

Marché pneu 2016 : chute des prix, maintien des volumes

lundi, 06 mars 2017

Le Syndicat des professionnels du pneu (SPP) a tiré le bilan, le 2 mars, du marché sell-out des pneumatiques en 2016. Une année marquée par un léger recul des volumes mais une vraie baisse des prix moyens sur le segment TC4 (tourisme, camionnette, 4x4/SUV). Et surtout, un exercice qui a permis de confirmer le poids des pneus “budget” dans les parts de marché. Et l’envolée d’un segment encore sinistré deux ans plus tôt : le pneu toutes saisons.



Le segment TC4 (tourisme, camionnette, 4x4/SUV) tel qu’il existe aujourd’hui sera-t-il le même demain ? Régis Audugé, directeur général du Syndicat des professionnels du pneu (SPP), qui regroupe essentiellement les négociants-spécialistes, se pose clairement la question. *«Le 4 de TC4, qui correspond aux pneus 4x4 et SUV, connaît une croissance forte des enveloppes dédiées aux seuls SUV, qui sont véritablement des véhicules de tourisme, explique-t-il. Ainsi, le 4 intégrera peut-être le T.»*

Le parc SUV a limité le recul

Une réflexion amusante qui souligne une tendance bien réelle : les volumes de pneus SUV ont été les seuls à croître sur le marché TC4 qui, dans son ensemble, a accusé un recul de 0,6% entre [2015](#) et 2016. En effet, les pneus VUL ont vu leurs volumes croître, dans le même temps, de 6,1%. Une progression qui a largement contribué à maintenir plutôt “flat” le marché TC4.

Les chiffres dévoilés le 2 mars par le SPP, fondés sur le panel Gfk 2016 Ventes Sell-out France et reflétant le marché détenu par les centres auto, fast-fitters et négociants-spécialistes, révèlent d'ailleurs que les pneus 4x4, portés par le dynamisme du parc SUV, ont vu leurs ventes augmenter de 53,6% depuis 2010 !

Prix en baisse, avant la hausse...

Si les volumes de pneus tourisme ont eux aussi flirté avec les 1% de baisse (-0,8%), ce sont les enveloppes pour camionnettes qui ont enregistré le recul le plus sévère (-1,4%). Mais ce n'est rien par rapport aux chutes de prix qu'a connu le marché TC4 en 2016. Qu'elle fut dure, au niveau des tarifs, cette année 2016 : -3,3% au total, -3,2% en tourisme, -3,8% en SUV et même... -5,4% en camionnettes ! Néanmoins, 2017 a démarré sur une tendance bien différente, déjà ressentie lors du quatrième trimestre 2016.

Les prix, en effet, sont repartis à la hausse sur l'ensemble des niveaux de gamme (premium, tier 2, MDD et budget). Ceci à cause de la hausse des matières premières et notamment celle du pétrole, appelée à se prolonger. Résultat : les manufacturiers ont d'ores et déjà, tous autant qu'ils sont, annoncé des hausses de tarifs. Et, sur le terrain, les distributeurs ne pourront faire autrement que suivre...

Le premium recule face aux gammes inférieures

Tarifs baissiers ou non, 2016 a confirmé que les marques premium, bien que toujours majoritaires en termes de parts de marché avec 61,8% des volumes vendus en France selon le panel Gfk 2016, reculent face aux autres niveaux de gamme. Le premium a enregistré une baisse de 3,1% par rapport à 2015. Les marques B de type Firestone ou Kleber ont progressé de 0,9%. Les marques de distributeurs (MDD), autrement nommées "tradebrands", ont vu leurs volumes croître de 6,1%. Enfin, les pneus "budget" venus de Chine et du sud-est asiatique ont progressé de 3,5%.

Néanmoins, c'est ce dernier niveau de gamme qui tire le mieux son épingle du jeu sur le long terme. En effet, quand les volumes de pneus premium ont quasiment retrouvé leurs niveaux de 2010 et les volumes des marques B et MDD restent encore de 13 à 15% en dessous des niveaux de cette même année, les enveloppes "budget", elles, ont enregistré des volumes supérieurs de 15,9% par rapport à ceux de 2010 ! *«Malgré la progression de l'asiatique, les volumes représentent toujours moins de 10% des ventes, ce qui n'a encore qu'un impact limité sur les prix du marché global»,* précise Régis Audugé.

Le toutes saisons : ça roule !

L'information qui vient confirmer la tendance esquissée en 2015, c'est le succès du pneu toutes saisons. Alors que l'hiver a enregistré un recul de 12% de ses volumes, le toutes saisons, lui, a bondi de... 81% ! *«Environ 300 000 enveloppes se sont reportées du pneu hiver au pneu toutes saisons, qui s'avère pertinent même sur la neige fraîche,* reconnaît le directeur général du SPP. *Les parts de marché du toutes saisons ont quasiment doublé en un an.»* Le Cross Climate de Michelin a véritablement créé un appel d'air pour tous les autres pneus premium proposant peu ou prou des caractéristiques semblables. Et sa récente évolution CrossClimate+ risque bien de confirmer la tendance.

Le pneu hiver, de son côté, reste le pneu des zones blanches, où les chutes de neige hivernales sont

fréquentes et où la neige tient. Mais certaines de ces régions, comme le Grand Est, parviennent à écouler de gros volumes des deux types de pneumatiques : hiver et toutes saisons. La proximité de la frontière allemande joue également un vrai rôle dans cette situation, l'Allemagne ayant réglementé depuis longtemps l'équipement de pneus selon la saison en cours. Ainsi, le Grand Est affiche à la fois les plus grosses parts de marché d'entre toutes les régions sur le pneu hiver (27,4%) et sur le pneu toutes saisons (7,4%).

La guerre des canaux de distribution

Sur le marché français du pneu TC4, les négociants-spécialistes conservent la plus grosse part de marché avec 33,6%. Mais ils sont talonnés par les centres auto et spécialistes. *«En 2016, les négociants spécialistes ont perdu 5% de parts de marché par rapport à ces derniers, qui ont été notamment plus agressifs sur les prix»*, concède Régis Audugé. Centres auto et réparateurs rapides atteignent aujourd'hui les 28,2% de parts de marché, le reste se partageant entre *pure players* de la vente sur le web (entre 12 et 15%), les MRA et les réseaux constructeurs, où les RA2 performant mieux que les RA1.

Fortement concurrencés sur les pneus tourisme, aussi bien par les centres auto et fast-fitters que par les autres acteurs, les négociants spécialistes conservent leur poids sur le marché camionnettes (64,6%). Et s'ils sont aujourd'hui moins forts que leurs principaux concurrents sur les pneus été et toutes saisons, ils restent encore les plus pertinents des acteurs pour ce qui est de la vente de pneus hiver...