

Poids lourd : 1 300 véhicules vendus à fin avril, en baisse de 14,5% par rapport à 2013

■ Tous les segments du marché affichent des baisses de 20 à 50%, à l'exception du tonnage léger qui réalise une petite progression de 2% ■ Selon les professionnels, les besoins existent à la fois pour le renouvellement et l'extension des parcs, mais les clients reportent leur décision d'achat ■ Mitsubishi et Isuzu dominant sur le tonnage 3,5 à 18,9 t, tandis que Scania et Volvo règnent en maîtres sur le 26 à 40 t.

Les temps sont durs pour les professionnels du poids lourd et de la carrosserie. Les ventes peinent toujours à décoller. D'après les données du Groupement du poids lourd et de la carrosserie (GPLC) sur les quatre premiers mois de l'année, à peine 1 317 véhicules ont été vendus contre plus de 1 540 au titre de la même période de 2013, soit une baisse de 14,5%. Selon les professionnels, le marché continue naturellement sur sa tendance baissière de 2013. Année pendant laquelle l'activité, tous segments confondus, avait décroché de 4,6%, à 3 862 unités. « Cette situation émane, d'après nos remontées du terrain, d'une activité économique morose faisant régner encore un air d'attentisme. Clairement, nos clients ne sont pas encore assez confiants dans la conjoncture actuelle et future pour engager des dépenses d'investissement », observe une source chez Auto Hall, distributeur de la marque Mitsubishi. Le responsable des ventes chez un autre opérateur abonde dans



le même sens. « Les besoins sont manifestes, à la fois pour le renouvellement et l'extension des parcs, mais la concrétisation ne suit pas. Les opérateurs sont en train de reporter d'année en année », affirme-t-il. Même son de cloche recueilli chez

les banquiers. « Auparavant, les entreprises vendaient automatiquement leur parc amorti généralement après 46 mois, et achètent de nouvelles flottes en leasing ou en crédit classique. Aujourd'hui, elles préfèrent garder leur parc pour parer aux péripéties d'un environnement économique pas très stable », explique un cadre chez une société de financement de la place.

L'occasion constitue 40% du marché des gros engins

Aussi, le tassement de l'activité observé au niveau de plusieurs secteurs bien précis, notamment le BTP et plus récemment le transport, qui sont de gros clients du segment du 26 t à 32 t, explique en partie la situation. C'est justement ce segment du marché qui a le plus pâti de la baisse à fin avril. Ses ventes ont été exactement réduites de moitié, passant de 82 véhicules en 2013 à 41 au titre des quatre premiers mois de 2014. L'ampleur de cette contre-performance n'a

« DÉJÀ, L'ÉCONOMIE EST SUR UNE TENDANCE D'AMÉLIORATION. DE PLUS, CE QUI NOUS LAISSE OPTIMISTES, C'EST QUE LE BESOIN EXISTE BEL ET BIEN. D'AILLEURS, PLUSIEURS APPELS D'OFFRES DE GRANDS COMPTES SONT EN PRÉPARATION », RAPPORTE UNE SOURCE À L'AIVAM

pas impacté dans les mêmes proportions le total marché vu que ce segment ne constitue que 3% des ventes. Volvo et Scania font plus de 80% de ce segment.

Autre segment en baisse, les tracteurs routiers ou le 40 tonnes. Avec des ventes de moins de 350 véhicules, ce segment affiche à fin avril une baisse de 21% par rapport

aux quatre premiers mois de 2013. Scania concentre 41% des parts de marché sur ce tonnage alors que Volvo en accapare 37% et DAF 12%. Selon plusieurs opérateurs, ce segment n'arrive toujours pas à s'élargir en raison des importations de gros engins d'occasion opérées notamment par de grandes entreprises. « Ces engins ne respectent pas les normes européennes mais leurs prix, même après dédouanement, restent compétitifs pour les professionnels qui ne sont pas intéressés par la performance et la fiabilité », explique un distributeur. Le marché de l'occasion est estimé à 40% du total vendu.

Le segment de 8 à 18,9 t a, pour sa part, vu ses ventes décrocher d'environ 20%, à 420 unités, soit 32% des ventes totales. Mitsubishi a cédé 265 unités, Isuzu 136 et Renault trucks 9.

Un seul segment se distingue sur le marché : le 3,5 à 7,9 tonnes qui arrive à se maintenir et réalise même une légère progression. Favorisé par la polyvalence de ses utilisations et donc de sa clientèle, ce tonnage affiche 508 unités vendues contre 497 en 2013, soit une hausse de 2,2%. Et c'est la marque Mitsubishi distribuée par Auto Hall qui règne en maître sur ce segment. La marque concentre en effet 70% des ventes, suivie d'Isuzu (16%) et de Hyundai (14%).

Les professionnels s'attendent à un deuxième semestre bien meilleur. « Déjà, l'économie a tendance à s'améliorer. De plus, ce qui nous laisse optimistes, c'est que le besoin existe bel et bien. D'ailleurs, plusieurs appels d'offres de grands comptes sont en préparation », confie une source à l'AIVAM. Les professionnels espèrent ainsi revenir au moins au niveau des ventes de 2013 ■

NAOUFEL DARIF

Un marché d'environ 4 000 unités par an

La taille du marché du poids lourd et de la carrosserie tourne autour de 4 000 unités par an. Par segment, le tonnage léger (3,5 à 7,9 tonnes) représente 39% du marché, suivi du segment de 8 à 18,9 t qui constitue 32% de l'activité. Les tracteurs routiers (40 t) participent à hauteur de 26% aux ventes, tandis que le 26 à 32 t représente 3% à peine du marché. Selon les professionnels, la demande est exprimée par deux types de clientèle : les entreprises qui ont des parcs plus ou moins grands et les individuels qui ont des parcs réduits (généralement à partir de 2 camions). Chez les deux profils de clients, la décision d'achat est guidée par des critères très rationnels parce qu'il s'agit d'un outil de travail. Les clients s'intéressent à la consommation de carburant (poste qui représente plus de 40% des coûts), la fiabilité des engins, la disponibilité des pièces de rechange, la valeur de revente ainsi que la capacité à la surcharge ■