Ces constructeurs auto qui ne veulent plus conquérir le monde entier

lesechos.fr/industrie-services/automobile/ces-constructeurs-auto-qui-ne-veulent-plus-conquerir-le-monde-entier-1240234

8 septembre 2020

Focus

Renault qui se retire partiellement de Chine, Mitsubishi qui quitte l'Europe, Honda prêt à l'imiter... Pris en étau entre un bond des investissements et une baisse des revenus avec la crise sanitaire, certains constructeurs font leur deuil d'une présence mondiale.

Mitsubishi, qui dispose d'une usine en Allemagne (ci-dessus), a fait savoir fin juillet qu'il ne lancerait plus de nouveaux modèles en Europe. (Silas Stein/AFP)

Par Lionel Steinmann
Publié le 8 sept. 2020 à 6:30 Mis à jour le 8 sept. 2020 à 8:47

Pour Mitsubishi, l'Europe, c'est (bientôt) fini. Le constructeur japonais a fait savoir fin juillet qu'il n'y lancerait plus de nouveaux modèles, préparant ainsi son retrait en bon ordre d'un continent où il s'était implanté en 1975. Son compatriote Honda semble en passe de prendre la même décision. Renault, de son côté, a choisi mi-avril de se retirer partiellement du marché chinois , et n'y vendra plus que des voitures électriques. Luca de Meo, le nouveau patron opérationnel du Losange, martèle aussi que le Vieux Continent est sa priorité des priorités.

Ces décisions récentes illustrent une tendance de fond dans l'industrie automobile mondiale, tendance que la dégringolade des ventes causée par le coronavirus n'a fait qu'accentuer : la volonté d'un nombre croissant d'acteurs de quitter certaines zones du globe ou d'y réduire la voilure, pour concentrer leurs forces là où c'est le plus pertinent pour eux.

Changement de stratégie

Planter son drapeau dans le plus de pays possibles pour jouer sur l'effet de masse a longtemps été un axiome de base dans le secteur, rappelle Laurent Petizon, directeur associé du cabinet AlixPartners. « Pendant des décennies, la stratégie dominante chez les constructeurs était celle de la saturation : couvrir tous les segments et toutes les zones géographiques. General Motors ou Volkswagen en étaient la meilleure illustration », dit-il.

Mais ces dernières années, les besoins en investissements ont bondi, pour ne pas se retrouver décrochés dans les deux ruptures technologiques majeures que sont la généralisation de la voiture électrique et l'arrivée des véhicules autonomes. « Cela a eu pour conséquence la dégradation de la trésorerie des constructeurs globalement depuis 2018, pointe Laurent Petizon. Pour maintenir les investissements clefs, les entreprises coupent leurs coûts un peu partout, et concentrent leurs moyens dans les pays qui génèrent le plus de profits. »

L'Europe, marché coriace

De quoi pousser certains constructeurs à arrêter les frais en Europe, par exemple. « Le marché européen est mature, avec une forte concurrence et des positions très établies, relève Jean-Michel Prillieux, directeur marché du cabinet Inovev. Il est difficile à pénétrer si l'on ne dispose pas d'un produit différenciant, comme Tesla. » Dans un contexte de moyens raréfiés, certains constructeurs en tirent les conséquences, comme l'avait fait GM dès 2017 en vendant Opel à PSA.

Nissan confie à Renault le volant de la Micra et de ses utilitaires européens

Les constructeurs ont également dû composer avec l'avènement du marché chinois, devenu en quelques années le premier marché mondial . « Les industriels qui partageaient jusque-là leurs efforts entre l'Europe et les Etats-Unis ont dû composer avec l'émergence de ce troisième pôle, pointe Jamel Taganza chez Inovev. Ce qui peut les obliger à des choix. »

Réduire la voilure dans les pays à risque

Dans certains cas, les marques n'optent pas pour une sortie pure et simple, mais limitent les risques et réduisent les investissements. « C'est le cas en Amérique latine, en Turquie ou encore en Russie, des marchés à gros potentiel, mais où les ventes font le yoyo, ce qui a fini par refroidir certains constructeurs », confirme Laurent Petizon.

Autre option : faire alliance avec un autre industriel. La stratégie « leader follower » mise en place par l'attelage Renault-Nissan, et qui va amener le premier à développer et fabriquer la Micra en Europe pour le compte du second, en est une illustration. L'accord passé par Ford et Volkswagen , qui doit permettre à l'américain de développer plus facilement des voitures électriques pour l'Europe, va dans le même sens. Tout comme celui entre Honda et General Motors pour l'Amérique du Nord.