

MARCHÉ

Ventes de voitures neuves

Un joli rebond en novembre

● Grâce à un fort regain des ventes en novembre (+38,5% sur le mois isolé), le marché national des véhicules neufs reprend des couleurs, affichant une hausse annuelle de 5,82%. Cela ne l'empêchera pas de clôturer 2015 dans le sillage des années précédentes.

Traditionnellement, novembre est réputé pour être un mois «tranquille», marqué par l'attentisme des promos de fin d'année, qui captent un maximum d'acheteurs en décembre. Cette année, surprise ! Contre toute attente, les ventes de voitures neuves ont connu une forte hausse, le mois dernier, et plus précisément un sursaut de 38,54% à 11.326 véhicules. Du fait que l'activité des véhicules utilitaires légers (VUL) est toujours en berne, le marché des voitures particulières (VP) affiche une croissance encore plus élevée, soit une hausse de 45,14% en novembre et 7,8% sur les 11 derniers mois, avec plus de 104.677 unités vendues.

Le Lodgy Grand Taxi pousse Dacia

Toujours en haut du tableau et loin devant toutes les marques, Dacia totalise plus de 31.300 VP vendues, dont environ 10% de ce volume réalisés le mois dernier. La marque roumaine du groupe Renault frôle les 30% de parts de marché (PDM) et parvient à entretenir une croissance nette de ses ventes (+6,9% en VP). En cela, la montée en puissance du Lodgy Grand Taxi est pour quelque chose, ce modèle ayant déjà séduit plus de 2.600 taxieurs cette année, dont plus de 500 le mois dernier. En seconde place, Renault flirte avec les 10.000 VP vendues, dont près de 1.100 en novembre, soit une forte croissance sur ce mois isolé de 50%

(ramenée à +12% sur l'année), ce qui lui permet de détenir 9,5% du marché VP. En novembre, la filiale commerciale du losange a surtout capitalisé sur le succès de Clio (près de 500 unités vendues), alors que Kadjar réalise de bons débuts, avec 55 unités livrées le mois dernier sur plus de 150 commandes enregistrées durant sa première quinzaine de commercialisation. Solidement installé sur la troisième marche du podium et préservant ses acquis, dont une PDM supérieure à 8%, l'importateur de Ford totalise 8.649 VP sur l'année après un bon mois de novembre, durant lequel il a livré 850 VP, dont plus de la moitié sont des Fiesta.

Hyundai indépassable par Peugeot

Quatrième au classement, la marque Hyundai profite toujours d'un bon mix des ventes au sein de sa gamme, avec non seulement un ix35 qui se maintient plutôt bien (près de 200 ventes en novembre), mais aussi le trio fort composé des i10, Accent et i30 qui, chacune d'elles, assurent plus ou moins une centaine de ventes. De plus, l'importateur du numéro 1 coréen qui totalise près de 7.500 VP vendues en 2011, ce qui lui permet de rester devant son challenger, Peugeot. Ce dernier, en baisse depuis des mois, sort enfin du rouge (+3,3%) après un bon mois de

novembre. L'importateur de la marque au lion a su tirer les fruits de ses dernières opérations commerciales (ventes privées, expo-vente à Rabat...), mais reste bien loin de son réel potentiel, notamment au vu des ventes médiocres réalisées par la 308 et la 301 qui atteignent respectivement, 43 et 116 ventes en novembre. Juste derrière, Fiat se maintient avec une PDM de 6,7% (VP) après avoir cumulé plus de 7.000 ventes (VP) en 2015. Outre un peu moins de 200 Punto vendues le mois dernier, la filiale de la marque turinoise a aussi réalisé une belle percée avec sa gamme Doblo (Classic et nouveau). Un ludospace livré à plus de 430 acheteurs, dont la moitié sont des taxieurs.

Toyota signe son meilleur mois de l'année

Cette même clientèle professionnelle profite aussi à l'importateur de Volkswagen, dont le Caddy connaît un franc succès en version Maxi destinée aux Grand Taxi et livrée à près de 120 taxieurs le mois dernier. Cela, alors que les SUV Tiguan et Touareg ont séduit respectivement une centaine et une soixantaine de clients, contribuant ainsi aux 485 livraisons du mois dernier. Huitième au classement, Nissan est toujours devant Citroën et enregistre la plus forte croissance du top-10. Elle est pour nous, la marque du mois (lire encadré). Pour le reste, on retiendra les bonnes performances mensuelles des marques Toyota et BMW. L'importateur du géant nippon qui a réalisé son meilleur mois de l'année avec 400 VP vendues, a non seulement été prisé pour la Corolla (près de 260 ventes), mais a aussi performé avec sa Yaris, livrée à près de 70 clients. Enfin, BMW domine toujours le segment premium, totalisant plus de 1.900 ventes en 2011, dont 230 en novembre (un mois historique), signant au passage une PDM de 1,82% sur le marché VP. Colossal pour un label de luxe.

STATISTIQUES PARTIELLES DES VENTES DE VOITURES PARTICULIÈRES NEUVES À FIN NOVEMBRE 2015

MARQUES	VENTES EN NOVEMBRE 2015	CUMUL 2015	PART DE MARCHÉ (%)	ÉVOLUTION 2014/2015 (%)
Dacia	3.172	31.373	29,97	6,9
Renault	1.081	9.967	9,52	11,9
Ford	850	8.649	8,26	1,17
Hyundai	601	7.484	7,15	2,75
Peugeot	704	7.449	7,12	3,3
Fiat	704	7.011	6,7	8,82
Volkswagen	485	5.104	4,88	-7,5
Nissan	424	4.549	4,35	102,81
Citroën	524	4.435	4,24	1
Toyota	400	2.764	2,64	-9,11
Autres	1.425	15.892	15,17	-
Total général	10.370	104.677	100	7,8

SOURCE : AVAM

La marque du mois : Nissan



Avec une hausse annuelle de 102,8% de ses ventes de voitures particulières, soit la plus forte progression du Top-10, Nissan est incontestablement la marque du moment ! Sans pouvoir disposer d'une gamme aussi diversifiée que celle de ses concurrents, son importateur (affilié au groupe Auto Hall) réalise de bons résultats commerciaux, puisqu'il totalise déjà plus de 4.600 ventes sur les 11 mois de l'année. De ce fait, ses prévisions de ventes à savoir, 5.000 véhicules en 2015, sont quasi-assurées et ceci, sans l'introduction de la compacte Pulsar, comme il était prévu initialement. Merci au duo Juke-Qashqai (photo) qui totalise plus de la moitié des ventes et performe sur le segment très disputé des SUV avec une PDM de 15% ! L'importateur de Nissan peut également être fier d'avoir réussi le lancement du Note et de l'Evia Grand Taxi. Deux modèles qui sont, eux aussi, en phase avec leurs objectifs commerciaux. La réussite de Nissan au Maroc s'explique par trois axes : un réseau fort de succursales (près d'une vingtaine), des produits à la fois séduisants et de grande qualité (japonaise) puis surtout, un rapport prix/équipements quasi-imbattable et cela sans aucun sacrifice sur l'autel de la rentabilité, valeur chère au groupe Auto Hall.