation sur des véhicules « premium » dans les différents segments depuis les années 2000.

Leurs homologues allemands, également présents industriellement sur la scène internationale, parviennent tout de même à exporter une forte part de leur production nationale sur les autres continents. **En 2015, l'Allemagne a ainsi exporté plus de 70 Md€ de véhi-**

cules (et 20 Md€ d'équipements) en dehors de l'UE (contre 45 Md€ en 2010)¹. C'est plus de 20% de la valeur de la production allemande. Sur la même période, la France n'exporte que 3 Md€ de véhicules (autant en équipements). Même les constructeurs du Royaume-Uni, qui produisent moins de véhicules, mais avec des marques haut de gamme reconnues, parviennent à vendre 20 Md€ de véhicules en dehors des frontières européennes (plus que la France, l'Italie et l'Espagne réunis), soit un tiers de la valeur de leur production.

La France est le 7^e exportateur net de l'UE
(source Eurostat, en Md€, véhicules et équipements)



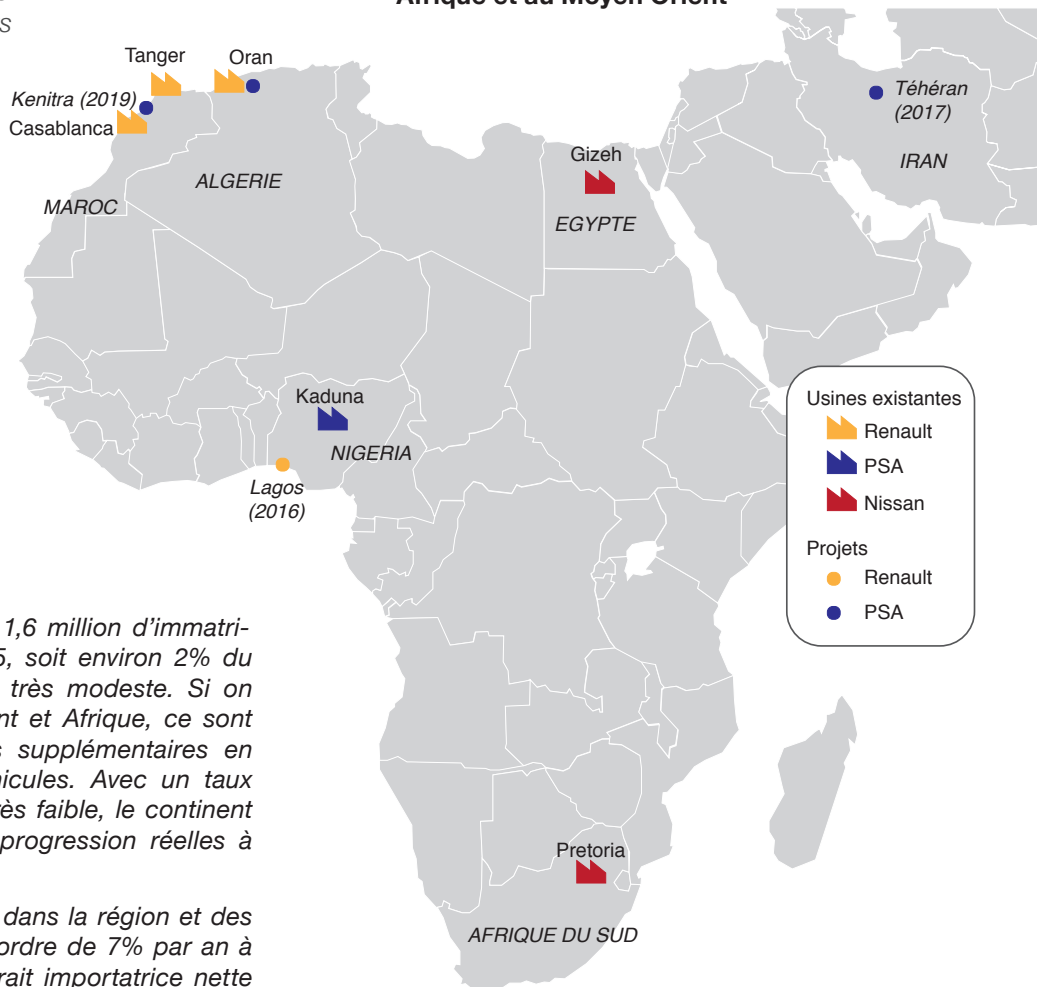
Indéniablement, les stratégies des constructeurs français, orientées ces dernières années plus sur la réduction des coûts que sur la création de valeur, a participé à limiter le potentiel de vente de la France à l'export. La filière gagnerait à un positionnement plus marqué sur des véhicules et équipements à la fois premium et plus propres, dans tous les segments de véhicules, y compris les véhicules utilitaires.

1. Malgré l'effondrement du marché russe et le tassement de la demande chinoise, mais en profitant pleinement du rebond du marché américain.

Afrique, TERRITOIRE DE CONQUÊTE OU NOUVELLE BASE PRODUCTIVE pour approvisionner l'Europe ?

Depuis quelques années, l'Afrique, et plus particulièrement l'Afrique du Nord, attire les constructeurs français. Renault, le premier, a multiplié ses investissements dans la région. Il a depuis peu été rejoint par PSA qui, après avoir « boudé » l'Afrique, en fait désormais un axe de sa stratégie hors des frontières hexagonales. Mais que viennent-ils y chercher ? Un relais de croissance sur un marché encor marginal mais en pleine expansion ou une nouvelle source d'approvisionnement à bas coûts ?

Implantations des constructeurs français en Afrique et au Moyen Orient



Usines existantes

- Renault
- PSA
- Nissan

Projets

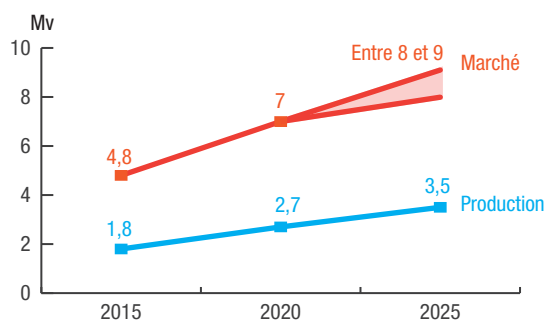
- Renault
- PSA

Perspectives africaines

Le marché africain représente 1,6 million d'immatriculations de véhicules en 2015, soit environ 2% du marché mondial, ce qui reste très modeste. Si on considère la zone Moyen-Orient et Afrique, ce sont 2,6 millions d'immatriculations supplémentaires en 2015, soit 4,1 millions de véhicules. Avec un taux d'équipement en automobile très faible, le continent africain offre des marges de progression réelles à moyen-long terme.

À l'aune des volumes produits dans la région et des prévisions de croissance (de l'ordre de 7% par an à l'horizon 2020), la région resterait importatrice nette de véhicules.

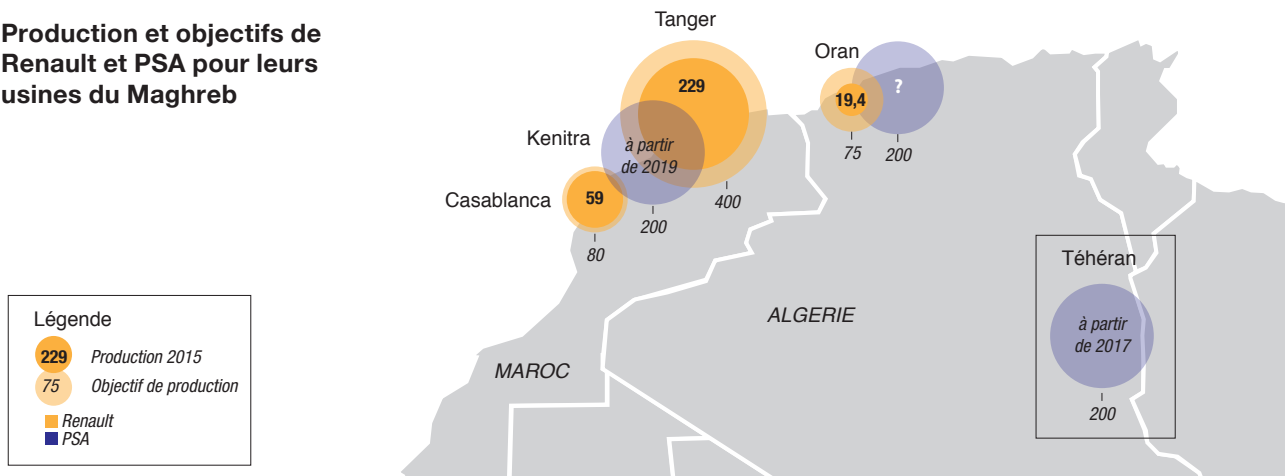
Production et immatriculations : perspectives à 2025 (en millions de véhicules)



Implantations et projets d'implantations d'autres constructeurs en Afrique et au Moyen-Orient

| | |
|----------------|--|
| Afrique du Sud | GM, BAIC (Chine) Ford, BMW, Volkswagen, FAW (camions, Chine), Toyota |
| Iran | Tata Motors (projet), LG (projet), Renault, Daimler Trucks, Changan, Zhejiang Gonow Auto (Chine), Hyundai (projet), Fiat (projet), Daimler (projet) Guangzhou (projet) |
| Egypte | Toyota, GM, BMW, Geely, Gonow (Chine) |
| Ethiopie | FAW (Chine) |
| Algérie | Renault Truck (Projet), Ford (projet) |
| Nigeria | Ford, Nissan, Volkswagen |

Production et objectifs de Renault et PSA pour leurs usines du Maghreb



Stratégies de Renault et PSA

Le groupe Renault détient 12% de parts de marché sur le continent africain et ambitionne d'atteindre 20%. Bien positionné au Maghreb, le constructeur vise les marchés égyptien, sud-africain, mais aussi d'Afrique centrale (Nigeria, Ghana, Angola, etc.). D'autres projets d'implantation seraient ainsi dans les cartons chez Renault.

En production, le groupe Renault est déjà bien présent en Afrique du Nord. Il assemble désormais plus de 300 000 véhicules (307 000 en 2015), à partir de ses trois implantations en Afrique du Nord (Tanger et Casablanca au Maroc, Oran en Algérie). C'est l'équivalent des volumes produits par les usines de Douai et Flins réunies en 2016 !

PSA investit en Afrique et au Moyen-Orient. Son ambition est de vendre, à l'horizon 2025, 1 million de véhicules sur ces marchés où les ventes passeraient, selon lui, à 8 millions de véhicules en 2025. Sur ces bases, PSA représenterait 12% du marché à cet horizon.

PSA prévoit que le taux d'intégration des fournisseurs (pièces et ingénierie) atteigne 80 à 90% à terme. Il n'est donc pas étonnant que, dans de nombreuses entreprises de la filière automobile en France, nous observions une incitation forte à la création ou à l'expansion de leurs unités de production en Afrique du Nord. Dans le même temps, le taux d'intégration en France était de 50,7% chez PSA en 2015 ; et au vu des pratiques actuelles, il devrait diminuer encore dans les années à venir.

Aussi, n'y aurait-il pas du sens, pour des groupes comme PSA ou Renault, poursuivant une politique de RSE ambitieuse, à limiter leurs flux logistiques et les émissions de CO₂ attenantes ?

Indéniablement, les constructeurs français ont là l'opportunité d'être acteurs sur les marchés d'Afrique et du Moyen-Orient. Ces implantations constituent

également des capacités destinées à approvisionner d'autres régions, et notamment l'Europe (c'est le cas pour les véhicules Lodgy et Dokker de Renault par exemple). Si les ambitions de développement de PSA et de Renault sur ce continent n'étaient pas à la hauteur des ambitions, ces capacités nouvelles risqueraient de réduire le potentiel de croissance des volumes sur les sites européens. Et l'on entendra une nouvelle fois parler de surcapacités ?!

Zoom sur les implantations et projets d'implantation Renault et PSA

Renault

| | |
|--|---|
| Tanger | Modèles : Dokker/Lodgy et Sandero II Production : 229 000 kv en 2015 Objectif : 400 000 kv Effectifs : 5 984 au 31/12/2015 |
| Casablanca | Modèles : Logan II et Sandero II Production : 59 000 kv en 2015 ; Objectif : 80 000 kv Effectifs : 604 au 31/12/2015 |
| Oran (2015) | Modèles : nouvelle Symbol, Sandero à partir de 2016 Production : 19 400 kv en 2015 Objectif : 75 000 |
| Lagos | Capacité projetée de 5 000 véhicules |
| Nissan produirait 40 000 véhicules par an en Afrique du Sud et quelque 10 000 en Egypte. | |

PSA

| | |
|---------|---|
| Kaduna | Redémarrage de la production en 2014 Modèles : 301 (508 et 308 à venir) Production de petites quantités |
| Téhéran | Entrée en production en 2017 Modèles : 301, 2008, 208 Production max. visée : 200 000 kv/an |
| Kenitra | Entrée en production : 2019 Modèles : 301, C Elysées Production max. visée : 200 000 kv/an |
| Oran | Projet ajourné, visait une production de 150 000 kv/an |

Véhicule connecté, des opportunités à ne pas manquer

Depuis quelques années, le véhicule automobile se transforme pour devenir plus connecté et plus autonome. Cette évolution a été amorcée par les réglementations en faveur d'un véhicule plus sûr et pour un plus grand confort de conduite. Avec ces évolutions, la voiture est devenue autonome sur des phases spécifiques de conduite, telles que le stationnement, développé par Valeo, ou l'ESP et le freinage d'urgence, développés par Bosch, Continental et Delphi.

Le mouvement s'accélère et s'accélérera encore dans les années à venir, au point d'imaginer un véhicule totalement autonome dans moins de 10 ans sur tout type de route, après des évolutions nécessaires de la réglementation. Aujourd'hui, toutes les briques technologiques existent et sont disponibles au sein de la filière automobile.

Le marché se décline sur plusieurs segments dont, outre la mobilité et la sécurité, la gestion du véhicule, l'assistance à la conduite, le confort et le divertissement. D'après les estimations de PWC, ce marché devrait quasiment quadrupler entre 2015 et 2020, passant de 31 milliards d'euros à plus de 110 milliards d'euros.

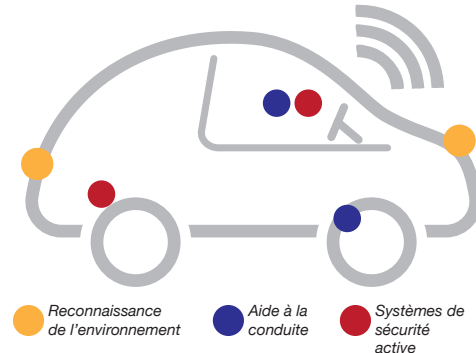
Ainsi, le véhicule autonome devra être nécessairement connecté : aux infrastructures, mais également aux autres véhicules en circulation. La connectivité ouvre le marché automobile à de « nouveaux » acteurs : ceux de la cybersécurité (pour empêcher le « piratage » du véhicule connecté), de l'électronique, mais aussi ceux de l'internet (Google).

Les principaux équipementiers automobiles positionnés sur le véhicule autonome et connecté, tous présents à des degrés divers en France, ont adressé ce marché de façon différenciée :

- Bosch, Continental et Delphi, les trois leaders, maîtrisent les systèmes de freinage et ont développé des systèmes d'aide à la conduite et des solutions de connectivité ;

- Valeo a développé ses compétences sur les systèmes de reconnaissance de l'environnement de conduite, par le développement de capteurs, radars et caméras ;
- Autoliv, acteur historique sur la sécurité passive, s'est progressivement positionné sur les systèmes de sécurité active (permettant d'éviter la survenue des accidents).

Domaines du véhicule connecté couverts par les équipementiers de la filière française



Les choix opérés par ces cinq acteurs laissent peu de place à la France pour la conception et la production de ces nouveaux systèmes nécessaires au développement du véhicule autonome et connecté. Parallèlement, nous observons, à travers nos interventions au niveau européen, une charge croissante dans les sites d'Europe de l'Est, avec la tentation d'y développer une partie des nouveaux produits de l'automobile. Ce sont des paris qui nous paraissent risqués au regard de taux de turnover extrêmement élevés et d'une forte inflation salariale, mais aussi de courbes d'apprentissage et d'autonomisation de ces sites en net décalage avec les schémas initiaux. On peut alors penser que les pouvoirs publics doivent prendre des initiatives (comme c'est le cas au sein du projet européen Scoop@F), si l'on ne veut pas que notre industrie (et son ingénierie) ne soit absente de ce tournant majeur pris par l'automobile.

Le pôle filière automobile Syndex

Une vingtaine de consultants, à Paris et dans toutes les régions, spécialisés et engagés au service des représentants des salariés et de leurs organisations

ALSACE-LORRAINE

c.iung@syndex.fr

s.bernard@syndex.fr

AUVERGNE-LIMOUSIN

l.gonzales@syndex.fr

s.bouchet@syndex.fr

BFC

m.jeannenez@syndex.fr

n.weinstein@syndex.fr

BRETAGNE

p.motte@syndex.fr

PAYS-DE-LOIRE

m.sonzogni@syndex.fr

LANGUEDOC-ROUSSILLON

n.chantagrel@syndex.fr

f.bezier@syndex.fr

NORD

f.dequidt@syndex.fr

o.gazel@syndex.fr

NORMANDIE

e.monfouga@syndex.fr

RHÔNE-ALPES

m.sapina@syndex.fr

PARIS

f.bricnet@syndex.fr

MIDI-PYRÉNÉES

jp.neollier@syndex.fr

ag.lefeuvre@syndex.fr

POLOGNE

h.souteyrand@syndex.fr

e.palliet@syndex.fr

darteyre@syndex.pl

f.bergua@syndex.fr

Le quatre-pages du pôle filière automobile

Syndex, 22 rue Pajol 75018 Paris - www.syndex.fr - Directeur de publication : J.-F. Poupard

Ont contribué à ce numéro : Sandrine Bouchet, Anne-Gaëlle Lefevre, Michel Sonzogni, Service Communication

Contact : Michel Sonzogni (02 41 68 97 81)