

Marché Climatisation - Filtre d'habitacle : il respire le dynamisme !

lundi, 11 mai 2015

Le filtre d'habitacle reste indubitablement une famille "locomotive" dans la fonction filtration. Une famille qui, de l'avis de l'ensemble des acteurs contactés, continue d'enregistrer une progression annuelle à deux chiffres...



«Les volumes poursuivent leurs progressions, confirme ainsi Marie-Jo Faivre, responsable marketing et communication de Mann Filter France, au point de représenter aujourd'hui 10 à 15% du CA filtration d'un distributeur !» L'IAM se paie même le luxe de revenir au niveau de la rechange constructeur en termes de parts de marché (50-50), aidé en cela par un âge moyen du parc qui continue d'augmenter !

Pourquoi ? Parce que le filtre est tout autant porté par les préconisations de remplacement inscrites dans les carnets d'entretien que par la prestation de recharge des circuits de climatisation... mais aussi les préoccupations très actuelles en termes de santé –«*Diesel bashing*», pics de pollution à répétition et autres recrudescences d'allergènes...

Potentiel avéré, essai à transformer !

Et ces préoccupations, de plus en plus présentes à l'esprit du consommateur automobiliste, engendrent une autre évolution de marché. Selon Eric Burban, directeur général de Corteco France, la part de filtres à charbon actif ?plus performants que les filtres dits "à pollens"? a pour la première fois en 2014 dépassé celle des filtres d'habitacle classiques. *«Nos ventes vers la rechange indépendante démontrent en effet que le ratio est passé à environ 60/40 en faveur des filtres à technologie charbon actif.*

Mais le meilleur reste pourtant à venir». Selon Eric Burban, directeur général de Corteco France, si le filtre d'habitacle était systématiquement changé lors du remplacement du filtre à huile, les volumes de ventes actuels pourraient tout bonnement être multipliés par 4 !...

Pour y parvenir, les équipementiers poursuivent tous leurs efforts de sensibilisation des utilisateurs finaux initiés depuis plusieurs années déjà. C'est aussi le but d'une "Feda Box", qui doit d'ailleurs faire son apparition ce mois. S'adressant à tous les distributeurs membres de l'organisation, elle leur permettra de communiquer encore davantage auprès de leurs clients garagistes et, en aval, des automobilistes, par le biais d'affiches, posters, et autres supports de vente. Sogefi entend quant à lui se démarquer de la concurrence grâce à un packaging innovant, tourné vers la facilité de stockage et d'identification de ses références. Les filtres sont effet conditionnés dans un emballage transparent, dont les étiquettes recyclables permettent une identification facilitée.

Pour le confort... et la santé !

Les filtres d'habitacle viennent aujourd'hui répondre à une problématique qui ne relève plus seulement du confort des passagers du véhicule mais bel et bien de la santé publique. Un positionnement qui a d'ailleurs très tôt été occupé par Corteco, première à communiquer sur les bienfaits du filtre à charbon actif... Un créneau où il n'est plus le seul aujourd'hui : Bosch communique depuis deux ans maintenant sur son partenariat noué avec l'AFPRAL (association française pour la prévention des allergies), qui a fait passer toute une série de tests aux filtres de l'équipementier allemand -débit d'air, efficacité de rétention des poussières, efficacité de filtration, etc.- avant de leur délivrer une recommandation. Un sésame qui pourrait s'avérer précieux pour Bosch dans sa stratégie de communication vers le grand public...

Bienfaits polyphénols...

Sur le marché européen, le Français Valeo et, plus récemment, Mann Filter, mettent quant à eux en avant une gamme de filtres à la technologie innovante, avec leur gamme respectivement baptisée ClimFilter Supreme et Precious Plus. Ces filtres, qui reposent sur la technologie du charbon actif, sont ainsi capables de stopper les particules fines, les mauvaises odeurs ou encore les gaz nocifs.

Leur originalité : ils sont traités aux polyphénols, des agents naturels capables de neutraliser les allergènes. Lancé en début d'année en Europe, le dernier né chez Mann Filter, Precious Plus, entend ainsi apporter *«un vrai bénéfice pour le consommateur»*, selon Marie-Jo Faivre, responsable marketing de Mann Filter France. Ce filtre dispose d'une 3ème couche, traitée avec du polyphénol naturel, qui bloque la quasi-totalité des allergènes, des bactéries et autres moisissures. La gamme, composée d'une trentaine de références, devrait en compter 14 de plus à fin juin pour couvrir 47% du parc roulant.

Toujours est-il que ce positionnement ne semble pas, pour l'heure, être suivi par la concurrence. *«On assiste déjà à une percée des filtres à charbon actif dans nos ventes, relève en effet Eric Burban, directeur général de Corteco France, ce qui démontre que les différentes technologies et leurs performances*

respectives commencent à être appréhendées par les professionnels.» Même son de cloche chez Bosch : «Le filtre à charbon actif est déjà une excellente technologie et constitue un très bon rempart contre les particules, les gaz nocifs et les allergènes, déclare Estelle Selvan, chef de produit filtration. La priorité est de continuer à sensibiliser le grand public à la pollution des habitacles.» Et donc à des remplacements plus fréquents !

LES AUTRES ARTICLES DU DOSSIER CLIMATISATION

1. [Le Bienheureux “effet parc”](#)
2. [Une progression générale](#)
3. [Condenseur : un volume sûr](#)
4. [Compresseur : neuf, reman et MDD !](#)
5. [Un impératif nommé « déshy »](#)
6. [Consommables et fluides coulent de source](#)
7. [Filtre d'habitacle : il respire le dynamisme !](#)
8. [Stations de clim' : peut mieux faire...](#)

