

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
AVIS ET RAPPORTS DU
CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

*L'AUTOMOBILE
FRANÇAISE : UNE
FILIÈRE MAJEURE
EN MUTATION*

2006
Rapport présenté par
M. Roland Gardin

MANDATURE 2004-2009

Séance des 27 et 28 juin 2006

**L'AUTOMOBILE FRANÇAISE : UNE
FILIÈRE MAJEURE EN MUTATION**

**Avis du Conseil économique et social
sur le rapport présenté par M. Roland Gardin
au nom de la section des activités productives, de la recherche
et de la technologie**

(dont le Conseil économique et social a été saisi par décision de son bureau en date du 22 mars 2005 en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 modifiée portant loi organique relative au Conseil économique et social)

SOMMAIRE

AVIS adopté par le Conseil économique et social au cours de sa séance du mercredi 28 juin 2006	I - 1
Première partie - Texte adopté le 28 juin 2006	3
INTRODUCTION	5
I - UNE FILIÈRE DYNAMIQUE EN MUTATION	7
A - PANORAMA DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE FRANÇAISE	7
1. Un enjeu majeur pour la France	7
2. Une stratégie mondiale	7
3. Des mouvements de recomposition	9
B - UNE FILIÈRE FORTEMENT INNOVANTE	10
1. L'innovation continue comme condition du succès	10
2. Les grands axes de recherche	10
C - DES MUTATIONS STRUCTURELLES PROFONDES	10
1. L'accélération de la mondialisation et de l'innovation	10
2. Les attentes des consommateurs et des autres prescripteurs	11
3. Des restructurations permanentes	11
II - RÉPONDRE AUX ENJEUX DE LA COMPÉTITIVITÉ	12
A - CONSTITUER UN « MARCHÉ-SOCLE » FORT	12
1. Réaliser un marché européen de l'automobile	12
2. Repenser les modèles économiques à l'échelle européenne	13
B - PRÉSERVER LES ÉQUILIBRES FONDAMENTAUX DE LA FILIÈRE	15
1. Renforcer l'intégration et l'équilibre de ses composantes	15
2. Maintenir un régime juridique spécifique à l'automobile	17
C - RELEVÉ DE MULTIPLES DÉFIS	17
1. Faciliter le développement international	18
2. Un environnement mieux adapté à des spécificités fortes	19
3. Promouvoir la mobilité durable	22
4. Décloisonner les systèmes de recherche	25
III - CONSTITUER UNE FILIÈRE HOMOGENE ET ATTRACTIVE	27
A - ACCOMPAGNER LA RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE	27
1. Adapter le positionnement des fournisseurs	27

2. Faciliter la mutation de l'artisanat automobile	27
3. Assurer la synergie des mesures d'accompagnement.....	28
B - PÉRENNISER DES EMPLOIS QUALIFIÉS	29
1. Au niveau de la filière « amont » : constructeurs et équipementiers	29
2. Au niveau de la filière « aval » distribution et services.....	31
C - DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS	33
1. La transmission d'entreprise.....	33
2. Valoriser l'image de la filière automobile	34
CONCLUSION.....	37
Deuxième partie - Déclarations des groupes.....	39
ANNEXE A L'AVIS.....	65
SCRUTIN.....	65
RAPPORT présenté au nom de la section des activités productives, de la recherche et de la technologie par M. Roland Gardin, rapporteur	II - 1
PRÉAMBULE	5
CHAPITRE I L'AUTOMOBILE, MOTEUR DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE.....	13
A - L'AUTOMOBILE FRANÇAISE DANS LA MONDIALISATION	13
1. Historique : de la triade Europe/Japon /USA à une nouvelle donne.....	13
2. La stratégie d'implantation des constructeurs et des équipementiers français	15
3. Le positionnement des constructeurs français dans le monde	21
4. Comparaison internationale : l'automobile française dans la mondialisation.....	27
B - LE PAYSAGE AUTOMOBILE FRANÇAIS	30
1. Le poids économique et social du secteur dans l'économie française.....	30
2. Chiffres clés de la construction automobile française	46
3. Chiffres clés de l'industrie équipementière française et de ses sous-traitants	48
4. Chiffres clés du commerce et des services de l'automobile en France	53

C - UNE DISTRIBUTION ET DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE EN ÉVOLUTION CONSTANTE	54
1. La distribution automobile.....	55
2. La réparation automobile.....	59
3. Les services liés à l'automobile.....	69
CHAPITRE II UNE FILIÈRE MAJEURE EN MUTATION.....	77
A - L'ÉVOLUTION DU RAPPORT DU CONSOMMATEUR À L'AUTOMOBILE.....	77
1. L'automobile : du produit de masse à la personnalisation.....	77
2. Évolution du budget de l'automobiliste.....	81
3. De l'élément de la société de consommation aux préoccupations « citoyennes » de l'acheteur	85
B - LE PRODUIT	86
1. Une technologie sans cesse renouvelée depuis 120 ans.....	86
2. Les efforts continus de la filière automobile en matière de R&D et de Qualité	87
C - LES MUTATIONS DE L'OUTIL INDUSTRIEL ET LEURS INTERACTIONS AVEC L'ORGANISATION DU TRAVAIL	95
1. De la chaîne d'hier à la plate-forme industrielle d'aujourd'hui.....	95
2. Vers « l'entreprise élargie » : une communauté d'intérêts	100
3. L'amélioration des relations entre donneurs d'ordres et fournisseurs	103
4. Les évolutions sociales au sein de la filière	112
CHAPITRE III L'AUTOMOBILE VECTEUR DE PROGRÈS ET DE COMPÉTITIVITÉ	125
A - UNE STRATÉGIE ACTIVE DE MOBILITÉ DURABLE	125
1. Le concept de mobilité durable	125
2. Un cadre réglementaire rigoureux	129
3. Les engagements des constructeurs, des équipementiers et des pneumaticiens	130
B - LE RECYCLAGE, UNE ACTIVITÉ MOBILISANT L'ENSEMBLE DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE.....	137
1. Les enjeux du recyclage automobile.....	137
2. L'écoconception développée par les constructeurs	138
3. Le recyclage des déchets liés à l'usage du véhicule	140
4. Le recyclage des véhicules en fin de vie	144
C - LES CONDITIONS DE LA COMPÉTITIVITÉ	146
1. L'environnement réglementaire national et communautaire	146
2. Une réglementation complexe	149
3. La démarche « Cars 21 »	151

CHAPITRE IV : L'AVENIR DE L'AUTOMOBILE ET DE SA FILIÈRE	155
A - L'AUTOMOBILE DE DEMAIN	155
1. La question énergétique.....	155
2. L'évolution de la demande	155
3. Les enjeux pour le secteur des transports	156
4. Les innovations prévisibles du « produit » automobile	161
5. L'automobile et la politique des transports.....	164
B - L'AVENIR DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE	168
1. L'avenir de l'industrie automobile	168
2. L'avenir des équipementiers et fournisseurs de l'automobile	179
3. L'avenir de la vente et de l'après vente automobile	180
CONCLUSION.....	185
ANNEXES.....	187
Annexe 1 : Répartition des achats de la branche automobile aux autres branches.....	189
Annexe 2 : Répartition mondiale des échanges	191
Annexe 3 : Le commerce extérieur automobile en valeur depuis 1986	193
Annexe 4 : Structure du marché de l'équipement automobile et de ses principaux acteurs.....	195
Annexe 5 : La recherche et le développement chez les équipementiers	197
Annexe 6 : Les grands distributeurs des marques françaises	199
Annexe 7 : Organisation des réseaux de distribution automobile avant le règlement d'exemption de 2002	203
Annexe 8 : Organisation du réseau Citroën avant et après le règlement d'exemption européen de 2002.....	205
Annexe 9 : L'emploi, la formation et les relations sociales au sein de la branche.....	207
LISTE DES ILLUSTRATIONS.....	219
TABLE DES SIGLES.....	221

AVIS

**adopté par le Conseil économique et social
au cours de sa séance du mercredi 28 juin 2006**

Première partie
Texte adopté le 28 juin 2006

Le 22 mars 2005, le Bureau du Conseil économique et social a confié à la section des activités productives, de la recherche et de la technologie, la préparation d'un rapport et d'un projet d'avis sur « *L'automobile française : une filière majeure en mutation* »¹.

La section a désigné M. Roland Gardin, comme rapporteur.

*
* *

INTRODUCTION

168 millions : c'est le chiffre de déplacements automobiles en 24 heures dans les seules grandes villes françaises. Si ce nombre tient à l'organisation de nos sociétés, à nos habitats, à la structure de nos échanges, à nos habitudes de vie, il n'en demeure pas moins que cette « mobilité » consomme de l'énergie, génère des gaz à effet de serre, présente des risques d'accidents et engendre un certain nombre de nuisances qui apparaissent de plus en plus incompatibles avec notre niveau d'exigence en matière d'environnement et de sécurité. L'automobile, symbole de la mobilité individuelle, ne fait plus aujourd'hui l'unanimité.

Cependant, la mobilité obéit à des besoins essentiels pour l'humanité. Nos déplacements génèrent et accompagnent le progrès économique et social partout où des échanges de plus en plus importants sont constatés. La Chine, dont le marché automobile est en pleine croissance, en est l'une des meilleures illustrations. L'enjeu n'est pas de diminuer la demande de mobilité, mais de dégager des solutions pour qu'elle soit moins consommatrice d'énergies fossiles et émettrices de polluants.

Économiques, sociales et environnementales, les conséquences engendrées par notre mobilité ne se marient pas toujours aisément. Cependant, de l'équilibre entre ces composantes dépend notre futur.

De nombreux exemples étayent le débat sur la « dépendance » de nos sociétés à l'égard de l'automobile. Ils expriment parfois une certaine méconnaissance des réalités technologiques, économiques et humaines de la filière. Le décalage est, souvent, patent entre la représentation de l'automobile dans l'opinion publique, les innovations techniques et leurs contraintes, les profits qui en sont issus pour la collectivité nationale.

Les prescripteurs expriment par rapport à l'automobile des attentes fortes qui tendent parfois à se contredire. Le produit et sa filière font ainsi simultanément l'objet de tous les éloges et de toutes les critiques.

¹ L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public par 161 voix et 34 abstentions (voir le résultat du scrutin en annexe).

Ces critiques, souvent légitimes, ne sauraient pour autant occulter ni la continuité des efforts entrepris pour produire des véhicules « *propres et sûrs* » ni l'importance de la contribution de la filière au dynamisme économique national.

L'automobile s'inscrit durablement dans notre histoire industrielle, qu'elle a contribué à enrichir et à façonner, en ce qu'elle est fondatrice du concept de production de masse et de grande consommation. Elle est partie intégrante de notre patrimoine social, dont certains sites en sont les témoins, par les hommes et les femmes qui ont forgé son histoire.

Le contraste entre les prédictions et la réalité contemporaine mérite également d'être souligné. Il y a vingt ans, peu d'observateurs auraient imaginé que deux constructeurs français seraient encore indépendants et classés parmi les dix premiers sur le plan mondial. Il a d'ailleurs été choisi de concentrer le présent avis sur les constructeurs ayant leur centre de décision en France.

L'automobile française, qui obtient aujourd'hui des résultats honorables, vit par ses performances propres malgré un environnement économique difficile. Alors que la compétition mondiale a fait disparaître des concurrents européens et menace aujourd'hui les géants américains, le dynamisme de la filière lui a permis de mieux résister au mouvement de désindustrialisation qui a frappé d'autres pays européens, en particulier le Royaume-Uni, tout en apportant une contribution significative à l'emploi ou au solde du commerce extérieur.

Les principaux facteurs de succès sont multiples : méthodes industrielles fondées sur la qualité et l'innovation en articulation avec les équipementiers et les fournisseurs, une faculté à anticiper la demande des consommateurs, un réseau dynamique d'entreprises de distribution et de services, ainsi qu'une stratégie d'implantations à l'étranger qui semble adaptée à la nouvelle donne mondiale. Enfin, la compétition entre les deux constructeurs nationaux n'a exclu ni certaines coopérations ni des stratégies complémentaires.

La filière automobile française s'attache à faire face à ses responsabilités, en particulier dans le domaine sociétal. Ses efforts de recherche se sont notamment concentrés dans les domaines de l'environnement et de la sécurité, parvenant ainsi à résoudre une part non négligeable des problèmes inhérents à son développement. Beaucoup reste encore à faire. Il est cependant permis de penser qu'elle est en capacité de continuer à proposer des solutions techniques conformes aux attentes de la collectivité, dans la logique du concept de « mobilité durable » qui s'est progressivement intégré au cœur de sa stratégie.

Le passé, même récent, enseigne cependant que les situations ne sont jamais définitivement acquises. Si la filière automobile française s'est imposée sur le marché international, elle se trouve confrontée à un cycle de profondes mutations et à un certain nombre de problèmes susceptibles de la fragiliser de manière structurelle. Il importe d'en prendre la mesure afin de développer toutes les conditions propres à son dynamisme industriel et commercial.

I - UNE FILIÈRE DYNAMIQUE EN MUTATION

A - PANORAMA DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE FRANÇAISE

1. Un enjeu majeur pour la France

En occupant un salarié français sur dix, soit 2,5 millions de personnes, dont près de la moitié dans la filière proprement dite, l'automobile est le premier secteur d'emploi privé de l'hexagone. Elle contribue à la vitalité et à l'aménagement du territoire national en jouant un rôle majeur en tant qu'employeur, investisseur et formateur.

En 2004, la production de l'industrie automobile représentait plus de 11 % de la production industrielle française - soit une part stable depuis plusieurs années. La production de la branche industrie automobile (97,7 milliards d'euros) est supérieure à la production agricole française (79,3 milliards d'euros). La production de la branche commerce et réparation automobile a pour sa part connu une croissance d'environ 10 milliards d'euros en seulement 7 ans pour représenter aujourd'hui près de 13,5 % du commerce français. La production automobile a par ailleurs un impact significatif sur l'essentiel des autres secteurs économiques.

Dans un contexte de dégradation de notre balance commerciale, l'industrie automobile dégage un solde positif de 8,6 milliards d'euros en 2005. Outre sa contribution à la production industrielle et commerciale française, la filière constitue une importante source de recettes fiscales pour l'État, évaluée à 40 milliards d'euros, soit 18 % environ des recettes fiscales de l'État. Au-delà de ces chiffres, c'est l'importance du poids économique et social, voire affectif, de la filière qu'il convient de prendre en compte, une spécificité française qui ne se retrouve pas ou peu dans d'autres pays.

2. Une stratégie mondiale

Aujourd'hui, 10 groupes de constructeurs et 300 équipementiers réalisent 80 % des 61 millions de véhicules fabriqués annuellement dans le monde et se trouvent, chacun en termes d'implantation industrielle, présents sur tous les continents.

L'automobile française est devenue un acteur d'envergure mondiale avec deux groupes nationaux dans le peloton de tête. Près de 10 % de la production mondiale est réalisé par Renault et PSA Peugeot Citroën, positionnant ainsi la France au quatrième rang des pays constructeurs. Les Français ont su tirer parti du mouvement de mondialisation qui caractérise le marché depuis près de vingt ans. Les marchés étrangers représentent ainsi les trois quarts de leurs débouchés.

Le parc automobile mondial, de l'ordre de 800 millions de véhicules, se partage en deux marchés distincts. D'une part, un marché de renouvellement : celui des pays développés ; d'autre part, le marché d'acquisition des pays émergents. Affichant une croissance substantielle, l'ensemble de ces pays ne représente cependant qu'un peu moins du tiers du marché automobile mondial. Le continent européen demeure le marché le plus important et le plus concurrentiel au monde. C'est ici que « la guerre des prix » est la plus soutenue et par voie de conséquence, que la rentabilité y est la plus fragile. Le marché national, à l'instar du marché européen, est essentiellement devenu un marché de renouvellement. Cette spécificité est renforcée par la faible croissance du niveau de vie des ménages, la fiabilité croissante des véhicules et la saturation du taux d'équipement. Face à la maturité du marché européen, le ciblage des pays émergents constitue désormais l'axe majeur des stratégies adoptées par les constructeurs français. Ces implantations se distinguent nettement des stratégies de délocalisation puisqu'elles se traduisent par une localisation de l'activité au plus près des marchés sans pour autant que la production proche des marchés « matures » disparaisse, ce qui ne garantit pas des risques, à moyen terme, notamment pour l'emploi.

Les équipementiers et les fournisseurs, occupant aujourd'hui le quatrième rang mondial et le deuxième rang européen, jouent un rôle essentiel au sein de la filière. L'industrie française de l'équipement se constitue de 300 entreprises (plus de 210 000 emplois) qui génèrent chaque année un chiffre d'affaires de 28,8 milliards d'euros. Entraînée par le dynamisme des deux constructeurs nationaux, la production industrielle des équipementiers a augmenté d'environ 10 % en cinq ans. Les autres coopérants de la production (mécanique, plasturgie, électronique et fonderie) totalisent près de 200 000 emplois et réalisent un chiffre d'affaires de l'ordre de 25 milliards d'euros.

À ce jour, une voiture particulière sur quatre vendues en Europe, et une sur dix dans le monde, est française. La part des ventes des constructeurs français sur les marchés mondiaux hors Europe occidentale atteint 28 %. À terme, les Français se sont fixés pour objectif de commercialiser un tiers de leur production hors Europe occidentale, notamment sur les marchés émergents.

La capacité des constructeurs français à réaliser de petits et moyens véhicules et la diversification de leurs gammes, à vocation internationale, s'avèrent être des atouts essentiels. Compte tenu de l'évolution des aspirations des consommateurs, l'on est passé d'une culture du « *une voiture pour tous* » à celle du « *une voiture pour chacun* » : d'où l'importance cruciale des choix stratégiques retenus pour satisfaire au mieux ce besoin de diversité, à la fois contrainte industrielle et environnementale et atout commercial.

3. Des mouvements de recomposition

Laboratoire de la production de masse, l'industrie automobile a connu de sensibles mutations qui ont entraîné des changements profonds dans l'organisation du travail et la qualité de l'emploi. Au « *fordisme* » a succédé le « *toyotisme* » dont le concept de « plate-forme industrielle » constitue l'exemple contemporain. Le dernier stade connu de cette organisation : l'entreprise dite « élargie » tend aujourd'hui à s'imposer. Le travail décomposé, mécanisé, cadencé et simplifié à l'extrême, assuré par des milliers d'« OS » - qui était la marque de l'usine automobile du XX^e siècle – tend à faire place à une activité plus diversifiée qui requiert une plus grande réactivité de la part de salariés dont le niveau de qualification a augmenté. Si une grande part de l'effort physique a disparu, nombre d'aléas de production reposent désormais sur la « polyvalence » et non plus sur la « chaîne impersonnelle », ce qui implique à la fois d'autres formes de participation et de fatigue pour les opérateurs.

Les autres acteurs, équipementiers, fournisseurs, distributeurs ou réparateurs, ne sont plus de simples « satellites » des constructeurs mais sont progressivement devenus leurs partenaires tout au long du cycle de vie du véhicule. Les interdépendances conduisent à considérer la filière comme un véritable « système ». Les constructeurs, détenteurs du pouvoir lié à la marque dans l'imaginaire du consommateur, continuent d'être placés au cœur de ce système, même si, depuis le début des années 1990, les rapports de force y subissent une mutation dont l'issue est encore difficile à prévoir.

Les gains de productivité ont été recherchés autant au niveau de la distribution que de la fabrication. Ainsi, par exemple, les mouvements de concentration ont été fréquents dans la distribution, la performance étant recherchée par des économies d'échelle et l'essor de groupes multimarques.

Aux côtés des constructeurs et des équipementiers, le secteur de la distribution et des services de l'automobile fort de 92 000 entreprises, en majorité des PME, emploie 493 000 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 114 milliards d'euros, soit, fait notable, un montant quasi équivalent à celui de l'industrie automobile et de l'ensemble de ses sous-traitants.

Les services liés à l'automobile interviennent sur un parc de 36 millions de véhicules. Ce secteur, relativement méconnu, constitue un potentiel d'emplois répartis sur tout le territoire national. Ses acteurs forgent le lien entre une industrie fortement innovante et un marché ultra-concurrentiel et assurent la complémentarité de nombreux métiers du début à la fin de vie des véhicules.

B - UNE FILIÈRE FORTEMENT INNOVANTE

1. L'innovation continue comme condition du succès

La filière, dans toutes ses composantes, se situe - dans tous les pays producteurs et, naturellement, en France - au premier rang dans les investissements industriels en R&D. Alors que la clientèle réclame toujours davantage l'individualisation de son véhicule, les constructeurs élargissent et renouvellent leurs gammes de plus en plus rapidement afin de proposer une offre adaptée à des marchés en constante évolution. Les modèles actuels disposent de plus d'électronique embarquée que les premiers Airbus. Le produit automobile contemporain est désormais multitechnologique et composite.

2. Les grands axes de recherche

Le respect de l'environnement et la sobriété des moteurs, la sécurité du véhicule mais aussi les matières et les matériaux constituent les axes privilégiés de la recherche. Des améliorations sont apportées au moteur dont le rendement est continuellement amélioré. La recherche se porte également sur les moteurs hybrides, thermiques et électriques. Les préoccupations environnementales et les craintes sur la pérennité de la principale source d'énergie - le pétrole - devraient conduire à leur développement. De même, ces deux préoccupations sont-elles à l'origine des recherches en vue d'adopter les carburants alternatifs.

En matière de sécurité active et passive, plusieurs voies se distinguent : l'architecture du véhicule, l'amélioration des équipements de sécurité, l'accidentologie, la prévention des accidents et le développement récent de la sécurité « tertiaire » (systèmes d'aide aux victimes). La voiture contemporaine est dix fois moins polluante que celle de 1990 et l'on escompte que celle de 2010 sera, elle-même, dix fois moins polluante qu'aujourd'hui.

La performance globale des acteurs de la filière dépend d'une grande variété de paramètres. Le renchérissement des matières premières pour les industriels, des carburants pour les utilisateurs, pèsent sur une filière qui doit parallèlement faire face à de grands défis comme la sécurité routière, la pollution, l'adaptation permanente de son savoir-faire et de ses process industriels.

C - DES MUTATIONS STRUCTURELLES PROFONDES

1. L'accélération de la mondialisation et de l'innovation

Alors que la rentabilité des marchés de renouvellement est fragile, compte tenu d'une concurrence « féroce », les marchés nouveaux voient s'implanter les principaux constructeurs de toutes nationalités, répondant ainsi à une stratégie mondiale. Il n'est dès lors plus aucune position véritablement acquise, ni aucun marché réservé. On peut augurer que ce mouvement devrait s'amplifier, étant

entendu qu'il sera le fait de tous les constructeurs, y compris de ceux des pays émergents. La condition essentielle pour se maintenir réside alors dans la capacité des producteurs à offrir des modèles adaptés aux différents marchés. L'innovation est plus que jamais un critère déterminant de réussite.

L'innovation, sinon la révolution technologique, devrait s'attacher au moteur à essence, après le diesel, tandis qu'à terme, « l'hybridation » des moteurs prendra une place plus importante, sans omettre, à un horizon probablement plus lointain, le recours à l'hydrogène et la pile à combustible. Les enjeux de l'innovation portent aussi sur les technologies de l'information et de la communication.

2. Les attentes des consommateurs et des autres prescripteurs

La filière reçoit des messages différents qui renvoient à l'image et à la place de la voiture et du déplacement dans nos sociétés, si bien qu'il est difficile d'y apporter une réponse unique et cohérente. Cette place et cette image, il faut le rappeler, varient d'un marché à l'autre. En milieu rural, il n'existe parfois pas d'autres moyens de transport pour le déplacement des familles. Parallèlement, l'automobile est « questionnée », particulièrement dans sa relation avec la ville et les politiques des transports. Elle le sera à terme dans les pays en développement. L'appareil productif et commercial, pour être en mesure d'apporter la meilleure réponse, doit effectuer certains compromis.

Le concept de « *l'espace à vivre* », de l'automobile adaptée à chacun devrait connaître de larges développements. La traduction commerciale en est l'autonomisation la plus poussée de la production afin d'offrir des gammes toujours plus variées. Cette production doit tenir compte aussi de l'espace à vivre du groupe familial alliant confort, place pour les enfants mais, aussi, sécurité pour l'ensemble. Afin de répondre à cette exigence, le système de la plate-forme industrielle qui permet la « standardisation » pour mieux diversifier la production devrait devenir la règle.

3. Des restructurations permanentes

La filière a connu des évolutions importantes dans sa structuration. Les plus visibles se sont traduites par le regroupement des marques et des constructeurs. Il est difficile de penser que le cycle de la concentration est parvenu à son terme. De nouveaux mouvements, liés à l'entrée en lice de concurrents issus des pays émergents, se dégageront. Autant que les constructeurs, les équipementiers se concentreront pour peser sur les choix des premiers et conserver leur part de marché mondial. Cette stratégie impose aux différents sous-traitants de nouvelles relations avec le donneur d'ordres. Elle pose la question, en fait, à toute la filière puisqu'elle tend à redessiner un paysage sans cesse mouvant.

Enfin, et ce n'est pas le moins important, la structuration de l'appareil productif emporte des conséquences pour l'emploi et le travail. Le régime d'innovation technique, comme les restructurations/déstructurations font disparaître de nombreuses fonctions, le plus souvent peu qualifiées. Les établissements les plus importants en taille de l'automobile ne sont désormais plus les unités de production mais les centres de conception. Cette industrie, emblématique du modèle productiviste du XX^e siècle, trouve des réponses aux interrogations du XXI^e siècle dans une meilleure utilisation des compétences de ses laboratoires et bureaux d'études, tout autant que de ses ateliers. Ce mouvement devrait se poursuivre, imposant à la filière un vaste effort de formation de ses acteurs parallèlement à une élévation des qualifications professionnelles.

II - RÉPONDRE AUX ENJEUX DE LA COMPÉTITIVITÉ

Les défis posés à l'automobile française sont particulièrement denses et difficiles à relever. Quelques éléments sont ainsi fondamentaux : un « marché-socle » solide qui implique un renforcement de ses facteurs de compétitivité ; un appui au développement international et une stratégie d'innovation basée notamment sur le concept de la mobilité durable ; enfin, une large part de son avenir dépendra de sa capacité, sur le long terme, à restaurer son attractivité en misant sur une structure pérenne d'emplois qualifiés, tout en créant les conditions d'une réelle intégration et de relations équilibrées entre ses composantes.

A - CONSTITUER UN « MARCHÉ-SOCLE » FORT

L'avenir de la filière automobile française ne peut être envisagé en dehors du contexte européen et mondial. Cette dimension est fondamentale, afin de lui permettre d'être performante sur son marché domestique et en dehors de l'Europe. Pour rester offensive, la filière doit s'adosser à un « marché-socle » européen important qui puisse se développer dans un environnement global favorable notamment dans le respect des règles sociales et environnementales.

1. Réaliser un marché européen de l'automobile

Il est essentiel de prendre toute la mesure de la pression internationale pesant sur l'industrie automobile, qui doit faire face à une concurrence particulièrement aiguisée. Les capacités de fabrication et d'ingénierie des pays émergents, qui bénéficient de niveaux de coûts sans comparaison avec l'Europe, ne doivent pas être sous-estimées. L'automobile française doit relever le défi d'une concurrence très pressante, et donc pérenniser les conditions de sa compétitivité pour maintenir ses parts de marché.

Les coûts d'investissement et de production des constructeurs et des équipementiers sont élevés, ce qui les conduit à adapter leurs stratégies pour rentabiliser leurs dépenses d'investissement. La productivité horaire de l'industrie reste relativement bonne mais le maintien de son niveau actuel impliquerait d'éviter de trop fortes contraintes. La filière évolue dans le cadre d'un marché mondial dont la maîtrise des règles n'est nécessairement qu'imparfaite. Les constructeurs étrangers, notamment japonais, combinent ainsi une politique industrielle d'excellence et le soutien d'une politique monétaire quasiment impossible à contrer par des gains de productivité.

En fait, les principales caractéristiques de la filière - production de masse, industrie lourde, poids des investissements et de la R&D, - impliquent l'existence de marchés homogènes de taille importante.

Dans ce contexte, la création d'un marché européen de l'automobile est une nécessité. Il n'a en effet pas acquis de véritable réalité économique. La fiscalité automobile, non harmonisée, constitue un obstacle majeur à la réalisation d'un grand marché intérieur. La coexistence de systèmes fiscaux hétérogènes, principale cause des écarts de prix, oblige les constructeurs à pratiquer des prix hors-taxes différenciés selon les États membres et à mener des stratégies commerciales fondées sur des pratiques de rabais qui déstabilisent le marché et fragilisent leurs marges opérationnelles brutes.

La première orientation consisterait à engager une harmonisation progressive des taux de TVA et des accises, de manière à ce que les constructeurs soient mis en capacité de mener librement et de manière homogène leurs politiques commerciales. Les distributeurs mais aussi les consommateurs ne peuvent faire pleinement usage du marché européen, l'absence d'un véritable marché unique automobile ne permettant pas à la réglementation en vigueur dans le domaine de la concurrence de produire tous ses effets. À défaut, il conviendrait d'explorer une autre voie, en étudiant l'alignement de l'automobile sur les autres produits quant à l'imposition dans le pays d'achat.

2. Repenser les modèles économiques à l'échelle européenne

La formule « *vendre ce que l'on produit et non pas produire ce que l'on vend* » permet d'appréhender le fonctionnement du marché automobile qui a prévalu pendant les Trente Glorieuses. Cette constante entraîne aujourd'hui une surproduction estimée à près de deux millions de véhicules en Europe. Compte tenu des coûts de production en Europe de l'Ouest et dans l'objectif de maintenir leurs marges, les constructeurs ont fait évoluer le produit automobile grâce en particulier aux compétences techniques des salariés du secteur vers une définition toujours plus sophistiquée. Ce processus a conduit à une gamme de prix accessibles à une clientèle aisée et urbaine. Si la démographie accompagne, pour le moment, ce mouvement, la clientèle jeune, consommatrice de transports individuels, aura tendance, essentiellement pour des raisons financières, à préférer des véhicules d'entrée de gamme ou à faibles coûts. Ces données

invitent à s'interroger sur la nature et la dimension des investissements que la filière réalisera en Europe, et posent la question de l'adaptation du produit et des modèles économiques à l'évolution des marchés matures : il s'agirait, à terme, non pas de « *vendre ce que l'on produit mais bien de produire ce que l'on vend* ».

L'implantation croissante de la filière à l'est de l'Europe pourrait, à terme, déplacer les centres de gravité et fragiliser l'appareil de production hexagonal. Aujourd'hui, un peu plus de la moitié des modèles sont sortis d'usines implantées dans notre pays. D'ici à 2010, le cap du million de voitures de marques françaises fabriquées en Europe centrale et orientale sera probablement franchi. Les usines tchèques, roumaines ou turques disposent désormais d'un appareil industriel global dont la vocation est de produire pour le continent. Ainsi, près de 20 % des automobiles de marque française seront produits dans sa partie orientale, pour être commercialisés dans la grande Europe, France comprise.

Une appréciation objective et nuancée implique d'appréhender de manière globale ces transferts. La délocalisation d'une partie de la production automobile ouest européenne est un fait. Elle devrait se poursuivre en France, compte tenu d'un certain retard des constructeurs et des équipementiers nationaux par rapport à leurs homologues allemands. Le phénomène a, heureusement, ses limites dans l'automobile : on ne délocalisera pas massivement des productions destinées à l'Europe occidentale, en Chine ou en Inde. L'automobile est un produit qui voyage mal, en particulier si les coûts de l'énergie augmentent ceux du transport.

Cet équilibre ne semble pas aujourd'hui garanti, en ce sens que les stratégies industrielles liées à la mondialisation opposent trop souvent, dans l'Union européenne, pour chaque production donnée, des groupes de « vieux » pays producteurs « *high cost* » à d'autres États membres, non producteurs de ce bien et de ce fait intéressés par la seule baisse des prix, et des nouveaux entrants « *low cost* » qui sont les premiers bénéficiaires des délocalisations.

Notre assemblée estime à ce titre qu'il y a une certaine urgence à établir une véritable stratégie industrielle européenne prenant en compte la place des constructeurs de l'Union et leur situation dans la compétition internationale. Les nouveaux équilibres ne doivent pas se gérer au dépend des pays producteurs qui tels que la France, se distinguent par le poids économique et social de l'automobile.

B - PRÉSERVER LES ÉQUILIBRES FONDAMENTAUX DE LA FILIÈRE

Les intérêts parfois conflictuels de toutes les composantes de la filière, n'en sont pas moins fortement interdépendants. L'exemple japonais montre qu'il existe une corrélation positive entre la marge bénéficiaire du constructeur et des fournisseurs et, l'exemple américain démontre, *a contrario*, qu'une pression du constructeur sur la marge bénéficiaire de ses partenaires n'est qu'une solution à court terme qui finit par se retourner contre le donneur d'ordres. La compétitivité de la filière française dépend par conséquent de la qualité et de l'équilibre des relations entre l'ensemble de ses composantes sur le long terme.

1. Renforcer l'intégration et l'équilibre de ses composantes

1.1. Les relations constructeurs/équipementiers/sous-traitants

L'évolution structurelle de la filière s'est traduite par une redistribution importante des rôles. Une concentration importante au sommet (constructeurs et équipementiers) est observée, avec parallèlement une spécialisation des entreprises de rang inférieur. En aval, la filière a tendance à s'allonger du fait d'une externalisation croissante - 75 % du coût de revient industriel est généré par les équipementiers et les fournisseurs - et à s'élargir géographiquement. Le système automobile devient paradoxalement à la fois plus hiérarchisé et plus coopératif. Les équipementiers ont acquis un rôle central, en devenant des développeurs et des intégrateurs. Désormais chargés de l'interface entre les constructeurs et l'amont de la filière, l'évolution de leur positionnement est une donnée majeure pour les « rangs 2 » qui doivent s'adapter à des exigences nouvelles en matière d'innovation, d'internationalisation ou de logistique.

Cette modification de la chaîne de valeur risque d'éloigner les fournisseurs de leurs donneurs d'ordres : le resserrement des panels de « rang 1 » va pousser des entreprises de « rang 2 » vers le « rang 3 et plus », leur faisant ainsi perdre une partie de l'information précieuse à leur pilotage. Par ailleurs, la pression sur les prix, sous l'effet des donneurs d'ordres qui cherchent à se rapprocher du coût

direct industriel, menace leur modèle économique. Certaines entreprises ne sont plus en capacité de dégager une rentabilité suffisante et nécessaire pour maintenir des fonctions-supports pourtant indispensables à leur positionnement

Un dialogue plus étroit doit ainsi s'établir et se renforcer notamment au niveau de toutes les organisations représentatives de la filière, afin de déterminer les voies et moyens d'un partenariat véritablement constructif. La filière doit développer une réelle solidarité entre toutes ses composantes. De ce point de vue, son organisation et sa structuration sont perfectibles. Il lui revient de s'engager dans cette voie.

Le Conseil économique et social préconise, le cas échéant, la saisine de la Commission d'examen des pratiques commerciales (CEPC), notamment dans l'objectif de dégager les meilleures pratiques dans les relations entre les donneurs d'ordres et leurs partenaires et contribuer ainsi à l'équilibre général de la filière.

2. Maintenir un régime juridique spécifique à l'automobile

Le système européen de la distribution et de ses services associés traduit la relation qui lie les marques à leur clientèle à travers un produit aux caractéristiques uniques. Le régime d'exemption au droit communautaire commun de la concurrence dont bénéficie la filière représente un des fondements de son identité et de ses équilibres, caractérisés par un réseau extrêmement intégré entre les phases de production et de distribution par marques.

La réglementation européenne a progressivement déterminé les conditions d'un compromis entre les multiples intérêts en jeu. Il ressort que la succession des différents régimes d'exemption a permis à la filière d'augmenter son niveau de compétitivité pour faire face aux défis mondiaux, à travers une optimisation de son système de production et de distribution. La préservation d'une image de marque forte, élément fondamental pour faire face à une concurrence mondiale, et la responsabilité solidaire entre constructeurs et distributeurs pour se conformer aux normes strictes des textes communautaires, ont été confortées par ce cadre spécifique à l'automobile.

Notre assemblée est ainsi favorable au maintien d'un régime d'exemption spécifique à la distribution et réparation automobile à l'horizon 2010 et invite la Commission à évaluer les méthodes permettant de proroger et d'améliorer le règlement actuel dans l'intérêt général de la filière, de la collectivité et des consommateurs.

C - RELEVÉ DE MULTIPLES DÉFIS

Le développement international des constructeurs et des équipementiers français a permis de réaliser des implantations industrielles entièrement nouvelles dans différents pays, localisant ainsi leurs activités sur les marchés mêmes. Il convient cependant de rester attentif aux problèmes rencontrés à l'échelle européenne et nationale.

1. Faciliter le développement international

1.1. L'amélioration de l'accès au marché des pays tiers

L'automobile française se heurte à différents obstacles, notamment sur le marché chinois, tels que la préférence accordée aux fabricants nationaux, des restrictions en matière d'investissements, et une protection insuffisante des droits de propriété intellectuelle. L'agenda de Doha offre la possibilité d'améliorer cette situation, en privilégiant notamment l'élimination des obstacles non tarifaires.

La question d'une baisse des droits de douane européens sur les pièces automobiles sera débattue lors de l'été 2006. Il conviendrait d'en mesurer préalablement l'impact, compte tenu des risques sur le maintien des capacités industrielles européennes. Ce type de mesure est en effet susceptible de constituer un facteur d'accélération de délocalisations.

L'harmonisation des réglementations techniques au niveau mondial doit être par ailleurs recherchée, dans l'objectif de réduire les obstacles techniques aux échanges. Les normes européennes doivent être promues comme autant d'éléments permettant de « tirer vers le haut » l'ensemble de la filière sur le plan mondial.

1.2. L'enjeu stratégique des droits de propriété intellectuelle

La protection industrielle constitue un instrument essentiel à la pérennité de la filière qui est au premier rang national des déposants de brevets. Ses efforts d'innovation doivent être soutenus par une approche sur le long terme, à l'échelle européenne, à la fois dynamique et claire en faveur de la propriété industrielle.

La sécurisation de l'industrie dans ce domaine est un facteur essentiel pour le consommateur en termes de qualité et donc de sécurité. La question actuellement débattue au niveau européen des droits sur le dessin des pièces de rechange automobiles mérite d'être étudiée en tenant compte de ce paramètre.

Le Conseil économique et social préconise une promotion et un renforcement des moyens de veille quant à l'utilisation des droits de propriété intellectuelle, en portant plus particulièrement l'accent sur le marché chinois.

Dans l'Union européenne, 5 % - partie émergée de l'iceberg - des pièces de rechange automobiles sont contrefaites, principalement en provenance des pays de l'Est, de l'Asie et du bassin méditerranéen. Aux préjudices financiers s'ajoutent les dommages indirects tels que la diminution des emplois, la dégradation de l'image de marque, la sécurité des consommateurs et les pertes de rentabilité sur les investissements de R&D. Si la France s'est dotée d'outils juridiques efficaces contre la contrefaçon, il serait souhaitable de les harmoniser au niveau communautaire compte tenu de l'hétérogénéité des règles en la matière.

1.3. Mieux réguler le marché des matières premières

L'automobile, grande consommatrice de matières premières, est confrontée à la forte augmentation de leurs coûts. La hausse du prix du pétrole, liée plus globalement à une demande proche des capacités de production et à l'instabilité de certains pays producteurs, a également contribué à ce renchérissement.

L'automobile doit ainsi se préparer à gérer durablement sa production avec des prix fortement à la hausse. L'envolée des prix des matières premières et de l'énergie n'est plus un élément ponctuel mais une donnée de fond. Cette situation, qui a eu des précédents dans l'histoire industrielle, aura des conséquences encore difficiles à identifier. Cette hausse comporte un risque de déstabilisation des acteurs industriels, du fait de leurs difficultés à la compenser par des gains de productivité et de leur capacité très variable de répercussion.

Selon le Conseil économique et social, les voies actuellement envisagées au niveau de la filière doivent être approfondies : une couverture d'approvisionnement déployée grâce à une mutualisation des besoins autour du chef de file pourrait être analysée. La piste de la re-conception des produits, afin de tenter d'obtenir les mêmes performances avec moins de matière ou substitution de matière, devra également être étudiée.

2. Un environnement mieux adapté à des spécificités fortes

2.1. Un cadre réglementaire européen ambitieux

L'automobile est un produit complexe encadré par des règles strictes. Soumis à une réglementation au niveau de sa conception, de son acquisition, de son utilisation et de son recyclage, il s'agit probablement du produit grand public le plus régulé. L'Union européenne a élaboré un cadre réglementaire général particulièrement dense et ambitieux, marquant un volontarisme important en matière de transport. La réglementation générale encadrant le produit et la filière automobile joue un rôle positif en structurant les efforts que ses acteurs doivent consentir dans l'intérêt général.

Notre assemblée considère que l'Europe doit légitimement poursuivre l'ambition d'imposer progressivement son cadre réglementaire comme la norme de référence. Cette perspective conduit à souligner la nécessité d'un dialogue approfondi entre les autorités communautaires et la filière afin de la conforter et de la mettre ainsi en capacité de vendre dans le monde des véhicules « propres et sûrs ».

Ce modèle européen doit, pour autant, rester compatible avec les exigences de la production. Seule une filière solide sur son marché de référence est en effet à même d'y puiser les ressources nécessaires au financement de son développement international et de sa politique d'innovation. Cette réglementation doit être un élément important de compétitivité, dès lors qu'au moins trois facteurs seront combinés pour l'optimiser : une réglementation adaptée à l'automobile et à ses spécificités ; un cadre réglementaire stable et

cohérent ; et une réglementation ouverte aux caractéristiques d'un marché mondialisé.

La question de la réglementation, défi à relever pour l'automobile, est aujourd'hui une priorité au niveau communautaire, et s'est notamment traduite par l'installation de « CARS 21 » - groupe sectoriel de réflexion créé en 2004. L'objectif de « CARS 21 » était la formulation de recommandations visant à soutenir la compétitivité de la filière, à améliorer le cadre réglementaire, à favoriser la recherche-développement et l'innovation, tout en proposant des véhicules plus sûrs et plus conformes aux nécessités environnementales. Cette contribution au débat sur la pérennité de l'industrie européenne s'inscrit dans la Stratégie de Lisbonne, qui a déjà fait l'objet de travaux de notre assemblée, fixant l'objectif de faire de l'économie européenne « *l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde* ». Les recommandations de ce groupe plaident en faveur de la définition des meilleures approches réglementaires possibles pour éviter la sur-réglementation et favoriser une régulation équilibrée de la filière automobile et de son marché.

Cette approche dégagée par la Commission européenne doit être soutenue par les autorités françaises. En effet, la publication en juin 2006 de son rapport final marque moins la fin d'un travail que le commencement de travaux qui devront être conduits sur le long terme. À ce titre, ses différentes propositions doivent être véritablement suivies d'effets.

Comme le souligne l'avis « *Entreprises et simplifications administratives* » adopté par le Conseil économique et social le 25 mai 2005 : « *L'amélioration de la qualité de la réglementation au niveau national est une priorité et peut devenir un atout dans notre compétitivité, si nous savons le présenter à l'avantage de notre pays dans la concurrence des systèmes législatifs et réglementaires, notamment en Europe* ». Dans la logique communautaire, et compte tenu de la complexité inhérente à la réglementation automobile, notre assemblée estime qu'une évaluation des règles nationales devrait être initiée afin de déceler les révisions nécessaires et les possibilités de simplification.

Compte tenu des enjeux stratégiques, industriels, économiques et sociaux, il est fondamental de privilégier une vision prospective transversale et commune.

La constitution d'un groupe de travail sur « l'automobile du XXI^e siècle » doit ainsi se décliner en France. Il pourrait être chargé, sur la base d'un programme pluriannuel, d'étudier les perspectives économiques et sociales de la filière française. Ses travaux, qui pourraient être animés dans une logique interministérielle, doivent associer toutes les organisations professionnelles représentatives de la filière afin de garantir une représentativité conforme à la pluralité des enjeux.

2.2. Concilier l'ensemble des paramètres automobiles

Les réglementations communautaires, pour être fondées dans leurs objectifs, doivent s'efforcer de mieux prendre en compte les différents paramètres propres à la filière. Certains exemples récents démontrent la difficulté de concilier, mais aussi de hiérarchiser, des objectifs parfois contradictoires et tout aussi légitimes les uns que les autres.

Notre assemblée invite en ce sens à un effort de clarification des réglementations propres à l'automobile, dont le développement implique une politique industrielle, énergétique et économique cohérente. Dans la même logique, toute nouvelle législation devrait être soumise, dans les faits, à une étude préalable d'impact, ce qui permettrait d'éviter de déstabiliser de manière inefficace les équilibres généraux. De même, la prise en compte du rythme de l'évolution technologique propre à l'industrie automobile est un paramètre essentiel. À ce titre, la prévisibilité de la réglementation et d'un délai suffisant pour sa mise en œuvre est un élément important.

La réglementation gagnerait en efficacité en se centrant sur la définition d'objectifs, laissant ainsi aux acteurs, réputés compétents, la responsabilité de déterminer la manière de les atteindre, la technologie à privilégier en fonction de son efficacité, mais aussi du marché et du prix acceptable par le client.

Notre assemblée estime nécessaire que le législateur respecte un principe de neutralité technologique et se concentre sur la fixation de niveaux de performance, en relation avec les acteurs concernés.

Une réflexion plus globale semble devoir s'imposer. La technologie ne saurait en effet apporter, seule, de solution générale. Son efficacité doit être combinée avec d'autres politiques ainsi qu'une approche à la fois globale et intégrée dans le traitement du problème de la pollution. Il ne saurait y avoir, par ailleurs, de développement durable sans développement. Il est par conséquent indispensable d'effectuer un bilan coûts/avantages des normes environnementales existantes au regard de la réduction de l'effet de serre.

À ce titre, il est remarquable que la succession de réglementations très strictes, à l'instar des normes « Euro », ait conduit, depuis 1970, à diviser par deux le niveau des émissions tous les quatre ans. Mais il faudra attendre 2012 pour que les véhicules « pré-Euro », non équipés d'un pot catalytique, disparaissent du parc français. L'amélioration de la qualité de l'air s'effectue au rythme de la disparition des anciens véhicules, en complément de l'introduction des voitures qui polluent moins que la génération précédente. Ce sont en effet les tonnes de CO₂, l'effet de masse, qui comptent et non le traitement des émissions des futurs véhicules qui n'est qu'un aspect du problème.

Le rajeunissement du parc actuel, dont la sortie des véhicules anciens les plus polluants devrait être accélérée au profit de véhicules moins polluants, constituerait ainsi une mesure pertinente. Un système incitatif doit être envisagé en conséquence. En outre, il convient d'identifier et de réprimer les réseaux qui exportent les voitures destinées à la casse, en particulier en direction des pays en développement où elles constituent un danger pour l'environnement et la sécurité.

De même, les mesures fiscales visant à taxer les modèles de véhicules les plus polluants doivent être harmonisées dans un cadre européen. Un projet de directive, relative à l'institution d'une taxe annuelle de circulation basée sur les émissions de CO₂ est ainsi à l'étude. À l'inverse, le dispositif initial de Taxe sur les véhicules de société (TVS) ne peut que renforcer l'intérêt d'études effectives d'impact et d'éviter la segmentation des marchés sans connexion avec les initiatives communautaires..

Il conviendrait, par ailleurs, dans l'objectif de conforter les capacités de déploiement de la filière française dans son environnement européen, de remédier à certaines spécificités qui s'avèrent pénalisantes. L'effort fiscal drastique mené par l'Allemagne depuis quelques années pour réduire ses coûts de production tend aujourd'hui à lui donner un avantage compétitif avec lequel la filière française devra compter.

3. Promouvoir la mobilité durable

3.1. Dégager une approche prospective globale

Comme le souligne l'avis relatif aux « *Enjeux de l'après-Kyoto* » adopté par le Conseil économique et social le 26 avril 2006, une mutation globale des transports doit être engagée : « *L'attentisme à l'égard des nécessaires mutations du secteur conduirait à une hausse des émissions. Ceci, combiné avec une aggravation du changement climatique, entraînerait une restriction du déplacement des personnes et des marchandises et constituerait un obstacle à la fluidité des échanges, à la mondialisation de l'économie et au développement* ».

La filière automobile française a développé des efforts considérables en matière de sécurité et d'environnement, deux domaines sur lesquels s'est centrée sa politique de recherche. 20 % des émissions de CO₂ et 12 % des gaz à effet de serre sont d'origine automobile, soit un problème complexe à résoudre au regard de la nature même de l'émission mobile. Les progrès réalisés au cours des deux dernières décennies pour réduire ces émissions sont considérables mais devraient être encore significativement améliorés. Toutes les pistes de recherche sont aujourd'hui explorées dans les domaines des piles à combustible, des véhicules hybrides, de l'amélioration des moteurs conventionnels ou de la re-formulation des carburants. Dans sa stratégie à long terme, l'automobile a intégré l'objectif de minimiser ses émissions de CO₂ et la perspective de sortir du « tout pétrole ».

Notre assemblée, considérant que ces enjeux impliqueront la combinaison de progrès importants, réitère les recommandations de son avis relatif aux « *Enjeux de l'après-Kyoto* », en y apportant une contribution complémentaire.

La diésélisation apparaît à court terme comme la technologie la plus efficace car elle permet à grande échelle une réduction de 25 % des émissions de CO₂. En 2020, du fait de la durée de vie des parcs automobiles, l'impact positif de la diésélisation de l'Europe sera significatif. À moyen terme, l'hybridation du diesel devrait permettre un gain supplémentaire, mais le déploiement de cette technologie restera conditionné par l'hypothèse de la maîtrise de son coût. La combinaison des motorisations thermiques les plus performantes, du stockage embarqué de l'électricité à haute densité, de l'usage de carburants sans carbone fossile constituent probablement les pistes les plus réalistes tant sur le plan technique qu'économique. Enfin, des stratégies alternatives, telles que le véhicule électrique suite aux progrès des batteries, doivent être approfondies.

L'intérêt déjà ancien porté à la pile à combustible était fondé sur son absence d'émissions polluantes en comparaison avec le moteur à combustion des années 1970. Aujourd'hui, le moteur classique a réduit sa pollution d'un facteur 100 selon les polluants. Si une pile n'émet pas de CO₂, le véritable enjeu sera de produire en très grande quantité de l'hydrogène sans émissions de carbone, de le stocker et le distribuer avec un maximum de sécurité. D'importants progrès techniques sont à accomplir nécessitant des investissements en proportion. En France, l'option nucléaire paraît aujourd'hui la plus à même de produire de grandes quantités d'hydrogène sans émission de gaz à effet de serre.

Le mécanisme d'échange de quotas d'émission apparaît comme un dispositif susceptible d'être renforcé en étendant son champ au domaine des transports, notamment aux grandes flottes publiques et privées. De manière complémentaire, l'introduction de critères d'efficacité énergétique dans les marchés publics est à encourager concernant les achats de véhicules.

Ces pistes démontrent la nécessité d'aborder la filière dans une logique systémique. Il convient en effet de couvrir tout le champ du système automobile, combiner les progrès techniques (sur l'infrastructure, les véhicules, les fournitures liées) tout au long de leur cycle de vie (construction, exploitation, recyclage) et les progrès organisationnels (gestion de trafic, aménagement de l'espace, comportement des conducteurs).

En dépit de ces résultats importants on peut constater que l'opinion publique n'en est pas toujours bien informée. Des marges de progrès sont loin d'être épuisées et constituent autant de défis à relever.

3.2. *La perspective des biocarburants*

Début 2006, le gouvernement français a décidé d'aller au-delà des directives européennes en se fixant des objectifs ambitieux d'incorporation de biocarburants : actuellement de 2 %, un taux de 10 % est visé à l'échéance 2015.

Dans un contexte de hausse du cours du baril du pétrole, de lutte contre l'effet de serre et de révision de la politique agricole commune, le développement des biocarburants apparaît à notre assemblée comme une voie d'avenir crédible, riche de retombées technologiques multiples et de perspectives nouvelles. La substitution du pétrole par des carburants issus de la biomasse est une des solutions envisagées pour répondre à la priorité de maîtrise des émissions de CO₂. Dans les deux prochaines décennies, des carburants de synthèse de très grande qualité seront fabriqués à partir de biomasse non alimentaire.

Un taux de substitution de l'ordre de 30 % des carburants classiques aurait un impact significatif, mais il n'apparaît pas qu'il puisse être économiquement atteint sans le recours à des processus industriels d'envergure comparables à ceux du raffinage pétrolier conventionnel. La perspective d'une filière de bio-raffinerie implique d'importants investissements à moyen et long terme. À court terme, les objectifs fixés à compter de 2010 constituent un premier défi à relever. Il s'agira d'assurer une bonne gestion de l'usage des terres en conciliant production alimentaire et production de biocarburant.

Par ailleurs, le coût de production des biocarburants reste supérieur au prix des carburants fossiles hors taxes, même si l'écart se réduit dans un contexte de prix élevé des cours du baril. Le développement des biocarburants appelle par conséquent un soutien adapté, notamment sur le plan fiscal.

3.3. Sur l'usage des véhicules

En matière d'usage, il paraît pertinent de favoriser la diffusion des solutions innovantes. Dans le domaine des pneumatiques, en particulier, les technologies dites de « basse résistance au roulement » assurent une meilleure efficacité énergétique et permettent de réduire significativement les émissions polluantes et de CO₂. Concernant le marché du remplacement, il pourrait être étudié l'introduction d'un indice d'efficacité énergétique facilement accessible à tous les consommateurs et faisant un lien clair avec la consommation de carburant et les émissions de CO₂, analogue à ce qui existe pour certains appareils électroménagers.

Dans la logique de la réglementation relative aux « véhicules hors d'usage », l'ensemble du cycle de vie du véhicule et de ses composants est désormais abordé au regard de son impact environnemental. Des filières de collecte et d'élimination des « déchets » automobiles se sont développées depuis les années 1990. La performance, d'un point de vue à la fois économique et environnemental, de ces filières doit faire l'objet d'une évaluation approfondie, de manière à identifier leurs possibilités d'amélioration. Le modèle économique fondé sur la responsabilité élargie du producteur pourrait être étendu à d'autres catégories de déchets automobiles, afin d'augmenter leur taux de collecte et générer des volumes permettant d'optimiser des unités de traitement.

D'importantes marges de progression peuvent être exploitées sur le plan de la maîtrise de l'énergie comme de la sécurité. Le dispositif de contrôle technique devrait être élargi aux vérifications de l'ensemble des organes de sécurité. En complément, une meilleure information des consommateurs par la promotion d'une conduite plus écologique et plus sûre apparaît fondamentale, en ce sens que seule une véritable pédagogie publique permettra d'accompagner et de soutenir les efforts industriels entrepris.

La lutte contre l'insécurité routière, priorité nationale depuis 2002, a donné des résultats encourageants qui ont permis à la France de se rapprocher de la moyenne des grands pays européens. Les innovations techniques en matière de sécurité active et passive vont également dans le bon sens, même si des études restent encore à mener dans le domaine de l'interaction des informations avec le comportement du conducteur et dans celui de la sécurité dite « tertiaire ».

Notre assemblée estime également que des progrès peuvent être obtenus dans le domaine de la politique de sécurité routière. À l'image du pôle de compétitivité « *Mov'éo* », dédié pour partie à la problématique de la « mobilité durable », il convient de favoriser des travaux transversaux entre la filière et, notamment, les acteurs des travaux publics. Un espace permanent d'études et de propositions doit en ce sens être aménagé, sous l'égide du Comité interministériel de sécurité routière.

4. Décloisonner les systèmes de recherche

« La recherche est une composante majeure de la préparation de l'avenir. (...) Les pays développés, qui ont su faire reculer le chômage sont souvent ceux qui ont le plus investi dans la recherche, », comme le souligne l'avis relatif au « Projet de loi programme pour la recherche » adopté par notre assemblée le 16 novembre 2005. Ce fait se vérifie, tout particulièrement, pour l'automobile qui se caractérise à la fois par une politique prospective sur plusieurs décennies, et par une capacité très réactive de lancement de nouveaux modèles - ce qui implique d'investir massivement pour conserver une avance technologique permanente. Les succès français dans l'automobile, mais aussi dans l'aéronautique, le spatial ou le nucléaire, s'expliquent par l'ampleur et la qualité de l'effort consenti dans le domaine de la recherche.

Les puissances émergentes s'imposent déjà comme les laboratoires du futur. L'innovation et la recherche-développement sont la clef de voûte de la filière. Avec un investissement de plus de 24 milliards d'euros, l'industrie automobile est le plus important investisseur sectoriel en Europe. Les atouts incontestables du système français ne seront préservés qu'au prix de la correction de faiblesses structurelles. Outre ses rigidités administratives, le cloisonnement entre les universités et les entreprises, entre recherche fondamentale et recherche appliquée, est un frein pour la filière. De même, par contraste avec les pratiques constatées dans les pays émergents - notamment la Chine - une meilleure

réactivité en termes de délais mais aussi une politique plus structurée en matière de propriété intellectuelle doivent être attendues des universités nationales.

Le Conseil économique et social recommande le développement de partenariats en recherche-développement entre secteurs public et privé. L'initiative des instituts Carnot mériterait en ce sens d'être amplifiée afin de favoriser le dialogue entre les secteurs privé et public, en l'orientant vers une logique de projets et de création de richesses. Ce point est capital car le lien entre le potentiel d'innovation et son développement en tant que tel est à pérenniser dans l'intérêt national. Il ne saurait y avoir de recherche efficace sans usines, ni d'usines performantes sans recherche.

À cet égard, les pôles de compétitivité instaurés depuis 2005 pourraient contribuer à fonder les bases d'une nouvelle politique industrielle. L'implantation de l'industrie automobile dans le cadre de cinq pôles pourrait à cet égard être améliorée. Contrairement à d'autres biens manufacturés, la dimension « filière » qui prédomine dans l'automobile française est à intégrer davantage. La problématique de la réparation doit être abordée simultanément à celle de la conception dans l'objectif de renforcer l'efficacité de ces pôles, dont l'un des intérêts réside précisément dans leur caractère fédératif.

De même, certains obstacles inhérents à la création récente de ce système pourraient être progressivement corrigés. Une coopération inter-pôles plus efficace et une coordination pourraient être développées afin de favoriser la logique de projets qui dépasse les clivages industriels et territoriaux. Cette coordination doit se mesurer à l'aune des spécificités automobiles : dans le cadre d'un marché mondialisé, la France est un marché de dimension régionale. Il conviendrait à ce titre d'éviter la dispersion des moyens affectés au niveau des acteurs de l'automobile dont les besoins nécessiteraient la mise en place d'un « guichet unique » à l'instar du pôle « *Bavaria* » allemand.

Dans cet esprit et en liaison avec d'autres dispositifs européens, notre assemblée souhaite une évaluation de l'efficacité du crédit d'impôt recherche afin de revoir le cas échéant ses principes et paramètres de calcul notamment en ce qui concerne les questions de propriété intellectuelle.

L'adaptation « sociétale » de l'automobile exige un effort de prospective qui, dépassant largement le cadre des recherches classiques, suppose de se porter hors des schémas habituels de pensée. La hauteur des défis que doit relever l'automobile implique une forte coordination autour d'une stratégie industrielle et de R&D à l'échelle européenne.

III - CONSTITUER UNE FILIÈRE HOMOGENÈE ET ATTRACTIVE

A - ACCOMPAGNER LA RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE

Le niveau et le rythme de l'innovation ont engendré une révolution technologique dont l'impact est déterminant sur l'ensemble de la filière. Compte tenu de l'importance stratégique de l'innovation, de l'internationalisation des activités et de l'évolution du parc automobile, le risque est en effet un décrochage technique, économique et humain des PME et TPE de la filière.

1. Adapter le positionnement des fournisseurs

En matière de processus de développement de l'innovation, les fournisseurs de « rang 2 » n'ont pas ou peu de stratégie forte. Ils sont positionnés en réponse à une demande axée sur le métier ou la capacité à produire et restent marqués par une culture très industrielle. Ainsi, les outils spécifiques et les pratiques collaboratives dans le domaine de l'innovation ne sont pas maîtrisés.

Ce constat conduit à s'interroger sur la compétitivité, à terme, des PME de la filière et de leur capacité à maintenir une différenciation par la valeur ajoutée. L'effet « filière automobile » a joué un rôle majeur dans la modernisation de l'industrie française de sous-traitance. Depuis quinze ans, la filière a été mise sous pression par les constructeurs avec le thème fédérateur et transversal de la qualité. L'intégration de cette puissante thématique est certainement une des raisons de son niveau actuel de performance. Une interrogation globale paraît cependant devenue nécessaire. La filière doit aujourd'hui déterminer de nouveaux thèmes fédérateurs et modes opératoires pour assurer durablement sa compétitivité globale. Les technologies de l'information pourraient jouer à cet égard un rôle structurant en ce qu'elles touchent autant l'organisation interne de l'entreprise que l'articulation entre les différentes composantes de la filière. L'interface des systèmes d'information, le « *e-procurement* » (système de gestion des achats par Internet), la « *supply chain management* » (management de la chaîne logistique) et « *l'entreprise étendue* » doivent s'inscrire au cœur de la stratégie d'une filière mieux intégrée et par conséquent plus homogène. La promotion de l'innovation et des outils de son déploiement, associée à une stratégie d'internationalisation et de diffusion de dispositifs partenariaux pourrait permettre aux PME de la filière d'adapter leur positionnement.

2. Faciliter la mutation de l'artisanat automobile

Le règlement d'exemption européen 1400/2002 a encadré les conditions dans lesquelles les constructeurs donnent accès aux réparateurs indépendants aux informations techniques nécessaires à la maintenance des véhicules de leur marque. Que cette obligation soit encadrée apparaît justifiée, notamment dans les cas où ces informations sont couvertes par un droit de propriété intellectuelle ou constituent un savoir-faire protégé. Cependant, un nécessaire équilibre devrait

être déterminé entre les intérêts des constructeurs d'une part, la préservation de la liberté de choix des consommateurs et la pérennité de l'activité économique des 45 000 entreprises de l'artisanat automobile d'autre part.

Le niveau élevé d'investissement exigé de la part des réseaux de marque pour l'acquisition de technologies et la formation dépasse de loin la capacité financière des réparateurs indépendants. Afin d'assurer leur pérennité, ces derniers devront disposer d'outils de diagnostic multi-marques, se spécialiser dans certains produits et offrir aux consommateurs une qualité de service renforcée. Le soutien des réseaux bancaires, des organisations professionnelles et des chambres de métiers devra en ce sens être déployé en synergie. Il convient par ailleurs de souligner le fait que l'ensemble du parc roulant en Europe aura été équipé, à l'horizon 2015, des fonctions électroniques actuellement disponibles sur les nouveaux véhicules. Si cette perspective n'est pas rapidement anticipée, les familles et les entreprises présentes dans les villes de moins de 5 000 habitants ne disposeront plus de services de proximité en mesure d'assurer la maintenance de leurs parcs.

Notre assemblée considère que les conditions de la concurrence doivent rester praticables pour l'artisanat dont la disparition d'une partie de son tissu économique entraînerait de lourdes conséquences sur l'aménagement du territoire et sur l'emploi. Concernant les PME et TPE de l'artisanat, l'acquisition et l'utilisation des nouvelles technologies constituent une donnée essentielle. Les conditions économiques et techniques doivent être réunies, en termes d'accès

service d'une certaine normalisation des relations entre ces TPE et leurs donneurs d'ordres, comme cela pourrait être le cas entre le secteur de la réparation-collision et les sociétés d'assurances.

Enfin, au niveau des Pouvoirs publics, des initiatives avaient été prises par le gouvernement en 2004, en particulier dans le domaine du renforcement de la « compétitivité numérique des PME ». Il conviendrait en ce sens de conforter ces initiatives, en les évaluant et en les inscrivant dans la durée.

B - PÉRENNISER DES EMPLOIS QUALIFIÉS

1. Au niveau de la filière « amont » : constructeurs et équipementiers

L'automobile est une industrie qui connaît des fluctuations importantes de charges. Les cycles de production sont aujourd'hui de plus en plus courts, compte tenu du renforcement de la concurrence sur un marché européen mature. L'adaptation de la force de travail se gère sur une cadence pluriannuelle. L'industrie rencontre également des problèmes pour gérer cette charge de façon continue, ce qui n'est pas sans poser des problèmes au niveau de la gestion du temps de travail. Le développement de la politique de plates-formes pourrait présenter l'avantage de concilier à terme plus facilement ces facteurs et par conséquent l'emploi sur les sites concernés.

Ces paramètres soulèvent cependant d'importantes questions de législation sociale. Si le système de production choisi par le secteur automobile requiert de manière critique de la flexibilité, ce besoin objectif s'est traduit par un recours accru à l'intérim ou aux contrats à durée déterminée, créant ainsi de nombreuses situations précaires : 45 % des contrats sont ainsi à durée déterminée, dont 70 % concernent les ouvriers. Ces questions restent éminemment sensibles. Trouver une solution à ces problèmes implique une nouvelle dynamique de négociations sociales.

La modernisation des centres de production et les stratégies d'externalisation ont entraîné une baisse des effectifs salariés au niveau des constructeurs et une augmentation de ceux des équipementiers. En prenant en compte l'implantation sur le territoire français de constructeurs étrangers, le niveau global de l'emploi automobile est marqué par une stabilité relative. Il s'avère cependant que le maintien à son niveau actuel n'est pas assuré.

En 2005, on dénombre 748 000 emplois au niveau de l'ensemble de la branche industrie automobile, contre 796 000 en 2000, année qui correspond à une apogée du niveau de l'emploi. Concernant les entreprises de sous-traitance, dont le nombre de défaillances a eu tendance à s'accroître ces cinq dernières années, il est probable que la poursuite de la concentration provoque la destruction d'environ 15 000 emplois au niveau des équipementiers de premier rang et de 6 000 emplois à celui des fournisseurs à l'horizon 2012. Ce mouvement va principalement impacter les entreprises axées sur une production de capacité et sur des biens à fort contenu de main-d'œuvre.

Enfin, par contraste avec l'Italie ou l'Allemagne, l'industrie automobile française a une pyramide d'âge élevée au niveau de ses opérateurs sur chaînes de production. Ce constat pose, là encore, un certain nombre de questions majeures qui devront être traitées avant 2015, afin de maîtriser ces évolutions dans un sens conforme à l'intérêt général. Cela nécessitera une meilleure gestion prévisionnelle de l'emploi avec notamment des embauches de jeunes.

L'enjeu est de répondre à ces risques objectifs, en s'attachant à la sauvegarde d'un volume important d'emplois et au développement de fonctions à forte valeur ajoutée. Comme le pointait déjà une mission d'information parlementaire de 1997 sur « *la situation et les perspectives de l'industrie automobile en France et en Europe* », une large réflexion doit se mener afin de fonder un véritable « *contrat automobile pour le développement et l'emploi* ».

Compte tenu des spécificités du secteur automobile, de la nécessité de déterminer rapidement le meilleur équilibre possible entre ses besoins et la protection des intérêts de ses salariés, notre assemblée recommande un dialogue approfondi entre les partenaires sociaux afin de favoriser des accords et de proposer, le cas échéant, au législateur des mesures de progrès social en phase avec les réalités économiques.

La nécessité de réaliser une production sans cesse plus innovante, de répondre aux exigences de coût, de qualité et de sécurité dans un environnement complexe et instable, pousse les entreprises aux limites de leur organisation et les salariés à celles de leurs savoirs. Pour ces derniers, qu'il s'agisse de s'adapter aux nouveaux modes de production ou aux mutations de la filière, la question de l'acquisition des compétences, et donc de la formation, est fondamentale.

L'industrie automobile effectue un effort dans le domaine de la formation continue en y affectant en moyenne plus du double de l'obligation légale de 1,6 % de la masse salariale. Il est également possible de citer l'implication des responsables opérationnels, le développement d'une logique de partenariat avec les organismes de formation et les collectivités publiques, et une meilleure articulation avec les autres outils de la gestion des compétences. En matière de rémunération, l'automobile se situe à cet égard dans la moyenne haute de l'industrie, après l'aéronautique.

Cette politique reste perfectible tant au niveau de la prise en compte des motivations des salariés qu'à celui d'une meilleure anticipation des mutations de la filière. Une double évolution reste à accomplir : rendre la formation plus efficiente et plus conforme aux intérêts stratégiques de long terme. Cela suppose que soit créé un véritable contrôle de gestion de la formation. La formation doit également devenir un élément à part entière d'une politique des compétences mieux intégrée à la dimension stratégique de l'entreprise.

Un axe important de progression consisterait à intensifier les partenariats. Avec l'Éducation nationale, des complémentarités doivent être recherchées entre formation initiale, formation en alternance et formation continue. À l'instar des pratiques existantes, en particulier en Allemagne, la filière doit s'attacher à l'instauration d'une coopération renforcée entre ses composantes au niveau des grandes zones d'implantation. L'État doit pour sa part concourir à la définition d'une vision de long terme sur l'évolution des besoins en blocs de compétences. Il pourrait ainsi animer une synthèse des réflexions menées par l'administration à un niveau macroéconomique et par les entreprises à un niveau sectoriel. À cet effet, pourrait être utilement sollicité le groupe « Prospective des métiers et des qualifications » du centre d'analyse stratégique.

De même, l'initiative prise en mai 2006 par le ministère de l'Industrie « *Capital humain : gagner en compétences pour gagner en compétitivité* » est un projet susceptible de mobiliser l'industrie automobile. Il mériterait également d'être étendu au niveau des métiers de la distribution et des services. La modernisation de la politique de formation, engagée relativement récemment, est fondamentale et doit à ce titre s'intensifier au niveau de l'ensemble de la filière.

2. Au niveau de la filière « aval » distribution et services

2.1. Le renouvellement de la population professionnelle

La branche de la distribution et des services de l'automobile a conduit une politique de formation qui a produit des résultats notables en termes de qualification et d'insertion. Plus de 70 000 jeunes, dont 30 000 apprentis, sont ainsi formés chaque année. Aujourd'hui, 20 % de ces jeunes en formation sont de niveau III (BTS, DUT), et 51 % de niveau V (CAP, BEP). Plus de 75 % ont un emploi après leur période de formation, et un salarié de la branche sur dix est un jeune en formation alternée école-entreprise. Cette politique a, en outre, été soutenue par des accords paritaires assez novateurs, notamment dans les domaines de la valorisation des compétences et de la lisibilité des filières.

La branche reste cependant confrontée à des défis majeurs qui emportent des conséquences directes sur ses dispositifs de formation. Son potentiel est en effet hypothéqué par des facteurs démographiques, technologiques et économiques. La récurrence d'une pénurie de main-d'œuvre qualifiée risque, désormais, de déstabiliser ce secteur d'activité. Estimée à environ 15 000 personnes, elle peut s'aggraver sous l'effet du choc démographique qui a produit ses premiers effets au niveau des entreprises de moins de 10 salariés mais aussi au niveau des groupes de distribution. Par ailleurs, la banalisation du produit automobile ne doit pas occulter la sophistication des techniques pour l'entretenir ou le réparer. Il y a ainsi un décalage croissant entre la rapidité de l'évolution technologique et le niveau de compétences des personnels en place.

Une baisse sensible, de l'ordre de 6 %, du nombre des apprentis est constatée depuis 2002. Divers accords paritaires ont été conclus pour développer l'apprentissage. La rémunération des jeunes en alternance a été ainsi fixée sur l'assiette des salaires minima de branche de la qualification visée, et non sur le SMIC. En outre, les partenaires sociaux ont réformé en profondeur le système de classifications, afin de présenter aux jeunes un système structuré et lisible des possibilités d'itinéraires de progression au sein des filières professionnelles. Cette action s'est parallèlement renforcée pour un développement qualitatif, se traduisant notamment chaque année par des aides financières à hauteur de 50 millions d'euros alloués aux établissements de formation.

Notre assemblée est convaincue de la nécessité de développer dans d'importantes proportions le nombre d'apprentis et considère que cette démarche se situe à la croisée d'un devoir d'insertion des jeunes et d'une réponse appropriée aux besoins des entreprises, notamment de la filière automobile. Rappelant que la formation alternée est susceptible de favoriser la professionnalisation des jeunes, notre assemblée préconise quatre orientations.

Il conviendrait d'associer plus étroitement la filière à la politique de formation établie par les Conseils régionaux afin, notamment, que la préparation à l'insertion professionnelle assurée par les Centres de formation d'apprentis (CFA) puisse s'effectuer dans de bonnes conditions techniques et financières. Enfin, les acteurs des dispositifs de formation doivent s'attacher à faciliter les conditions d'accès : l'émergence de nouveaux métiers implique qu'ils soient accessibles au plus grand nombre.

Le problème de la pénurie de main-d'œuvre qualifiée appelle la mise en place d'un dispositif volontariste. Les métiers de l'automobile constituent un important bassin d'emplois, et de recrutements futurs, dont l'activité n'est par nature pas délocalisable. Ces métiers ont de l'avenir. Une étude prospective pourrait ainsi permettre d'anticiper les besoins quantitatifs et qualitatifs dans l'objectif de favoriser une meilleure adéquation entre l'offre et la demande.

Cette raréfaction des compétences se combine avec un problème de fidélisation. Cette difficulté nécessite en particulier une politique plus incitative en matière de rémunération et de classification. Les négociations qui pourraient être engagées au niveau des partenaires sociaux pour déterminer les voies et moyens d'une meilleure attractivité doivent à ce titre être encouragées.

Enfin, il serait opportun d'envisager, dans l'intérêt général, de renforcer les mesures pour inciter les entreprises à s'investir davantage dans le recours à l'apprentissage. L'extension du crédit d'impôt au contrat de professionnalisation devrait par ailleurs faire l'objet d'une évaluation.

2.2. Le maintien d'un tissu de TPE de l'automobile

À l'horizon 2012, le nombre de TPE dans les services de l'automobile, en particulier dans ses activités artisanales, pourrait enregistrer une perte de plus de 8 000 entreprises. Une raison principale tient à l'accélération technologique qui rend caduque une large partie des connaissances de la population professionnelle. L'actualisation des compétences est cruciale pour les entreprises indépendantes qui ne bénéficient pas du soutien d'un constructeur en matière d'information technique et de formation. Pour y faire face, les entreprises de moins de 10 salariés vont doubler à cet égard leur effort de formation en 2007.

Consciente de cette situation, la profession projette de mettre en œuvre une démarche fondée sur le diagnostic des compétences et le plan de formation. Un Engagement de développement pour l'emploi et les compétences (EDEC) est ainsi en cours de négociation avec le ministère du Travail. La branche serait à même de mobiliser ses moyens pour inscrire ce dispositif sur une durée pluriannuelle, de façon à pouvoir former, chaque année, plusieurs milliers d'entreprises.

Notre assemblée recommande à cet égard la conclusion à brève échéance de ce dispositif. De même, la démarche de Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) ainsi que la validation des acquis de l'expérience, développées récemment, doit être soutenue en complémentarité avec les contrats d'objectifs des conseils régionaux.

C - DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS

L'automobile, loin de se résumer à de la « science dure », reste avant tout une immense aventure collective. La filière s'est enrichie, notamment sous l'effet de l'accélération du rythme de ses innovations, d'une diversité importante de profils et de compétences. Ce « capital immatériel » est essentiel à l'automobile, à la poursuite de son évolution et au développement de sa performance.

1. La transmission d'entreprise

La transmission d'entreprise correspond également à une problématique majeure : 25 000 entreprises seront à céder dans les cinq prochaines années. Les lois de 2003 et 2005 relatives à l'initiative économique et aux PME, ont prévu des outils pertinents. Cependant, cette problématique est également liée à une question d'image et d'attractivité.

Notre assemblée estime ainsi nécessaire qu'un accompagnement sectoriel soit privilégié par les Pouvoirs publics, de manière à ajuster la coordination des dispositifs existants selon les spécificités d'une filière économique.

Elle réitère à ce titre les recommandations de son avis relatif à « *la transmission des PME* » adopté le 15 décembre 2004 : parmi les mesures proposées pour faciliter, notamment, la mise en relation entre « *le cédant qui vend son passé* » et le « *repreneur qui achète son avenir* », la création d'un véritable « *marché unifié de la reprise* », qui existe peu dans la filière automobile, devrait être initiée. Un portail Internet dédié pourrait en particulier être développé, de manière à renforcer la cohérence entre les différents réseaux - tant au niveau des constructeurs et de leurs fournisseurs qu'à celui des organisations professionnelles et des chambres consulaires.

2. Valoriser l'image de la filière automobile

La filière automobile est confrontée à une problématique d'image. Malgré un large éventail de profils de métiers, la perspective d'y « faire carrière » suscite aujourd'hui peu de vocations. Comme d'autres secteurs, l'automobile connaît un important déficit d'attractivité qui explique en partie ses difficultés à attirer des jeunes et à trouver des expertises techniques nécessaires, en particulier dans des fonctions supports.

Cette perception, qui traduit une certaine méconnaissance de la filière, ne correspond pas aux réalités de métiers aujourd'hui éloignés des chaînes de production ou des ateliers de réparation des années 1960. Ces activités se sont progressivement qualifiées et font désormais appel à un gisement très diversifié de profils. L'élargissement de l'éventail des emplois permet de véritables carrières, encouragées par une politique de formation et de mobilité qui se développe en amont comme en aval de la filière. Il s'agit enfin de professions qui se féminisent, ce qui se vérifie - certes de manière différenciée - dans l'ensemble de la filière, y compris dans les postes à responsabilité. Les femmes représentent ainsi 22,5 % des effectifs de recherche.

La problématique liée à l'image de l'automobile et de sa capacité à se projeter dans l'avenir est centrale. Cette question emporte en effet un risque de délocalisations potentielles en affaiblissant les sites industriels mais aussi commerciaux. Cet enjeu est d'autant plus important que le choc démographique va provoquer une vive concurrence entre les secteurs économiques pour solliciter les nouvelles générations de compétences. Cette situation suppose un réel effort d'attractivité que la filière ne pourra réaliser seule, notamment en matière de politique d'aménagement du territoire.

Notre assemblée estime à cet égard que la filière doit engager une vigoureuse campagne de valorisation des métiers de l'automobile. Cette campagne devrait être prolongée par d'autres opérations de communication, notamment en faveur du développement de l'apprentissage dans l'automobile, associant l'État, les conseils régionaux et les branches professionnelles.

CONCLUSION

L'automobile française de 2006 est porteuse d'avenir. Il n'y a pas de développement sans bases solides. Celles de l'automobile française le sont. Ses acteurs sont souvent à la pointe du progrès technologique et ont relevé des défis importants en matière d'environnement et de sécurité, même si beaucoup d'efforts restent encore à accomplir. Un examen prospectif approfondi des technologies actuelles et futures, intégrant les efforts à déployer pour l'acquisition des compétences des salariés, s'avère indispensable pour atteindre l'objectif d'une voiture plus « vertueuse », sans négliger pour autant les réalités économiques et sociales ainsi que les besoins des consommateurs et des entreprises.

Aucune position n'est acquise sur un marché mondialisé où l'innovation et les facteurs de compétitivité sont déterminants. Tous les acteurs doivent en prendre la mesure afin de faciliter et d'encourager les adaptations nécessaires. Imposer des solutions sans concertation avec la filière serait contreproductif. Il est souhaitable au contraire d'établir une logique globale de partenariat réel dans toute la filière et une prospective partagée, permettant de conforter la base industrielle, technologique, économique et sociale. La constitution d'un marché-socle européen solide, assorti de règles homogènes et de normes de haut niveau sur le plan international est en ce sens fondamentale pour assurer l'avenir de la filière française.

Les acteurs eux-mêmes doivent tirer les enseignements de ces mutations, en créant les véritables conditions d'une coopération approfondie au sein de la filière. Coexistent, en France, de grands groupes industriels de dimension mondiale et un tissu de PME/TPE ancrées sur le territoire national. Fondamentalement interdépendants, les acteurs de cette filière sont en effet liés par une solidarité de destin qui doit se traduire de manière effective.

La filière se modernise et évolue de manière continue. Alors que s'ouvre le « deuxième siècle de l'automobile », elle devra répondre par une profonde adaptation de ses modèles industriels, économiques et sociaux, laquelle emportera des conséquences sur le travail, l'emploi et les compétences. La filière a incontestablement à effectuer un profond travail d'analyse sur elle-même et à développer le dialogue et la négociation avec ses partenaires sociaux pour déterminer rapidement les voies et moyens de sa compétitivité future, alliée au progrès social en France et à l'étranger.

Enfin, la France a indéniablement besoin de re-découvrir cette filière, et, dans une certaine mesure, de « se réconcilier » avec son automobile qui fait partie intégrante de son histoire, de son identité et de sa capacité à poursuivre sur la voie d'un développement durable.

Deuxième partie
Déclarations des groupes

Groupe de l'agriculture

L'automobile française est un des secteurs économiques qui font la fierté de notre pays : parmi les principaux employeurs du secteur privé, premier poste d'exportation, quatrième constructeur mondial, innovation constante, utilisation d'une technologie de pointe, ...

Toutefois, la mondialisation conduit à des bouleversements sur le prix des matières premières, sur le coût du travail, sur le fonctionnement des marchés. L'agriculture est très sensible à tous ces bouleversements. Nous sommes confrontés aux mêmes difficultés que l'automobile quand il s'agit d'exporter vers des pays dont les règles de production ne sont pas les mêmes que les nôtres.

Nous souhaitons que les changements qu'implique la mondialisation sur l'organisation de la production puissent être mis en place sans mettre en danger les emplois sur l'ensemble du territoire.

Le groupe de l'agriculture a été particulièrement sensible au sujet abordé et a souhaité plus particulièrement réagir sur deux éléments.

Premier élément : l'artisanat. Le risque existe de voir disparaître le réseau de services de proximité de l'automobile. Les réparateurs locaux, notamment, sont essentiels à la dynamique économique et sociale de nos territoires. Ils sont, bien entendu, également indispensables à l'entretien du parc automobile. Le groupe de l'agriculture approuve la proposition de développer la synergie entre les établissements bancaires, les organisations professionnelles et les chambres de métiers pour soutenir l'artisanat de la filière. Il est également essentiel de renforcer la formation des acteurs. Cette formation leur permettra d'offrir les services les mieux adaptés aux évolutions technologiques des différents véhicules.

Le deuxième élément est celui des biocarburants. Dans les années à venir, l'énergie verte sera de plus en plus utilisée à la place du carbone fossile. Tous ces éléments vont encourager la recherche d'énergies alternatives dont font partie les biocarburants. Les agriculteurs sont prêts à s'engager dans cette voie. Pour ce faire, un soutien adapté est nécessaire, notamment sur le plan fiscal. Ce soutien est d'autant plus justifié que les productions agricoles sont déjà fiscalisées et supportent des charges importantes.

Le groupe de l'agriculture est convaincu que les fonctions alimentaires et non-alimentaires, qu'il s'agisse de biocarburants, de nouveaux matériaux ou de chimie verte, peuvent être menées de manière complémentaire.

Mais pour assurer un véritable développement des biocarburants, il faut un engagement fort de l'ensemble des acteurs : pouvoirs publics, industriels et agriculteurs.

Groupe de l'artisanat

La filière automobile française s'est imposée au niveau international par la forte implication de tous les acteurs. Aujourd'hui, les contraintes imposées par le marché mondialisé appellent à des coopérations plus larges qui ne doivent pas se faire au détriment d'un des éléments de la chaîne. L'avis est sur ce point porteur d'avenir, dans la mesure où il redonne toute sa place à « l'aval » en reconnaissant le rôle complémentaire du secteur de la distribution et des services.

Les efforts réalisés ces dernières années en matière de formation aux nouvelles technologies, de respect des normes environnementales et de réponse aux exigences de la clientèle démontrent la performance et la capacité d'adaptation de ces petites entreprises. Par contre, la tendance des constructeurs à profiter, parfois de manière abusive, des avantages dont ils disposent, inquiète les entreprises artisanales. Il s'agit notamment de la réglementation sur les pièces captives, de l'accès au fichier central automobile et plus insidieusement de la rétention des informations techniques.

Concernant le marché de la pièce de rechange, dans les premiers mois de la vie du véhicule, les mécaniciens réparateurs automobiles ont du mal à s'approvisionner dans des délais raisonnables du fait que seuls les réseaux de constructeurs en assurent la diffusion.

Il faut également savoir que les extensions de garantie offertes par les constructeurs, au moment de l'achat d'un véhicule neuf ou d'occasion, ont pour objet et effet d'entraver l'accès des indépendants au marché de l'entretien et de la réparation. Ils portent ainsi atteinte à la liberté de choix du consommateur pourtant clairement rappelée dans le règlement européen d'exemption.

S'agissant des pièces de carrosserie, leur protection au titre des dessins et modèles procure un droit exclusif d'exploitation aux constructeurs. Si cette protection se justifie au moment de la production et de la vente des véhicules, elle ne semble pas l'être au niveau de l'après-vente même au nom des arguments invoqués par les constructeurs en matière de sécurité. En effet, plusieurs pays européens ont fait le choix depuis plusieurs années de ne pas étendre l'eurodesign aux pièces de rechange en adoptant « une clause de réparation », sans qu'aucun problème relatif à la sécurité n'ait été décelé. Pour ces raisons, il faut insister auprès de la Commission européenne pour libéraliser ce marché, dont les études récentes montrent que cette ouverture à la concurrence serait bénéfique pour les consommateurs en terme de baisse des prix mais aussi pour les entreprises en matière d'opportunité d'activités et d'emplois.

Quant à la généralisation des carnets d'entretiens électroniques, elle est également une entrave au marché pour les réparateurs indépendants dans la mesure où seuls des appareils mono-marques permettent la lecture du carnet d'entretien.

Ces exemples illustrent la nécessité de préserver après 2010 le règlement européen d'exemption en matière de distribution et de services, qui sont en effet fondamentales à l'exercice plein et entier du métier de réparateur indépendant de demain mais aussi à la meilleure garantie du libre choix des consommateurs.

Loin de vouloir être protectionnistes, les artisans de ce secteur souhaitent éviter que perdurent, sous couvert de la propriété intellectuelle, des situations de monopole qui entravent la libre concurrence. C'est d'ailleurs au nom de ce principe que le groupe de l'artisanat a insisté sur la présence de tous les représentants des acteurs de la filière dans les groupes de réflexion préconisés dans cet avis et déposé un amendement pour introduire le développement d'outils de diagnostic multi-marques.

Le groupe de l'artisanat a voté l'avis.

Groupe des associations

L'automobile est une filière française majeure. Elle est performante comme le montre régulièrement la compétition sportive mais il ne suffit pas d'être champion aujourd'hui pour le rester demain.

Le groupe des associations est sensible aux propositions de l'avis tendant à :

- promouvoir le développement d'un marché européen de l'automobile ;
- préserver les équilibres entre la production des équipements, la construction automobile et la réparation ;
- faciliter le développement international en luttant contre les contrefaçons et en faisant partager les exigences de normes de sécurité par le marché mondial.

Le groupe souhaite insister sur deux points.

La mobilité durable est une préoccupation obligatoire qui concerne directement la filière automobile. Le gouvernement français a décidé d'aller au-delà des directives européennes en visant un taux de 10 % d'incorporation de biocarburants à l'échéance 2015. On peut souhaiter que cet objectif soit plus ambitieux ! La volonté de l'automobile de minimiser ses émissions de CO₂ et de sortir du tout pétrole doit être accélérée.

Pour cela, une meilleure collaboration public-privé est nécessaire et amène au deuxième point : la relation à renforcer avec le ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Sur ce plan, l'avis se limite trop au court terme avec la recherche et la formation professionnelle. La réussite de la filière automobile repose avant tout sur son capital humain : de l'artisan au PDG, de l'ouvrier à l'ingénieur, de l'employé au cadre. En France la formation scientifique est en difficulté, notamment dans le domaine de la science du mouvement : la mécanique. Il y a

lieu - au-delà du seul besoin du secteur de l'automobile - de réagir vite, de l'école à l'université. D'un autre côté les consommateurs sont des citoyens et, là encore, l'école a un rôle important à jouer : la mobilité durable, la sécurité routière sont des sujets qui doivent permettre à chacun d'être un acteur responsable dans l'économie de l'automobile.

Un client de plus en plus éclairé souhaite avoir un large choix dans un budget adapté où les coûts d'achat et d'entretien restent abordables, tout en étant justement préoccupé du respect de l'environnement.

Le groupe a voté l'avis tout en soulignant la nécessité d'aller plus loin encore.

Groupe de la CFDT

La filière automobile par son importance économique, industrielle, sociale et symbolique mérite sans conteste que le Conseil économique et social consacre un rapport prospectif sur les mutations que va apporter le « deuxième siècle de l'automobile ».

Le rapport propose un état des lieux quantitatif détaillé de la filière dans son ensemble, de la conception à la distribution, dresse un panorama mondial de ce secteur industriel et aborde les évolutions technologiques qui vont révolutionner le produit automobile dans les décennies à venir. L'avis suggère des préconisations utiles pour répondre aux nécessaires difficultés d'adaptation à ces mutations. Il souligne également le fait qu'à ce jour la filière automobile a su tirer profit de la mondialisation à travers les nouveaux débouchés que celle-ci procure et au-delà des harmonisations réglementaires nécessaires, l'importance d'une politique européenne de coopération.

Au-delà du constat partagé, le groupe CFDT souhaite mettre l'accent sur plusieurs orientations peu ou pas abordées dans cette saisine.

D'une part, la politique publique d'incitation à la recherche, développement dans le domaine de l'évolution des transports individuels et collectifs, aujourd'hui initiée à travers des pôles de compétitivité éclatés, ne permet pas d'imaginer une stratégie globale. Les intérêts en jeu, ceux des constructeurs, de leurs fournisseurs mais aussi des consommateurs, souvent contradictoires comme le souligne l'avis, nécessitent une vision transversale commune. Le choix d'un pôle de compétitivité unique aux moyens renforcés aurait été plus efficace.

D'autre part, le contexte économique mondialisé mais également les choix stratégiques des constructeurs vers le concept d'« entreprise élargie », les conduisent à augmenter la pression sur leurs partenaires sous traitants de différents niveaux, introduisant une hiérarchie en cascade qui étrangle au final les PME, mettant en péril l'emploi et l'équilibre en terme d'aménagement du territoire que représentaient ces petites entreprises. Pour la CFDT il est urgent d'intervenir sur cette politique d'achat imposée par les donneurs d'ordre. Si ce

choix à court terme semble garantir les marges des constructeurs et permettre le maintien de l'emploi en France ou en Europe, il déséquilibre l'ensemble de la filière et porte intrinsèquement en germe la destruction du modèle productif du secteur automobile, essentiel pour la dynamique de notre économie.

L'avis souligne également la moindre attractivité aujourd'hui des métiers de la filière automobile. Pour y répondre, la CFDT se félicite de l'effort de formation initiée dans la branche mais regrette que ne soient pas plus mis en exergue, dans l'avis, la précarité de l'emploi et les conditions de travail qui restent pénibles. Si les progrès ergonomiques ont permis de réduire la fatigue physique, l'organisation en petites équipes, censée rationaliser le travail, les « team work » inventées par le « toyotisme », le « zéro défaut », le « juste à temps » génèrent une nette augmentation de la pression psychologique et du stress.

Pourtant la compétitivité de la filière automobile et des constructeurs qui en sont le symbole, ne sera durable que si elle sait trouver un compromis acceptable entre ses salariés, ses fournisseurs et les différents distributeurs des services liés à l'automobile.

Enfin la CFDT s'inquiète du nombre élevé de recommandations de cet avis consistant en des demandes d'aides fiscales alors que le Conseil économique et social exprime en permanence et à juste titre, sa préoccupation d'une dette publique qui ne cesse de s'alourdir.

Le groupe CFDT regrette aussi l'approche, contestable mais constante dans le rapport et l'avis, qui fait de l'automobile, un produit identitaire avec lequel la France aurait besoin de se « réconcilier ». L'automobile est indéniablement un moyen de transport aujourd'hui encore indispensable. Mais l'urbanisation galopante en France, en Europe et dans les pays émergents fait apparaître les risques qu'elle génère en terme d'environnement. Une politique qui serait centrée uniquement sur le développement du véhicule automobile individuel, serait suicidaire pour l'humanité. Certes une telle politique produit de la richesse économique mais n'est pas compatible avec notre souhait de développement durable. Au-delà de la prospective sur les évolutions technologiques de l'automobile censée répondre aux indispensables équilibres environnementaux et aux besoins nouveaux des consommateurs, cet avis aurait pu être l'occasion d'imaginer une stratégie industrielle porteuse de nouveaux concepts pour l'automobile et plus largement pour les besoins de déplacements des populations.

Ces différentes réserves sur le contenu du rapport et de l'avis ont conduit le groupe CFDT à s'abstenir.

Groupe de la CFE-CGC

Nos deux constructeurs, tout en suivant respectivement des stratégies différentes, ont réussi à s'imposer sur le marché international, et ont pu créer et maintenir l'emploi. Pourtant, il y a une bonne dizaine d'années, les prévisionnistes s'accordaient à dire, qu'à l'horizon 2010, il ne resterait plus que quelques constructeurs dans le monde et que nos deux constructeurs ne feraient pas le poids par rapport aux autres constructeurs. Or, ils sont toujours présents et leur objectif est quand même de produire plus de 4 millions de véhicules à l'horizon 2010 !

Pour cela, il faut être présent tant sur le marché européen que sur les marchés émergents, marchés à fort potentiel de croissance. Ces pays émergents sont devenus l'axe majeur des stratégies adoptées par les constructeurs.

Par ailleurs, les constructeurs français assurent dans les régions françaises une présence incontournable avec un large réseau d'équipementiers, de distributeurs et de réparateurs. Toutes ces entreprises contribuent à l'emploi et à la croissance économique, tout comme les activités de la distribution et de services qui représentent près de 450 000 emplois. Ces dernières sont localisées en zones urbaines et rurales et concourent au maillage économique et à l'aménagement du territoire.

D'autres points ont retenu l'attention du groupe de la CFE-CGC.

Ainsi, la mutation que traverse le secteur automobile exige, que le tissu d'entreprises sous-traitantes se renforce afin d'être capable d'innover et d'exporter : ce sont les deux conditions pour se maintenir sur le marché da.1(m)7.su s1 Tc0iv co(s.4(o)-5.)10e, qt

Dans cette perspective, la fiscalité de l'automobile, qui n'est pas harmonisée, constitue un obstacle sérieux à la création d'un marché européen de l'automobile. Le groupe de la CFE-CGC, considère d'une part que dans le cadre européen, il faut que soient harmonisées les règles applicables aux taux de TVA car, en l'absence d'une telle harmonisation se développent des pratiques de « dumping fiscal » ou des différences d'imposition sources de distorsions de concurrence. D'autre part, il serait opportun d'harmoniser les outils juridiques contre la contrefaçon.

De nombreux leviers doivent être activés pour rendre l'automobile compatible avec le développement durable. Les innovations et le progrès technologique sont amenés à jouer un grand rôle. Le développement des biocarburants est une voie à poursuivre, mais elle suppose un effort plus intense des constructeurs et de l'État.

Le groupe de la CFE-CGC a voté l'avis.

Groupe de la CFTC

Le rapport constitue une synthèse précieuse et documentée sur la filière automobile, et le groupe de la CFTC a souhaité insister sur quelques points.

On pense au problème de l'environnement, des efforts considérables ont été réalisés par la filière automobile : amélioration des moteurs conventionnels, perspective de sortir du tout « pétrole ».

Ces efforts seraient-ils suffisants et les effets assez rapides pour éviter une crise mondiale de l'automobile ?

Le groupe de la CFTC pense, que les normes européennes, doivent être promues pour tirer, au plan mondial, la filière vers le haut.

La nécessité d'un rajeunissement du parc automobile actuel entraînant la sortie des véhicules anciens plus polluants a été évoquée. Ceci pose un problème social pour les plus défavorisés et la question de la destruction de ces véhicules.

Le deuxième point, sur lequel le groupe de la CFTC a souhaité insister, se rapporte aux équilibres fondamentaux de la filière .

Il a été souligné, à juste titre, dans l'avis, les limites de la délocalisation. L'automobile voyage mal, surtout lorsque les coûts de l'énergie augmentent ceux du transport. Le fait que la main-d'œuvre représente 10 % du coût de production , dont 7 % de main-d'œuvre ouvrière, est instructif à ce sujet.

Il faut donc travailler à réaliser une stratégie industrielle, sans oublier la spécificité des pays producteurs, en particulier, la dépendance économique forte de la France par rapport à l'industrie automobile. L'automobile est en effet, le premier secteur d'emplois privés de l'hexagone, occupant, un français sur 10, soit 2,5millions de salariés, dont un tiers dans la filière proprement dite.

Le troisième point, sur lequel notre groupe a souhaité insister concerne les salariés du secteur.

Il y a nécessité, pour les salariés du secteur, de s'adapter aux nouveaux modes de production et aux mutations, d'où l'importance de la formation.

Or il est souligné, dans l'avis, qu'il y a eu recours accru à l'intérim et aux contrats à durée déterminée, 45% des contrats sont à durée déterminée, dont 70% concernant les ouvriers.

Nous sommes en face d'une contradiction, qui requiert des négociations sociales sérieuses, de manière à ce que l'emploi dans ce secteur, ne soit pas un emploi précaire et incertain.

Le groupe de la CFTC a émis des réserves sur le volet social qui aurait par contre mérité d'être plus développé sur plusieurs aspects.

Le recours massif à l'intérim et aux CDD pour faire face aux fluctuations de la production, entraîne une précarisation de l'emploi dont les effets négatifs sont indiscutables, ne serait-ce que sur l'emploi des jeunes. Cela est en contradiction avec le besoin d'une main-d'œuvre formée et motivée, c'est à dire un personnel impliqué et stable.

Le groupe de la CFTC a voté l'avis.

Groupe de la CGT

L'avis pointe les principaux défis auxquels est confronté l'ensemble de la filière automobile, et intègre les enjeux sociétaux : sécurité, économie d'énergie, lutte contre la pollution ou encore la pérennité de la main-d'œuvre qualifiée, sa fidélisation et sa formation. Il préconise de progresser rapidement vers une plus grande harmonisation fiscale en Europe et la généralisation de normes techniques exigeantes. Il souligne la difficile cohérence des stratégies à établir entre tous les acteurs de la filière, les efforts à réaliser pour la pérennité de l'artisanat. L'avis plaide en faveur d'une véritable stratégie industrielle européenne mais cela reste limité parce qu'il ne s'appuie pas sur une analyse des stratégies mondiales de tous les constructeurs européens, à commencer par celles des deux constructeurs français. La guerre des prix qu'ils se livrent sur le marché européen engendre des pressions sur toute la filière recherche et développement, nuit à l'innovation et freine le développement de produits aux critères acceptables pour tous.

Si de réels efforts ont été réalisés afin d'intégrer la situation et l'apport des salariés pour la compétitivité, les axes proposés - *le constat d'une précarisation de l'emploi, la généralisation de l'apprentissage indépendamment d'un âge minimum, la valorisation des métiers de l'automobile* - ne s'inscrivent pas dans une dynamique de proposition de réponses aux problèmes posés. Les questions de la reconnaissance et du paiement des qualifications, des effets de la flexibilité et de la polyvalence, et surtout du niveau pérenne d'emplois stables ne sont pas citées.

Alors que les investissements en R&D et le facteur humain constituent les piliers centraux de la compétitivité de l'automobile, ils leur échoient de n'être que des variables d'ajustement. Comment sortir de cette contradiction sans remettre en cause le poids excessif des actionnaires ?

La recherche d'un plus juste « *équilibre* » dans les relations entre donneurs d'ordre et PME-TPE, repose exclusivement sur l'intervention de la puissance publique (*incitations et aides fiscales pour le renouvellement du parc, développement des biocarburants et des PME...*), les efforts d'adaptation à réaliser par les PME et TPE mais aucune contribution des constructeurs n'est envisagée concrètement.

L'appel en faveur d'une nouvelle dynamique du dialogue social manque de souffle. Un objectif de « *compromis sur les moyens acceptables pour chacun* » ne peut suffire quand il s'agit de construire une stratégie industrielle partagée au profit du développement durable et du progrès social. Cela nécessiterait une participation accrue des partenaires sociaux réalisée avec le développement de comités de groupes ou interentreprises réunissant donneurs d'ordre et sous-traitants. La question majeure de la responsabilité sociale des entreprises, l'encouragement aux accords-cadres internationaux dans le secteur de la construction automobile ne sont pas abordés. C'est dans cette perspective et avec cette ambition que la conception du dialogue social et du dialogue civil doit être repensée.

Si nous approuvons la lutte contre les contrefaçons, l'outil juridique, pour être performant, ne doit pas être hypothéqué par des mesures budgétaires restrictives affectant l'emploi dans les services publics des douanes, de la concurrence et de la consommation.

Plus généralement, il y a un grave danger pour l'avenir de nos industries à cantonner l'intervention publique à la promotion des aides fiscales.

En conclusion, nous regrettons le manque de perspectives concrètes pour faire face aux enjeux de la filière et tout particulièrement sur la question de l'emploi. Nous ne pouvons nous arrêter à un simple constat, ce qui impliquerait une dégradation inéluctable de l'emploi au nom de la concurrence.

Le groupe de la CGT s'est abstenu sur l'avis.

Groupe de la CGT-FO

L'avis examiné rend compte du développement international que connaît l'industrie de l'automobile, et notamment celui des constructeurs français.

Avec plus de 11 % de la production industrielle française, 13,5 % du commerce, un solde positif de 8,6 milliards d'euros de la balance commerciale, 40 milliards d'euros de recettes fiscales pour l'État, son poids économique est un enjeu majeur pour la France.

L'automobile est le premier secteur d'emploi de l'hexagone. Cependant, les emplois dans la branche connaissent une régression depuis l'an 2000.

Les constructeurs ont modernisé leur outil de production et se sont recentrés sur leur métier de base. Le produit fini dépend à plus de 50 % des fournisseurs et sous traitants. Ce concept dit « *entreprise élargie* » doit impérativement s'accompagner d'une amélioration des relations entre donneurs d'ordres et sous-traitants pour éviter que les conséquences en soient négatives pour les salariés : conditions de travail, salaires, contrats précaires, ...

En ce qui concerne l'artisanat des services de l'automobile, les conditions de la concurrence doivent rester acceptables tant d'un point de vue économique que technologique. Sa disparition entraînerait de lourdes conséquences sur l'aménagement du territoire et pour l'emploi.

Un véritable partenariat entre toutes les composantes de la filière constructeurs, équipementiers, fournisseurs, services de l'automobile, devrait être recherché, afin de dégager de meilleures pratiques.

Le dialogue devrait également se renforcer entre les partenaires sociaux pour rechercher le meilleur équilibre entre les besoins, la protection des intérêts des salariés et les spécificités de la filière.

Comme le souligne l'avis, l'investissement dans la formation des salariés devra être renforcé pour permettre l'adaptation aux évolutions technologiques, importantes dans le secteur. Dans la branche distribution et services, malgré une politique soutenue de formations et de qualification, l'évolution démographique, compte-tenu des départs en retraite, risque de déstabiliser ce secteur d'activité.

Le groupe Force ouvrière souhaite encourager l'ouverture de négociations entre les partenaires sociaux pour déterminer les voies et moyens d'une meilleure attractivité des métiers de l'automobile.

Par ailleurs, la filière doit relever des défis importants et notamment l'effort de recherche. L'avis préconise une coopération renforcée de recherche et développement entre le secteur privé et le secteur public, ainsi qu'au niveau européen.

L'effort de recherche doit également s'orienter impérativement vers la diminution des émissions de CO₂ et de gaz à effet de serre ainsi que l'utilisation des énergies de substitution en parallèle au renouvellement du parc ancien.

Le groupe Force ouvrière est favorable à un dialogue approfondi entre les autorités communautaires et la filière, afin d'imposer progressivement un cadre réglementaire pour des véhicules « propres et sûrs » sur les marchés français, européens et internationaux.

Le groupe Force ouvrière a voté l'avis.

Groupe de la coopération

La filière automobile est un secteur clé de l'économie française et les deux constructeurs nationaux font partie des champions mondiaux. Ils doivent relever le défi d'une concurrence accrue dans des marchés de plus en plus ouverts.

Premier défi, la mondialisation : comment être compétitif dans les pays émergents qui représentent les grands marchés en croissance d'aujourd'hui. Pour faire face à des concurrents aux coûts de production plus bas mais aux capacités technologiques croissantes, les constructeurs français et leurs fournisseurs doivent notamment relever le défi de la recherche et de l'innovation. Ils doivent aussi pouvoir s'appuyer sur un « marché socle » européen fort or celui-ci est inachevé. L'absence d'harmonisation de la fiscalité et d'un cadre réglementaire stable et cohérent handicape les constructeurs européens sur le marché mondial, également pénalisés par un euro fort. Dans une Europe élargie, cette hétérogénéité est encore accrue, ce qui pose la question des déplacements des sites de production à l'est de l'Europe. Il est urgent de mettre en place une véritable stratégie industrielle européenne.

Deuxième défi : celui de l'énergie. « Et si l'avenir de l'automobile, c'était l'agriculture » pouvait-on lire sur le stand d'un constructeur automobile lors du dernier salon de l'agriculture. Au regard de la hausse durable du prix du pétrole annonçant la raréfaction de cette ressource et de la nécessité de maîtriser nos émissions de gaz à effet de serre, cette question est plus que jamais pertinente. Le potentiel des biocarburants, sources d'énergie propre et renouvelable, est considérable. La France a enfin décidé de combler son retard par rapport à ses principaux concurrents. Pour réussir, il faut concilier : une réelle volonté politique qui s'inscrit dans la durée, à l'image de ce qui a été fait au Brésil, où 60 % des voitures roulent à l'éthanol ou en Suède ; une organisation forte en amont des producteurs agricoles ; un positionnement ouvert de l'aval industriel ; une véritable interface recherche et développement, facteur clé de réussite qui a permis aux États-Unis de faire progresser techniquement ces filières et aussi de les rendre rentables. Le développement de « bio raffineries » sur l'ensemble du territoire, auquel travaillent les entreprises coopératives, est particulièrement porteur : elles permettent sur un même site de production d'exploiter toutes les potentialités du végétal et de générer des économies d'échelle.

Troisième défi : accompagner les évolutions de la société. L'automobile reste le premier bien d'équipement des ménages, leur deuxième poste de dépense après le logement. La progression de l'étalement urbain et la généralisation de la deuxième voiture ont un coût et un impact environnemental. Il faudra s'interroger au-delà des évolutions technologiques permettant de réduire ces externalités négatives, sur la place de l'automobile dans notre société. De plus, de nouveaux comportements de consommation doivent être pris en compte dans l'offre des constructeurs français, s'ils ne veulent pas que ces nouveaux marchés

portant sur des véhicules moins onéreux, ne soient captés par les constructeurs des pays émergents.

Le secteur automobile, fort de son expérience et de sa capacité d'innovation, a déjà relevé bien des défis dans l'histoire industrielle de la France, il possède tous les atouts pour relever ceux du monde de demain. Le groupe de la coopération a voté en faveur de l'avis.

Groupe des entreprises privées

Le groupe des entreprises privées estime que sur un sujet qui touche aussi étroitement à la vie personnelle de chacun, le rapporteur est parvenu à surmonter les obstacles de la trop grande technicité comme de la dispersion sachant combien la filière automobile est vaste et diverse.

Le rapport, qui constitue un remarquable état des lieux et l'avis mettent en évidence l'enjeu majeur que représente la filière automobile pour l'économie française en terme de croissance, d'emploi et de balance commerciale.

Faisant preuve d'innovation et d'adaptation au marché, au rythme soutenu qu'exige la mondialisation, les constructeurs automobiles ont en effet réussi à figurer en bonne place dans un secteur hautement concurrentiel, en s'appuyant sur un ensemble d'équipementiers et de fournisseurs très performants. Ils ont su aussi prendre en compte les aspects environnementaux, dont l'impact est de plus en plus pressant et qu'il faut bien cerner, sans évidemment les dissocier des aspects économiques. Mais ce secteur, qui a récemment connu un fort mouvement de concentration, se retrouve comme les autres exposé à tous les risques de la montée en puissance de nouveaux concurrents, alliant technologie et bas coûts.

C'est pourquoi l'avis souligne la nécessité d'une véritable stratégie industrielle européenne, visant à promouvoir et soutenir cette activité sans la handicaper. Car, il est essentiel que l'Europe, à la fois premier marché et premier producteur, prenne en main cet enjeu. Il s'agit d'ailleurs de l'avenir de toute la filière : équipementiers, fabricants de pneumatiques, sous traitants, sans oublier les mondes trop peu connus de la distribution, de la réparation et des services automobiles.

L'avis souligne la nécessité d'intégrer l'ensemble des acteurs dans l'élaboration des stratégies et des politiques, dans le même esprit de véritable partenariat qui s'est instauré entre constructeurs et équipementiers de premier rang. On ne saurait trop insister sur cet aspect, tant est forte l'interdépendance des opérateurs, eu égard notamment aux conditions tout à fait transformées de recherche et de mise au point de nouveaux modèles. Car tout doit être fait pour que chaque participant apporte sa contribution le plus efficacement possible.

Les propositions de l'avis rendent compte de la variété des bonnes pratiques à mettre en œuvre pour assurer dans les meilleures conditions la poursuite de la réussite de la construction automobile en France, même si des

évolutions apparaissent inévitables. Pour relever le défi de la concurrence, cette filière doit en effet préserver et développer les voies et moyens d'une compétitivité durable dans un pays bien particulier, puisqu'il compte deux constructeurs, un équipementier, un fabricant de pneumatiques et une industrie pétrolière de dimension mondiale. Cette compétitivité, ardente obligation pour maintenir des emplois à forte valeur ajoutée, impliquera notamment une nouvelle dynamique à l'intérieur de la filière, afin d'assurer son avenir.

Le groupe des entreprises privées a voté l'avis.

Groupe des entreprises publiques

Le groupe des entreprises publiques souhaite émettre deux appréciations positives concernant l'objet même de l'avis et sa méthode d'élaboration.

- le rapport et le projet d'avis sont consacrés à la filière dans une vision globale ; elle est novatrice en ce qu'elle intègre la construction automobile elle-même mais aussi les équipements, les sous-traitants et les services associés. Ces textes se sont délibérément centrés sur une approche économique, en relation claire avec le « é » de Conseil économique et social et peut-être plus encore avec les termes « activités productives, recherche et technologie » qui donnent leur sens aux travaux de la section.

Notre institution est ainsi bien dans son rôle en contribuant à faire mieux connaître, de façon pédagogique, les atouts et enjeux d'une activité qui contribue aussi fortement à l'emploi, à l'exportation, à l'innovation et bien sûr aux modes de vie des dizaines de millions d'utilisateurs de l'automobile. Notre satisfaction est d'autant plus forte que l'avis présente de la filière une vision à la fois positive, valorisante et aussi lucide, réaliste face aux enjeux portés notamment par les évolutions du marché mondial et par les exigences tant des consommateurs individuels que de la société.

Cette orientation était d'autant plus nécessaire que les difficultés actuelles de la filière, tant de nature économique et de mutation technologique que de recrutement, à tous les niveaux, auraient pu occulter ses perspectives d'avenir. Il n'en a heureusement rien été.

- en termes de méthode, le rapporteur a su faire preuve de grandes capacités d'écoute et d'adaptation qui permettent, à partir d'un rapport très exhaustif, de focaliser l'avis sur quelques points essentiels aboutissant à un socle d'analyses et de préconisations aussi largement partagées que possible.

Sur le fond, notre groupe se félicite que l'avis soit largement structuré par les principes qui lui semblent devoir en permanence guider les travaux de notre assemblée :

- *l'approche européenne d'abord*, particulièrement justifiée puisque c'est bien à cette échelle que se définit l'essentiel des

réglementations, et que devraient se structurer encore davantage les efforts de recherche notamment sur les questions d'énergie. Nous soutenons notamment la proposition d'accélérer, au plan réglementaire et fiscal, la constitution d'un véritable marché européen.

- *la vision prospective ensuite*, qu'il s'agisse des évolutions de la demande (localisation, aspects qualitatifs), comme des problématiques sociétales associées (environnement, sécurité, intermodalité...). C'est à juste titre que l'avis retient le concept de « mobilité durable », gage d'une filière automobile également « durable », même si la section a jugé plus efficace de ne pas trop élargir ses réflexions sur des thèmes relevant d'autres sections, d'avis déjà émiset peut-être d'autres à venir.

Le choix stratégique global affiché par l'emploi en France, à savoir celui d'une élévation globale des niveaux de qualification, nous semble pertinent comme l'affirmation de la nécessité d'un dialogue social porteur de progrès partagés et d'attractivité de la filière.

Les perspectives en termes d'emploi, au plan quantitatif et qualitatif, auraient pu toutefois nous semble-t-il être plus précises.

Par ailleurs, au plan technologique, notre groupe souligne son intérêt pour l'émergence d'une nouvelle génération de véhicules électriques à partir de 2007 et souhaite en particulier le développement des véhicules hybrides rechargeables comme le préconise le rapport récent de l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques.

Enfin, nous savons gré au rapporteur de ne pas avoir succombé à l'un des travers hélas trop fréquents selon nous, qu'aurait pu être la revendication de dépenses publiques ou d'exonérations fiscales en soutien à la filière. Dans le même esprit responsable, la nécessité de l'évaluation des mesures d'incitation existantes (notamment pour la recherche), comme des réglementations, pour veiller à leur efficacité, est à juste titre sur plusieurs sujets prise en compte.

Le groupe des entreprises publiques a voté l'avis et encourage les acteurs de la filière à approfondir entre eux les débats propres à dynamiser encore les modernisations engagées, qui contribuent, compte tenu de son poids et de la diversité de ses enjeux, à la modernisation de l'économie française dans son ensemble.

Groupe de la mutualité

La mutation de la filière automobile représente un enjeu économique majeur pour la France : 2,5 millions de salariés, 11 % de la production industrielle française, 13,5 % du commerce français avec une balance commerciale positive, une production de la branche industrielle supérieure à 90 milliards d'euros, une production de la branche commerce et réparation de 40 milliards d'euros et une part du budget des ménages qui frôle les 15 %.

La question des délocalisations est évidemment complexe : si les constructeurs doivent rester près du marché visé car les coûts de transport des véhicules sont élevés, certaines pièces produites par les sous-traitants de troisième rang voyagent facilement. De plus, l'avis souligne que le marché national, à l'instar du marché européen, est devenu un marché de renouvellement, alors que le marché d'acquisition s'est déplacé, notamment vers la Chine.

Les dernières interventions dans la presse ne semblent pas particulièrement optimistes, évoquant des suppressions d'emplois aussi bien du côté des constructeurs que des équipementiers.

Il est également essentiel de porter une attention particulière au fonctionnement du marché du travail de l'automobile, largement impacté par les restructurations de la filière, qui fait une large place à l'intérim et aux contrats à durée déterminée.

Les métiers de l'automobile évoluent, l'électronisation accrue des véhicules a des conséquences directes non seulement en terme de formation de main d'œuvre (initiale et continue) en amont de la filière mais nécessite également des adaptations permanentes en terme d'équipement et de formations sur le marché de la réparation. Les garages indépendants, ou regroupés au sein de coopératives de garages, doivent à cet égard, comme le souligne l'avis, pouvoir acquérir et utiliser les nouvelles technologies utilisées par les grands constructeurs, il en va de leur avenir et de la sauvegarde du maillage du territoire.

Enfin, le groupe de la mutualité souligne la vision purement industrielle de la filière automobile présentée par le rapport et l'avis. Il lui semble en effet que d'autres secteurs d'activité auraient pu être considérés, notamment l'assurance automobile.

Le rôle joué par les mutuelles d'assurance est triple :

- parce qu'elles permettent la structuration de l'offre de réparation à travers le développement de mécanismes conventionnels tendant à mieux maîtriser les coûts et donc à favoriser le développement de la branche automobile ;
- parce qu'elles favorisent l'émergence de voitures propres et sûres (la mobilité durable) en intégrant dans le calcul de leurs tarifs ces deux dimensions que sont la sécurité et la protection de l'environnement

pour inciter les constructeurs à intégrer ces réflexions jusque dans la conception des véhicules d'entrée de gamme ;

- et enfin, parce que la branche automobile vit de plus en plus de la réparation et que l'assurance, quelle qu'elle soit, contribue très largement à la solvabilisation de la réparation.

Faciliter l'adaptation aux enjeux économiques et sociaux mais également environnementaux reste donc un défi majeur pour l'industrie automobile française et l'ensemble de ses filières que la France ne pourra sans doute pas relever seule, d'où la proposition « d'une véritable stratégie industrielle européenne » qui nous apparaît essentielle.

Le groupe de la mutualité a voté l'avis.

Groupe de l'Outre-mer

Pour les membres du groupe de l'Outre-mer disséminés aux quatre coins du monde, la filière automobile ne se conçoit qu'en aval. C'est au niveau de la distribution et des services qu'ils peuvent modestement apporter une contribution au travail remarquable présenté.

Ils auraient aimé partager les travaux et pénétrer ces usines sanctuaires où se conçoivent et s'assemblent les modèles qui font la fierté de la France, et que le monde envie, au travers des performances des pilotes qui les conduisent.

Pour exemple, les deux grands distributeurs de marques françaises en Nouvelle Calédonie, comme le rapporteur, déplorent d'une part :

- la réduction de leur marge par la pratique de la remise qui prend des formes variées ;
- la pénurie de main d'œuvre qualifiée.

D'autre part, la complexité des systèmes électroniques embarqués a précédé la formation des apprentis et l'amélioration des connaissances des artisans de la réparation automobile.

Outre-mer, le décalage constaté entre la rapidité de l'évolution technologique et le niveau des compétences, est devenu caricatural.

C'est pourquoi, le groupe adhère totalement aux propositions de l'avis.

Tout comme souligné, les TPE de l'automobile doivent être aidées, leur disparition serait lourde de conséquences tant pour l'activité économique que pour les services de proximité qu'elles rendent aux populations.

La perception des métiers de la distribution et des services de la filière automobile doit être améliorée auprès des jeunes et ceci n'est possible que par la promotion et la revalorisation de l'enseignement professionnel.

Il est capital que les entités ultramarines soient associées à la campagne de valorisation des métiers de l'automobile préconisée dans l'avis.

Elle doit, en effet, s'accompagner de l'accroissement des moyens des CFA et d'une meilleure gestion prévisionnelle des compétences.

Enfin, l'ensemble ultramarin est pour l'automobile française une vitrine qui doit être préservée et améliorée.

Le groupe de l'Outre-mer a voté l'avis.

Groupe des personnalités qualifiées

Mme Benatsou : « La conjoncture récente a été un peu moins favorable à la filière automobile dont les effectifs ont nettement diminué en France, même si ses liens avec d'autres secteurs lui ont permis de stabiliser les emplois. Aujourd'hui, la crise de l'énergie et l'émergence de nouveaux concurrents comme l'Inde, la Chine et la Corée exigent de nouvelles décisions, d'autant que l'automobile est la cible permanente de critiques, tant à cause des accidents de la circulation que de la pollution.

En matière de sécurité, la section des activités productives, de la recherche et de la technologie souligne que les progrès sont avant tout le fruit de la capacité d'innovation de la filière. Quant à la pollution, si les moteurs à combustion posent problème, qui peut connaître le carburant de la voiture de demain : essence, hydrogène, huile de colza, à moins qu'il ne s'agisse d'autre chose ? Il faut ici laisser faire la recherche, qui doit être libre mais fermement soutenue par les pouvoirs publics.

La filière automobile, forte de son histoire, de ses savoirs et de ses compétences, rencontre des difficultés face à la concurrence internationale et n'est plus un acteur économique de premier plan, loin s'en faut. Les temps ont changé en effet et l'on ne peut prendre le risque de laisser ce secteur sur le bord de la route.

Dans cette optique, l'avis est décisif. Il pose les questions essentielles de stratégies et invite chacun à assumer ses responsabilités, parce qu'il s'agit de l'avenir d'une filière qu'il faut rendre plus forte et plus compétitive.

Je regrette que l'avis n'ait pas traité de la place et du rôle majeur des ouvriers, en particulier de ceux qui sont issus de l'immigration. Ces hommes ont travaillé toute leur vie sur les chaînes de production ou dans les fonderies et ont été promoteurs des marques françaises dans leur pays d'origine. Il eut pourtant été important de les citer, si ce n'est de leur rendre hommage.

Par ailleurs, si je regrette que la section n'ait pas mentionné la politique de transport et les règles de voirie, j'admets qu'il aurait fallu plus de temps ou un autre avis sur ces questions. La voiture est aujourd'hui devenue indispensable en milieu rural et en banlieue, où elle a fait profondément évoluer l'aménagement du territoire. Mais toutes les situations doivent être prises en compte : celles des personnes à mobilité réduite, des personnes qui travaillent loin de chez elles ou habitent loin des lieux de transports en commun, des personnes éloignées des

commerces, sans oublier les jeunes qui n'ont pas les moyens de s'acheter un véhicule, parfois pourtant nécessaire pour leur travail.

J'apprécie que la section ait accepté l'amendement sur les voitures d'occasions, ces « voitures-poubelles » qu'on laisse partir en Afrique et au Maghreb, tout en sachant qu'elles sont dangereuses et polluantes. La réflexion des autorités françaises sur le sujet doit intégrer ces données.

Concernant les difficultés de recrutement et de formation, il est aussi heureux qu'un chapitre particulier ait été consacré au renforcement du tissu des petites entreprises, important vivier en termes d'activité et d'emploi. Mais que dire des critères de recrutement trop élitistes, qui privilégient encore la notoriété de l'école et le diplôme ? Certains jeunes en sont exclus et l'avis aurait dû y insister.

Au total, l'avis contribue utilement au débat, et, malgré certaines réserves, je le voterai ».

M. Obadia : « Je voudrais brièvement donner les raisons qui me conduiront à m'abstenir sur cet avis. Je félicite le rapporteur pour son esprit d'ouverture et pour la qualité de son travail, et je suis d'accord avec nombre des propositions avancées. Je note ainsi tout particulièrement l'insistance sur les normes environnementales et sur le fait que celles qui sont définies au niveau européen doivent jouer un rôle moteur dans la lutte globale contre l'effet de serre. J'approuve également que soit soulignée l'urgence d'une véritable stratégie industrielle européenne prenant en compte les intérêts des pays où, comme en France, la production automobile est structurante, de même que l'affirmation d'une vision plus coopérative de l'évolution des relations entre l'ensemble des acteurs de la filière, constructeurs, équipementiers, fournisseurs amont, mainteneurs aval, distributeurs....

En revanche, une question reste problématique, malgré les efforts faits pour la prendre en compte : la dimension sociale. Au fil des auditions, il est en effet devenu évident que d'immenses difficultés sont à attendre en ce qui concerne l'emploi.

L'avis relève d'ailleurs déjà la tendance à des suppressions d'emplois nombreuses mais relativement peu visibles, chez les sous-traitants, de même que la non-reconduction de beaucoup de contrats d'intérim chez les constructeurs, qui continuent d'utiliser la précarité comme un moyen de régulation, au demeurant inacceptable.

Mais, au cours des auditions, l'idée a été émise que ce qui est produit nationalement pour l'export peut être produit moins cher ailleurs, par exemple en Europe de l'Est. Un tel raisonnement est dangereux car il fait entièrement abstraction des conséquences sociales et économiques d'une telle externalisation pour le pays et les régions, sous-entendant qu'il faudrait reconfigurer drastiquement les activités à la baisse pour répondre à la demande du seul marché domestique, ce qui serait absurde et ne durerait d'ailleurs pas longtemps.

Pourtant, ces questions qui mettent en jeu la suppression à terme de milliers d'emplois sont abordées sur le mode mineur et ne débouchent d'ailleurs que sur un appel à la concertation sociale et à la négociation, qui ne saurait répondre à l'ampleur prévisible du problème. Mais il est vrai que si la section des activités productives, de la recherche et de la technologie avait décidé d'aller au fond de ce débat, elle n'aurait probablement pas pu trouver un terrain d'accord.

Et, de fait, de tels événements ne peuvent trouver leur issue qu'à partir de l'appréciation des salariés concernés ou des populations des bassins d'emplois touchés. Le fait que l'on n'ait pu aller jusqu'au bout de ce débat crée une situation de décalage entre une réalité lourde et ce que présente l'avis. C'est la raison pour laquelle je m'abstiendrai. »

Groupe des professions libérales

D'avantage encore que dans d'autres pays, l'automobile a façonné, en France, l'histoire industrielle, économique et sociale, tout en modelant nos modes de vie. Dans un contexte où la donne énergétique va bouleverser les critères de performance des économies, le sujet pose de nouvelles questions et élargit encore le nombre des problématiques qui lui sont liées. Le rapporteur a su resserrer son analyse sur l'essentiel, et s'est efforcé d'orienter son approche afin d'éviter une vision unilatérale, qui aurait été le seul point de vue des constructeurs. Certes, le sujet était, de toute évidence, un sujet de nature économique, le maintien de la filière, et par conséquent des emplois, conditionné par sa compétitivité car l'on sait que ce secteur est éminemment concurrentiel. Si l'objectif était donc clair, assurer le dynamisme de cette industrie, le rapporteur a su intégrer une problématique orientée vers les salariés de cette filière, et cela au travers, notamment, de la question de la formation.

Dans un contexte d'accélération du progrès technique et, par conséquent, d'obsolescence rapide des savoirs acquis, il était important de présenter l'impératif grandissant de qualifications, comme une opportunité débouchant sur de nouveaux métiers, requérant davantage l'intervention de l'intelligence humaine, plutôt que comme un facteur de fragilisation sociale. Le groupe des professions libérales fait sienne l'idée que *« l'émergence de nouveaux métiers implique qu'ils soient accessibles au plus grand nombre »*. La complémentarité entre devoir d'insertion des jeunes et besoins des entreprises, s'illustre dans la proposition qui est faite de développer de façon significative le nombre d'apprentis dans ce secteur.

De même, le groupe des professions libérales ne peut qu'approuver la recommandation d'un dialogue social approfondi entre les partenaires sociaux, dialogue capable de déterminer des propositions de progrès social.

Si nous souscrivons aux propositions faites en matière de recherche, les constats sur les carences françaises dans ce domaine font l'objet d'un consensus depuis quelque temps. Là n'est pas vraiment l'originalité et la force de l'avis qui innove beaucoup plus en proposant de créer un véritable marché européen par

l'harmonisation notamment, de la fiscalité automobile. Face à la hausse spectaculaire de la participation des constructeurs asiatiques dans le commerce mondial - passée de 4% en 1965 à 39% en 2003 - nous partageons en effet l'idée qu'il y a urgence à mettre en place un véritable marché-socle européen. Il nous apparaît important d'insister sur la nécessité d'avoir, concernant l'immense marché chinois, une politique d'investissement efficace, sans quoi il est à craindre pour les constructeurs occidentaux, une perte d'influence au profit des compagnies asiatiques, japonaises et coréennes. La Chine, par la taille de son marché et son niveau d'équipement encore faible, représente bien plus qu'un dernier marché à conquérir : elle va déterminer plus fondamentalement la pérennité même des constructeurs automobiles, en fonction de leurs capacités d'implantation sur ce territoire.

Parce que, au-delà de son poids économique et social, l'automobile peut avoir une incidence directe sur la vie des personnes, et a, à plus long terme, une responsabilité importante en matière d'émissions de gaz à effet de serre, il nous semble ambitieux, mais pertinent et possible, de vouloir imposer à l'échelle mondiale le cadre réglementaire européen comme norme de référence. Cette proposition, particulièrement forte, nous paraît essentielle. Des exigences, qui semblent en premier lieu fortement contraignantes, peuvent se transformer en moteurs d'innovation, et tirer ainsi la filière « vers le haut ». En attendant, à

Groupe de l'UNAF

Le groupe de l'UNAF remercie le rapporteur, M. Roland Gardin, pour nous avoir conduits, au travers de la préparation de ce rapport et de cet avis sur l'automobile, à la découverte de cette filière très importante pour notre économie et cependant très méconnue dans sa globalité. Curieuse méconnaissance, avec 168 millions de déplacements dans une journée, pour les seules grandes villes françaises, et le nouveau dictat culturel d'une voiture pour chacun ! Par ailleurs, la filière automobile constitue un enjeu pour notre pays dans une stratégie mondiale puisqu'elle emploie un salarié sur dix.

Les consommateurs expriment, par rapport à l'automobile, des attentes fortes et parfois contradictoires. Pour certains, elle est la marque d'une réussite sociale, pour d'autres, elle est l'indispensable outil pour accéder ou conserver un emploi ; pour les familles, enfin, elle doit offrir un volume nécessairement plus spacieux. Nous savons bien que ces types de véhicules sont de plus grands consommateurs d'énergie. Aussi, sommes-nous favorables à la préconisation d'une généralisation du système de plate-forme industrielle permettant la standardisation de modèles comparables.

Le groupe de l'UNAF soutient la recommandation d'une harmonisation progressive des taux de TVA et des accises au niveau européen. De plus, il souhaite une prise en compte de la situation familiale pour la fiscalité appliquée à l'automobile, notamment les cartes grises.

Produit de grande consommation, l'automobile française doit relever de nombreux défis pour répondre à la compétitivité internationale. Ceux-ci supposent prioritairement de :

- promouvoir et renforcer des moyens de veille des droits de propriété intellectuelle ;
- renouveler le parc de véhicules anciens les plus polluants. Les moyens budgétaires et techniques de la recherche doivent être mobilisés. Le marché des quotas et des certificats d'économie d'énergie devrait être ouvert à ce secteur du marché automobile ;
- développer le partenariat de recherche-développement entre les secteurs privé et public.

L'UNAF ne peut que souscrire à la proposition relative à la campagne de revalorisation des métiers de l'automobile. Il est urgent que les parents et les jeunes soient informés des nombreux débouchés offerts par la filière. La formation par l'apprentissage ou le contrat de professionnalisation doivent offrir à de nombreux jeunes une insertion et une promotion professionnelles dans ces différents métiers.

Enfin, le groupe de l'UNAF souhaite attirer l'attention sur la nécessaire sécurité des consommateurs, par un renforcement de la recherche appliquée à ce domaine.

Le groupe de l'UNAF s'est prononcé en faveur de l'avis.

Groupe de l'UNSA

La saisine porte sur l'adaptation de l'ensemble de la filière automobile aux enjeux économiques, environnementaux et sociaux de demain. Les enjeux économiques sont effectivement importants : les chiffres en témoignent.

Mais, l'UNSA a une appréciation réservée sur ce texte qui apparaît déséquilibré en ce qu'il met l'accent sur les préoccupations de la construction automobile et ne traite pas au même niveau le reste de la filière (sous-traitants, équipementiers, artisanat...). L'emploi et les aspects sociaux sont quasiment oubliés.

L'industrie automobile est soumise aux contraintes des marchés. Elle y répond, entre autres, par l'innovation et la recherche sur la sécurité, les exigences environnementales.

La mondialisation, qui induit la concurrence, conduit au regroupement des marques pour répondre aux enjeux de compétitivité, et se traduit par des restructurations, des suppressions d'emplois. Dans le contexte de la réalisation d'un véritable marché européen, l'avis s'appuie sur la productivité horaire et le maintien de son « coût au niveau actuel ». Il souligne : « ...*La productivité horaire de l'industrie reste relativement bonne mais le maintien à son niveau actuel impliquerait d'éviter de trop fortes contraintes* ». L'UNSA ne peut qu'être interrogative sur ce que cela sous-tend en matière d'organisation et de conditions de travail, de rémunération des salariés et d'effectifs en jeu. Elle rappelle que les salariés ne doivent pas être la « variable d'ajustement ». D'autant que si l'on s'en réfère aux propos de Jean-Martin Foltz (PDG de PSA-Peugeot-Citroën), la part des coûts salariaux est seulement de 10 % du coût de revient industriel.

En revanche, l'UNSA soutient la proposition d'harmonisation fiscale.

Quant aux nécessaires préoccupations environnementales, les pistes avancées dans l'avis nous semblent insuffisantes car trop inscrites dans le court terme. Pour les biocarburants, l'UNSA considère qu'il faudrait une réelle volonté politique de long terme qui encourage et soutienne, au-delà des mesures fiscales, une véritable industrie des biocarburants « d'envergure comparable à celle du raffinage pétrolier conventionnel » qui ne soit pas soumise aux choix des lobbies pétroliers. Un tel secteur serait en outre potentiellement riche en débouchés pour l'agriculture et en emplois nouveaux ou de reconversion.

S'agissant, par ailleurs, de l'emploi salarié, compte tenu de la pyramide des âges, la gestion prévisionnelle de l'emploi doit obligatoirement passer par la formation initiale sous toutes ses formes tout au long de la vie et la reconnaissance des compétences acquises par la VAE. Ce sont des

préconisations de l'avis qui vont dans le bon sens et tous les salariés doivent être concernés y compris les « seniors » qui sont oubliés.

Soulignant le problème de la pénurie de main d'œuvre qualifiée et de sa fidélisation, le texte propose une politique plus incitative en matière de rémunération et de classification négociée avec les partenaires sociaux, ce qu'on ne peut qu'approuver. En revanche, il est particulièrement discret sur un autre aspect du manque d'attractivité de certains métiers de ce secteur : les conditions de travail des salariés. Même si la pénibilité a été allégée par les nouvelles technologies, de nouvelles pathologies liées aux nouvelles organisations de travail apparaissent.

L'UNSA regrette que l'avis se soit limité aux seuls constructeurs ayant leur centre de décision en France, même s'il s'agit d'un choix délibéré. Elle regrette également que demeurent certaines ambiguïtés, notamment sur l'artisanat automobile, et que soient oubliés le client consommateur et le service de proximité, dont le rôle est important dans l'aménagement du territoire.

Autant l'avis s'étend sur les sujets économiques, techniques, prospectifs de l'industrie automobile, autant il est incomplet sur les aspects environnementaux et discret sur les aspects et les enjeux sociaux.

C'est pourquoi l'UNSA s'est abstenue.

ANNEXE A L'AVIS

SCRUTIN

Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

Nombre de votants.....195

Ont voté pour.....161

Se sont abstenus.....34

Le Conseil économique et social a adopté.

Ont voté pour : 161

Groupe de l'agriculture - MM. Bastian, Baucherel, Bayard, de Beaumesnil, de Benoist, Boigontier, Boisson, Cazaubon, Mme Cornier, MM. Couturier, Ducroquet, Ferré, Giroud, Mme Gros, MM. Guyau, Layre, Lemétayer, Lépine, Marteau, Pinta, Rousseau, Sander, Schaeffer, Thévenot, Vasseur.

Groupe de l'artisanat - MM. Alméras, Dréano, Duplat, Griset, Lardin, Liébus, Martin, Paillason, Pérez, Perrin.

Groupe des associations - Mme Arnoult-Brill, MM. Da Costa, Leclercq, Pascal, Roirant.

Groupe de la CFE-CGC - Mme Dumont, MM. Garnier, Labrune, Saubert, Mme Viguière, M. Walter.

Groupe de la CFTC - MM. Coquillion, Deleu, Fazilleau, Mme Simon, MM. Vivier, Voisin.

Groupe de la CGT-FO - MM. Becuwe, Bilquez, Bouchet, Daudigny, Lemerrier, Mazuir, Noguès, Mmes Peikert, Perray, Pungier, MM. Quentin, Rathonnie, Reynaud, Mme Videlaïne.

Groupe de la coopération - MM. Budin, Fosseprez, Fritsch, Gautier, Grave, Thibous.

Groupe des entreprises privées - Mme Bel, M. Bernardin, Mme Clément, MM. Creyssel, Daguin, Didier, Mme Felzines, MM. Gardin, Gautier-Sauvagnac, Ghigonis, Gorse, Jamet, Lebrun, Lemor, Marcon, Mariotti, Mongereau, Pellat-Finet, Placet, Roubaud, Salto, Schilansky, Pierre Simon, Didier Simond, Talmier, Tardy, Veysset, Mme Vilain.

Groupe des entreprises publiques - MM. Ailleret, Bailly, Blanchard-Dignac, Brunel, Chertier, Duport, Mme Duthilleul, MM. Gadonneix, Graff, Mme Idrac.

Groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement - Mme Bourven, MM. Cariot, Clave.

Groupe de la mutualité - MM. Caniard, Davant, Laxalt, Ronat.

Groupe de l'outre-mer - MM. Kanimoa, Omarjee, Osénat, Paul, Radjou.

Groupe des personnalités qualifiées - MM. d'Aboville, Aillagon, Aurelli, Baggioni, Mme Benatsou, M. Cannac, Mme Cuillé, M. Dechartre, Mme Douvin, MM. Duharcourt, Duquesne, Ferry, Figeac, Mme Kristeva-Joyaux, MM. Le Gall, Mandinaud, Nouvion, Pasty, Plasait, Mme Rolland du Roscoât, MM. Roulleau, Roussin, Slama, Mme Tjibaou, MM. Valletoux, Vigier.

Groupe des professions libérales - MM. Capdeville, Maffioli, Mme Socquet-Clerc Lafont, M. Vaconsin.

Groupe de l'UNAF - Mme Basset, MM. Brin, Édouard, Fresse, Guimet, Laune, Mmes Lebatard, Therry, M. de Viguerie.

Se sont abstenus : 34

Groupe de l'agriculture - M. Lucas.

Groupe de la CFDT - Mmes Azéma, Boutrand, Collinet, Lasnier, MM. Le Clézio, Legrain, Mmes Paulet, Pichenot, M. Quintreau, Mme Rived, M. Toulisse, Mme Tsao, MM. Vandeweege, Vérollet.

Groupe de la CGT - Mmes Chay, Crosemarie, MM. Decisier, Dellacherie, Delmas, Mme Doneddu, M. Forette, Mmes Geng, Hacquemand, Kotlicki, MM. Larose, Mansouri-Guilani, Rozet.

Groupe des personnalités qualifiées - Mme Dieulangard, MM. Masanet, Obadia, Sylla.

Groupe de l'UNSA – MM. Martin-Chauffier, Olive.

RAPPORT

**présenté au nom de la section des activités
productives, de la recherche et de la technologie
par M. Roland Gardin, rapporteur**

Le 22 mars 2005, le Bureau du Conseil économique et social a confié à la section des activités productives, de la recherche et de la technologie, la préparation d'un rapport et d'un projet d'avis sur « *L'automobile française : une filière majeure en mutation* ».

La section a désigné M. Roland Gardin, comme rapporteur.

*
* *

Pour son information, la section a entendu en audition les personnes dont les noms suivent :

- M. Armand Batteux, président de la fédération des industries des équipements pour véhicules ;
- M. Eric Fabiew, directeur général d'Aliapur ;
- M. Jean-Martin Folz, président de PSA Peugeot Citroën ;
- M. Michel Freyssenet, directeur du Groupe d'étude et de recherche permanent sur l'industrie et les salariés de l'automobile (GERPISA) ;
- M. Manuel Gomez, président du comité des constructeurs français d'automobiles ;
- M. Guy Maugis, président de Bosch France ;
- M. Thierry Morin, président directeur général de Valéo ;
- M. Olivier Van-Ruyembeke, président d'Auto Distribution ;
- M. Jean-Paul Vettier, directeur général raffinage et marketing à TOTAL.
- La section a, de plus, effectué les visites :
 - du centre de production de PSA à Aulnay-sous-bois où elle a été reçue par M. Tanguy, Directeur général et ses collaborateurs ;
 - du Technocentre Renault à Guyancourt où elle a été reçue par M. Vimont et ses collaborateurs ;

et a été reçue par les établissements Michelin à Clermont-Ferrand. Au cours de cette séance de travail elle a entendu notamment M. René Zingraff, alors, co-gérant des établissements Michelin, accompagné notamment de M. Patrick Lepercq, directeur des relations extérieures.

La section et son rapporteur remercient l'ensemble des personnalités auditionnées ainsi que celles qui ont permis la réalisation de ces visites.

Le rapporteur remercie enfin, MM. Xavier Horent, délégué général du CNPA, Christian Boure, secrétaire général de la FIEV, Jean-Pierre Mercier, directeur de la communication du CCFA, Emmanuel Puvis de Chavannes,

chargé des relations extérieures au CNPA, pour la qualité de leurs conseils et observations.

Le rapport dans son ensemble concerne les groupes dont le centre de décision est situé en France.

PRÉAMBULE

L'automobile est née sous le signe du « bricolage » et de la micro-entreprise². Ceci ne laisse pas d'étonner, un peu plus d'un siècle après son « invention », alors que peu d'industries sont autant représentatives de la production de masse, dans de grands ensembles regroupant des milliers d'ouvriers qui fabriquent selon une organisation rationalisée à l'extrême, un produit, à vocation mondiale, de grande consommation.

De même, ne laisse pas d'interroger le fait que pendant les premières décennies de son existence l'automobile ait pu être, à tort, conçue comme un produit de substitution à la voiture hippomobile, destinée à satisfaire le plaisir de quelques « sportsmen » (consommateurs-pionniers comme les a appelés F. Caron) en quête de sensations fortes - on n'oubliera pas que, dès ses premiers tours de roues, le véhicule à moteur à explosion a suscité un engouement sportif incroyable qui a nourri les passions et largement contribué à populariser l'engin. Au même moment, du reste, un autre véhicule connaissait une fortune identique dans le sport comme ailleurs : le vélo traduisant aussi un désir de mobilité individuel³.

De fait, comme le souligne M. François Carron⁴, l'automobile ne fut « *pas un simple objet de substitution de la voiture à chevaux, elle était fondatrice d'une civilisation nouvelle : celle du transport individuel rapide et à longue distance* ».

L'automobile, fondatrice du concept de production de masse et de la grande consommation, a façonné dans une large mesure, les territoires contemporains : au premier chef, la ville dont elle a contribué à redessiner une partie du tissu alors qu'elle participait largement à la nouvelle définition de la relation ancestrale entretenue entre l'aire urbaine et sa périphérie et entre le tissu urbain et la campagne. L'automobile par le pouvoir qu'elle continue d'exercer est aussi un « marqueur » social. Ce n'est pas un des moindres aspects de la relation qu'entretiennent avec elle nos contemporains. Elle (ou plutôt son emploi) fait aussi l'objet de critiques sévères, après avoir été (ou tout en étant) « portée aux nues » Longtemps symbole d'indépendance, elle fait aujourd'hui l'objet de nombreuses critiques.

Tentons en quelques lignes de reprendre l'ensemble.

² Denis Woronoff, « *Histoire de l'industrie en France* » - Seuil 1998.

³ La première compétition sportive fut organisée en juillet 1894, à l'initiative du *Petit journal*. Il s'agissait d'un Paris-Rouen à laquelle participaient 21 véhicules, les uns à essence, les autres à vapeur. Toutes les voitures à essence terminèrent la course, une seule à vapeur. Cette technique ne devait jamais s'en remettre.

⁴ François Caron, « *Les deux révolutions industrielles du XX^e siècle* » - Albin Michel 1997.

- L'automobile et l'industrie

L'ère du « bricolage » n'a duré qu'un temps finalement assez court - moins de deux décennies. Dès l'avant premier conflit mondial - tout au moins aux États-Unis, l'automobile a généré un mode de production industrialisé et rationalisé. En France de 350 véhicules en 1895, (mais... 80 aux États-Unis) le parc atteignait plus de 100 000 unités en 1914. Aux États-Unis, le million de véhicules était déjà dépassé à cette date.

Le pas décisif fut franchi dans la première décennie du siècle lorsque H. Ford se décida à lancer une voiture bon marché, solide et puissante « pour les routes américaines » comme le soulignait une publicité de l'époque. La « Ford T », sortie en 1908, fut construite à 15 millions d'exemplaires jusqu'en 1927. Combinant innovation de produits et de procédés, ce modèle fut à l'origine de la première chaîne de montage à Detroit en 1913. On y appliqua (après les abattoirs de Chicago) les théories de Taylor et, surtout, celles de Ford lui-même : l'interchangeabilité : par un recours accru aux machines outils permettant la fabrication de pièces « toutes exactement identiques » (publicité Ford de... 1906) ; par la parcellisation des tâches et la concentration de la plupart des décisions, y compris dans le domaine de la production, dans des divisions spécialisées.

L'automobile a donc été le « laboratoire » en vraie grandeur de nouveaux modes de production afin de répondre à une demande croissante de biens. Si elle a généré le fordisme, elle a aussi généré son successeur le « toyotisme » illustré par la théorie des « cinq zéros » : zéro stock, zéro défaut, zéro papier, zéro panne, zéro délai et que l'on peut aussi résumer par le concept de la plus grande réactivité possible au marché.

On voit, et on le verra encore plus dans les pages suivantes combien l'automobile et son industrie ont tracé les contours du paysage industriel contemporain : celui du XX^e siècle.

- L'automobile et les territoires

Si dans le domaine de la production, l'automobile a imprimé sa marque, que dire de celui de la consommation. L'automobile, en se « banalisant », en devenant un produit de masse, a participé activement à la structuration de notre société.

En France, à partir de 1945, l'équipement en automobile a doublé tous les cinq ans jusqu'en 1960. En 1970 un foyer sur deux possédait une voiture et avec plus de trente millions de véhicules individuels, le parc du début du XXI^e siècle a doublé par rapport à son niveau de 1970. Cette accumulation a naturellement des effets sur la facilité des déplacements qu'un tel parc autorise. Selon M. Jean-Pierre Orfeuill⁵, chaque Français parcourait en 1960 annuellement

⁵ Cf notamment : *L'automobile en questions* – dossier constitué par Jean-Pierre Orfeuill, Problèmes politiques et sociaux n° 851-852, la Documentation française, février 2001.

3 000 kilomètres. En 2004 il en parcourrait près de 13 000 (combien en parcourait un français du début du XX^e siècle ?).

Or, la mobilité engendre une nouvelle structuration du territoire, dès lors que se met en place le « cercle magique » de l'automobile, théorisé par les ingénieurs routiers américains : l'accroissement de la circulation conduit à renforcer le réseau routier, ce qui incite les automobilistes à rouler davantage, ce qui attire de nouveaux automobilistes donc un accroissement de la circulation et donc le développement du réseau et ainsi de suite.

À cet égard, un État comme le nôtre s'est doté d'un réseau routier, puis autoroutier, particulièrement dense - mais cela est vrai dans tous les pays développés où la voiture s'est elle-même développée.

En 1913, en France, on ne comptait que mille kilomètres de routes « goudronnées » pour répondre aux besoins de ce qui n'était encore considéré que comme un produit de luxe. Néanmoins, dès 1907, le premier sens giratoire était installé sur la place de l'Étoile à Paris et les premiers feus électriques de trafic étaient implantés (au carrefour de la rue de Rivoli et du boulevard de Sébastopol) en 1922.

Au début des années trente, on comptait plus de cent mille kilomètres de routes goudronnées. En 1934, pour faire face à l'accroissement toujours constant du parc automobile, le premier plan d'aménagement régional de France (celui de la région parisienne) prévoyait la construction d'autoroutes : le premier tronçon fut mis en chantier en 1935, dans la banlieue ouest de Paris.

On sait les destructions occasionnées par le second conflit mondial. Le réseau routier était largement hors d'usage au sortir de la guerre et fut l'objet de l'attention du 1^{er} plan de modernisation. Tout au long des années de reconstruction - et plus généralement tout au long des « Trente glorieuses » - les réseaux routier et autoroutier français se sont développés pour répondre, toujours avec un certain décalage, au développement de la voiture⁶.

Un premier plan directeur de l'infrastructure routière et autoroutière fut adopté en 1960 (pour quinze ans). Dès lors, les constructions furent rapides et abordèrent aussi les villes. La traversée de Lyon par Fourvière date de la première moitié des années 1970 ; alors que le boulevard périphérique parisien s'achevait. Aujourd'hui, on compte environ 1 million de kilomètres de voies dont plus de 11 000 kilomètres d'autoroutes.

Ce développement : accompagne, permet, provoque un important mouvement de population : des campagnes vers les villes, plus encore peut-être que ne l'avait permis le chemin de fer, au siècle précédent. On peut, aussi, à coup sûr, remarquer que l'expansion des banlieues doit essentiellement à cette facilité

⁶ C'est en 1955, que la loi portant statut des autoroutes fut promulguée. Elle stipulait qu'il s'agissait de voies sans croisement à niveau, sans accès des riverains et accessible seulement aux véhicules à moteur de caractéristiques suffisantes.

de déplacement offerte par la montée en puissance de l'automobile, accroissant ainsi, l'aire d'attraction des villes.

Des agglomérations de très vaste étendue (rayon de plusieurs dizaines de kilomètres) ne sont pas rares. À partir de ce schéma, se sont développées les fameuses « migrations quotidiennes » de milliers de personnes qui prennent tous les moyens de transport dont naturellement la voiture, en concurrence avec les transports en commun⁷.

Ces mouvements « pendulaires » sont trop importants pour qu'on ne s'y attarde pas. À la fin du XX^e siècle, trois actifs sur cinq dans notre pays travaillaient hors de leur commune de résidence et les déplacements « domicile-travail » ne cessaient de se multiplier et de s'allonger. Les « migrants-alternants », comme on les nomme, occupent un emploi situé à près de 10 kilomètres de leur lieu de résidence et, pour un quart d'entre eux à près de vingt kilomètres. Nul doute, qu'une part importante de ces migrants quotidiens ne prend la voiture pour ces déplacements. Aussi, n'est-il pas étonnant de constater que le budget transport qui représente le deuxième poste de dépenses des ménages français après le logement, ne cesse de croître et que l'automobile dépasse 83 % de ce budget⁸.

- L'automobile et la ville

L'automobile et la ville est un sujet en soi. Tout ou presque a été écrit sur cette relation parfois difficile pour, le plus souvent en dénoncer les « méfaits ». N'évoque-t-on pas la volonté d'affranchir les villes et notamment leur cœur de la « dépendance automobile ». Ces propos contemporains ne renvoient-ils pas, par certains cotés, aux « Embarras de Paris » dénoncés par Boileau ? Ils n'ont pas toujours été ceux, notamment, de certains urbanistes et non des moindres.

À cet égard, au lendemain du premier conflit mondial, après la modernisation de la capitale opérée par Haussmann - ce qui commençait à dater quelque peu, Le Corbusier ne présentait-il pas un nouveau plan pour Paris, destiné à faciliter l'accès des automobiles à la ville et à son cœur. Ce plan, dit « plan Voisin », devait selon son inspirateur, « créer le cadre de l'époque machiniste ». Autour de vastes immeubles, regroupant des dizaines de milliers d'habitants, de vastes voies rapides, hiérarchisées en fonction des vitesses qu'elles autorisaient devaient permettre une circulation aisée. Cette utopie ne vit, naturellement, jamais le jour telle quelle et servit longtemps de « repoussoir ». Cependant, pour théorique qu'il fut, le « plan Voisin » représente un certain courant de pensée qui connaît encore des avatars.

⁷ Cf. notamment « *Les modes de transport des personnes dans les grandes agglomération* », avis du CES adopté sur le rapport de M. Jean-Jacques Denizard le 9 juin 1999, avis et rapport du CES n° 11.

⁸ Cf. notamment, « *Les déplacements domicile-travail et le budget transport des ménages depuis 40 ans* », respectivement INSEE Première n° 767, avril 2001 et n° 1039, septembre 2005.

Ce que nous connaissons dans nos villes occidentales est peu à côté de la situation rencontrée dans d'autres mégapoles du monde, d'une manière souvent amplifiée. L'évocation de l'automobile à Sao Paulo - mais cela pourrait être Le Caire, Calcutta ou Mexico - où les transports individuels l'emportent sur les déplacements collectifs et où les « *encombres de voiries atteignent le seuil de l'ingouvernable, de la paralysie et de l'éclatement spatial* » participent d'un développement que l'on n'hésite pas à qualifier d'anarchique, menaçant d'asphyxie des aires urbaines congestionnées⁹.

- L'automobile et la mobilité

La mobilité est une aspiration constante des individus car elle traduit une volonté d'autonomie, alors que maintes sociétés ont été hostiles à cette idée même qu'elles assimilaient au vagabondage.

L'automobile, par sa souplesse d'utilisation, a permis de se déplacer plus vite, sinon plus longtemps et plus loin, sinon plus souvent. Elle offre ainsi une facilité à laquelle peu d'entre nous se refuseraient soit pour son travail soit, et encore plus, pour ses loisirs. Ainsi, selon une enquête récente du CREDOC, la plupart des voyages à plus de cent kilomètres du domicile sont effectués en voiture, est depuis une quinzaine d'années l'automobile « tire le mieux son épingle du jeu » dans les transports intérieurs de voyageurs : les déplacements automobiles ont crû de 26 % entre 1990 et 2003, soit bien plus que peu le train (+12 %), voire les autocars ou autobus (+ 4 %)¹⁰.

- L'automobile « marqueur » social ?

L'automobile véhicule une importante part d'imaginaire. Certains modèles sont en eux-mêmes des marqueurs de notre histoire. On pourrait en dresser le florilège qui irait de la « Ford T » à la « coccinelle » (produite à quelque 22 millions d'exemplaires durant sa longue existence) ou en France de la « 4CV » à la « 2CV » ou à la « DS ». Les « petites Fiat » ont représenté le « miracle italien » (au même titre que les Vespa et les Ferrari) et l'on pourrait multiplier les exemples.

Aux côtés des plus rutilantes berlines, et en devançant certaines la « Trabant » n'a-t-elle pas concouru au titre de voiture de l'année, par l'importance historique qu'elle revêtait. On ne compte plus, non plus, les voitures devenues vedettes de cinéma, démontrant parfois une robustesse à toute épreuve ou presque.

D'autres modèles - d'autres marques - lesquelles sont inséparables de leurs modèles emblématiques, parfois impossibles à acheter pour une majorité d'entre nous, continuent de « faire rêver ». Pensons encore à certaines berlines ou à quelques voitures de sport ou de grand tourisme sur lesquelles peu hésitent à se retourner ou dont on reconnaît le bruit caractéristique même si on n'est pas un

⁹ La civilisation automobile face aux défis du développement durable, *Réalités industrielles*, novembre 2003.

¹⁰ Cf. CREDOC, Note d'information n° 181, janvier 2005.

spécialiste et qui constituent autant de produits de luxe, voire de très grand luxe. Au-delà de ces modèles « mythiques » et pratiquement inaccessibles, l'automobile répond au souci de certains d'affirmer une différence, une originalité : de l'affirmation du statut social au positionnement militant, au besoin plus ou moins conscient de domination ou de transgression : couleurs et formes agressives, excès de puissance, de sécurité¹¹...

Certains spécialistes relèvent que l'automobile peut être considérée comme le prolongement de l'espace privé qu'est la maison. Cette vision expliquerait que du véhicule purement utilitaire on passerait à « l'espace à vivre », dès lors que le temps passé dans le véhicule ne cesse de croître. Cet espace, se personnalise, les constructeurs proposant à leurs clients une voiture différente de celle qui sera vendue à leurs voisins.

L'offre se diversifiant presque à l'extrême, se côtoient alors dans nos rues, des véhicules toujours plus longs, (ne cite-t-on pas un modèle mesurant 6,17 m de long), toujours plus puissants (les 4X4 qui investissent nos villes et nos rues pèsent jusqu'à deux tonnes) et des « micro voitures » (elles-mêmes équipées de tout le confort comme des berlines). Entre le nuancier des coloris disponibles et celui, pourrait-on dire, des équipements, la diversité est extrême répondant ainsi au désir d'individualisation du client.

- De nouvelles préoccupations ?

Symbole de liberté, d'autonomie, l'automobile depuis quelques décennies subit un certain nombre de critiques.

Celles-ci sont de natures diverses. Les encombrements urbains viennent au premier rang des critiques et les solutions pour y porter remède : péages urbains, jusqu'à l'interdiction d'accéder, par exemple, au centre ville atteignent à une certaine radicalité. Elles font l'objet de débats souvent passionnés. À cet égard 9 Français sur 10 trouvent « acceptable » que l'on impose des restrictions de circulation dans les centres-villes.

Les préoccupations environnementales sont d'une nature plus vaste et s'inscrivent dans un nouveau concept celui du déplacement durable. Les critiques de l'automobile évoquent tour à tour, naturellement la puissance parfois excessive ou jugée telle des véhicules (75 % des Français se déclarant favorable à « un bridage » des moteurs selon la récente enquête CREDOC évoquée précédemment), les consommations d'énergie, la pollution globale qui en résulte (effet de serre), les pollutions locales comme le bruit, mais aussi les effets des infrastructures sur la diversité biologique.

¹¹ P. Bonnaure et V. Lamblin, La place de l'automobile dans notre société - *Les futuribles* n° 311 septembre 2005.

En bref, l'automobile fait aujourd'hui l'objet « d'un questionnement ». Le rapport se propose d'aborder, conformément à la décision du Bureau de notre assemblée, de l'automobile en tant que « filière industrielle » et de montrer qu'elle apporte nombre de réponses à ces interrogations. Cependant, certaines des questions évoquées dans ce préambule, ne trouveront pas de développements spécifiques dans les pages qui suivent, car elles engagent à des débats qui ressortissent aux compétences d'autres formations du Conseil économique et social, lesquels seront abordés ultérieurement.

CHAPITRE I

L'AUTOMOBILE, MOTEUR DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

A - L'AUTOMOBILE FRANÇAISE DANS LA MONDIALISATION

1. Historique : de la triade Europe/Japon /USA à une nouvelle donne

La construction automobile repose historiquement sur trois zones géographiques : Europe, Alena (Association de libre échange Nord Américain), Japon/Corée. Cette triade tient essentiellement à :

- son invention (Europe), son industrialisation (USA) et sa contribution directe et indirecte à la production de richesse d'un pays (redémarrage économique du Japon après la seconde guerre mondiale) ;
- l'évolution du PIB d'un certain nombre de pays, permettant à chaque habitant de prétendre à disposer d'un pouvoir d'achat déclenchant la demande d'achat de voiture neuve, incita les acteurs de la filière automobile à un déploiement mondial.

1.1. La triade

Sans remonter jusqu'à Nicolas Cugnot et son fardier (1769), l'industrie automobile prend son essor avec les innovations successives d'inventeurs tous situés en Europe continentale tout au long du 19^e siècle : Isaac de Rivaz et son moteur à combustion interne (1807), Jean Etienne Lenoir et son moteur deux temps (1860), Nikolaus August Otto et son moteur quatre temps (1860), Karl Benz, crédité du premier prototype de voiture moderne (1885).

C'est aux États-Unis d'Amérique qu'Henry Ford développe l'industrialisation de masse de l'automobile avec sa Ford T, produite à 16,5 millions d'exemplaires jusqu'en 1927, en introduisant les convoyeurs afin d'accélérer la production en réduisant au minimum l'intervention humaine pour les tâches n'entrant pas directement dans le processus de fabrication.

Au lendemain de la seconde guerre mondiale, le Japon, pour faire redémarrer son industrie s'appuyant sur le plan Marshall, encouragea des industriels afin de créer des filières de fabrication pouvant générer richesse et emplois, comme :

- Honda à partir de 1948, producteur à l'origine de moteurs montés

- Toyota, fabricant de bobines automatiques pour métiers à tisser qui évolua vers la production de masse des automobiles juste après la fin de la Seconde Guerre Mondiale.

1.2. Le déploiement mondial

En 1950, plus de 150 Constructeurs automobiles représentant 223 marques commerciales s'appuyant sur un tissu de plus de 5 000 équipementiers et fournisseurs, concourraient à la réalisation d'une production mondiale de près de 20 millions de voitures dont la quasi totalité était issue des zones évoquées ci-dessus.

La vente de véhicule, en dehors d'une localisation nationale, reposait sur le principe de l'exportation.

Aujourd'hui, 10 groupes de constructeurs entourés de 300 équipementiers réalisent ensemble 80 % des 61 millions de véhicules fabriqués dans le monde et se trouvent chacun en termes d'implantation industrielle, présents sur l'ensemble des continents. Et ce, même si les centres de décisions restent situés géographiquement dans la triade.

Il est à remarquer que seuls trois groupes de construction automobile portent encore le nom de leur fondateur parmi eux nos deux constructeurs nationaux, comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 1 : Groupes automobiles

GM	TOYOTA	FORD	VW	RENAULT	NISSAN	PSA	DMC	HYUNDAI KIA	BMW	FIAT
GM	Toyota	Jaguar	Bugatti	Renault	Nissan	Citroën	Mercedes	Hyundai	BMW	Fiat
Buick	Lexus	Volvo	Volkswagen	Dacia(93%)	Infinity	Peugeot	Chrysler	Kia(30%)	Mini	Alfa Romeo
Cadillac	Daihatsu (51%)	Land Rover	Skoda	Samsung (70%)			Jeep		Rolls Royce	Lancia
Chevrolet		Aston martin	Seat				Smart			Maserati
Hummer Saturn		Mazda (33%)	Audi				Sangyong (accord) (2,4 %)			Ferrari
Isuzu		Lincoln	Lamborghini							
Pontiac		Mercury								
Oldsmobile		Ford								
Saab										
Opel										

Ce phénomène de concentration repose essentiellement sur :

L'intensité capitalistique nécessaire à cette industrie de transformation. En effet, la création d'un nouveau modèle demande un investissement initial de l'ordre de 2 à 4 milliards d'euros avec la connaissance d'un éventuel retour sur investissement pour le constructeur après une période d'étude, de mise au point, et de première fabrication s'étalant de 20 à 40 mois en moyenne, et ce bien évidemment en fonction du succès commercial escompté.

À cela il est nécessaire d'y ajouter :

- un investissement chez les fournisseurs d'environ 40 % de celui des constructeurs ;
- la difficulté logistique d'un transport de masse des voitures sur des longues distances et les coûts associés venant grever son prix de vente ainsi et rendant aléatoire son entretien (par exemple : l'importation de la Honda NS600 dans les années 1960/1970) ;
- la nécessité pour assurer la pérennité des entreprises d'intégrer dans la stratégie des constructeurs la conquête des nouveaux marchés viables ou en passe de l'être et / ou la demande des utilisateurs n'est pas saturée.

La localisation des fabrications passe alors par une étude :

- géo-économique des pays en termes d'infrastructure routière ;
- de l'évolution du PIB/habitant déterminant l'acte d'achat du consommateur ;
- de l'anticipation d'une présence industrielle locale longtemps avant que la matérialisation du décollage économique ne soit effectivement enregistrée (*voir statistiques de l'OICA ainsi que l'exemple de DPCA en Chine*).

2. La stratégie d'implantation des constructeurs et des équipementiers français

2.1. La stratégie des constructeurs

a) État des lieux

Environ 60 millions de véhicules ont été produits chaque année dans le monde au cours des trois dernières années, dont près de 10 % par Renault et PSA Peugeot Citroën. Une performance qui place la France au quatrième rang des pays fabricants d'automobiles.

Présents en Asie, au Moyen et Proche-Orient, en **Amérique Latine**, en Afrique et bien sûr en Europe, les constructeurs français ont tiré parti du mouvement de mondialisation qui caractérise le marché automobile depuis près de vingt ans. Au point qu'aujourd'hui, les marchés étrangers représentent les trois quarts des débouchés des constructeurs français. En comparaison, moins de 60 % des véhicules de marque française étaient destinés, en 1990, à la vente hors de France. Cette augmentation des exportations s'est largement appuyée sur la réussite de Renault et du groupe PSA Peugeot Citroën non seulement hors de France, mais aussi et surtout hors du continent européen.

Entre 1999 et 2005, les exportations des véhicules de marque française hors Europe ont progressé de 161 %, ce qui représente plus d'un million de véhicules Renault, Peugeot et Citroën. En 2005, leur commercialisation se répartit comme suit :

- 528 000 véhicules sur le marché asiatique, notamment en Chine, en Israël, au Japon et plus encore en Iran. Soit une hausse de 9 % par rapport à 2004 ;
- 348 000 véhicules sur le marché américain, principalement en Argentine, au Mexique et au Brésil. Soit 8,1 % des exportations totales des constructeurs automobiles français, en progression de 10 % par rapport à 2004 ;
- 126 000 véhicules sur le marché africain, principalement en Afrique du Sud et dans les pays du Maghreb, en baisse de 9,1 % par rapport à 2004.

Les exportations des constructeurs français s'élèvent en 2005 à 4,3 millions d'unités, dont 3,2 destinées au marché européen. Malgré sa faible croissance au cours des dernières années, il demeure en effet le principal marché mondial de l'automobile.

b) L'Europe, premier marché concurrentiel mondial

Avec près de 17 millions de véhicules fabriqués (toutes marques confondues) dans les pays de l'Europe des Quinze, et près de 4 millions dans les pays d'Europe centrale et orientale (Turquie incluse), le continent européen demeure en 2004 le marché le plus important de l'industrie automobile mondiale. À titre de comparaison, 16 millions de véhicules sont produits en Amérique du Nord (États-Unis, Mexique et Canada), 10 millions au Japon, 5 millions en Chine, 3,5 en Corée du Sud et 2,5 en Amérique du Sud, principalement au Brésil et en Argentine. Mais la progression spectaculaire de la Chine pourra rapidement lui permettre de ravir la 4^{ème} place des pays producteurs d'automobiles à la France.

Le volume du marché européen, nourri par la surreprésentation industrielle et commerciale des plus grands constructeurs mondiaux, en fait le marché le plus concurrentiel du monde. C'est ici que la guerre des prix est la plus soutenue et par voie de conséquence, que la rentabilité est la plus fragile. Cette situation a encouragé un mouvement d'implantation de sites de production automobile sur les marchés extérieurs qui a démarré dès la fin des années 1970.

Années 1970 et 1980 : les premiers signes de la mondialisation de l'automobile. Dès le début des années 1970, les constructeurs automobiles français et européens ont été violemment confrontés à la concurrence, en raison de profonds bouleversements internationaux.

Sur le plan géopolitique, la période a été marquée par la première crise pétrolière, l'élargissement de la Communauté européenne de six à douze pays (1986), jusqu'à la chute du Rideau de Fer en 1989. Sur le plan économique, la libéralisation accrue du commerce européen (suppression des barrières douanières et des obstacles non tarifaires), la lutte contre les pratiques anti-concurrentielles et l'émergence de zones régionales de libre échange ont favorisé l'arrivée des véhicules américains et asiatiques. Les automobiles japonaises et sud-coréennes, bien qu'importées, jouissent alors d'un bon rapport qualité-prix.

Les automobiles japonaises par exemple, dont la production passe de 3 millions d'unités en 1970 à 7 millions en 1980, s'aventurent avec succès sur les marchés européens. Cette percée est le fruit d'un modèle d'organisation industrielle novateur : le toyotisme. Afin de supprimer les stocks, l'organisation de la sous-traitance et de la production est rythmée par les commandes. S'imposent les principes de « juste à temps », de « flux tendus », et des modes de fonctionnement nouveaux tels que les étiquettes Kanban, exprimant les besoins de chaque atelier au fur et à mesure de la production, qui seront repris par l'ensemble de la production automobile mondiale.

Les énormes excédents de la balance commerciale du Japon se font au détriment des autres grandes puissances industrielles, qui réagissent contre des pratiques jugées déloyales (dumping, pillage technologique...). Leur riposte se traduit dans un premier temps par plusieurs accords limitant les volumes d'importation des véhicules japonais en Europe (à l'exception de l'Allemagne) : en 1980, le Président français Valéry Giscard d'Estaing lors de l'inauguration du salon de l'auto annonce une politique des quotas à l'encontre des marques japonaises, limitant à 3 % leur part sur le marché français. Ils ne les atteindront d'ailleurs jamais. Car la France est un pays constructeur de voitures. La progression japonaise se fera surtout dans les pays ne disposant pas d'une industrie automobile nationale. La limitation, qui se poursuivra jusqu'en 1992, ne dissuade guère les constructeurs japonais. Tout en acceptant de réévaluer le yen dès 1985 et de limiter ses exportations, le Japon contourne l'obstacle en produisant directement ses véhicules en Europe, notamment en Espagne et en Grande-Bretagne.

Face à cette concurrence, les constructeurs français choisissent non seulement de maintenir leur position sur le marché européen, mais encore de la développer en implantant des sites de production en Belgique, puis en Espagne, au Portugal et en Italie. L'élargissement de la Communauté européenne à douze pays européens leur offre de nouvelles et intéressantes opportunités : une forte réserve de croissance due au faible niveau de motorisation des ménages espagnols, portugais, grecs et irlandais ; une plus grande stabilité des taux de change entre les monnaies des pays membres et des aides à l'implantation.

Années 1990 : les stratégies d'implantation étrangère se renforcent, le marché européen s'essouffle. Dans les années 1990, les constructeurs automobile français confirment leur position sur le marché européen. En 1996, ce marché représente de l'ordre de 80 % de leurs ventes (France comprise), avec une présence industrielle particulièrement forte en Espagne et au Portugal. Par exemple, Renault et PSA Peugeot Citroën détiennent respectivement, à cette date, 13 % et 20 % des parts du marché des véhicules neufs en Espagne. La Belgique et le Luxembourg forment la deuxième zone géographique où la présence française est la plus forte. En Allemagne, Renault réussit la percée la plus importante avec 5,6 % des immatriculations en 1996. Sur leur marché historique, la France, Renault et PSA Peugeot Citroën détiennent respectivement 26,6 et 29,4 des parts du marché. C'est le second plus grand marché européen après l'Allemagne.

Parallèlement, la présence des constructeurs étrangers en Europe poursuit sa progression. En 2005, les ventes des constructeurs japonais en Europe dépassent le seuil symbolique des 2 millions d'unités, soit une part de marché de 13,3 %.

Le taux de motorisation des ménages européens est plus faible que celui des ménages japonais mais surtout américains. Aux États-Unis, il s'élève en 1996 à plus de 760 véhicules pour 1 000 habitants. Au Japon, il est de 535 véhicules pour 1 000 habitants, et dans l'Union européenne, il n'atteint que 489 pour 1 000 habitants.

Ce qui n'empêche pas une concurrence exacerbée. En France, dans les années 1990, les ménages sont motorisés à hauteur de 79 % (522 véhicules pour 1 000 habitants). En 2004, 80 % des ménages disposent d'une voiture et 28 % en possède au moins deux.

Le marché français, à l'instar du marché européen, devient essentiellement un marché de renouvellement. Une spécificité renforcée par la faible croissance du niveau de vie des ménages d'une part, et par la fiabilité croissante des véhicules produits : l'âge moyen du parc automobile roulant en France passe ainsi de 5,9 ans à 6,8 ans entre 1990 et 1996. Le vieillissement du parc semble devenu un phénomène irréversible. Il atteint 8 ans en 2005.

Pour endiguer le risque de surcapacité de production, les constructeurs répondent par une segmentation plus forte de l'offre automobile, un renouvellement plus rapide des gammes et des politiques de prix de vente agressive. Une guerre des prix s'engage, au détriment des marges bénéficiaires des constructeurs. En 2005, bien que les ventes d'automobiles neuves se maintiennent en Europe à un haut niveau, elles ne progressent plus : -10 % en Europe Orientale (727 000 unités) et -0,2 % en Europe Occidentale (14,49 millions d'unités), malgré une hausse de +2,7 % pour la France et de +1,6 % pour l'Allemagne.

c) Une troisième voie s'impose : l'implantation sur les marchés émergents

En 1997, face à la maturité du marché européen, et l'émergence en Extrême-Orient et en **Amérique Latine** d'économies à croissance forte, Christian Pierret, alors secrétaire d'État à l'Industrie, incite les constructeurs français à réorienter leurs ventes vers les marchés étrangers, en particulier vers ceux qui possèdent un potentiel de croissance élevé. Cette réorientation est déjà bien engagée depuis plusieurs années en direction de l'Amérique Latine, de l'Europe centrale et orientale, Turquie comprise, et de l'Asie : Sud-Est asiatique, Iran et Chine.

Le ciblage des pays émergents devient l'axe majeur des stratégies adoptées par les constructeurs d'automobiles. À commencer par Fiat et Volkswagen, premiers européens à partir à l'assaut de l'Amérique Latine et de l'Europe centrale. En 1997, ils réalisent 40 % de leurs ventes hors Europe Occidentale, et les deux tiers des véhicules produits en Amérique Latine sont de marque européenne. L'industrie automobile française, restée prudente jusque-là, à l'instar des constructeurs Ford, Nissan, Honda, Toyota et BMW, met alors les bouchés doubles. En 1996, Renault projette d'investir au Brésil, pour un montant d'un milliard de dollars. PSA Peugeot Citroën cible la Chine, projetant 1,5 milliard de dollars US d'investissements.

Le choix des nouveaux pays d'implantation répond à des critères stratégiques. D'une part, chaque pays doit constituer un marché local de taille significative, être faiblement équipé en véhicules et donc doté d'un fort potentiel de croissance de la demande. D'autre part, il doit s'inscrire dans une zone géographique de marchés émergents. Autrement dit, ces investissements industriels sont non seulement destinés à produire des véhicules pour le marché local, mais également pour l'exportation dans la même zone géographique, dans la limite qu'imposent les coûts de transport.

Ces stratégies d'implantation internationale se distinguent nettement des politiques de délocalisation. L'automobile est par nature un produit volumineux, pour lequel les coûts de transport sont très élevés. Déplacer une automobile revient en quelque sorte à déplacer de l'air, d'où la nécessité d'installer des sites de production et d'assemblage à l'étranger. Il ne saurait être économiquement valable, après l'implantation d'un site de fabrication de véhicules à l'étranger, de réimporter ceux-là vers le marché d'origine du constructeur. L'implantation internationale se traduit donc par un transfert des activités productives mais non des marchés. Ce que soulignera Louis Schweitzer, alors PDG de Renault, lorsqu'il déclare en 1996 qu'« *une voiture fabriquée au Brésil, même avec des salaires inférieurs aux salaires français, serait vendue en France plus chère que la même voiture fabriquée en France* ».

Dans une usine européenne, il faut savoir que le prix de revient de fabrication (c'est-à-dire essentiellement hors coûts d'étude, de recherche, de commercialisation...) se décompose en moyenne en 75 % d'achats et 25 % de valeur ajoutée. Dans ces 25 %, les salaires représentent 12 %. Ces chiffres montrent que le choix d'implanter des usines hors d'Europe ne se justifie aucunement par l'économie réalisée sur les coûts salariaux.

Il convient également de souligner que malgré une efficace stratégie d'implantation sur les marchés étrangers, 54 % de la production mondiale des constructeurs français (5,95 millions de véhicules) est sortie, en 2005, des usines implantées en France, alors qu'en terme de ventes la France représente un quart des débouchés de la production automobile française mondiale.

À titre d'exemple, deux-tiers des voitures produites en 2005 par le groupe PSA l'ont été en France. En terme de valeur ajoutée, la quasi-totalité des moteurs et des boîtes de vitesse des véhicules Peugeot et Citroën sont produits en France.

2.2. La stratégie des équipementiers

La stratégie des équipementiers et fournisseurs est d'accompagner leurs clients constructeurs là où géographiquement ceux-ci décident d'implanter leur site d'assemblage dans le cadre d'une production en flux tendu, couplée à une gestion des stocks optimisée (encours de production et produits finis).

- En effet dans le cas d'un travail selon le principe de « l'entreprise élargie », la filière automobile étant un exemple de ce type d'organisation, l'objectif est l'amélioration de la performance industrielle des entreprises participant à l'élaboration d'un produit ou d'un service en vue de répondre aux exigences du marché. L'entreprise qui propose ce produit au client final est « le chef de file » et la proximité de localisation entre celui-ci et le panel de ses fournisseurs apparaît comme un facteur majeur de réussite (« exemples de stratégies collaboratives : externalisation, fonctionnement en alliances... » par Franck Moreau aux éditions *Insep Consulting*).

Cet accompagnement des constructeurs impose également aux équipementiers et Fournisseurs, la nécessité d'effectuer un bilan des ressources économiques locales déterminant dans la définition du type de relation économique industrielle à initier (« *green field* » (bassin d'emplois qui consiste à regrouper tous les acteurs automobile sur un même site comme à Rennes ou Sandouville), « *Joint Venture* », licence, partenariat technique...).

La monographie du corpus légal et réglementaire local pour une implantation, identifiant les obligations à la charge des investisseurs étrangers et le cadre d'aides offert tant par les administrations du pays d'origine de l'investisseur ainsi que celles du pays d'accueil est obligatoire pour une bonne réussite du projet.

De plus, le travail précité s'accompagnera d'un inventaire des forces et faiblesses des sous-traitants de capacité et/ou de spécialités locales, présents ou potentiels dans cette filière verticale de production, qu'est l'automobile, afin de permettre le choix industriel le plus approprié aux techniques employées (ex : étude sur « *les possibilités d'implantation des fournisseurs européens de l'automobile dans le MERCOSUR* » commandée par les services de la Commission européenne à la FIEV en 1996).

- Enfin parce que leurs ressources ne sont pas sans fin, les équipementiers et les fournisseurs dans leur positionnement géo-économique tiennent compte du poids du client constructeur dans leur volume respectif d'affaires présentes ou à venir, ainsi que de la pression concurrentielle sur la fourniture produite.

En effet les équipementiers réalisant des systèmes (équipements se trouvant à différents endroits du véhicule mais concourant à la mise en œuvre d'une fonction (exemple : chauffage climatisation) ou modules (équipement situé dans un seul endroit sur le véhicule et remplissant plusieurs fonctions ex : le tableau de bord) pour tous les grands constructeurs ne sont généralement qu'en petit nombre pour la fourniture d'un même équipement (3 verriers : Glaverbell, Pilkington). Saint Gobain Sécurité pour la réalisation de pare-brise Bosch, Denso et Delphi pour l'injection diesel directe ou « *common rail* »), et se déterminent pour l'accompagnement de leur client à l'international en fonction notamment de la proportion d'approvisionnement qui leur est consentie par le constructeur, ces derniers se refusant logiquement à la source unique afin d'éviter toute dépendance d'approvisionnement.

3. Le positionnement des constructeurs français dans le monde

a) L'Amérique Latine : un territoire balisé

En **Amérique Latine**, les trois principaux pôles de production, tous constructeurs confondus, sont le Mexique, où la production annuelle oscille entre 1,5 et 2 millions de véhicules, le Brésil avec une production moyenne de 1,5 millions d'unités par an, et l'Argentine, où la production totale est passée de 300 000 unités en 1999 à 160 000 en 2002 en raison de la crise économique qui a frappé le pays. L'année 2005 est placée sous le signe d'une reprise durable. En Colombie, la production totale est passée de 33 000 en 1999 à près de 80 000 en 2002. Au Chili subsistent seulement deux assembleurs. La production s'élevait en 2002 à 15 000 unités. En Uruguay enfin, l'assemblage de véhicules destinés au marché intérieur a pratiquement cessé. Il ne concerne plus que des véhicules destinés à être exportés vers l'Argentine et le Brésil.

Les deux constructeurs français produisent plus de 240 000 véhicules chaque année en **Amérique Latine** (hors Mexique), sur un total de près de 2,5 millions d'unités (dont plus de 2 millions pour le Brésil). Au total, l'Amérique représente 8 % du débouché extérieur des constructeurs français (en hausse de 7 % par rapport à 2003). En matière de stratégie commerciale, tous les marchés sont attaqués, y compris ceux des petits pays tels que Cuba, le Costa Rica et l'Honduras.

Renault est implanté en Argentine, au Brésil, au Mexique, en Colombie, et au Chili.

Au Brésil, Renault a ouvert une usine à Sao Jose dos Pinhais fin 1998. Elle dispose d'une capacité annuelle de production de 240 000 unités (Clio II, Mégane II, Scénic, Master II, et pour Nissan, pick-up Frontier et tout terrain Xterra). En 2005, la production se maintient à 64 262 unités.

En Argentine, l'usine Renault située à Santa Isabel a une capacité de production de 150 000 unités par an (Clio II, Kangoo, Kangoo Express, Mégane I). Après un pic de 60 000 véhicules en 1999, la production chute à 32 082 unités en 2005. Elle devrait reprendre fortement du fait de la reprise durable de l'économie du pays.

Au Mexique, les véhicules Renault (Clio II) sortent des usines Nissan Mexicana depuis 2001. La production a atteint 14 771 unités en 2005. En comparaison, les véhicules Nissan atteignent les 280 000 unités. Une partie importante de la production est exportée vers l'**Amérique Latine** et les États-Unis, liés au Mexique par l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) entré en vigueur en 2004. L'objectif de Renault à moyen terme est d'atteindre les 100 000 unités par an.

En Colombie, Renault est la deuxième marque la plus vendue derrière Général Motors. Le constructeur français dispose d'une usine d'assemblage de Twingo, Clio II, Mégane et Logan à Medellin. La production est passée de 9 000 unités en 1999 à 31 457 unités en 2005.

Au Chili, Renault dispose d'une usine de fabrication de boîtes de vitesses destinées essentiellement à être montées sur des véhicules importés d'Argentine ou de France.

Le groupe PSA est implanté au Brésil et en Argentine.

Au Brésil, Peugeot Citroën do Brasil a conclu en 1997 un accord avec les autorités brésiliennes pour implanter un site de fabrication à Porto Real (Rio de Janeiro). Une usine pouvant produire jusqu'à 100 000 véhicules par an a été ouverte fin 2000. En 2005, la production (Citroën C3, Xsara Picasso, Peugeot 206 et 206 SW) s'élevait à 93 500 véhicules.

En Argentine, PSA Peugeot Citroën Argentina dispose d'une usine à El Palomar. En 2005, 66 000 Citroën Berlingo, Peugeot 206, 307 et Partner ont été produits.

b) L'Europe centrale et orientale : le nouveau Détroit européen

L'intégration progressive des pays d'**Europe Centrale et Orientale**, qui aboutit le 1^{er} mai 2004 à l'adhésion de dix nouveaux pays à l'Union européenne, renforce le pôle de production centre et est-européen. Mais l'industrie automobile n'a pas attendu cette date pour partir à la conquête de l'est : constructeurs et équipementiers, toutes marques confondues, ont commencé à s'y implanter dès la chute du Bloc soviétique, sans se limiter d'ailleurs aux frontières du premier élargissement. Actuellement, 3,2 millions de véhicules sont produits dans cette zone (Turquie incluse), principalement destinés au marché local.

Les six pays où le potentiel de croissance est le plus élevé sont la Turquie (825 000 véhicules produits en 2004), la Pologne (600 000), la République Tchèque (450 000), la Roumanie (123 000) et la Hongrie (123 000).

La part de marché des constructeurs français pour les véhicules légers neufs est de plus de 50 % en Roumanie, et de 20 à 40 % pour les autres pays d'Europe centrale et orientale membre de l'Union européenne. L'institut AutoFacts prévoit que cette vaste zone, ajoutée à la Russie, représentera 14 % de la croissance mondiale en terme de véhicules neufs d'ici 2012, soit la moitié de

Le groupe PSA est implanté en Turquie, en République tchèque et en Slovaquie.

En Turquie, le groupe PSA, sous la marque Karsan, produit des utilitaires J9 et Partner. Une nouvelle usine a été ouverte en 2000, d'une capacité de production de 135 000 véhicules en 2004.

En Slovaquie, PSA Peugeot Citroën a entamé en 2003 la construction à Tranava d'une usine d'une capacité de 300 000 unités par an, qui doit produire la Peugeot 207 à partir de 2006.

En République tchèque, le groupe PSA a conclu une alliance avec Toyota en 2001 pour implanter à Kolin une usine d'une capacité annuelle de 300 000 unités de gamme inférieure (200 000 Peugeot 107 et Citroën C1 pour PSA et 100 000 Aygo pour Toyota). En 2005, la production s'est élevée à 103 000 unités dont 70 000 Citroën C1 et Peugeot 107. PSA assure les achats et Toyota le développement et la production.

c) L'Asie : terre de conquête

En Asie, les constructeurs français sont présents en Iran, en Inde, en Corée du Sud, au Japon, en Asie du Sud-Est (Thaïlande, Indonésie) et bien sûr en Chine. Le Japon est actuellement le plus grand marché automobile de la région. Après avoir culminé à plus de 13 millions d'unités en 1990, la production japonaise accuse un repli lié, entre autre, à la poursuite de la stratégie de délocalisation des constructeurs japonais. Avec plus de 10 millions de véhicules produits en 2002, le Japon se situe au second rang des pays fabricant d'auto

4ut7a ll

Quant à l'Inde, elle présente, comme la Chine, toutes les caractéristiques d'un marché à fort potentiel de croissance. Avec une population dépassant le milliard d'habitants, il suffit que 10 à 20 % de la population devienne solvable pour rentabiliser les investissements des groupes automobiles. En effet, la faible densité du parc automobile (9 véhicules pour 1 000 habitants) laisse entrevoir une forte demande de primo-accédants au cours des prochaines années. Face au poids des deux et trois roues (80 % des ventes de véhicules à moteur), et à la concurrence des constructeurs locaux (les producteurs Maruti et Tata captent 60 % du marché des véhicules neufs), les constructeurs d'automobiles étrangers misent sur la production et la commercialisation d'automobiles très bon marché. Ce n'est pas par hasard si Renault veut y produire localement la Logan.

Renault est implanté en Iran, en Inde, en Corée du Sud et au Japon.

En Iran, Renault prévoit de produire 200 000 Logan par an dès 2006, au-travers de ses accords avec les sociétés Idro et Iran Khodro.

En Inde, Renault a tiré les leçons de l'échec de la Fiat Palio, commercialisée à un prix trop élevé pour ce marché. Le constructeur français espère ainsi produire et commercialiser la Logan (sous la marque Dacia) dès 2007-2008, grâce à un partenariat avec Mahindra.

En Corée du Sud, le rachat de 70,1 % du capital de la société Samsung Motor en 2000, autorise Renault à porter ses prévisions d'assemblage à 500 000 véhicules sur la période 2006-2010. En 2005, 118 438 véhicules Renault (SM5, SM3, SM7) ont été produits sous la marque Samsung. L'arrivée en 2002 du modèle SM3, dérivé de la Nissan Bluebird Silphy, permet aussi à Renault d'élargir son offre en Corée.

Au Japon, Renault est implanté via son alliance avec Nissan Diesel et Nissan Motor, dont il détient 44,3 % du capital. Avec près de 3,6 millions d'unités produites par an, la part de Nissan sur le marché mondial se hisse à 5,74 % (3,9 % pour Renault-Dacia-Samsung). L'alliance avec Nissan permet à Renault d'asseoir sa présence commerciale en Asie du Sud-Est.

Le groupe PSA est implanté en Iran, en Asie du Sud-Est et bientôt au Japon.

En Iran, le groupe PSA assemble depuis 2000 des Citroën Xantia dans les usines de la Saipa. Il espère, grâce à un partenariat avec la société Iran Khodro, produire près de 350 000 unités par an (206 et 405). En 2004, 281 000 véhicules Peugeot ont été vendus sur le marché iranien, avec une progression de 46,1 % par rapport à 2003.

En Indonésie, le groupe PSA a produit quelque 500 véhicules 206 en 2003.

Au Japon, un accord de coopération passé avec Mitsubishi en 2005 porte sur de nouveaux véhicules 4X4 qui devraient être produits à partir de 2007. Le groupe **visait la production de 30 000 unités par an.** Ces nouveaux 4X4 propres à Peugeot et Citroën seront d'abord destinés aux marchés européens. Les deux

groupes envisagent cependant la possibilité de fournir d'autres zones géographiques et d'étendre leur partenariat.

d) La Chine : un marché prometteur qui comporte des risques

- Un marché à très fort potentiel

Plus vaste marché mondial du XXI^e siècle tous secteurs industriels confondus, la Chine est le pays du monde où la réserve de croissance est la plus forte. La forte croissance économique, conjuguée à la très faible densité du parc automobile, (18 véhicules pour 1 000 habitants contre 306 en Corée du Sud), ouvre la perspective d'un marché correspondant à 11 % de la demande automobile mondiale à l'horizon 2015, selon une étude publiée par le cabinet McKinsey.

Dans ces conditions, l'ouverture de la Chine est venue modifier la géographie des implantations internationales, notamment des constructeurs français. Associé à Dongfeng Motors (DFM) et présent en Chine avec sa marque Citroën depuis 1992, PSA Peugeot Citroën a élargi sa coopération avec DFM en 2001 avec la création d'une société commune DPCA (Dongfeng Peugeot Citroën Automobile). Cet accord s'accompagne de l'introduction de la marque Peugeot en Chine, avec la 307 Sedan (en 2005, production PSA Peugeot Citroën : 141 500 unités). En 2004, Renault s'est également engagé avec Dongfeng Motors à démarrer une production commune. Ce projet permettrait au constructeur d'entrer dès la fin de l'année 2006 sur le marché chinois où son « allié » Nissan est déjà présent.

Avec un peu plus de 5 millions de véhicules produits en 2004, le marché chinois représente deux fois le marché sud-américain et près de 1,5 fois celui d'Europe centrale et orientale. À court terme, la Chine disputera la quatrième place des pays constructeurs d'automobile à la France.

- Des risques à mesurer

Mais l'implantation des constructeurs en Chine n'est pas sans risque, car la Chine se donne les moyens de rivaliser à moyen terme avec eux. Par un contrôle étroit de l'implantation des firmes étrangères, tant au niveau des constructeurs que des fabricants de composants ou des équipementiers, la Chine s'efforce d'accélérer le transfert de technologies pour assurer à terme le développement d'une industrie automobile domestique solide.

Or, la Chine, à l'égal de l'Inde, possède de nombreuses ressources. Elle dispose d'une part de capacités technologiques remarquables, grâce à la formation en grand nombre d'ingénieurs et de techniciens de haut niveau, dont les salaires sont largement inférieurs à ceux en vigueur dans les pays occidentaux. Ce vivier de compétences encourage l'implantation de centres de conception et de recherche et développement étrangers. D'autre part, la croissance économique permet aux autorités chinoises de mobiliser des ressources financières et industrielles suffisantes pour ouvrir de nouveaux sites de production.

Le seul obstacle au développement des firmes chinoises reste la conception : adapter des gammes d'automobiles aux différents marchés, au niveau des attentes des clients comme des exigences réglementaires (notamment environnementales), exige un apprentissage long et coûteux.

4. Comparaison internationale : l'automobile française dans la mondialisation.

Malgré des résultats 2005 en légère baisse sur le marché européen, les deux constructeurs français continuent de maintenir leurs positions dans le palmarès des constructeurs automobiles mondiaux, notamment en dehors de l'Europe Occidentale.

Avec 3,4 millions de véhicules vendus dans le monde en 2004, PSA Peugeot Citroën se place au sixième rang des constructeurs mondiaux, à la seconde place des constructeurs européens, et à la première place des constructeurs français. Le groupe Renault (avec Dacia et Samsung), se place au dixième rang des constructeurs mondiaux avec près de 2,5 millions de véhicules vendus. Notons que Nissan, constructeur japonais dont Renault détient 44,4 % du capital, se place au huitième rang mondial avec plus de 3 millions d'unités produites et commercialisées. En additionnant leurs forces, Nissan et Renault se situent à la quatrième place au palmarès mondial des constructeurs d'automobiles.

À ce jour, une voiture particulière sur quatre vendues en Europe (France incluse) est française. Mais la progression est hors d'Europe. La part des ventes des constructeurs français sur les marchés mondiaux hors Europe Occidentale atteint aujourd'hui 28 %. À terme, les groupes PSA Peugeot Citroën et Renault se sont fixés pour objectif de commercialiser un tiers de leur production totale hors Europe Occidentale, notamment sur les marchés émergents. La machine est en marche. En 1998, Renault commercialisait 20,2 % de sa production en dehors de l'Europe Occidentale et PSA Peugeot Citroën 15,7 %. En 2005, la part de ces ventes « exotiques » a bondi à 27,2 % pour Renault et à 30 % pour PSA Peugeot Citroën.

À l'heure où le constructeur allemand Daimler-Chrysler annonce la suppression de plus de 6 000 postes d'encadrement, principalement en Allemagne, et où les constructeurs américains General Motors (GM) et Ford annoncent des pertes financières record et des réductions massives d'effectifs (30 000 personnes au total sur la période 2006-2012, un quart des effectifs chez Ford), les bonnes performances affichées par les constructeurs français s'expliquent par leurs choix stratégiques, dans un contexte où la concurrence sur les marchés matures est rude et les résultats sur les marchés émergents difficiles à prévoir.

a) Des stratégies commerciales qui varient selon les constructeurs

Le faux pas des constructeurs américains

Très implantés sur les marchés nord-américains, les constructeurs américains traditionnellement gros pourvoyeur de 4X4 et pick-ups (véhicules rentables mais aussi gourmands en carburant et forts pollueurs) ont subi la concurrence croissante des petites berlines asiatiques, d'autant plus prisées que le prix de l'essence a fortement augmenté en 2005.

Pour pallier le déclin des ventes de 4X4 et l'érosion de ses parts de marché (26,2 % en 2005 contre 27,5 % en 2004), GM a tenté de regagner en attractivité en offrant à ses clients des remises sans précédents, celles habituellement offertes à ses salariés. Ford a imité son concurrent. Lorsque les prix sont remontés pour atteindre un niveau « normal », les ventes se sont effondrées. L'impact sur la rentabilité a été désastreux. L'analyste Efraim Levy, de l'agence de notation Standard & Poor's, résume la situation en déclarant que Ford et GM « *se sont enterrés en vendant des véhicules à perte* ».

En 2005, Ford perd 1,6 milliard de dollars sur le marché américain, dont il ne détient plus que 18,6 % des parts de marché. C'est sa part la plus faible depuis le début des années 80. GM annonce des pertes de 5,6 milliards de dollars, l'équivalent de 937 dollars par voiture vendue. Ford et General Motors doivent proposer une offre automobile plus adaptée aux défis d'aujourd'hui : commercialiser des véhicules très compétitifs, peu gourmands en énergie et faiblement polluant, susceptibles de séduire autant l'automobiliste asiatique que sud-américain ou européen.

Renault et le groupe PSA préservent leur rentabilité

Entre 2001 et 2004, Renault, Peugeot et Citroën détiennent respectivement 11 %, 7,5 % et 6,5 % des parts du marché européen.

Dans un contexte de guerre des prix, les constructeurs français adoptent des stratégies commerciales prudentes : ayant gardé un souvenir mitigé des politiques de relance menées par les gouvernements Balladur et Juppé (les « balladurettes » et « jupettes »), ils font le choix de préserver leur rentabilité, quitte à perdre quelques points de parts de marché.

En 2005, cette stratégie se traduit pour Renault par une baisse de ses parts sur le marché européen des voitures particulières : avec 9,7 % contre 10,3 % pour Volkswagen, la marque française perd la place de leader européen qu'elle détenait depuis 2001.

Renault a pâti de la santé précaire de ses principaux marchés, l'Europe de l'Ouest ayant stagné en 2005 (-0,2 %) et l'Europe de l'Est diminué (-10 %). Il a aussi souffert du vieillissement des modèles Mégane (leader sur le marché européen) et de l'accueil décevant du mini-monospace Modus. Le lancement en octobre de la Clio III, jugé réussi, s'est fait trop tard pour véritablement marquer les résultats. Les ventes ont été portées par la montée en puissance de Dacia

(constructeur de la Logan) sur tous les marchés, et par la performance en Corée de Samsung, dont la gamme a été renouvelée en moins d'un an. L'effet nouveautés devrait porter ses fruits en 2007.

En 2005, le groupe PSA Peugeot Citroën a enregistré une baisse de sa part de marché sur l'ensemble des 18 pays européens à 13,7 % au lieu de 14 % en 2004.

Là encore, ce résultat traduit la volonté de privilégier la rentabilité par rapport aux volumes dans un contexte commercial tendu.

Malgré un recul des ventes en Europe occidentale de -2,7 %, 3 390 000 véhicules Peugeot et Citroën ont été vendus dans le monde en 2005, contre 3 375 300 en 2004, soit une progression de +0,4 %.

Ces résultats en baisse sur le marché européen montrent une fois de plus que les bonnes performances du groupe PSA Peugeot Citroën proviennent essentiellement des progrès réalisés sur les marchés émergents : avec des ventes à l'international en augmentation de 8,4 %, le constructeur français dépasse pour la première fois le million de véhicules vendus hors Europe Occidentale : 738 000 Peugeot et 292 000 Citroën, ce qui représente 30,4 % des ventes mondiales du groupe contre 28,2 % en 2004 et 24,9 % en 2003.

b) Des stratégies d'alliance distinctes pour Renault et PSA Peugeot Citroën

Échaudé par une fusion difficile avec Citroën en 1976, et celle ratée avec Chrysler Europe en 1978, le constructeur Peugeot a été l'un des premiers au monde à exploiter des modes de partenariat plus ciblés, moins lourds à gérer et moins risqués qu'une fusion. Associé à Fiat pour les véhicules utilitaires et les monospaces depuis plus de vingt ans, le groupe PSA Peugeot Citroën a élargi sa politique de partenariat que ce soit sous l'angle technique (mise en commun d'investissements en recherche et développement) ou industriel (plates-formes communes de production entre plusieurs constructeurs).

Contrairement à Renault qui a mené au cours des années 1990 des politiques d'accord capitalistique avec Dacia (rachat), Samsung (rachat) et Nissan (participation croisée), le groupe PSA Peugeot Citroën a piloté un certain nombre d'accords avec les constructeurs Fiat (en France et en Turquie), Ford et BMW (en Angleterre), Toyota (en République tchèque), Tofas (en Turquie), Iran Khodro (Iran) et Mitsubishi (au Japon) pour limiter les coûts de recherche et développement de nouveaux moteurs diesel (Ford et BMW), de véhicules hybrides (Ford), d'utilitaires et monospaces (avec Fiat), d'un nouveau modèle de 4X4 (avec Mitsubishi) ou pour réduire les montants nécessaires à la création de nouvelles plates-formes de production (avec Toyota et Iran Khodro).

L'avantage : partager les investissements en R&D, réduire le ticket d'entrée des nouveaux modèles, améliorer la rentabilité des véhicules grâce à de plus grandes économies d'échelle.

À ce titre, la nouvelle usine commune à PSA Peugeot Citroën et Toyota en République tchèque illustre les avantages tirés d'un partenariat ciblé : le partage d'un investissement global de 1,3 milliard d'euros (50 % pour la R&D et 50 % pour l'outil industriel) a permis au constructeur français de réduire de moitié la facture du développement du véhicule développé, et de 30 % celle de l'outil industriel. Mais au-delà de ces avantages, les coopérations avec d'autres constructeurs offrent à PSA Peugeot Citroën « la possibilité de partager des méthodes, la culture de groupes industriels différents selon son président, Jean-Martin Folz.

Au cours des années 2000, Renault n'a pas pour autant négligé les potentialités des partenariats industriels : en 2004 et 2005, son association en Iran avec Idro et Iran Khodro (Iran), en Inde avec Mahindra, lui permettra de limiter dans ces pays les coûts de production de la Logan.

Voulue par Louis Schweitzer, la Logan, berline familiale au prix très attractif de départ de 5 000 euros, est principalement destinée aux pays émergents. Vendue en Syrie, en Slovaquie, en Pologne, au Liban, dans les Pays-Bas, en Russie, mais aussi en France, en Allemagne et en Espagne, elle est actuellement produite en Roumanie sous la marque Dacia et assemblée depuis septembre 2005 en Russie, au Maroc et en Colombie. Sa production devrait se développer en Iran à partir de 2006 puis en Inde et au Brésil.

Pour accompagner le renouvellement des gammes Renault et le lancement de la première voiture *low cost* mondiale, Carlos Ghosn, PDG de Renault depuis le printemps 2005, s'appuie sur la réorganisation de Renault en cinq grandes zones de profit géographiques : Amérique, Asie-Afrique, Euromed (Europe Orientale et Moyen-Orient), Europe (hors France) et France. Objectif : introduire la dimension régionale et globale dans le fonctionnement de toute l'entreprise, et offrir à chaque région la possibilité de développer une stratégie autonome en vue d'atteindre des objectifs précis de rentabilité.

B - LE PAYSAGE AUTOMOBILE FRANÇAIS

1. Le poids économique et social du secteur dans l'économie française

1.1. Le poids économique

Les principaux indicateurs de l'économie : production industrielle, valeur ajoutée, investissement, balance du commerce extérieur soulignent la place prépondérante de la filière automobile dans l'appareil productif français.

a) Production et valeur ajoutée

Production

En 2004, la production de l'industrie automobile représentait près de 11 % de la production industrielle française. Cette part de la production automobile s'est stabilisée depuis plusieurs années.

La production de la branche industrie automobile (92 milliards d'euros) est à elle seule supérieure à la production agricole française (78,6 milliards d'euros).

La production de la branche commerce et réparation automobile a pour sa part connu une croissance d'environ 10 milliards d'euros en seulement 7 ans pour représenter aujourd'hui près de 13,5 % du commerce français.

Tableau 2 : Production par branche à prix courants en milliards d'euros

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Industrie	686,6	716,4	744,4	820,1	841,4	824,5	811,6	840,6
Industrie automobile	60,2	69,6	79,0	85,8	91,2	93,6	89,1	92,0
Part de l'Industrie automobile dans l'industrie française en (%)	8,76	9,71	10,61	10,46	10,83	11,35	10,97	10,94
Commerce	213,3	224,3	233,3	249,6	268,6	277,1	290,6	296,5
Commerce et réparation automobile	29,5	31,5	33,5	34,9	36,2	37,5	38,9	40,0
Part du commerce et de la réparation automobile dans le commerce français en (%)	13,83	14,04	14,35	13,98	13,47	13,53	13,38	13,49

Source : INSEE - Comptes de la nation (mise à jour 1^{er} juin 2006).

Valeur ajoutée

En ce qui concerne la valeur ajoutée dégagée par l'industrie automobile, du poids lourd et du « deux roues », elle s'élève à 17,4 milliards d'euros en 2004 et représente plus de 7 % de la valeur ajoutée dégagée par les industries manufacturières (ensemble des industries, à l'exception des industries agro-alimentaires et du secteur de l'énergie).

Le commerce et la réparation automobile représentent, pour leur part 15,2% de la valeur ajoutée de l'ensemble du commerce français en 2004.

Tableau 3 : Valeur ajoutée par branche en milliards d'euros

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Industrie	209,0	218,4	219,5	229,0	230,8	230,5	228,5	233,2
Industrie automobile	12,6	14,5	15,4	16,0	15,6	17,0	16,2	17,4
Part de la valeur ajoutée de l'industrie automobile dans l'industrie française (en %)	6,02	6,63	7,01	6,98	6,75	7,37	7,08	7,46
Commerce	120,6	126,8	129,2	135,7	146,3	150,2	158,1	159,8
Commerce et réparation automobile	19,5	20,1	20,8	21,6	22,3	23,1	23,4	24,3
Part de la valeur ajoutée du commerce et de la réparation automobile dans le commerce français (en %)	16,16	15,85	16,09	15,9	15,24	15,3	14,8	15,2

Source : INSEE - comptes de la Nation (mise à jour 1^{er} juin 2006).

Concernant la branche distribution et services, il est important de noter que la nomenclature proposée de l'INSEE intitulée « commerce et réparation » ne tient pas compte des nombreux services de l'automobile (formation de conducteurs, loueurs, distribution de carburants, contrôle technique) dont la production et la valeur ajoutée ont été en constante augmentation ces dernières années. En témoignent leurs chiffres d'affaires en 2004 : 1,1 milliard d'euros pour la formation des conducteurs et 1,8 milliard d'euros pour les loueurs de véhicules courte durée.

b) Impact sur les autres secteurs de l'économie française

La production automobile possède un impact significatif sur l'activité de nombreux autres secteurs économiques français. Les achats s'effectuent traditionnellement en direction de secteurs industriels : la métallurgie est ainsi restée le premier fournisseur (16 % des achats totaux). À titre d'illustration, il est remarquable qu'un tiers du chiffre d'affaires d'Arcelor soit réalisé chaque année grâce à la branche automobile.

Mais la production automobile irrigue également d'autres secteurs d'activité tels que la construction, le transport, la chimie, le textile... Au total, les achats totaux réalisés aux autres branches sont passés de 39 à 81 milliards d'euros de 1990 à 2004.

Ces achats s'orientent aujourd'hui de plus en plus vers le secteur des services. Les achats au secteur tertiaire ont en effet représenté en 2003 plus de 15 % des achats totaux de l'industrie automobile et ont notamment concerné le conseil et l'assistance, la recherche et le développement ainsi que les services opérationnels. Au total, l'ensemble des achats a quintuplé depuis 1980.

c) La contribution de la filière automobile au commerce extérieur

Importations et exportations

Dans un contexte de dégradation de la balance commerciale française liée entre autres, au renchérissement de l'énergie et à l'appréciation de l'euro, l'industrie automobile dégage un solde positif de 12,2 milliards d'euros. Le solde de la branche automobile industrielle précède celui des biens d'équipement (7,3 milliards d'euros) caractérisé notamment par l'aéronautique civil (Airbus) et celui du secteur agroalimentaire (6,5 milliards d'euros).

Tableau 4 : Balance commerciale de la France par groupe de produits

	milliards d'euros CAF-FAB			
	2001	2002	2003	2004
Automobile				
Solde	11,2	11,1	11,5	12,7
Biens d'équipement				
Solde	8,7	10,9	38,2	7,3
Industries agricoles et alimentaires				
Solde	6,3	6,9	6,8	6,5
Agriculture, sylviculture, pêche				
Solde	1,2	1,8	1,8	1,7
Biens intermédiaires				
Solde	-4,1	-2,3	-3,1	-5,8
Biens de consommation				
Solde	-6,0	-5,9	-6,4	-7,7
Énergie				
Solde	-21,8	-20,6	-22,0	-27,9
Total				
Solde (FAB-CAF)	-4,4	1,8	-3,0	-13,8
Solde (FAB-FAB)	2,4	8,4	3,4	-6,6

Source : INSEE, comptes nationaux base 2000

FAB : franco à bord ; valeur transactionnelle de la marchandise y compris les coûts du transport et de l'assurance jusqu'à la frontière du pays exportateur.

CAF : coût, assurance, fret ; valeur transactionnelle de la marchandise majorée des coûts du transport et de l'assurance jusqu'à la frontière du pays importateur.

Depuis 1997, la part de l'automobile dans l'ensemble des exportations de biens a progressé significativement et s'est élevé à près de 16 % en 2004. Quant aux importations, elles ont représenté 11,6 % contre 9 % en 1997, année de crise sur le marché français des véhicules neufs.

Tableau 5 : Le commerce extérieur automobile en 2004

En milliards d'euros	Voitures neuves	Véhicules utilitaires légers neufs	Véhicules industriels neufs	Pièces et moteurs (1)	Branche automobile industrielle	Véhicules d'occasion	Branche automobile	Ensemble des biens	Part de l'automobile
Exportations (FAB)									
2003	25,7	2,2	2,2	17,1	47,3	1,4	48,7	323,2	15,10%
2004	27,4	2,8	2,8	19,4	52,4	1,6	54	342,7	15,80%
Variation 2004/2003 en %	6,7	29,5	25,3	13,1	10,9	10,9	10,9	6	
Importations (CAF)									
2003	18,2	2,4	2,6	13,1	36,3	0,6	36,9	326,2	11,30%
2004	19,8	2,7	3,1	15	40,6	0,6	41,3	356,5	11,60%
Variation 2004/2003 en %	9,2	10,8	18,2	15	12	6	11,9	9,3	
Soldes									
2003	7,5	-0,2	-0,4	4	11	0,8	11,8	-3,1	
2004	7,6	0,2	-0,3	4,3	11,8	0,9	12,7	-13,8	
Taux de couverture (2)									
2003	142	91	85	131	130	233	132	99	
2004	138	107	90	129	129	244	131	96	

(1) au sens de la nomenclature de l'INSEE

Entre 2003 et 2004, les exportations et les importations de produits de l'industrie automobile de la France ont plus progressé que celles des autres branches de biens : respectivement +11 % et +12 %.

Répartition mondiale des échanges

Entre 2000 et 2004, les échanges automobiles industriels (hors véhicules d'occasion) ont dégagé un excédent de plus de 10 milliards d'euros qui s'est réparti en 6,7 milliards d'euros d'excédent intra Union européenne (ex Europe des 15, avant l'élargissement de 2004) et 5,1 milliards d'euros d'excédents extra Union européenne des 15.

Avec les 10 nouveaux États membres de l'Union européenne, le solde automobile industriel s'est élevé à près d'un milliard d'euros.

L'**Amérique Latine**, l'Afrique et le Proche-Orient sont les principales zones où l'excédent hors Union européenne a progressé. Hors Union européenne des 25, le solde automobile industriel s'est élevé à plus de 4 milliards d'euros, en hausse de plus de 20 % par rapport à 2003.

Les excédents supérieurs à 1 milliard d'euros enregistrés avec le Royaume-Uni (3,7 milliards d'euros), Italie (2,1 milliards d'euros), la Belgique et le Luxembourg (2,4 milliards d'euros) compensent les déficits constatés avec l'Allemagne (-5,1 milliards d'euros), le Japon et la Corée du Sud.

d) La contribution de l'automobile aux recettes fiscales

Outre sa contribution à la production industrielle et commerciale française, la filière automobile constitue une importante source de recettes fiscales pour l'État.

Les taxes portant sur l'automobile se répartissent en trois grandes familles :

- les taxes liées à l'acquisition de véhicules : TVA, taxe sur les certificats d'immatriculation (cartes grises), taxe additionnelle pour les véhicules les plus polluants ;
- les taxes liées à la possession de véhicules : taxe sur les véhicules de société et taxe à l'essieu ;
- les taxes liées à l'usage des véhicules, comme par exemple, les taxes sur les permis de conduire ou la TVA sur la réparation l'entretien et les pièces détachées. Mais plus significatifs sont les rendements de la Taxe intérieure sur la consommation des produits pétroliers (TIPP) qui a constitué en 2005 dans sa globalité (c'est-à-dire en tenant compte de son application aux carburants, aux combustibles et autres produits dérivés du pétrole), la quatrième source de recettes pour l'État après la TVA, l'impôt sur le revenu et l'impôt sur les sociétés. Enfin, l'automobile génère également, des recettes non fiscales provenant en particulier des péages d'autoroutes et du stationnement payant sur la voie publique.

En 2004, les recettes fiscales liées à l'automobile s'établissaient à près de 40 milliards d'euros, chiffre à rapporter aux quelque 261,5 milliards d'euros de recettes fiscales nettes avant prélèvement des collectivités locales et des communautés européennes.

Tableau 6 : Part de la TIPP dans le budget général de l'État

Recettes nettes du budget général			
			Milliards d'euros
	2004*	2005*	2005/04*
			%
Impôt sur le revenu	53,5	55,0	2,9
Impôts sur les sociétés**	37,2	42,6	14,4
Taxe intérieure sur les produits pétroliers	20,3	20,2	-0,1
Taxe sur la valeur ajoutée**	120,5	127,3	5,6
Autres recettes fiscales	30,0	27,0	-10,0
Recettes fiscales nettes	261,5	272,1	4,1
Recettes non fiscales nettes	36,0	35,6	-1,1
Prélèvements sur recettes	-60,8	-62,3	2,5
<i>Soit : au profit des collectivités locales</i>	<i>-45,4</i>	<i>-45,7</i>	<i>0,8</i>
<i>au profit des Communautés européennes</i>	<i>-15,4</i>	<i>-16,6</i>	<i>7,6</i>
Recettes totales nettes	236,7	245,5	3,7
* Loi de finances révisée pour 2004 et projet de loi de finances pour 2005. ** Produits nets des restitutions, des remboursements et dégrèvements.			

Source : ministère de l'Économie des finances et de l'industrie

Tableau 7 : Produits des taxes spécifiques et redevances sur l'automobile

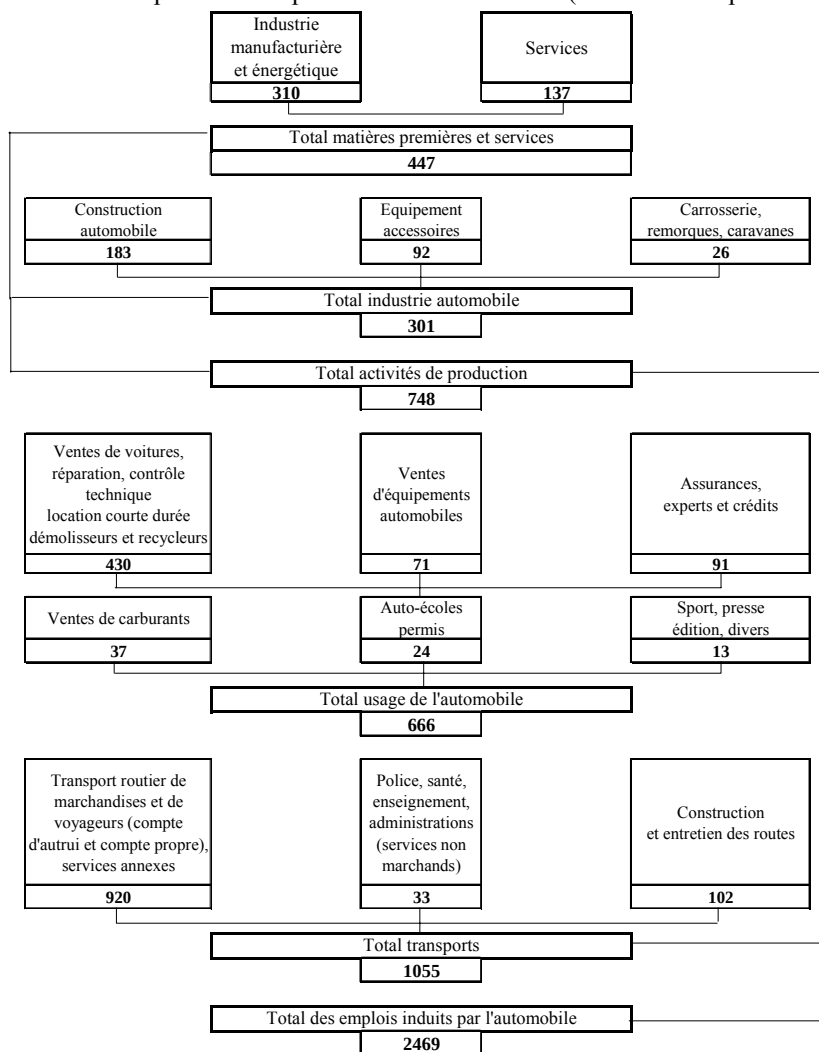
En millions d'euros	1980	1990	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Les taxes sur les produits pétroliers à usage routiers (y compris la TVA)	9 078	21 335	29 450	30 630	30 557	30 111	30 341	31 531
Les taxes sur les assurances automobiles	478	2 780	3 350	3 429	3 543	3 769	4 083	4 025
Les amendes forfaitaires de la police et de la circulation et condamnations pécuniaires	154	317	707	720	726	485	810	1 076
Les taxes sur certificats d'immatriculations (cartes grises)	157	846	1 313	1 373	1 413	1 503	1 427	1 309
Les taxes sur les voitures de société	199	345	551	644	701	756	827	855
Taxes à l'aménagement du territoire	0	0	381	442	448	470	479	494
Les taxes à l'essieu	59	75	127	223	226	227	184	181
Redevances domaniales	-	30	129	132	137	145	143	149
Les taxes à la circulation (vignettes)	866	1 901	2 065	539	249	205	148	124
Les taxes sur les permis de conduire	88	86	4	4	4	4	4	-
Total	11 079	27 716	38 078	38 136	38 004	37 675	38 446	39 744

De part sa production et ses achats auprès des autres secteurs d'activité, l'industrie automobile génère 750 000 emplois.

Au niveau des activités liées à l'usage de l'automobile, ce sont environ 670 000 emplois qui se rattachent notamment aux secteurs des services liés aux véhicules (vente, réparation, commerce d'équipements automobiles...), des carburants et du recyclage (huiles, démolisseurs, etc.).

Enfin, les transports routiers (voyageurs et marchandises) et leurs infrastructures emploient indirectement plus d'un million de personnes.

Schéma 1 : Emplois induits par l'automobile en 2004 (en milliers de personnes)



Source : SESSI, INSEE.

1.2. Tour des régions de l'activité économique et de l'emploi automobile

Bien qu'incontournables, l'expansion des marchés, l'internationalisation des stratégies et des activités de production ne sauraient pourtant occulter la contribution de l'automobile à la vitalité et à l'aménagement du territoire français qui peut se résumer en deux chiffres : 8 % des effectifs salariés de l'industrie et 18 % des investisseurs. Dans la plupart des régions françaises, la filière automobile joue un rôle majeur en tant qu'employeur, qu'investisseur et en tant que formateur.

Activité et emplois dans la filière automobile :

Les constructeurs français assurent dans certaines régions une présence parfois historique, rejoints par plusieurs de leurs concurrents étrangers ainsi que par un très ample réseau d'équipementiers de distributeurs et de réparateurs. Chacune de ces entreprises contribue à l'emploi et à la croissance économique, du plus petit sous-traitant jusqu'à la grande unité de production, en passant naturellement par les acteurs de la distribution et des services.

Les 490 000 emplois de la distribution et des services de l'automobile sont pour leurs parts répartis de manière plus homogène. En effet, les réseaux de distribution et les commerces liés à l'automobile (garagistes, réparateurs, carrossiers) ainsi que certains services de proximité (stations services, autos écoles) sont situés tant en zones urbaines que rurales et contribuent de ce fait directement au maillage et à l'aménagement de notre territoire national.

En dépit d'une forte tertiarisation, **l'Île-de-France** demeure la première région manufacturière, avec des sites se situant principalement dans les Hauts-de-Seine, les Yvelines et à Paris. La région parisienne concentre à elle seule 18 % des effectifs de l'industrie automobile, et le quart des effectifs de la construction de véhicules. Ce dynamisme est lié à des efforts financiers conséquents de la part des entreprises : avec 2 milliards d'euros, la région a concentré 40 % des investissements réalisés par le secteur, devançant très nettement les autres industries. Renault assure la production de Clio et de Twingo à Flins (5 800 emplois) tandis que PSA Peugeot Citroën produit des 206 à Poissy (8 600 emplois), des C2 et des C3 à Aulnay-sous-Bois (5 400 emplois), son centre technique se situant à Vélizy (4 500 emplois). Globalement, les sites franciliens des constructeurs français emploient environ 32 000 personnes en Île-de-France sur les 45 000 du secteur. Les équipementiers étant présents comme R. Bosch à Drancy (1 200 emplois) ou à Rambouillet avec Siemens VDO automotive (900 emplois par exemple). Le secteur de la distribution et des services automobile représente en Île-de-France plus de 13 000 entreprises et 82 000 emplois.

Au cours de ces dernières années, la région **Nord-Pas-de-Calais** est passée au rang de deuxième région productrice de véhicules. Le secteur automobile y est de loin le premier employeur (28 000 emplois) et le premier investisseur (un quart de l'ensemble de l'industrie). Renault, qui produit des Mégane et des

Scénic II à Douai (6 000 emplois) ainsi que des Kangoo à Maubeuge (3 000 emplois), joue à cet égard un rôle majeur. La Française de mécanique, société conjointe entre PSA Peugeot Citroën et Renault, produit quelque 2 millions de moteurs par an destinés à leurs véhicules respectifs. La Sevelnord, formée entre PSA Peugeot Citroën (50 %) et Fiat Auto (50 %), produit quant à elle des monospaces et des utilitaires à Hordain, près de Valenciennes depuis 1994. En outre, l'arrivée récente de Toyota à Onnaing, près de Valenciennes, qui y produit la Yaris depuis 2001 ainsi que des moteurs depuis 2002, a également contribué au dynamisme industriel de la région, avec un site employant quelques 1 500 emplois. Ces implantations constituent une source d'activité importante pour de nombreuses sociétés, que ce soit notamment dans le verre ou la plasturgie. L'équipement automobile pour sa part est fortement implanté en production comme, par exemple, Favi (500 emplois) près d'Abbeville. La branche distribution et services de l'automobile représente 25 573 emplois et 4 466 entreprises dans le Nord-Pas-de-Calais.

De même, la construction automobile constitue l'activité prédominante de l'économie de la **Franche-Comté**. Elle représente le quart des investissements manufacturiers de la région, qui occupe ainsi la deuxième place dans ce domaine après l'Île-de-France. Les activités sont concentrées dans le nord de la région, non loin de l'Alsace. Les 61 entreprises de la filière automobile dans la région s'en sont d'ailleurs rapprochées pour constituer un pôle automobile « et.7(r)-rla .7434e 1-1.9(-d de la rtln77())TJf u)-5 ude

L'industrie en **Haute-Normandie** s'appuie largement sur le dynamisme de l'automobile, qui représente 35 % des effectifs et 10 % des investissements. Comparativement aux autres régions françaises, la Haute-Normandie a la particularité de voir ses effectifs industriels se concentrer dans des établissements de grande ampleur. C'est le cas de Renault, premier employeur industriel, qui dispose de deux sites majeurs en Seine Maritime, à proximité du port du Havre : celui de Sandouville (Laguna, Espace, VelSatis : 6 100 emplois) et celui de Cléon (moteurs, boîtes de vitesses ; 4 800 emplois). Cette implantation de Renault a entraîné la constitution d'un vaste pôle d'équipementiers animé par Autoliv (1 200 emplois) ou Metzeler (1 000 emplois). Le secteur de la distribution et des services automobile compte près de 13 000 emplois et 2 300 entreprises dans cette région.

L'**Alsace** est à la fois l'une des trois régions les plus industrialisées de France mais aussi la moins touchée par le chômage (6,6 % fin 2002). L'ampleur croissante du travail transfrontalier n'y est sans doute pas étrangère, mais ces bons résultats sont avant tout à mettre à l'actif d'un tissu industriel dynamique, au sein duquel l'automobile occupe une place de choix : 300 sociétés, 40 000 emplois, 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires. À lui seul, le groupe PSA Peugeot Citroën assure près d'un tiers de ces emplois (14 000 emplois, dont 11 750 pour le seul site de Mulhouse) et conforte ainsi sa place de premier employeur de la région. La proximité de la Franche-Comté a en outre permis la constitution d'un véritable pôle automobile transrégional, dont PSA, accompagné par plusieurs équipementiers, est le principal acteur. Parmi ces derniers, citons Johnson Controls (1 500 emplois) et Behr (1 200 emplois).

Le dynamisme de la région a par ailleurs permis l'arrivée de plusieurs groupes automobiles étrangers tel que Daimler-Chrysler qui dispose à Molsheim, non loin de son usine allemande de Wörth, d'un centre d'adaptation de poids lourds (400 emplois).

Mais l'Alsace est aussi la première région en termes d'exportations par habitant (12 646 euros en 2002). L'industrie automobile y contribue de manière significative, en arrivant à la deuxième place après les biens intermédiaires. Par ailleurs, le secteur a investi quelques 250 millions d'euros en Alsace en 2001. La distribution et les services automobile représentent en Alsace, 13 600 emplois et 2 300 entreprises.

L'industrialisation relativement récente et rapide de la **Bretagne** doit beaucoup au dynamisme de la construction automobile, très présente depuis les années soixante, et qui assure aujourd'hui 17 000 emplois dont plus de la moitié au sein de PSA Peugeot Citroën. Son usine de Chartres de Bretagne, près de Rennes, accélère aujourd'hui son expansion en s'appuyant sur la production de véhicules gamme moyenne supérieure. (Citroën C5 et Peugeot 407). À proximité de PSA, de nombreux équipementiers de premier rang assurent également une présence active. Il s'agit notamment de Faurecia de Plastic Omnium ou encore de Visteon et Sanden, implantés en Ille et Vilaine depuis les années quatre-vingt.

Au final, les effectifs de l'industrie automobile dominent largement l'économie bretonne. Dans cette région, la distribution et les services automobile comptent 21 300 emplois et plus de 4 000 entreprises.

L'automobile en **Lorraine**, a pris le relais, dès les années quatre-vingt, d'anciens fleurons locaux tels que la sidérurgie ou l'exploitation de minerais. Elle est aujourd'hui le premier investisseur industriel grâce aux constructeurs mais aussi aux équipementiers. Renault est présent en Meurthe et Moselle par l'intermédiaire de sa filiale Sovab qui produit à Batilly les fourgons Master et Mascott avec quelques 2 700 emplois. La Société mécanique automobile de l'Est (S.M.A.E) implantée en Moselle, à quelques kilomètres de l'Allemagne, produit des moteurs et des transmissions et emploie 6 000 personnes. Le groupe Daimler-Chrysler a lui aussi choisi la proche Lorraine pour produire des Smart à

Les équipementiers automobiles forment, de loin, le premier investisseur industriel de **Poitou-Charentes**. Le paysage est composé de nombreuses petites et moyennes entreprises (dont les trois quart emploient moins de cinquante emplois). Ces entreprises exercent en grande partie dans la sous-traitance, notamment automobile.

À Cerizay (Deux-Sèvres), le groupe Heuliez assemble pour de nombreux constructeurs, français et étrangers, des véhicules de niche, des dérivés ou des pièces de carrosserie (Saxo et 106 électriques, toit-coffre de la Peugeot 206 CC par exemple). Ces activités occupent 1 200 emplois. Dans la Vienne, on retrouve Valeo à Châtellerault (900 emplois), Michelin à Poitiers (700), tandis que Delphi produit de son côté des systèmes pour moteurs diesel en Charente-Maritime (700 emplois). Dans cette région, la distribution et les services automobile comptent près de 14 000 emplois et près de 3 000 entreprises.

En **Aquitaine**, l'équipement automobile constitue le quatrième investisseur (avec 72,5 millions d'euros) et un employeur non négligeable : la société conjointe Gretag Ford, produit plus d'un million de transmissions par an à Blanquefort en Gironde (2 800 emplois). La distribution et les services automobile représentent près de 25 000 emplois et plus de 5 600 entreprises.

En **Midi-Pyrénées**, où dominent d'autres secteurs de pointe tels que l'aéronautique, l'industrie automobile tire son épingle du jeu. Le textile technique pour l'automobile constitue une activité importante, grâce à Siemens VDO présent sur trois sites et employant au total 2 200 personnes. À Rodez, 2 100 emplois assurent la fabrication d'équipements de moteurs pour Bosch. Le département de l'Aveyron, pourtant à forte tradition agricole, est de ce fait dominé par le secteur de l'équipement automobile, qui devance l'industrie laitière sur le plan de l'équipement. Dans la région Midi-Pyrénées, la distribution et les services automobiles représentent près de 19 500 emplois et près de 5 000 entreprises.

Les équipementiers occupent en **Picardie**, la troisième position en termes d'emplois et d'investissements. De grands noms du secteur y ont élu domicile, notamment dans l'Oise : c'est le cas de Faurecia qui produit des équipements intérieurs (1 400 emplois), de Valeo qui produit des systèmes de transmission à Amiens (1 000 emplois), ou de Bosch qui produit des systèmes de freinage à Beauvais (800 emplois). Trois manufacturiers de pneumatiques ont eux aussi jeté leur dévolu sur la Picardie : on y retrouve en effet Goodyear (1 600 emplois), Continental (1 100) et Dunlop (800). En Picardie, la distribution et les services automobiles comptent 14 500 emplois et près de 2 400 entreprises.

En **Auvergne**, la transformation du caoutchouc et le secteur du pneumatique constituent le cœur de l'activité, par ailleurs peu industrialisée mais imprégnée par la présence historique de Michelin (11 établissements, environ 15 000 emplois dans la région dont 14 000 à Clermont-Ferrand). Son concurrent Dunlop emploie pour sa part 940 emplois à Montluçon. La région compte

10 000 emplois et 2 500 entreprises dans le secteur de la distribution et des services de l'automobile.

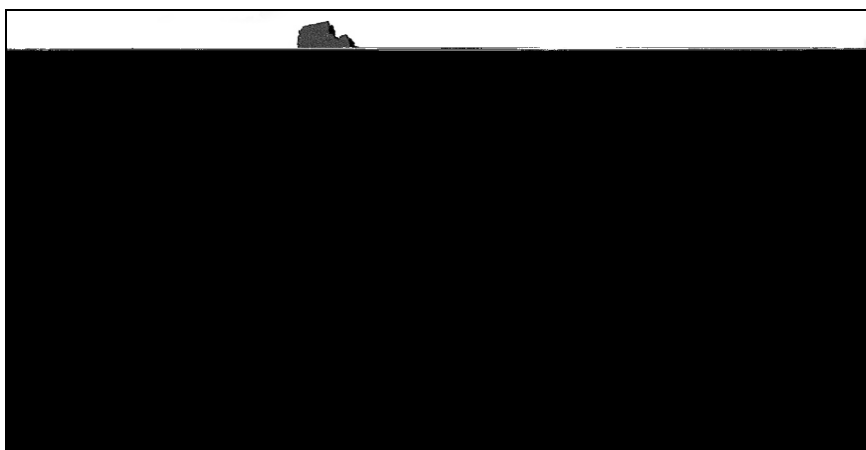
Tableau 8 : Répartition des effectifs dans la construction automobile

Répartition Territoriale <i>(des effectifs salariés 2001-2003)</i>	Secteur		Tous secteurs	
	%	Cumul	%	Cumul
<i>Part des principales régions :</i>				
Île-de-France	34,5 %	34,5 %	24,8 %	24,8 %
Nord Pas de Calais	13,2 %	47,7 %	6,2 %	31,0 %
Franche Comte	13,0 %	60,7 %	1,8 %	32,8 %
Alsace	8,1 %	68,8 %	3,3 %	36,1 %
Rhône Alpes	6,1 %	74,8 %	10,7 %	46,8 %
Bretagne	6,0 %	80,8 %	4,4 %	51,2 %

Source : UNEDIC, statistique France métropolitaine au 31 décembre. Emploi au lieu de travail. Exploitation Céreq.

Champ : salariés assujettis au régime des ASSEDIC (sont exclus en particulier les non salariés et les salariés de la fonction publique).

Carte 1 : Carte des régions, effectifs salariés chez les constructeurs 2002-2004



Source : UNEDIC, statistique France métropolitaine au 31 décembre. Emploi au lieu de travail. Exploitation Céreq.

Champ : salariés assujettis au régime des ASSEDIC (sont exclus en particulier les non salariés et les salariés de la fonction publique).

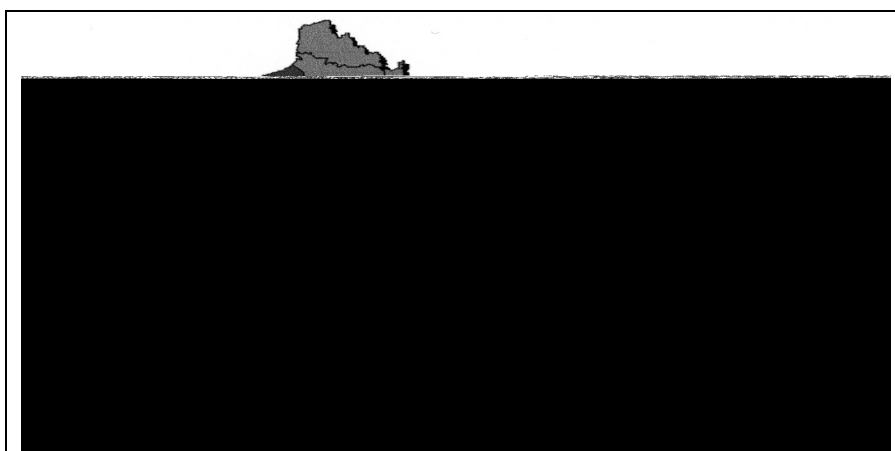
Tableau 9 : Répartition des effectifs dans l'industrie équipementière

Répartition Territoriale <i>(des effectifs salariés 2001-2003)</i>	Secteur		Tous secteurs	
	%	Cumul	%	Cumul
<i>Part des principales régions :</i>				
Lorraine	11,3 %	11,3 %	3,4 %	3,4 %
Rhône Alpes	9,2 %	20,5 %	10,7 %	14,1 %
Centre	8,5 %	29,1 %	3,9 %	18,0 %
Haute Normandie	7,9 %	37,0 %	2,9 %	20,9 %
Pays de Loire	6,9 %	43,9 %	5,7 %	26,6 %
Ile-de-France	6,5 %	50,4 %	24,8 %	51,4 %

Source : UNEDIC, statistique France métropolitaine au 31 décembre. Emploi au lieu de travail. Exploitation Céreq.

Champ : salariés assujettis au régime des ASSEDIC (sont exclus en particulier les non salariés et les salariés de la fonction publique).

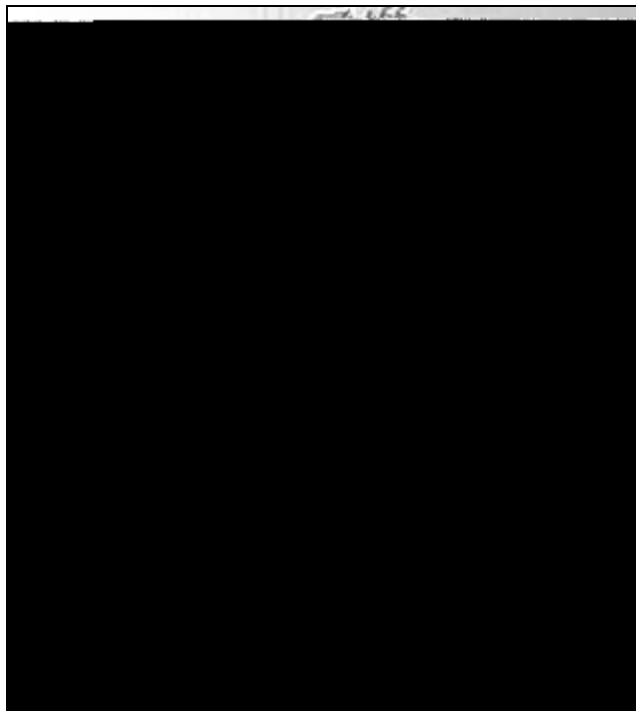
Carte 2 : Carte des régions, effectifs salariés chez les équipementiers 2002-2004



Source : UNEDIC, statistique France métropolitaine au 31 décembre. Emploi au lieu de travail. Exploitation Céreq.

Champ : salariés assujettis au régime des ASSEDIC (sont exclus en particulier les non salariés et les salariés de la fonction publique).

Carte 3 : Nombre d'entreprises et de salariés
dans la distribution et les services automobiles



Source : INSEE sirene 2004 et DADS 2002.

2. Chiffres clés de la construction automobile française

2.1. Le poids économique de la construction automobile

Le secteur de la construction automobile génère en France un chiffre d'affaires de 88 milliards d'euros, soit 14 % du chiffre d'affaires de l'industrie. Une voiture sur quatre fabriquée par un constructeur français est vendue en France. Mais l'activité est dynamisée par le poids important des exportations. Un véhicule sur quatre est de marque française en Europe, un sur dix dans le monde.

Le chiffre d'affaires annuel du groupe PSA est de 56,7 milliards d'euros, celui de Renault est pour sa part de 40,7 milliards d'euros. Le groupe PSA est deuxième constructeur européen et le septième dans le monde. Outre la construction automobile au sens strict, ces chiffres d'affaires intègrent également les activités de services et de transports directement liés à la construction des véhicules.

Depuis 1997, la production de ces deux grands groupes nationaux, qui représentent actuellement 9,3 % de la production mondiale, a progressé de près de 50 % dans le monde et de 30 % en France. Les exportations ont pour leur part progressé de 50 %.

En 2004, ces deux groupes ont produit 5,9 millions de véhicules dont 55 % sur le territoire national.

Toutefois une baisse de production de plus de 10 % est constatée depuis 2005 par rapport à ces chiffres.

Tableau 10 : Les constructeurs français en 2004

	Unités	PSA Peugeot Citroën						Renault	
Chiffre d'affaires	En millions d'euros	56 797						40 715	
dont Europe	En millions d'euros	49 767						35 642	
dont hors Europe	En millions d'euros	7 030						5 073	
Investissements	En millions d'euros	2 931						3 016	
Résultats nets	En millions d'euros	1 357						3 551	
Effectifs (au 31/12)	(nombre de	207 200						130 573	
		<i>Activité automobile : Peugeot et Citroën</i>	<i>Équipement automobile : Faurecia</i>	<i>Transport : Gefco</i>	<i>Financement : PSA Finance</i>	<i>Autres</i>	<i>Eliminations</i>	<i>Branche automobile</i>	<i>Branche financière</i>
Chiffre d'affaires	En millions d'euros	45 791	10 720	2 894	1 741	899	-5 248	38 645	2 070
Marge opérationnelle	En millions d'euros	1 126	366	156	512	22		1 974	444
Investissements	En millions d'euros	2 470	372	64	11	14		2 823	193
Effectifs (au 31/12)	unités	139 000	54 400	8 800	2 400	2 600		127 384	3 189

Source : rapport d'activité, PSA Peugeot Citroën - Renault.

2.2. L'emploi dans la construction automobile

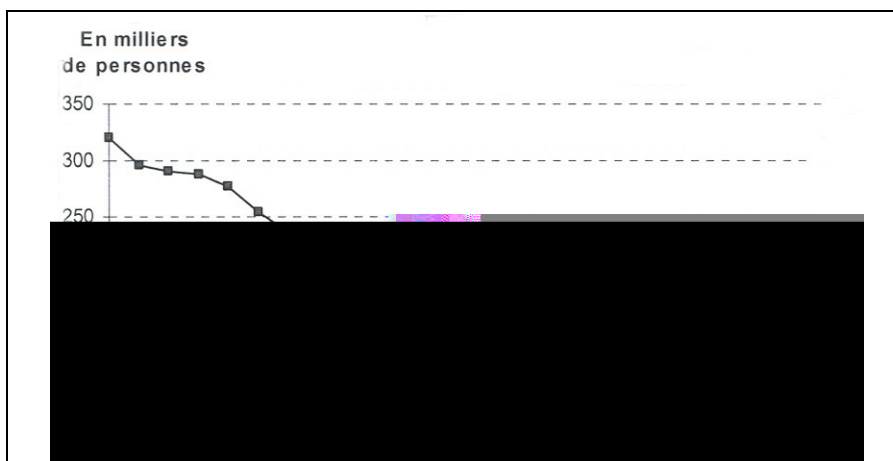
Sur le plan international, les groupes PSA et Renault, employaient en 2004 respectivement 207 200 et 130 573 salariés, totalisant environ 337 773 personnes.

En France, PSA emploie 124 700 personnes et Renault 76 300 soit un total de 201 000 personnes.

La notion de groupe comprend notamment les filiales financières, la production de véhicules industriels et des équipements mécaniques.

En ce qui concerne la construction automobile au sens strict, les effectifs sont évalués à 266 384 salariés.

Graphique 1 : Effectifs de la construction automobile



(1) Source CCFA

Les entreprises de la construction automobile embauchent : En 6 ans, le groupe PSA a embauché 100 000 personnes en CDI dans le monde, dont 50 000 en France. Outre les remplacements de départs, le groupe a procédé à la création nette de 30 000 emplois dont 10 000 en France.

Malgré un dynamisme économique certain, la construction automobile connaît une baisse régulière de ses effectifs depuis 25 ans. Deux facteurs principaux permettent d'éclairer cette évolution : Tout d'abord, les constructeurs externalisent la fabrication de certaines de leurs pièces chez les équipementiers. Ils se recentrent ainsi sur leur activité de base : l'assemblage des véhicules ; par ailleurs, cette baisse s'explique également par la modernisation des centres de production. En effet, les chaînes de montages nécessitent de moins en moins la présence d'ouvriers spécialisés. Il y a donc chez les constructeurs moins d'emplois mais ces derniers sont en revanche plus qualifiés.

3. Chiffres clés de l'industrie équipementière française et de ses sous-traitants

3.1. Le poids économique de l'industrie équipementière française

a) Les équipementiers

Parmi les équipementiers, on distingue plusieurs niveaux d'entreprises :

- Les équipementiers de « rang 1 » constituent des partenaires privilégiés pour les constructeurs automobiles. En effet, leur activité est exclusivement consacrée à la fabrication d'équipements destinés aux véhicules. Ils jouent un rôle essentiel au sein de la filière économique

française. Ils occupent aujourd'hui le quatrième rang mondial et le deuxième rang européen.

L'industrie française de l'équipement automobile est constituée par 300 entreprises qui génèrent chaque année un chiffre d'affaires de 28,8 milliards d'euros.

Elle est entraînée par le dynamisme des deux constructeurs nationaux PSA et Renault. En cinq ans, la production industrielle des équipementiers a augmenté d'environ 10 %.

- Les équipementiers de « rang 2 » regroupent des entreprises de taille et de positionnement très variés, à savoir des équipementiers, des fournisseurs de sous ensembles, des sous traitants de spécialité et de capacité dans des secteurs d'activité aux dynamiques variées. À l'exception de l'électronique peu dépendante jusqu'à présent du secteur automobile, la grande majorité du secteur de la sous-traitance ont pour premier client l'automobile.

L'industrie équipementière fournit deux grands marchés : la première monte et la rechange.

Le marché de première monte est cyclique, et dépend de la croissance du marché de l'automobile. Les premiers clients sont les constructeurs. Cette activité de la première monte domine à 85 % le marché grâce à la logique industrielle des constructeurs, qui consiste à externaliser certaines activités intégrées mais également à augmenter les équipements de série et les options d'origine proposées sur les véhicules. Les ventes de première monte ont atteint 20,8 milliards d'euros en 2004.

A contrario, le marché de la rechange, stabilisé à 15 %, s'adresse aux réseaux de distribution automobile. Malgré l'augmentation du nombre de véhicules en circulation, la croissance de ce marché est freinée par l'allongement de durée de vie et la fiabilité des équipements montés sur les nouveaux véhicules. Les ventes aux clients de la rechange progressent néanmoins et représentent un montant total de 3,7 milliards d'euros pour 2004.

b) Les différents fournisseurs de l'automobile

La construction automobile entraîne le secteur des équipementiers et des autres fournisseurs dont l'activité n'est pas forcément exclusivement consacrée à l'automobile comme c'est le cas pour les équipementiers de rang 1, tels que la plasturgie, le caoutchouc industriel, la fonderie, les services industriels des métaux.

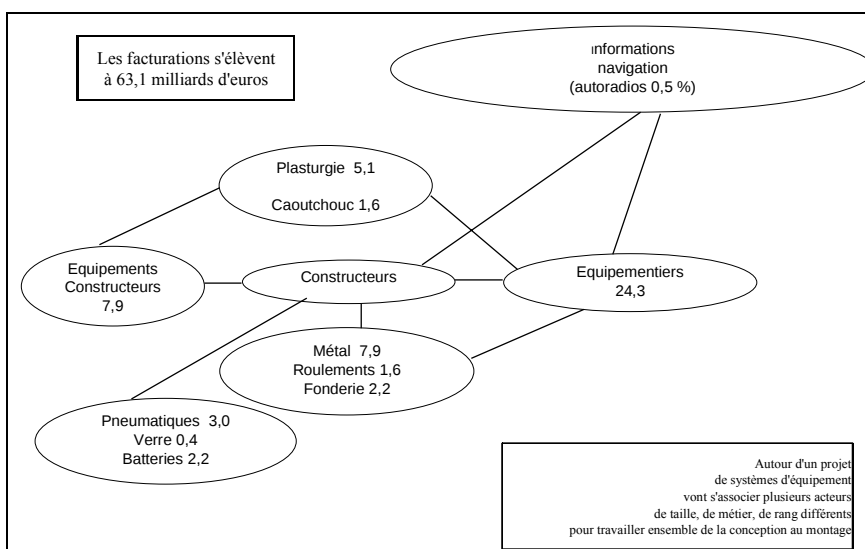
La plasturgie automobile compte 220 entreprises et travaillent sur des applications qui se sont substituées à d'autres matériaux dans la carrosserie et l'habitacle, afin d'alléger les véhicules pour réduire les rejets de polluants. Désormais, les plastiques à haute performance, par leur tenue en température et leur adaptation aux formes complexes dans un espace limité, investissent l'environnement moteur. De plus, des développements s'opèrent également dans de nouveau secteur tel que les liaisons au sol. Dans les programmes de recherche l'accent est mis par les plasturgistes sur la sécurité et l'absorption des chocs.

L'automobile est le premier client du caoutchouc industriel avec près de 50 % des débouchés en volume et en valeur. Un véhicule de moyenne gamme est constitué avec 1 300 pièces en caoutchouc pour un poids total de 35 kg, équivalent à celui des pneumatiques. Parmi les producteurs de grands groupes industriels développent des produits spécifiques comme les anti-vibrateurs qui les positionnent sur le module très concurrentiel des liaisons au sol.

Les services du travail des métaux (traitement thermique et revêtement, décolletage, mécanique industrielle, forgeage, estampage, matriçage, découpage et emboutissage, métallurgie des poudres) sont très atomisés et les PME sont très largement majoritaires (seules 24 entreprises sur 2 200 emploient plus de 500 personnes). Ces entreprises travaillent à plus de 80 % en sous-traitance ce qui les a conduits à adopter une double mutation dans la dernière décennie du XX^e siècle : d'une part, une politique d'alliance avec des entreprises de métier équivalent pour répondre aux exigences de taille critique, d'autre part, la recherche d'acteurs exerçant des métiers complémentaires pour pouvoir fournir des sous ensembles ou une palette de services plus importante. Les implantations des chefs de file dans les PECO, les tensions sur les prix des matières premières sont autant de contraintes nouvelles que ces professions doivent affronter.

En 2004, le chiffre d'affaires cumulé des fournisseurs de l'automobile a atteint 50,6 milliards d'euros. Ces derniers réalisent aujourd'hui en moyenne 75 % du prix de revient de fabrication d'une automobile, le reste correspondant aux opérations d'assemblage. 70 à 80 % du coût global de la fabrication d'un véhicule est assuré par les prestations des fournisseurs externes.

Schéma 2 : Organigramme de la filière



Source : SESSI

3.2. L'emploi chez les fournisseurs de l'automobile

La construction automobile génère la totalité des emplois chez les équipementiers automobile et une partie des emplois dans d'autres secteurs tels que le textile ou la métallurgie.

- Les emplois directs de l'industrie équipementière

Les constructeurs automobiles se sont progressivement recentrés sur leur cœur de métier, c'est à dire sur l'assemblage final du véhicule et la fabrication des moteurs et des boîtes de vitesse, tout en restant responsables de la conception des nouveaux véhicules et de leur commercialisation. Dans le cadre de cette stratégie d'externalisation et de la croissance du marché, les effectifs des équipementiers ont augmenté à partir de 1993 et jusqu'au début des années 2000.

Les équipementiers sont implantés à proximité des usines des constructeurs et ont développé leurs effectifs en employant une main d'œuvre jeune et qualifiée. Le recours à l'intérim s'est fortement accentué puisqu'il atteignait en 2003, 13 % des effectifs.

L'industrie équipementière emploie 130 000 personnes, principalement dans de grands groupes internationaux tels que Bosch ou Valeo. La France est ainsi un pays important pour Valeo puisqu'avec 2,3 milliards d'euros, cette entreprise y fait 23 % de son chiffre d'affaires. Valeo possède 31 sites de production en France et 29 % de ses effectifs. 42 % des ingénieurs de Valeo sont en France et 40 % de la R&D de Valeo est installée en France.

Dans l'industrie équipementière, les entreprises de plus de 500 salariés emploient près des trois quarts des effectifs et sont à l'origine de 74 % du chiffre d'affaire et de 81 % des exportations. Les 323 entreprises de moins de 20 salariés n'emploient que 1,6 % des effectifs de l'ensemble du secteur.

À l'image de ce qui se passe chez les constructeurs, les équipementiers emploient de moins en moins d'ouvriers et recrutent aujourd'hui davantage de formations qualifiées. La proportion d'ouvriers est ainsi passée de 89 323 en 1985 à 82 446 en 2004. En revanche, le nombre de cadre a pour sa part augmenté : la branche comptait 34 073 cadres en 1985, elle en compte 44 333 aujourd'hui.

Dans cinq régions, plus de 10 000 personnes exercent leur activité professionnelle chez un équipementier automobile : C'est le cas de l'Île-de-France, le Centre, la Lorraine, les Pays-de-la-Loire et Rhône-Alpes qui concentrent ainsi 45 % des effectifs.

- Les emplois des autres fournisseurs et sous-traitants

On estime à 185 000 personnes les effectifs employés par les autres secteurs fournisseurs de l'automobile comme la mécanique, le caoutchouc, le pneumatique, la plasturgie, l'électricité-électronique, la fonderie, le verre... On pourrait également mentionner le textile puisqu'un véhicule comporte en moyenne 20 kilos de textiles techniques.

Il est difficile d'évaluer précisément les emplois liés aux marchés automobiles, l'activité des entreprises de ces secteurs ne leur étant pas exclusivement consacrée. Cependant, pour beaucoup d'entre elles, les fournitures aux constructeurs français sont vitales, comme le montre le tableau suivant.

Tableau 11 : Les emplois induits par la construction automobile dans les secteurs fournisseurs

Activité	Effectif employé
Services industriels du travail des métaux	65 000
Roulements	6 000
Fonderie	20 000
Caoutchouc	17 000
Plastique	42 000
Fiev (équipementiers)	130 000
Pneumatiques	27 000
Verre	3 000
Autres (batteries, autoradios)	5 000
TOTAL	315 000

Source : INSEE, 2004

4. Chiffres clés du commerce et des services de l'automobile en France

a) Le poids économique du commerce et des services de l'automobile en France

- Le poids économique et social

Le secteur de la distribution et des services de l'automobile comprend 98 000 entreprises, en majorité des PME, qui emploient 490 000 salariés et réalisent un chiffre d'affaires de 114 milliards d'euros pour le commerce et la réparation automobile, soit, fait notable, un chiffre quasi équivalent à celui de l'industrie automobile et de l'ensemble de ses sous-traitants.

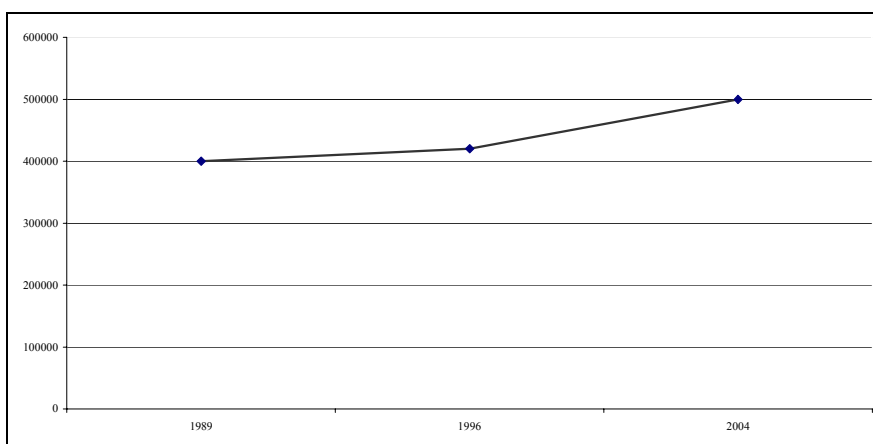
- La distribution automobile

Outre ses 14 700 « garages de proximité », l'hexagone compte près de 3 700 concessionnaires. Au total, 2,4 millions de véhicules neufs et 5,3 millions de véhicules d'occasion ont été vendus en 2005. La distribution automobile a généré en 2004 un chiffre d'affaires de 80 milliards d'euros, en hausse de près de 5 % par rapport à 2003.

- Les services automobiles

Les services liés à l'automobile sont particulièrement diversifiés et vont du contrôle technique (17 millions de contrôles réalisés) au recyclage (plus d'un million de véhicules hors d'usage éliminés chaque année), en passant par l'entretien ou la réparation, la distribution de carburants (52 millions de m3 de gasoil et d'essence vendus), la formation des conducteurs (877 684 candidats reçus) et la location de véhicules courte durée (7,11 millions de locations effectuées à 2,4 millions d'utilisateurs français). Au total, ces activités interviennent sur un parc automobile de 35 millions de véhicules.

Graphique 2 : Progression de l'emploi dans la distribution et les services de l'automobile



Source : CNPA

Tableau 12 : L'emploi dans la branche distribution et services de l'automobile

	Entreprises	Salariés
Commerce, réparation automobile (1)	61207	335 894
Station service	13823	50000
Auto-école	9072	15224
Commerce, réparation cycles et motos	5754	14515
Commerce d'équipement automobile	3527	20033
Contrôle technique	1308	14964
Démolition	1295	7288
Location automobile courte et longue durée	2053	15624
Gestion de parc automobile	310	16572
Nettoyage	125	444
Total Branche	98474	490 558

Source : CNPA/INSEE/CPDP

(1) Concerne uniquement les NAF 501Z (commerce de véhicules automobiles), 502Z (entretien et réparation de véhicules automobiles) et 342A (fabrication de carrosserie, exclusivement si l'entreprise effectue de la réparation de voiture)

C - UNE DISTRIBUTION ET DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE EN ÉVOLUTION CONSTANTE

Le secteur de la distribution et des services de l'automobile est relativement méconnu alors qu'il constitue un vivier d'emplois répartis sur tout le territoire national. Sur le plan économique et social, il est intéressant de constater que le poids de la distribution et des services est équivalent à celui de l'industrie automobile.

Par de nombreux aspects, les acteurs de la distribution et des services de l'automobile sont devenus bien plus que des commerçants « ordinaires » : ils constituent le lien entre une industrie fortement innovante et un marché exigeant et ultra concurrentiel, et assure la complémentarité de nombreux métiers du début à la fin des véhicules, en passant par le financement, la mise à la route, l'immatriculation, la reprise de l'ancien véhicule, etc.

1. La distribution automobile

1.1. Organisation et structure du réseau de distribution

a) Définition du réseau de distribution

Le système de la distribution automobile traduit la relation particulière qui lie les marques et leur clientèle à travers un produit aux caractéristiques uniques. L'automobile, en effet, n'est pas un produit comme les autres, ni pour le consommateur qui l'acquiert, ni pour la marque qui la fabrique, ni pour le réseau qui la distribue, ni pour les professionnels qui l'entretiennent et la réparent.

Pour le consommateur, l'achat d'une automobile n'est pas un acte banal. Au plan économique d'abord, car son coût unitaire représente une somme importante dans le budget d'un ménage. Au plan de l'usage ensuite, car acquérir une automobile, c'est se donner les moyens d'une mobilité choisie, pour plusieurs années, avec l'exigence que l'agrément, l'utilité et la sécurité correspondantes se maintiennent dans le temps.

D'où le développement des réseaux de marque qui se sont progressivement structurés au lendemain de la seconde guerre mondiale. Pour la marque, sa réputation, son image se construisent sur des produits dont la conception répond au plus près des attentes de la clientèle, et dont les caractéristiques témoignent des valeurs que recherche le consommateur. Pour nourrir cette image, la compétence d'un réseau qualifié s'est avérée indispensable : c'est lui qui construit la satisfaction du client, qui le fidélise et qui transforme l'acte d'achat en lien durable.

Par rapport aux règles juridiques progressivement mises en place par le traité de Rome en 1957, puis par les différents régimes d'exemption qui ont été instaurés à partir du début des années 80 en Europe, il convient de remarquer que les constructeurs n'ont jamais été réglementairement obligés de distribuer leurs véhicules par l'intermédiaire d'un réseau de marque. Les règlements d'exemption communautaire qui se sont succédés depuis 1985 (voir infra) n'ont pas eu pour vocation d'imposer la mise en place de réseaux de marque. Ces textes se contentent d'autoriser les constructeurs à recourir à un tel système s'ils le souhaitent. Ils ne déterminent qu'un cadre d'exemption à la disposition des constructeurs qui sont donc restés libres de l'utiliser ou non.

Les constructeurs ont traditionnellement choisi la solution du réseau de marque pour distribuer leurs véhicules. En recourant à une distribution en réseaux, les constructeurs poursuivent trois objectifs principaux :

- la réduction des coûts de distribution : seule une concentration des livraisons et de l'ensemble des relations commerciales nécessaires à la distribution des produits sur un nombre d'opérateurs répartis dans des conditions territorialement cohérentes permet un maillage du territoire avec un coût de distribution réduit au minimum. Il faut noter que les réseaux assurent la vente des véhicules pendant toute leur

durée de vie. Ils ne se contentent pas de vendre ceux qui se vendent le mieux, mais se mettent en capacité de répondre aux demandes même les plus rares. Dans les années 50, les constructeurs proposaient de 3 à 4 modèles de voitures, contre 8 familles et environ 200 modèles aujourd'hui ;

- l'homogénéisation de l'image de la marque et des services qui y sont attachés aux yeux des consommateurs : le constructeur peut ainsi imposer au professionnel qui va distribuer ses véhicules un niveau très élevé de connaissance, de maîtrise du produit pour s'assurer de sa capacité à conseiller efficacement le consommateur ;
- la sécurité : les réseaux, notamment du point de vue du lien entre la vente et l'après-vente, constituent une garantie de traçabilité du produit. Le cas extrême des opérations de rappel fait apparaître encore davantage la nécessité d'une couverture géographique homogène grâce à un réseau de marque bien équipé et structuré.

b) Organisation traditionnelle des réseaux de vente et d'après vente

- Le réseau « primaire »

Le réseau dit « primaire » est constitué de concessions, de succursales et de filiales.

- Les concessions

Ce sont des entreprises juridiquement indépendantes liées par un contrat de concession avec le concédant (terme générique pour constructeur et importateur). Les concessions constituent l'un des acteurs du réseau primaire dont l'activité principale est la vente et la maintenance des véhicules qu'elles achètent aux concédants et revendent à leur propre compte. Les concessions sont aussi grossistes en pièces d'origine de la marque du constructeur qu'elles revendent (à concurrence d'environ 50 %) à leurs agents et aux réparateurs indépendants.

- Les succursales et les filiales

Les succursales et les filiales sont des entreprises dont l'activité est identique à celle d'une concession : la vente et la maintenance des véhicules. Le constructeur détient 100 % du capital des succursales. Elles constituent donc des établissements commerciaux créés par le constructeur et ne disposant à ce titre d'aucune autonomie juridique ou économique. Les filiales sont des sociétés détenues à plus de 50 % par le constructeur. Depuis 2000, l'ensemble des constructeurs français filialise leur réseau de succursales. Seuls les importateurs possèdent encore des succursales. Généralement les succursales et les filiales sont présentes dans les zones urbaines du territoire français. Le plus grand réseau de marque de succursales et de filiales en France est REAgroup qui emploie 9 500 salariés. Ce réseau, anciennement appelé Renault France automobiles (RFA) est en charge de la commercialisation des marques Renault, Nissan et Dacia dans les grandes villes d'Europe. Avec 23 % des ventes du réseau Renault

en Europe, REAgroup est le premier groupe de distribution automobile en Europe.

- Le réseau « secondaire »

Les agents de marque constituent le réseau secondaire. Ce sont des entreprises juridiquement indépendantes liées à un concessionnaire, ou plus rarement au constructeur ou à l'importateur. Ce sont les correspondants des concessionnaires pour commercialiser, assurer le service après-vente et l'entretien. Il existe trois catégories d'agents de marque qui correspondent à trois catégories de contrat :

- les agents revendeurs achètent les véhicules à leurs concessionnaires pour les revendre au consommateur et négocient la reprise de l'ancien véhicule. En étant propriétaires de leur stock les revendeurs sont donc responsables de leur marge ;
- les agents commerciaux sont commissionnés lors de la vente de véhicules pour le compte d'un concessionnaire ou d'une filiale. Les agents commerciaux peuvent être considérés comme des relais d'information ou des intermédiaires entre un client et le vendeur (ce dernier travaillant dans une concession ou une filiale) ;
- les agents services ont pour vocation essentielle d'assurer le service après-vente et la maintenance des véhicules de la marque.

Des établissements appelés relais ou satellite ou encore annexes constituent des lieux de vente délocalisés du siège de la succursale, de la filiale ou de la concession.

- La distribution hors réseau

D'autres acteurs participent au système de distribution hors réseau : les intermédiaires parallèles (mandataires et revendeurs non agréés). Ce sont des entreprises qui n'ont aucun lien contractuel avec les concédants et qui exercent leurs activités de manière autonome en vertu du principe de libre concurrence et de libre entreprise.

- le mandataire est un prestataire qui achète au nom et pour le compte de l'utilisateur final qui l'a mandaté par écrit pour mener à bien et à sa place cette transaction.
- le revendeur non agréé est un commerçant qui achète en son nom et pour son compte et revend à l'utilisateur final. C'est un acheteur revendeur, comme un concessionnaire, excepté le fait qu'il n'est pas lié à une marque.

Cette description traditionnelle de la distribution automobile a été quelque peu modifiée par le règlement d'exemption européen 1400/2002 qui a mis en place un nouveau statut, celui de « réparateur agréé ». Par ce statut, d'anciens réparateurs, qui appartenaient au réseau secondaire peuvent désormais appartenir, s'ils se conforment aux critères définis par les constructeurs, au

réseau primaire, dans la mesure où ils auront un lien direct avec le constructeur qui remplacera celui qu'ils avaient l'habitude d'avoir avec les concessionnaires.

La séparation du lien vente - après vente a en effet créé un double réseau primaire : distributeurs agréés et réparateurs agréés directement rattachés au concédant en lieu et place de la catégorie des concessionnaires telle qu'elle était définie jusqu'en 2002. Avec le règlement 1400/2002, le réseau primaire unique a ainsi laissé la place à un double réseau primaire.

1.2. Répartition des coûts de la distribution automobile

Dans le coût final d'une automobile, la part des frais de distribution a progressivement augmenté depuis le début des années 1990. La part de la distribution pour un constructeur comme Renault représente 36 % du prix de revient d'une automobile. À titre de comparaison, la part de l'achat en composants représente 32 %, celle concernant les coûts de fabrication est de 17 %, et celle liée au frais généraux représente 15 %.

Les coûts liés à la distribution des véhicules, se décomposent pour leurs parts de la manière suivante : les primes et bonus (5 %), la garantie (3 %), la promotion supportée en partie par les concessionnaires (8 %), et le plan de marketing imposé par le constructeur (7 %). La marge moyenne brute du concessionnaire sur la vente d'un modèle neuf est estimée à hauteur de 13 %, soit 36 % de la part consacré à la distribution. Mais il faut ajouter que le résultat d'exploitation des concessionnaires est de 1 % avant impôts.

En moyenne, chez un constructeur généraliste, la part des frais de distribution est passée de 31 % en 1992 à 35 % en 1998 en France. En effet, la production automobile étant aujourd'hui davantage poussée par les constructeurs que tirée par les commandes des consommateurs, il est nécessaire d'accentuer les efforts dans le domaine de la vente des véhicules afin d'assurer une distribution efficace de ces derniers.

1.3. Le marché des véhicules d'occasion

Le marché des véhicules d'occasion se développe régulièrement depuis 10 ans : ainsi, en 1990, une voiture sur deux dans le parc avait été achetée neuve ; en 2004, 60 % des voitures du parc ont été achetées d'occasion. Depuis 2000, lorsqu'il y a une immatriculation de voiture neuve, il y a 2,5 immatriculations de voitures d'occasion.

1.4. Le mouvement de concentration dans la distribution automobile

Les gains de productivité ont été recherchés par les constructeurs autant au niveau de la fabrication que de la distribution.

C'est ainsi que, suite à la baisse des ventes intervenues à la fin des années 1990, de nombreuses marques n'ont conservé que les membres les plus performants de leurs réseaux de vente et de services.

Dans le même temps, les constructeurs ont encouragé les distributeurs à amortir davantage leurs structures de distribution par des activités périphériques, comme la vente de véhicules d'occasion, l'après-vente, la vente d'accessoires, de financements et d'assurances.

Par ailleurs, le renforcement des standards de représentation imposés par les constructeurs a eu pour conséquence de mettre les distributeurs les moins capitalisés au pied du mur à l'heure de procéder aux investissements nécessaires avec, pour conséquence, une concentration des réseaux.

Enfin, les constructeurs ont incité les distributeurs à renforcer leurs implantations géographiques. C'est pour cette raison que se sont développés de nombreux groupes disposant de plusieurs concessions. En favorisant ce phénomène, les constructeurs ont affiché l'objectif de s'appuyer sur un réseau financièrement fort leur permettant de réduire leurs coûts de distribution. Orchestrée au niveau de « plaques », la distribution automobile a cherché à améliorer sa performance en réalisant des économies d'échelle.

Depuis 1995, les concessionnaires peuvent, sous certaines conditions, se développer en devenant multimarques sur un même site (voir chapitre II), et ceci sans l'accord explicite de leur concédant.

À terme, il se pourrait même que les constructeurs et importateurs soient contraints de recourir à une majorité de groupes multimarques pour distribuer leurs véhicules. Le multimarquisme monosite, encore peu présent à l'heure

2.1. Les métiers liés à la réparation

a) L'entretien et la réparation mécanique

Une distinction doit être opérée entre les activités liées à l'entretien et à la réparation mécanique des véhicules. En effet, l'entretien consiste en un contrôle régulier de l'état du véhicule tandis que la réparation mécanique concerne davantage les pannes ponctuelles que peuvent rencontrer les utilisateurs. Par ailleurs, on observe que l'entretien s'effectue majoritairement chez les concessionnaires pour des véhicules encore sous garantie, alors que la réparation mécanique s'effectue pour sa part davantage dans le réseau secondaire et dans les chaînes de réparation indépendante. Aujourd'hui un véhicule dont la durée de vie est de 16 ans est généralement, entretenu dans le réseau d'un concessionnaire ou d'un agent au cours de ses cinq premières années de mise en circulation, et notamment durant la période de garantie de 2 ou 3 ans qui est généralement attachée aux véhicules neufs. Lorsque le propriétaire revend ce véhicule, celui qui l'achète n'a plus de lien commercial avec le concessionnaire et privilégie le secteur de la réparation automobile.

Concrètement, les principales activités liées à la maintenance automobile concernent les contrôles anti-pollution, les vidanges du moteur, les remplacements du liquide de frein, les opérations relatives aux suspensions et climatisations. En résumé, ces interventions concernent surtout la vérification, la mesure et le réglage des ensembles mécaniques ou électriques et électroniques. Plus de 50 % des entrées dans les ateliers concernent l'entretien préventif : vidange, révision, check-up. Afin d'intervenir sur les véhicules, les réparateurs ont recours à une documentation technique et à des appareils de mesure de plus en plus perfectionnés. Cette technicité, nécessaire à l'élaboration de diagnostics et à la réparation de systèmes mécaniques et électroniques, implique des compétences et des qualifications de plus en plus élevées.

Le marché de l'entretien et de la réparation est aujourd'hui relativement stable : en effet les interventions sont aujourd'hui plus coûteuses mais moins fréquentes. Ainsi, l'augmentation des tarifs pratiqués a été en partie compensée par la diminution du nombre des interventions. En effet, les tarifs augmentent du fait de la haute technicité des interventions, mais les interventions sont moins fréquentes grâce à la fiabilité accrue des véhicules. La qualité des voitures conduit donc globalement à une baisse des réparations même si cette tendance est à relativiser du fait de l'augmentation du nombre de nouvelles fonctions dans les voitures. Il est par exemple nécessaire d'entretenir une climatisation tous les ans ce qui n'était pas le cas il y a dix ans, où les voitures étaient peu équipées dans ce domaine. De la même manière, les ABS qui équipent aujourd'hui la majorité des véhicules doivent être régulièrement entretenus.

b) La réparation collision

Les voitures accidentées constituent la matière première des carrossiers réparateurs. Leur rôle consiste à remettre en état les carrosseries endommagées. Pour ce faire, ils débranchent les systèmes électroniques, démontent les pièces abîmées et rétablissent leur forme initiale. Lorsque les éléments sont irrécupérables, ils les remplacent par des éléments neufs. Ils procèdent également à la mise en conformité du châssis grâce aux systèmes de mesure.

Outre des compétences en carrosserie telles que le démontage, le « débosselage » ou la fabrication de pièces, les carrossiers réparateurs doivent aussi avoir aujourd'hui des connaissances en peinture, en électricité et en électronique.

L'activité de réparation collision est structurée de façon complexe. Elle peut être exercée soit au sein des réseaux constructeurs, soit par des indépendants. La notion d'indépendants regroupe cependant différents profils professionnels (affiliés ou non à un réseau d'équipementiers ou de fournisseurs de peinture, ou encore à une chaîne de spécialistes) qu'il apparaît difficile d'évaluer.

Le secteur de la réparation collision est constitué de plus de 4 000 entreprises dont la plupart travaillent sous les enseignes AD, Axial... 75 % du chiffre d'affaire global de la réparation collision est réalisé par les entreprises de moins de 10 salariés.

Si le marché de la réparation collision augmente en termes de masse financière globale, on assiste cependant à une baisse de la sinistralité et notamment des gros chocs relativement à la diffusion des équipements de sécurité dans les véhicules, mais aussi grâce à une politique des pouvoirs publics en matière de prévention des accidents et d'amélioration des infrastructures routières. Ainsi, la baisse de la sinistralité est évaluée à environ 8 % en 2003 et 4 % en 2004. De plus, l'emploi de nouveaux matériaux dans la conception des carrosseries, en particulier des tôles élastiques et des plastiques à mémoire, devrait contribuer à réduire les « petits chocs ». Face à cette réduction du marché, la carrosserie rapide prend de plus en plus d'importance face à la carrosserie lourde.

Aujourd'hui, selon l'étude Global Insight réalisée en 2005, 150 sociétés et mutuelles d'assurance opèrent sur le secteur automobile, mais en réalité, 60 % du volume d'activité est réalisé par cinq grandes compagnies. Les principaux groupes à savoir la Macif, Axa, Groupama-Gan, Maaf-MMA concentrent plus de 40 % du marché en valeur et près de 60 % des volumes (nombre de véhicules assurés). Les sociétés d'assurance, c'est-à-dire les réseaux traditionnels, perdent progressivement des parts de marché en assurance automobile pour atteindre 35 % au profit des Mutuelles sans intermédiaires (MSI) qui représentent plus du tiers du marché, suivi des bancassureurs qui progressent rapidement (6 % du chiffre d'affaires de l'assurance automobile). Le recours aux fusions et

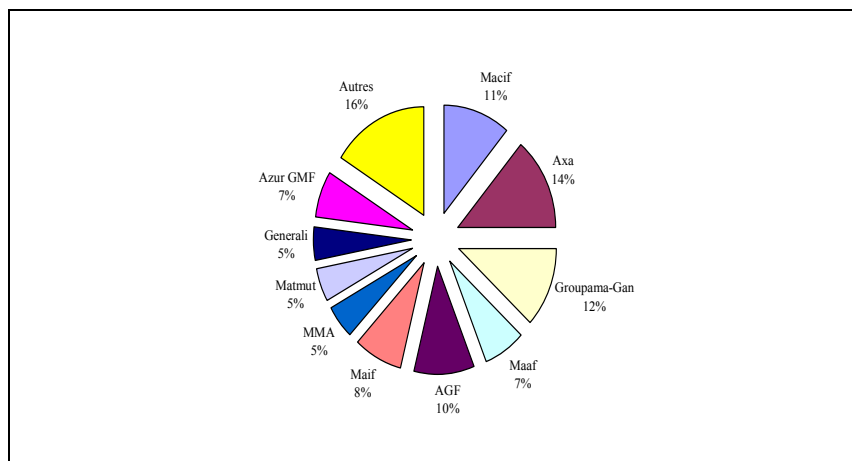
acquisitions comme ce fut notamment le cas lors du rapprochement entre MMA-Maaf et Azur-GMF (en association aussi avec Generali) permettent à ces sociétés d'acquérir une taille critique afin de gagner des parts de marché et ainsi de faire face à la montée des bancassureurs et de nouveaux entrants, tels que la grande distribution et les constructeurs automobiles.

Tableau 13 : Chiffres d'affaires des assureurs automobiles en 2003

	Nombre de contrats automobiles		Chiffres d'affaires automobile		
	Nombre de véhicules (milliers)	% 03/02	CA (milliers)	% 03/02	Part dans CA global
Macif	4 670	1,2	1670	2,69	74
Axa	4 000	2,5	1820	3,3	34*
Groupama-Gan	3 800	1,5	1780	4	17
Maaf	2 800	2,5	1070	3	52
AGF	2 050	-3	921	5,1	29
Maif	2 007	1,8	646	4,67	68
MMA	1 269	1,6	458	4,8	11,6
Avive	502	stable	220	4	33
Direct Assurance	369	8,85	163	10,8	95
Eurofil	150	stable	61	4	86

Source Argus de l'automobile 2004, *part du chiffre d'affaires IARD

Graphique 3 : Répartition des cotisations automobiles en 2002



Source : FFSA Gema

2.2. L'organisation de la filière de l'après-vente automobile

a) Structure du marché de l'après vente

Le réseau de l'après-vente est composé de différents acteurs qui se répartissent de la manière suivante :

- les réparateurs agréés par les constructeurs dont le nombre a fortement décliné puisqu'il est passé de 23 000 en 1998 à environ 16 000 en 2005. Les réparateurs agréés constituent le réseau secondaire des constructeurs et assurent essentiellement les travaux de maintenance et de réparation des véhicules. Ils peuvent également, selon leur statut (agents revendeurs, agents services, agent commerciaux) vendre des véhicules en leur nom propre ou pour le compte de la concession ;
- les garagistes indépendants ou Mécaniciens réparateurs automobile (MRA) ont une évolution légèrement en baisse, à savoir de 17 000 à 15 500 en 2005. Les MRA sont traditionnellement spécialistes du travail de la mécanique. Généralement, ces réparateurs n'arborescent pas de panonceaux de marques automobiles, mais ils peuvent avoir des panonceaux de spécialistes tels que Bosch ou Lucas dans les domaines tels que la carburation, l'allumage, l'électricité, le freinage. Ils sont qualifiés de MRA « sans enseigne ». Mais ils peuvent aussi avoir une enseigne commerciale exclusive proposée par les distributeurs stockistes (telle que « Garage AD », « Top Garage », « Autofit », « Gef'Auto », « Précisium », Proximeca », etc...) ou par un constructeur (Eurorepar, Motorcraft, Motrio...) ceux-ci sont dénommés MRA avec enseigne ;
- les centres automobiles sont au nombre de 14 000 (Midas, Norauto...) ;
- les stations-service, représentent environ 7 000 points de vente en 2005. Ces entités exercent uniquement la vente de carburants ;
- les carrossiers réparent les voitures lorsqu'elles sont accidentées et sont spécialisées dans la carrosserie et la peinture. Leur nombre a décliné progressivement de 5 000 à 4 000 de 1998 à 2005.

Au total, l'après-vente dite indépendante fait vivre aujourd'hui 183 000 personnes, ce qui correspond environ au nombre d'emplois de PSA Peugeot Citroën et Renault en France.

b) L'approvisionnement en pièces de rechange

- Organisation du marché de la pièce de rechange

Afin d'effectuer des réparations sur les véhicules, les réparateurs quels qu'ils soient, doivent se procurer les pièces.

Lorsque les concessionnaires et les agents réalisent des opérations sur leur marque, ils se procurent les pièces auprès des constructeurs. Ces derniers, dans 75 % des cas, achètent ces pièces aux équipementiers comme Valeo, Bosch, Bendix ou Michelin. Pour leur part, les garages indépendants s'approvisionnent auprès de réseaux de distribution comme AD qui achètent leurs pièces aux mêmes équipementiers que les constructeurs. Enfin, le réparateur d'une chaîne de réparation rapide comme Midas va quant à lui s'approvisionner en termes de pièces et de services auprès de son centre national qui va se tourner vers les mêmes équipementiers.

La très grande majorité (plus de 90 %) des pièces viennent donc en réalité de fournisseurs communs. Il y a en effet une idée préconçue qui est de penser que les pièces automobiles sont produites par les constructeurs alors qu'en réalité 75 % des pièces aujourd'hui montées sur un véhicule sont produites par les équipementiers automobiles. L'obligation est d'ailleurs faite par les constructeurs aux équipementiers de continuer à livrer des pièces détachées vingt ans après la fin de vie des véhicules. Cela nécessite de ce fait une certaine logistique un certain stockage et la capacité de fabriquer encore aujourd'hui les calculateurs de bords mis en service dans les années 75 sur certains véhicules.

Une autre idée préconçue serait de penser que les pièces utilisées par les garagistes sont de moins bonne qualité que celles employées par les concessionnaires car dans 90 % des cas, les pièces montées par les garagistes indépendants sont exactement les mêmes que celles montées par les concessionnaires dans la mesure où elles viennent des mêmes équipementiers.

L'approvisionnement en pièces de rechange devient difficile pour les réparateurs. En effet, s'il est vrai que les constructeurs ont des plates-formes communes à de nombreux modèles, ce qui devrait théoriquement impliquer une diminution des pièces utilisées par les réparateurs, il faut remarquer que, dans la mesure où les véhicules vivent 16 ans, le parc automobile est constitué par des strates successives plus importantes. Sur le même parc, on distingue en effet des BX, des 205 ou des 309 à réparer. À titre d'exemple, aujourd'hui, il circule plus de 205 que de 206. Les réparateurs doivent donc réparer à la fois les pièces de la 205 et de la 206. Cela explique pourquoi le nombre de pièces nécessaires augmente de 5 à 10 % par an. Ainsi, en dix ans, le nombre de pièces pour maintenir le parc roulant a été multiplié par deux. Dans ce contexte, la mise à disposition d'informations techniques sur les pièces et les modèles est essentielle pour les réparateurs.

- Caractéristiques du marché de la pièce de rechange

La pièce de rechange constitue aujourd'hui un marché à part entière qui représente environ 20 milliards d'euros dont près de 11 milliards d'euros pour la vente de pièces seules. On observe cependant un ralentissement de la progression du chiffre d'affaires global depuis quelques années. Selon l'observatoire de l'automobile de Cetelem, l'activité « vente pièce de rechange » représentait 32 % de la marge brute des concessions en 2000 (36 % pour la vente de véhicules

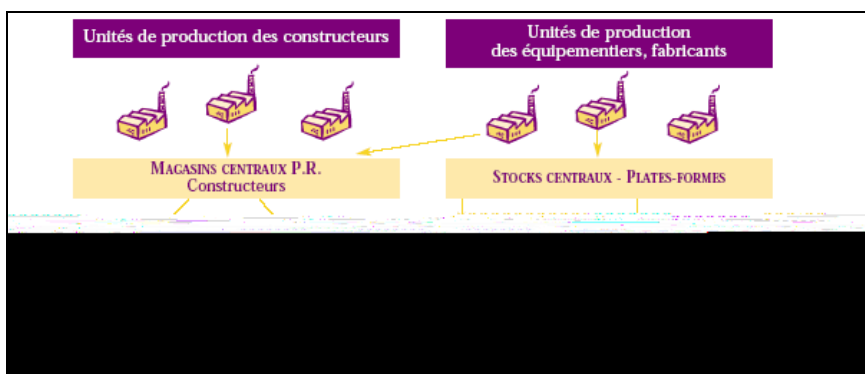
neufs et 19 % pour le Service après vente). Cette proportion enregistre toutefois un recul d'année en année. Environ 10 % du chiffre d'affaires global des constructeurs seraient générés par la vente de pièces de rechange.

- Définitions de la pièce de rechange

L'ensemble des pièces visibles de l'extérieur d'un véhicule (carrosserie, optique, plasturgie...) sont dites « captives » : elles sont protégées par la loi sur les dessins et modèles et sont exclusivement distribuées par les constructeurs. Les autres pièces sont « concurrencées » : elles sont l'objet du règlement 1400-2002. Grâce aux pièces captives, les constructeurs et leurs réseaux disposent de 55,6 % du marché global de la pièce. Le marché des pièces concurrencées est, pour sa part, dominé à 58 % par les réseaux de distributeurs (AD, 3G, Starexcel).

- Les acteurs de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires

Schéma 3 : Unités de production : constructeurs/équipementiers



Source : ANFA

Le marché de la pièce de rechange a été libéralisé par le règlement européen 1400/2002 et accorde désormais davantage de liberté aux distributeurs vis-à-vis des constructeurs pour ce qui concerne leur approvisionnement en pièce de rechange (voir chapitre 2).

2.3. L'évolution du marché de la réparation

a) La révolution technologique

Il y a environ 50 ans, la plupart des pannes avaient une explication mécanique et étaient dès lors facilement repérables et réparables. L'électronisation accrue des véhicules rend désormais la résolution des pannes plus complexe.

En effet, avec l'arrivée du numérique, l'automobile enregistre depuis cinq ans une évolution comparable à celle de la vidéo ou de la Hi-Fi. Les voitures deviennent de plus en plus sophistiquées et intègrent toujours plus d'électronique. Ainsi, les modèles actuels disposent de plus d'électronique embarquée que les premiers Airbus.

Par conséquent, les évolutions technologiques transforment la nature et le volume de l'activité des réparateurs. Intervenir sur ces véhicules nécessite désormais de disposer de nouveaux outils. La réparation se fait de manière informatique, avec des outils de diagnostic qui ressemblent plus à un PC portable qu'à une boîte à outils. Avec la généralisation de l'électronique embarquée, on assiste à une diminution du nombre de pannes mais également à une modification de la nature même de ces pannes.

Le mécanicien dont le travail consistait à réparer les pièces automobiles a fait place au mécanicien-technicien hautement qualifié dont l'activité essentielle est celle du diagnostic qui se réalise au moyen d'appareils et de logiciels complexes, sur la base de connaissances pointues en électricité et en électronique.

Les mécaniciens les moins qualifiés sont affectés à des tâches d'entretien et de changement de pièces. Il est en effet aujourd'hui plus rentable de changer une pièce que de la réparer. Pour autant, des interventions simples se complexifient en raison de l'environnement électronique. Par exemple, la multiplication des capteurs modifie les processus de démontage.

Pour autant, la réparation d'un véhicule moderne ne va pas devenir impossible pour les garagistes. En effet, réparer un modèle avec une injection est finalement moins compliqué que de réparer un carburateur, mais cela demande des outils de diagnostic, l'accès à des bases de données et de la formation à ces outils. À titre d'exemple, la fabrication d'un carburateur est très compliquée alors qu'une injection est un mécanisme de base plus simple.

Dans tous les cas, le métier de réparateur automobile a considérablement évolué contrairement à l'image « cambouis » que se font encore bon nombre de nos concitoyens du garagiste de proximité. Aujourd'hui, les réparateurs sont en blouse blanche et sont devenus de véritables « médecins » de la voiture.

La révolution technologique des véhicules de nouvelle génération aura donc inévitablement des conséquences directes sur l'ensemble des opérateurs présents sur le marché de la réparation automobile, impliquant notamment des adaptations permanentes en matière d'équipement ou de formation.

b) Les nouvelles exigences de la clientèle

Les exigences des consommateurs se sont particulièrement renforcées ces dernières années. Aujourd'hui, les automobilistes se sont habitués à ne quasiment plus jamais tomber en panne. Alors que les pannes étaient relativement fréquentes et semblaient naturelles pour un automobiliste dans les années 1960 ; la première visite d'un véhicule neuf s'effectue aujourd'hui au

bout de 30 000 kilomètres en moyenne. On observe donc un phénomène de banalisation du produit et de ses services associés. En effet, les automobilistes souhaitent désormais pouvoir compter sur un réseau de réparateurs qui puisse à la fois leur offrir : le conseil, la rapidité des réparations, la proximité de l'atelier, la fiabilité et la sécurité, et bien évidemment un prix attractif pour les prestations.

Les enquêtes clientèles d'Auto Distribution font ressortir à ce titre que la plupart des consommateurs sont prêts à faire une demi-heure de voiture pour aller choisir leur véhicule ; en revanche, pour le faire réparer, le temps se réduit à dix minutes.

c) Les nouvelles offres proposées par les professionnels

Les professionnels de l'après-vente automobile ont adapté leurs offres aux attentes des consommateurs. Cela s'est traduit par la mise en place d'un service rapide de la réparation (« sans rendez-vous ») et par une politique de forfaits élaborée à l'attention des automobilistes. Cette politique a été initiée par le réseau des réparateurs indépendants notamment par les centres autos. Elle a été reprise et développée également par le réseau de réparation traditionnel des constructeurs.

d) Une réorganisation du marché de l'après-vente

Le règlement d'exemption, adopté en 2002, en séparant la vente et l'après-vente a voulu renforcer les conditions de la concurrence et de ce fait libéraliser le marché de l'après-vente (voir chapitre 2). Cette concurrence s'exerce en particulier entre le réseau des constructeurs et celui des indépendants.

- Le développement des chaînes spécialisées indépendantes

De nouvelles enseignes indépendantes des constructeurs profitent de la libéralisation progressive du marché de l'après-vente. Midas, Feu Vert, Speedy, AD, Point S, Norauto ou Euromaster ont ainsi construit leur succès en se spécialisant sur la distribution de pièces détachées (distributeurs stockistes comme AD) et le service de réparation rapide multimarques (Feu Vert,

- d'autre part, ils ont créé leurs propres réseaux multimarques. Des nouvelles enseignes telles que Eurorepar (Citroën), Motorcraft (Ford) et Motrio (Renault) ont ainsi vu le jour et recueilli plusieurs centaines de membres parmi les garagistes indépendants ou ceux déjà représentants d'une marque.

L'ensemble de cette stratégie a pour objectif de permettre aux constructeurs de rester fortement présent sur le marché de l'après-vente.

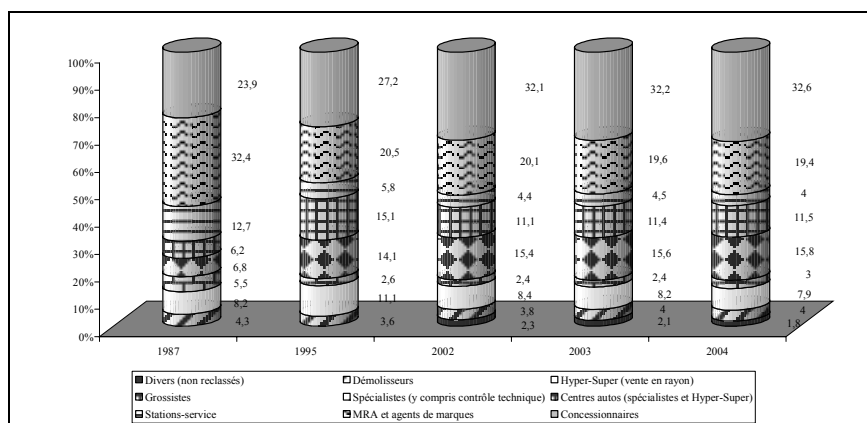
- L'adaptation nécessaire des Mécaniciens réparateurs automobiles (MRA)

Dans ce contexte, les MRA indépendants sont souvent tentés de rejoindre les réseaux des constructeurs ou des enseignes indépendantes dont les parts de marchés ne cessent d'augmenter.

Car l'ensemble des dernières évolutions du marché de l'après-vente a eu un effet important sur l'activité des garagistes indépendants. Constitués à 92 % d'entreprises de moins de 10 salariés, ces derniers doivent en effet à la fois faire face à la diminution de leur activité et à une concurrence croissante des réseaux multimarques mis en place par les constructeurs, des réparateurs agréés, des enseignes spécialisées mais également des concessionnaires.

Enfin, la sévérité des nouvelles normes environnementales et les investissements en termes de formation et d'équipements qui découlent de la complexification technologique des véhicules contribuent également à fragiliser les Mécaniciens réparateurs automobiles dont le nombre diminue à la fois en termes de structures et de salariés.

Graphique 4 : Évolution des parts de marché des circuits de l'entretien et de la réparation (en % du CA total de la rechange automobile)



Les parts de marché des mécaniciens et réparateurs indépendants diminuent au profit des centres auto (Midas, Feu Vert), des spécialistes et des concessionnaires. Les spécialistes sont ainsi passés de 6,8 % à 15,8 % du CA total de la rechange automobile et les concessionnaires de 23,9 % à 32,6 % sur cette même période.

3. Les services liés à l'automobile

Afin d'accompagner le véhicule de sa mise en circulation à sa fin de vie, la filière automobile comprend une variété importante de services destinés à faciliter la mobilité des automobilistes dans des conditions optimales de sécurité et de respect de l'environnement. Présents sur l'ensemble du territoire, ces services de proximité participent à la création et à la sauvegarde de l'emploi.

3.1. Les services liés à la sécurité

a) La formation des conducteurs

Les écoles de conduite sont au nombre de 14 000, gérées par 8 600 exploitants. Elles emploient 16 000 enseignants de la conduite. Près de 2 millions d'élèves sont en formation chaque année et plus d'1,5 million examens du permis de conduire sont organisés (toutes catégories confondues). 852 693 permis toutes catégories ont été délivrés en 2004. Au total, le chiffre d'affaires hors taxes des écoles de conduite en France est d'environ 1,1 milliard d'euros.

Les écoles de conduite constituent le maillon essentiel de la sécurité routière. Elles préparent les élèves aux différentes catégories de permis de conduire (des motocyclettes au poids lourds en passant par les transports en commun et bien sûr, le fameux permis B correspondant aux véhicules légers).

En plus de la préparation aux différentes catégories de permis, les écoles de conduite dispensent également des formations « post » permis, dans le cadre de la formation professionnelle continue en véhicules légers comme dans les catégories du groupe lourd.

Les enseignants sont eux aussi formés grâce aux 100 centres de formation d'enseignants de la conduite, présents sur le territoire français. Ces enseignants recrutés sur la base d'un concours spécifique, relèvent d'un statut particulier : celui du corps des Inspecteurs de permis de conduire et de la sécurité routière (IPCSR) et dépendent du ministère des Transports.

Actuellement, la profession « formation des conducteurs » est confrontée au problème posé par l'allongement des délais de présentation des candidats au permis de conduire. Les principales raisons de cet allongement sont les suivantes :

- le délai d'enregistrement des dossiers d'inscription s'allonge dans la plupart des préfectures retardant d'autant le début de la formation des élèves ;
- l'épreuve théorique générale (code) a été entièrement modifiée et son niveau, beaucoup trop élevé pour de nombreux candidats, a pour conséquence un pourcentage de réussite inférieur à l'ancienne épreuve augmentant le nombre de passage par candidat ;

- la durée de l'épreuve pratique de permis B est maintenant de 35 minutes par candidat au lieu de 22 minutes précédemment. Cette modification entraîne l'examen de seulement 12 candidats par journée d'inspecteur au lieu de 20 avec l'ancienne épreuve ;
- le nombre d'inspecteurs du permis de conduire a augmenté de 300 en quatre ans, mais cela reste encore insuffisant pour absorber les deux réformes énoncées ci-dessus.

La gestion des examens par les directions départementales de l'équipement (mise en place depuis 2003) n'est pas véritablement satisfaisante puisque le nombre de journées de formation pour les inspecteurs sont en augmentation et que les tâches administratives sont de plus en plus nombreuses et effectuées par des inspecteurs au détriment des examens.

b) Le contrôle technique

Le contrôle technique périodique des véhicules automobiles est obligatoire depuis le 1^{er} janvier 1992 pour les véhicules légers comme cela était déjà le cas pour les poids lourds.

Ces contrôles sont essentiels car ils contribuent à vérifier l'état du véhicule et à veiller à son bon fonctionnement en matière de sécurité et d'environnement.

18,6 millions de contrôles ont ainsi été réalisés en 2005, dont 86 % de visites initiales. Ces contrôles sont effectués par 5190 centres de contrôle technique (dont 94 % affiliés à un réseau) répartis sur l'ensemble du territoire national, soit une hausse d'environ 1,2 % du nombre de centres en 2005.

Les fonctions les plus défectueuses, sont dans la majorité des cas : le freinage, l'éclairage - signalisation, les liaisons au sol (ensemble du système qui relie les pneus à la route comme les pneus, amortisseurs...) et la pollution.

En 2005, environ 727 000 véhicules utilitaires légers ont été contrôlés au titre de la visite technique complémentaire pollution. Au cours de cette même année, environ 76 000 véhicules soumis à réglementation spécifique ont été contrôlés (exemples : taxis, voitures auto-école, ambulances, dépanneuses...). Ces chiffres sont en hausse ce qui révèle un engagement notable des pouvoirs publics et d'une profession pour la sécurisation du parc automobile français.

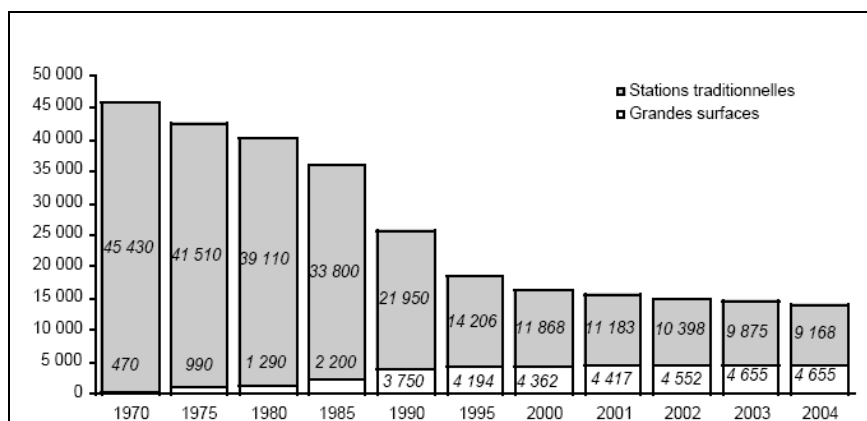
3.2. Les services liés à la mobilité

a) La distribution de carburants

La distribution de carburant s'effectue par le biais de stations traditionnelles (9 000 points de vente) ou de grandes surfaces (4 655 points de vente). Le nombre total de points de vente est passé de 46 000 en 1970 à 13 823 en 2004. Dans ce contexte, on observe une augmentation de la distribution de carburants via les grandes surfaces : leur nombre a été multiplié par 2 depuis 1985. Les stations traditionnelles voient leur nombre diminuer chaque année : depuis 1985, environ 25 000 stations traditionnelles ont disparu,

soit plus de 3 par jour, d'où un déficit évident en termes d'aménagement du territoire.

Graphique 5 : Évolution du nombre de points de vente



Source : CPDP (situation au 31/12/2004)

Le réseau traditionnel (hors grandes surfaces) s'élève à 9 168 stations dont 2 720, appartenant aux compagnies pétrolières et 6 448 à des propriétaires exploitants. Ces derniers sont proportionnellement plus touchés par la baisse du nombre de stations que les locataires qui gèrent les stations appartenant aux compagnies pétrolières.

L'évolution des parts de marché reflète celle des différents acteurs et se fait au détriment des stations traditionnelles. Le fort gain de parts de marché va au profit des grandes surfaces, qui de 20 % en 1985 sont passées à 60 % en 2002, avec cependant une stagnation depuis 2003. Cette évolution se réalise évidemment à l'encontre du réseau traditionnel.

En 2004, le réseau à la marque (propriétaires et locataires) s'élève à 8 393 stations services. La part du réseau à la marque concerne 60 % des points de vente en carburant. Dans ce réseau, Total domine, avec 5 739 stations, soit 68 % des points de ventes des compagnies pétrolières et 41 % de l'ensemble des stations services. Viennent ensuite les autres marques (Esso, Avia, Shell, BP et Agip). Depuis 2003, on observe une tendance à la restructuration des réseaux qui se traduit par une réduction du nombre de points de vente, notamment chez Elf et Shell.

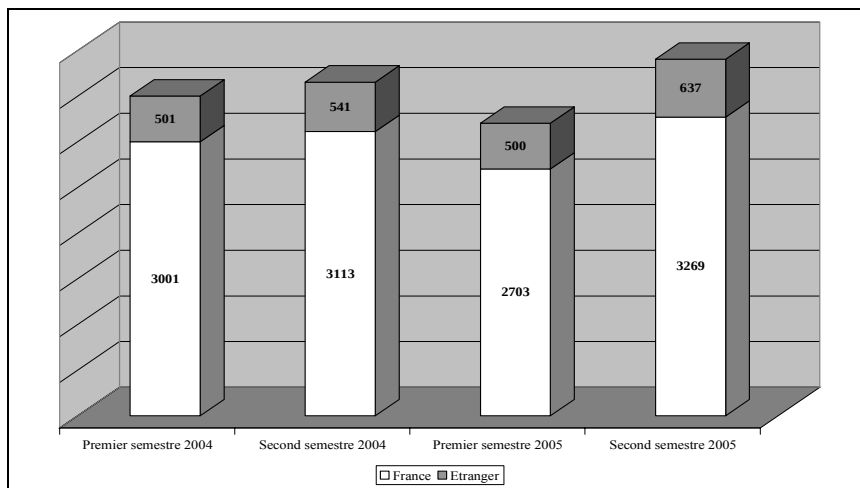
Par ailleurs, le territoire national compte 13 000 points de vente libre-service et 3 000 points de vente automatés. À noter que le réseau comporte 1 962 points de vente GPL.

Le marché de la distribution de carburant est aujourd'hui confronté à une baisse de la consommation de carburant qui s'explique par une diminution de la vitesse moyenne des automobilistes et par une augmentation du prix des carburants. Celle-ci s'explique par la forte croissance de la demande chinoise, indienne et américaine et dans le même temps par des capacités de raffinage limitées. Elle s'explique également par la situation géopolitique particulièrement instable dans les zones d'exploitation (Iran, Proche-Orient...). Cette augmentation est aussi due à une érosion des capacités mondiales de production

Le marché de la location courte durée s'établit pour 2005 à 7,11 millions de locations faites par 2,38 millions de français (en France et à l'étranger). En France, 75,9 % des locations sont des locations de voitures et 24,1 % de véhicules utilitaires. À noter également que 56,4 % des locations sont faites pour motif personnel et 47,8 % pour motif professionnel. Enfin, 65,9 % des locations sont faites sans trajet préalable, 18,1% après un trajet en avion et 16,2 % après un trajet en train.

En recul au 1^{er} semestre 2005, le marché, dominé par Hertz, Avis et Europcar, a repris sa croissance au 2^{ème} semestre à +6,9 % par rapport au second semestre 2004.

Graphique 6 : La location de véhicule de courte durée en France et à l'étranger



Source : CNPA

- La location longue durée

Dans le cadre de la location longue durée, l'entreprise confie à une société spécialisée le financement et la gestion de son parc automobile. Elle souscrit à des services optionnels tels que l'entretien, l'assurance, la gestion du carburant, le renouvellement des pneumatiques...

Le client loue les véhicules pour une durée et un kilométrage définis au préalable. Il acquitte un loyer prenant en compte la valeur d'achat et de revente du véhicule, les services souscrits et le taux de financement.

Le loueur a pour mission première d'optimiser les coûts d'achat des véhicules, les coûts liés à leur exploitation et d'en négocier au mieux la revente.

La location longue durée rassemble 265 entreprises qui emploient 2 815 personnes. Le chiffre d'affaires de ce secteur est de 3,4 milliards d'euros. Au total, 874 033 véhicules circulent en location longue durée, chiffre auquel il faut ajouter 288 183 véhicules en *fleet management* (prestation incluant

obligatoirement un contrat de maintenance et une autre prestation - carte carburant, pneumatique, assurance ...).

- Les garages et parcs de stationnement

Le stationnement est devenu est un des sujets de préoccupation majeure de nos concitoyens et des élus locaux. En effet, face aux problèmes croissants de circulation, cette activité doit nécessairement être développée en s'intègre dans les plans de déplacements urbain.

Parmi les exploitants de parcs de stationnement, on distingue :

- les petits parcs privés qui proposent à la clientèle entre 50 et 300 places en moyenne, dont nombre d'entre-elles sont louées au mois ou à l'année ;
- les grands parcs publics (jusqu'à plusieurs milliers de places) qui bénéficient de concessions accordées par les Pouvoirs publics pour de très longues durées à des sociétés privées de dimension nationale ou internationale. Celles-ci proposent à leur clientèle de passage des services complémentaires (lavage de véhicules, prêts de vélos, etc...).

Les exploitants veillent de plus en plus au confort et à la sécurité des clients. Celle-ci a ainsi été très nettement renforcée ces dernières années : personnel d'exploitation présent jour et nuit, ascenseurs vitrés, éclairage renforcés, bornes d'appel.

- Le lavage haute pression

3 000 centres de lavage haute-pression sont présents sur le territoire national. Eléphant Bleu constitue le principal groupe spécialisé dans ce type de lavage qui suscite une adhésion grandissante des automobilistes français depuis une vingtaine d'années.

- Le dépannage-remorquage

Le dépannage-remorquage est réalisé par des entreprises spécialisées ou par des concessionnaires, agents ou Mécanicien réparateur automobile (MRA). 4 millions d'interventions ont lieu chaque année.

Le dépannage remorquage a pour principales causes les pannes (un véhicule tombe en panne en moyenne une fois tous les 6 ans) et les accidents (les accidents représentent 7 à 8 % des interventions).

En France, 1 500 entreprises spécialisées interviennent sur un marché en baisse en raison de l'accroissement de la fiabilité des véhicules et de la réduction régulière du nombre d'accidents. Les entreprises emploient généralement 3 à 4 personnes. Cette profession comporte environ 1 000 entreprises qui interviennent sur les autoroutes, afin d'y effectuer chaque année environ 400 000 interventions. Ces dernières doivent pour ce faire répondre à un cahier des charges rigoureux et obtenir un agrément d'une commission interdépartementale où siègent les représentants des Pouvoirs Publics et de la société d'autoroute.

3.3. Les services liés à la fin de vie des véhicules et de ses composants

a) Le recyclage

Le métier de recycleurs de l'automobile consiste à collecter des Véhicules hors d'usage (VHU). La notion de VHU a été fixée par la directive européenne 2000/53. Seuls les recycleurs disposant d'une autorisation préfectorale d'exploitation complétée, à partir du 24 mai 2006, d'un agrément préfectoral peuvent exercer cette activité. Les recycleurs assurent ensuite la destruction administrative et physique des véhicules hors d'usage, la dépollution puis la valorisation de ces véhicules sous la forme de pièces de réemploi destinées à la revente. Les professionnels de cette activité dirigent ensuite les carcasses ainsi traitées vers des entreprises spécialisées de broyage qui préparent le recyclage des métaux en sidérurgie.

Les recycleurs de l'automobile assurent ainsi la collecte de plus de 1,3 million véhicules par an, sur l'ensemble du territoire. Les flux de véhicules peuvent être prévisibles puisque la durée de vie moyenne d'un véhicule est de 10 ans. C'est-à-dire qu'un véhicule sortant des ateliers de construction en 2005 arrivera en fin de vie en moyenne vers 2015. Les professionnels interviennent auprès de l'ensemble des acteurs de la filière, détenteurs de VHU : les particuliers, les compagnies d'assurances, les garages indépendants, les réseaux constructeurs (concessionnaires et agents de marque), les domaines et les fourrières.

Dans le cadre de leur mission, les recycleurs assurent une parfaite traçabilité administrative et physique des véhicules. En effet, ils effectuent la destruction administrative des cartes grises auprès des services préfectoraux et l'inscription, sur un registre de revendeur d'objets mobiliers, de tout véhicule entrant sur leur site où figurent : l'immatriculation, la marque, le type, la puissance, la couleur, le numéro de série, la date de première mise en circulation, le kilométrage et les noms et références de l'identité de son ancien propriétaire. Par ailleurs, ils garantissent le traitement écologique et la traçabilité de leurs actions en délivrant aux particuliers un récépissé de prise en charge du véhicule en vue de la destruction physique du véhicule.

Avant toute intervention physique sur le véhicule, le recycleur assure sa mise en sécurité. Lors de cette première intervention physique sur le véhicule, les organes de sécurité présents (prétensionneurs de ceinture, airbags, réservoirs GPL) sont neutralisés afin d'éviter tout risque lors des interventions ultérieures sur le véhicule. Une fois les véhicules mis en sécurité, la dépollution est réalisée.

Les éléments polluants pour l'environnement, présents sur le véhicule (huiles usagées, batterie, liquide de refroidissement...), sont récupérés afin d'en favoriser le recyclage.

b) La collecte de pneus usagés

La collecte des pneus fait l'objet d'une filière spécifique dont l'organisation est décrite à la fin chapitre III.

c) Le recyclage des produits électriques et électroniques

Au même titre que les pneus et les batteries usagés, les déchets électriques et électroniques mettent progressivement leur filière de recyclage. Les producteurs vont ainsi confier cette mission à des éco-organismes agréés.

d) Le ramassage d'huiles usagées

Le ramassage d'huiles usagées, réglementé par décret du 21 novembre 1979, est réalisé par des entreprises agréées en Préfecture.

À ce jour, 47 entreprises sont agréées en France et l'on compte en moyenne 2 à 3 ramasseurs d'huiles usagées par département ce qui assure une bonne couverture du territoire national.

En 2005, près de 224 000 tonnes d'huiles usagées ont été collectées par les ramasseurs agréés, puis orientées vers des centres de valorisation.

Les huiles usagées sont principalement issues des activités d'entretien et de réparation automobile (pour moitié) ; l'autre moitié du gisement des huiles usagées étant détenue par des industriels, des collectivités ayant mis en place des conteneurs publics de récupération d'huiles de vidange, de transporteurs...

Avec un taux de collecte estimé à 85 %, la filière de collecte des huiles usagées est souvent montrée en exemple. Les ramasseurs agréés collectent, gratuitement et sous 15 jours, tout lot d'huiles usagées supérieur à 600 litres.

À noter qu'un seul litre d'huile usagée déversé dans le milieu naturel peut polluer une surface d'eau de 1 000 m² !

Collectée par les ramasseurs agréés, l'huile est ensuite acheminée vers une filière de valorisation (matière ou énergétique). La valorisation matière (ou régénération) permet de fabriquer des huiles de base qui entrent dans la composition de nouveaux lubrifiants. La valorisation énergétique (ou incinération avec récupération d'énergie) tire profit du pouvoir calorifique élevé des huiles usagées, utilisées comme substitut des énergies fossiles.

À partir du 1^{er} juillet 2006, les ramasseurs agréés traiteront directement avec les éliminateurs pour définir les conditions de reprise des huiles usagées, alors que jusqu'à présent, l'ADEME était intermédiaire.

CHAPITRE II

UNE FILIÈRE MAJEURE EN MUTATION

A - L'ÉVOLUTION DU RAPPORT DU CONSOMMATEUR À L'AUTOMOBILE

1. L'automobile : du produit de masse à la personnalisation

1.1. Des modèles de voitures mieux adaptés à la demande

L'offre des 35 principaux constructeurs d'automobiles mondiaux a augmenté de 16 % au cours des seize dernières années, passant de 315 à 440 variantes distinctes. Elle devrait atteindre 500 variantes d'ici 2010.

Cette diversification des modèles d'automobiles s'appuie, d'une part, sur la variété des gammes d'automobiles, traditionnellement découpées en cinq segments : économique/inférieure, moyenne inférieure, moyenne supérieure et supérieure luxe. Elle s'appuie, d'autre part, sur l'augmentation des différents types de carrosseries : berline, break, coupé-cabriolet, monospace, monospace compact, 4X4 et autres. Elle répond à l'exigence de nouveauté et de renouvellement du client actuel. Car dans son choix final, celui-ci cherche plus seulement à répondre à ses propres besoins, il veut aussi se distinguer ou se donner une image dans l'air du temps.

En France, parmi les différentes gammes d'automobiles, c'est la gamme économique/inférieure qui, en 2005, avec 37,2 % des parts de marché, rencontre le plus vif succès. Elle devance la gamme moyenne inférieure, qui conquiert 34,5 % des parts de marché et a connu la plus forte progression en 2004 et 2005.

a) L'érosion de la berline

En matière de carrosserie, le phénomène de personnalisation de l'automobile se fait au détriment de la berline familiale. En effet, ce modèle de carrosserie, qui reste le plus vendu en Europe, connaît depuis le milieu des années 1990 une érosion continue. Sur le marché français, il ne constitue plus que 58,5 % de l'offre automobile, contre 93 % en 1990.

Si la berline familiale devient moins attractive, les modèles de type économique ou moyenne gamme continuent toujours d'attirer de nombreux clients. En témoigne le succès des Renault Mégane, Clio, des Peugeot 206 et 307, toutes de gammes inférieures et moyennes inférieures. Elles totalisent à elles-seules 12,3 % des parts de marché en Europe et le quart du marché français. La Renault Mégane, bien que vieillissante, reste la voiture la plus vendue en Europe en 2005.

Dans les gammes moyennes et supérieures, ce sont les modèles 407 et 607 qui en France, en 2005, connaissent un grand succès avec une augmentation des ventes par rapport à 2004 qui est de plus de 83 % pour la 407 et de 32,7 % pour la 607.

b) Le succès de modèles plus ciblés

Le monospace est le premier bénéficiaire du recul de la berline. Il représente aujourd'hui 22,3 % de l'offre automobile française, contre 21,5 % en 2004 et seulement 3 % en 1995. Cette augmentation de l'offre de monospace est tirée par l'arrivée des modèles compacts (Renault Modus, Peugeot 1007 ou Opel Meriva). En progression depuis 2000, ils ont fourni l'essentiel de la croissance du marché des monospaces (+54,4 %) et représentent aujourd'hui 14,5 % de l'offre automobile. On observe cependant un essoufflement de ce type de carrosserie, qui s'explique en partie par l'abondance de l'offre de ce type de véhicules.

À l'inverse, le marché automobile européen est aujourd'hui dynamisé par le 4X4 et le retour du break, en version haut de gamme sportif.

Entre 2004 et 2005, les ventes de 4X4 ont ainsi progressé en France de 16,3 %.

Le break est un autre modèle susceptible de se développer dans les prochaines années. Il connaît d'ailleurs en Europe une certaine progression grâce aux récents lancements de breaks hauts de gamme, comme le 407 SW par exemple.

Ces véhicules ont ceci de spécifique que leur style extérieur croise plusieurs catégories de carrosserie très identifiées, comme les coupés-sport ou les monospaces familiaux. Leur succès confirme la place de plus en plus déterminante du design automobile dans le succès commercial de tel modèle ou catégorie de véhicules.

1.2. Le design roi

À partir des années 1980, le design occupe une place croissante dans la conception des automobiles. Cette tendance s'explique essentiellement par l'exacerbation de la concurrence : le niveau technologique et les performances des véhicules neufs - tout au moins pour les grands constructeurs - étant relativement comparables, le style extérieur et le design de l'habitacle deviennent des critères distinctifs et centraux de l'acte d'achat. Pour séduire, une voiture doit être belle à l'extérieur comme à l'intérieur et singulariser son conducteur. Et puisque le temps de transport moyen par trajet tend à augmenter, elle doit aussi offrir à ses utilisateurs confort, bien-être et sécurité maximale. Face à ces exigences, les constructeurs sont amenés à déployer des trésors d'imagination.

a) Style extérieur : renforcement du design et hybridation des modèles

Confrontés à une clientèle de plus en plus exigeante, sensible tout autant à l'allure du véhicule qu'à ses fonctionnalités ou à ses performances en terme environnemental ou de sécurité, les constructeurs tendent à mélanger les genres des modèles proposés, par hybridation. De nouveaux modèles apparaissent croisant break et monospace, coupé et cabriolet, 4×4 et break, 4×4 et petit véhicule familial, berline et monospace ou encore berline, camionnette et break.

En plus d'insister sur le caractère ludique de ce jeu d'hybridation, les bureaux de style - en charge du design extérieur de l'automobile - mettent l'accent sur des lignes sportives : formes allongées, angles aiguisés ou, dans le cas de la Ford S-Max, de la Skoda Roomster et du dernier modèle de la Renault Espace, capot plongeant. *« Plus l'usage de la voiture devient contraint - multiplication des radars, renforcement des normes de sécurité passive, réduction de la consommation de carburant - et plus la symbolique de la sportivité devient prégnante au niveau des lignes extérieures »*, analyse dans *Le Monde* le journaliste Jean-Michel Normand. Ce phénomène serait à mettre sur le compte de l'effet générationnel : les acheteurs de voitures neuves, dont l'âge moyen dépasse les 50 ans, ne souhaiteraient pas renoncer à l'archétype de l'automobile de leur jeunesse : une voiture à la fois puissante, statuaire et sportive.

Cette recherche de lignes audacieuses, associées à la société des Trente Glorieuses, doit cependant raisonner avec la société actuelle marquée, elle, par le repli sur soi. Conséquence : les constructeurs composent. D'un côté, ils tentent de renouer avec l'esprit des années 1970 ou de la fin des années 1980, quand l'automobile incarnait le rêve et la liberté, à l'exemple des emblématiques Citroën SM dans les années 1970 et modèles GTI des années 1980. De l'autre, ils ne peuvent faire fi de valeurs telles que le confort, la sécurité ou la fonctionnalité, caractéristiques des années 1990 et 2000. L'exemple le plus parlant est celui du monospace, traditionnellement rassurant et pratique. Les designers tentent aujourd'hui de lui greffer l'expressivité et l'élégance qui lui manquaient.

L'audace des lignes extérieures est à comprendre comme un élément fort de distinction. Ainsi, Renault n'a pas hésité à la décliner à travers ses différents modèles avec l'objectif affiché de les rendre clairement identifiables de loin. Patrick le Quément, directeur du Design industriel de Renault, mentionne à ce titre le « juste déséquilibre » recherché pour la signature stylistique de la marque. En témoigne la Mégane II, modèle le plus vendu en Europe, identifiable par son grand empattement, un porte-à-faux plus court à l'arrière et plus long à l'avant, mais aussi, un porte-à-faux latéral très réduit. L'ensemble doit donner

Cette quête de distinction peut aussi conduire à l'échec. Ainsi, la fabrication de la Renault Avantime a dû être interrompue deux ans seulement après son lancement, et la Vel Satis n'a pas rencontré le succès espéré. Ces deux modèles aux lignes massives ont pourtant incarné, les premiers, cette logique de rupture stylistique et les ambitions d'un constructeur sur le segment très convoité du haut de gamme.

Pour pallier des lignes qui pourraient être jugées comme pure provocation, les constructeurs investissent également la sphère de l'habitacle, dans laquelle ils rivalisent d'ingéniosité pour exalter les notions de bien-être, de sécurité et de convivialité. D'où une attention toujours plus grande à un espace conçu pour être vécu comme une seconde maison.

b) Style intérieur : confort, sécurité et intelligence embarquée

Jusqu'au début des années 1980, le style intérieur était le parent pauvre du design : seuls le confort des sièges-avant et la conception des planches de bord étaient vraiment soignés. Désormais, les efforts des constructeurs se portent sur le confort esthétique et sensoriel (modularité, luminosité, odeur, acoustique...), l'ergonomie (airbags dissimulés, fonctionnalité des rangements, ergonomie des commandes...), ainsi qu'aux nouvelles habitudes des automobilistes (ordinateur de bord, GPS...).

Concrètement, l'automobile devient le prolongement de la maison, avec des matériaux empruntés au monde de la décoration, des choix de couleurs s'inspirant du prêt-à-porter, et un style nourri des choix d'architecture intérieure des lieux les plus en vue. La voiture devient également un véritable espace de loisir, communicante, puisque son habitacle intègre des fonctionnalités multimédia habituellement réservées au lieu de travail ou au foyer. Ainsi apparaissent le lecteur DVD incrusté dans l'appui-tête, des systèmes audio de type home cinéma, de même qu'en support de la téléphonie et les technologies nomades, des prises de courant cachées dans l'habitacle. Enfin, la voiture devient adaptable aux humeurs et aux besoins de ses utilisateurs, grâce à une modularité maximale de son habitacle. Rares sont les modèles actuels de voiture qui ne disposent pas de sièges escamotables et de rangements adaptés à tous les objets du quotidien.

L'arrivée de l'innovation dans l'habitacle ouvre de nombreux champs d'exploration. L'équipementier Saint-Gobain a par exemple développé un savoir-faire en matière de surfaces vitrées qui permettent, à l'instar des toits panoramiques, d'offrir une luminosité et un confort inégalés. De même, l'environnement olfactif et acoustique de l'habitacle devient un sujet d'étude à part entière. Le constructeur allemand Audi réalise ainsi depuis longtemps des études pour réduire au maximum les désagréments conscients et inconscients provoqués par les bruits qui peuplent l'habitacle. Les experts Audi ont élaboré une méthode qui permet de déterminer la sonorité perçue comme la plus harmonieuse à l'intérieur de l'habitacle lorsque sont pris en compte les bruits extérieurs. Tout cela a conduit le constructeur à se forger une identité sonore sur laquelle il communique (le « son Audi »).

Pour l'ergonomie intérieure de la même façon, Renault a développé le concept de *Touch Design*. En facilitant la lisibilité, le confort et le positionnement des différentes commandes du véhicule, le constructeur français facilite au maximum les relations entre l'utilisateur et son véhicule. L'objectif est double : d'une part, chaque nouveau véhicule doit être compris instinctivement, sans recours au traditionnel mode d'emploi ; d'autre part, chaque manipulation doit être un plaisir. Jusque-là réservé aux prototypes, le *Touch Design* s'applique désormais à des véhicules de grande série.

Concevoir des espaces accueillants, singuliers, fonctionnels et harmonieux constitue un véritable défi pour les constructeurs, qui doivent, pour y répondre, se réorganiser. Les designers de l'habitacle sont désormais impliqués nettement en amont de la conception des automobiles et invités à travailler en étroite collaboration avec les responsables du style extérieur et de l'ingénierie. Cette démarche est particulièrement affirmée chez Renault. La Modus, par exemple, a profité de cette nouvelle forme de collaboration : afin d'améliorer le toucher des matériaux utilisés dans l'habitacle, designers et ingénieurs ont été priés de parler le même langage. Pour cela, ils ont été aidés par le *Sensoact*, une mallette d'une cinquantaine de matières correspondant à autant de fournisseurs, élaborée au technocentre de Renault. En objectivant différents touchers, cet outil de travail permet d'accélérer les délais de conception en évitant les mauvaises surprises dues à de simples malentendus entre designers et ingénieurs.

Pour générer toujours plus d'innovation en restant au plus près des désirs du consommateur, ce dernier a désormais la possibilité de personnaliser l'intérieur de son véhicule. Peugeot a ouvert le bal en proposant, pour le modèle 1007, un choix de tissus intérieurs interchangeable, et pour la 407, quatre couleurs au choix de planche de bord. De son côté, Citroën étudie actuellement les potentialités des systèmes de rétro projection dans l'habitacle afin de transformer visuellement et à la convenance de l'utilisateur le style des planches de bord.

Ces innovations technologiques, dont le principal objectif est de satisfaire un client aux désirs qui changent rapidement, ont un revers : l'augmentation des coûts de conception et de production des véhicules. Pour assurer de façon viable une augmentation et un renouvellement toujours plus rapide de l'offre automobile, les constructeurs disposent de plusieurs leviers, parmi lesquels une organisation industrielle rationnelle. Elle doit permettre de maîtriser les coûts et les délais de production.

2. Évolution du budget de l'automobiliste

En 2004, selon l'INSEE, les ménages ont consacré à la fonction transports 14,9 % de leur budget soit 5 140 euros. Cela représente leur deuxième poste de consommation après le logement (24,4 %) et devant l'alimentation (14,4 %).

2.1. Le budget transport des ménages

Le budget transports des ménages se répartit entre l'automobile pour 83 % (achat et utilisation), les services de transport pour 13,5 % (transports collectifs et taxis) et les deux roues pour 3,5 %.

L'automobile représente 12,3 % du budget total des ménages (8,4 % en 1960) et 83 % de leur budget transports.

Au sein du budget transport des ménages, la part de l'automobile n'a cessé de s'accroître depuis 40 ans, passant de 75 % à 83 %. En 1960, le budget automobile était de 145 euros tandis qu'il représente aujourd'hui 4 273 euros, selon l'INSEE. Il faut en effet préciser que c'est avec la voiture particulière que les ménages effectuent les deux tiers de leurs déplacements en France et à l'étranger.

2.2. Le budget automobile des ménages

Si l'on observe les postes de dépenses dans le budget automobile des ménages, on constate qu'ils consacrent en 2004 : 39,5 % au poste « achat », environ 18 % pour le carburant, 16,5 % pour l'entretien, près de 10 % pour l'assurance, environ 8 % pour le garage du véhicule, 5 % pour les frais financiers et autour de 3 % pour le péage.

Tableau 14 : Évolution des différents postes du budget automobile des ménages

	1960	1980	2000	2004
Automobile	145	1 588	4 074	4 273
<i>Voitures neuves</i>	36	464	960	891
<i>Voitures d'occasion</i>	5	82	319	390
<i>Pièces détachées et accessoires</i>	22	256	751	917
<i>Carburants, lubrifiants</i>	56	520	1 187	1 146
<i>Entretien-réparation</i>	23	204	592	629
<i>autres (1)</i>	3	63	274	300
Motos, bicyclettes (2)	12	82	175	180
Services de transport	36	231	614	692
<i>Transport ferroviaires interurbain</i>	14	57	128	145
<i>Transport aérien</i>	4	56	202	220
<i>Autobus, cars et taxis</i>	9	63	141	163
<i>Transport urbain</i>	7	32	108	125
<i>Transport maritime</i>	2	8	12	14
<i>Autres services de transport (3)</i>	1	15	23	25
Transports	193	1 901	4 862	5 144
Assurances automobiles (4)	7	64	160	204

1. échanges standard moteur et autres dépenses d'utilisation (péages, parkings, location de voitures, écoles de conduite).

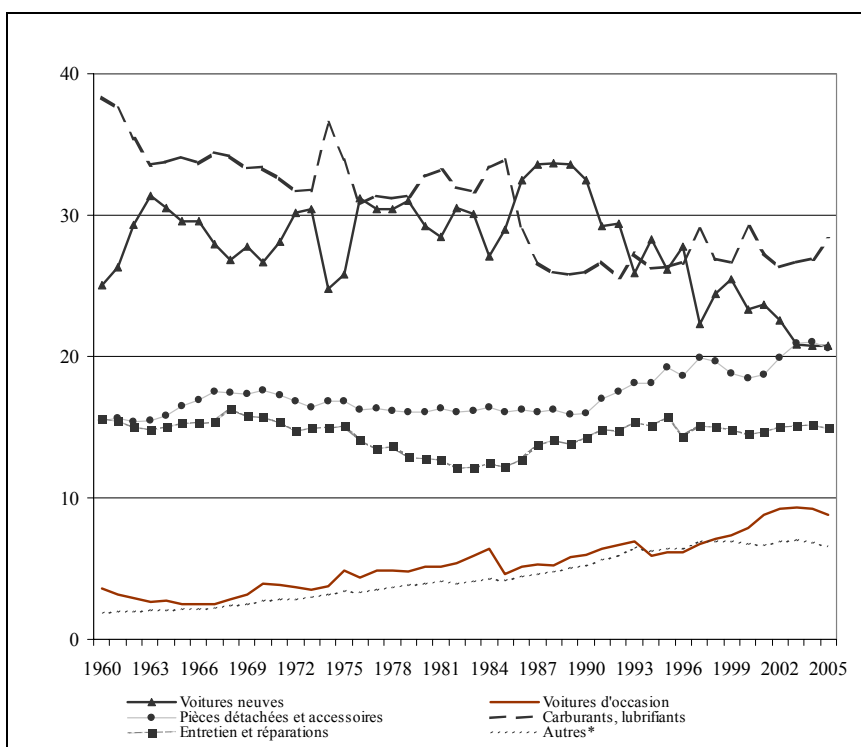
2. achat, location et utilisation

3. essentiellement déménagements.

4. le poste assurances automobiles est indiqué pour mémoire car il n'appartient pas à la fonction transports mais à la fonction autres biens et services avec toutes les assurances et services financiers.

Source : Comptes nationaux, base 2000, INSEE

Graphique 8 : En % du budget automobile



*échanges standard moteur et autres dépenses d'utilisation (péages, parkings, location de voitures, école de conduite).

Source : Comptes nationaux, base 2000, INSEE.

L'observation de ces différents postes de dépense suggère plusieurs remarques :

Entre 1960 et 2004, les ménages ont accru leurs achats d'automobiles neuves, de 4,8 % en moyenne par an en volume soit plus rapidement que leur pouvoir d'achat disponible brut (3,1 %). Depuis 1995, les rythmes de croissance sont plus faibles et la tendance s'est inversée : Ainsi, l'accroissement des achats automobile des ménages représente 0,8 % en volume tandis que leur pouvoir d'achat est de 2,2 %.

Dans ce contexte, les voitures d'occasion affichent la plus forte croissance en volume des postes de transport. Après une hausse sensible entre 1960 et 1980 (10,1 % en moyenne par an), une légère décélération a suivi. Avec l'arrivée du contrôle technique, la qualité du parc automobile roulant s'est améliorée et les ventes ont fortement progressé (6,9 % en moyenne depuis 1995) malgré un sensible ralentissement depuis 2002. Le marché de l'occasion est constitué à 80 % en valeur par des voitures de moins de 5 ans et tend ainsi à s'apparenter à celui du neuf.

S'agissant des carburants et lubrifiants, leurs poids dans le budget global automobile en 1960 était plus élevé que celui des achats de voitures neuves. Cela s'est vérifié, avec quelques fluctuations dues au premier choc pétrolier, jusqu'au contre-choc pétrolier de 1985. La part des carburants et lubrifiants est alors devenue plus faible que celle des achats de voiture neuve jusqu'en 1992. Depuis 1997, le budget consacré aux carburants est de nouveau le plus élevé.

Le prix des carburants a progressé en moyenne plus vite que l'inflation (3 % contre 1,5 %) sur les quinze dernières années. Les dernières envolées en 2000 (+18,4 %) et 2004 (+8 %) proviennent d'une forte hausse du cours du baril de pétrole. Les consommations en carburant ont pour leurs parts atteint un plafond en 1989, après une période de hausse régulière en volume. En 2005, la demande globale en carburant des Français a diminué de 1,1 %. Une baisse qui s'inscrit, ces dernières années, dans une logique de légère décrue ou, au mieux, de stabilité. Un recul global qui peut s'expliquer par trois facteurs : un effet de l'augmentation des prix des carburants, un effet du contrôle des limitations des vitesses, et enfin l'impact de la diésélisation du parc automobile, une tendance lourde depuis de nombreuses années. En effet, la consommation de gazole n'a cessé de croître ces dernières années, dépassant même en quantité l'essence à la fin des années 80. Depuis 10 ans, les volumes de super vendus en France ont chuté de 26 % alors que les ventes de gazole ont doublé depuis quinze ans. Le diesel est en effet connu pour être plus cher à l'achat et à l'entretien du véhicule et moins onéreux en dépenses de carburants (1,02 euros le litre de gas-oil contre 1,17 euros le litre de super).

Enfin, l'entretien et la réparation est le poste qui affiche la plus forte hausse de prix sur longue période : +10,1 % entre 1960 et 1995 en moyenne par an contre 6 % pour l'inflation, puis +3,4 % de 1995 à 2004 (1,1 % pour l'inflation). Cette hausse des prix relatifs résulte surtout d'une hausse du niveau de spécialisation de la main-d'œuvre et d'une plus grande complexité des réparations liée à l'électronique embarquée. Elle explique sans doute en partie un net recul des volumes des réparations (-13 % depuis 1989), recul qui a été amplifié par le renforcement du contrôle technique et plus récemment par les progrès de la sécurité routière.

Par ailleurs, les études réalisées par l'Automobile Club ont révélées qu'un tiers du budget des automobilistes est consacré aux taxes. En 2004, l'automobiliste verse autant au percepteur qu'au constructeur tandis que l'usage du véhicule constitue le dernier tiers de son budget. En résumé, sur trois euros, l'automobiliste en dépense un pour acheter la voiture, un second pour acquitter l'ensemble des taxes, et le dernier pour l'usage du véhicule (entretien, assurance, garage, carburant et crédit). L'usage du véhicule est imposé à 75 %, soit 3,5 fois plus que son entrée en possession (21 %). Pour l'usage de leurs véhicules d'occasion, les propriétaires payent même davantage de taxes que de produits et services (741 euros contre 708 de produits et services).

Les carburants sont également particulièrement taxés. À titre d'exemple, sur 20 euros dépensés par l'automobiliste, il n'y en a qu'un qui soit consacré au carburant avant taxes. Les pouvoirs publics ont par ailleurs établi un rapprochement des taxes sur le gas-oil de celles sur le super. Ainsi, le véhicule diesel payait 516 euros de taxes de plus que le véhicule essence en 2001, 559 euros en 2002, 620 euros en 2003 et 693 euros en 2004 pour l'ensemble de son budget. L'État devrait donc à l'avenir orienter davantage ses taxes autour du véhicule diesel qui représente aujourd'hui une voiture sur deux en France.

Par rapport à nos voisins européens, les achats de véhicules en France occupent une part sensiblement réduite dans le budget transport des ménages. En revanche les dépenses liées à l'utilisation des véhicules semblent structurellement plus importantes en France que dans le reste de l'Europe.

Dans les différentes régions françaises, le budget automobile des ménages varie entre 4 185 euros et 4 844 euros, soit un écart de 16 % entre la région la plus économe pour l'automobiliste et la région la plus coûteuse. Les régions Île-de-France et Provence-Alpes-Côte d'Azur restent les régions où le budget automobile est le plus élevé. À l'inverse, Bourgogne et Poitou-Charentes sont les régions où l'achat et l'usage d'un véhicule sont les moins coûteux pour les ménages.

En dépit de ces analyses, il convient de rappeler que l'automobile n'est pas un produit comme les autres : son achat et son usage répondent à des caractéristiques particulières. Comme le souligne Jean-Martin Folz, président de PSA Peugeot-Citroën, *« le produit automobile ne répond pas complètement à une approche rationnelle. Bien entendu, l'acheteur automobile est guidé par des considérations économiques, mais son choix est aussi guidé par d'autres considérations. C'est un produit de mode, qui déclenche un sentiment et une envie »*. Les contraintes économiques et fiscales liées à l'achat et à l'usage des véhicules ne dissuadent donc pas les automobilistes d'acheter et d'entretenir un produit dont ils ont quotidiennement besoin et pour lequel ils ont par ailleurs des exigences en matière de sécurité, de propreté et de confort.

3. De l'élément de la société de consommation aux préoccupations « citoyennes » de l'acheteur

En plus des contraintes sociétales, économiques et techniques et des exigences réglementaires strictes dans les domaines de l'environnement, de l'énergie (réduction des consommations) et de la sécurité, l'automobile doit répondre aux attentes très diverses exprimées par les consommateurs en termes de mobilité, confort, plaisir, sécurité et performance.

Le client est à la fois citoyen et consommateur : citoyen dans le sens où il a des exigences en matière de développement durable, et consommateur car il souhaite aussi et surtout acquérir un véhicule bon marché. Le citoyen a des aspirations en matière de protection de l'environnement, de sécurité routière mais le consommateur, lui, peut avoir d'autres préoccupations liées à son pouvoir d'achat et se voit donc contraint d'effectuer des arbitrages entre sa conscience civique et ses moyens financiers.

Par conséquent, les coûts générés par les contraintes sociétales, économiques, techniques et réglementaires sur la fabrication des véhicules, ne peuvent être reportés en intégralité sur le consommateur, car le marché n'est pas prêt à l'accepter.

B - LE PRODUIT

1. Une technologie sans cesse renouvelée depuis 120 ans

Le moteur à explosion est le seul qui n'ait pas connu de transformation depuis 120 ans. Pour le reste, la technologie a considérablement évolué et l'on a assisté progressivement au renforcement de l'électronique dans les voitures mises sur le marché. En effet, l'automobile n'était au début qu'un objet purement mécanique ; l'électricité n'intervenait ainsi que pour l'allumage et l'éclairage. Mais, après la Deuxième Guerre Mondiale, les technologies qui ont bousculé notre style de vie, ont révolutionné l'automobile. Le développement technologique est ainsi devenu plus rapide que jamais, notamment sous l'influence d'un certain nombre d'éléments. Par exemple, le coût des processeurs a énormément baissé, ce qui explique que beaucoup de fonctions mécaniques sont aujourd'hui remplacées par de l'électronique. C'est ainsi qu'il existe aujourd'hui des turbo chargeurs électroniques. À noter que ces éléments peuvent, dorénavant, commencer à se parler, à communiquer alors que, à l'état mécanique, ils ne le pouvaient pas.

La technologie embarquée sur les véhicules a connu de nombreuses évolutions depuis un siècle. L'automobile est en effet un métier séculaire qui a démarré dans les années 1880/1890. Pendant presque 100 ans, l'industrie automobile a travaillé en monotecnologie sur le plan des matériaux, après avoir utilisé très brièvement le bois, la tôle et l'acier pour l'ensemble de la voiture. L'industrie de l'acier a été plus particulièrement sollicitée car elle a toujours été très performante, en proposant des prix relativement bas. Mais cela n'est pas la seule raison. En effet, le changement d'un matériau dans une entreprise automobile suppose que tout la chaîne soit compétente : il faut savoir dessiner, assembler et réparer en fonction du matériau. Et c'est également pour cela que la tôle et l'acier ont été fortement majoritaires pendant de nombreuses années. Par la suite, l'industrie automobile a travaillé le plastique pour des raisons plutôt économiques de diminution du prix de l'outillage.

Progressivement, le secteur automobile est ensuite entré dans une nouvelle ère, celle que nous connaissons aujourd'hui, où la voiture n'est plus monotecnologique mais multitecnologique. Nous arrivons à la « *voiture patchwork* ». Chaque partie de la voiture est examinée et, en fonction des missions qui lui sont attribuées, elle est fabriquée avec le matériau optimum. Tous les matériaux de la voiture sont choisis. Les matériaux nouveaux, en particulier toute la chaîne des composites et des plastiques thermodurcissables, permettent de pratiquer des intégrations de fonctions, c'est-à-dire de rendre les pièces plus simples parce qu'elles intègrent plusieurs fonctions, qu'elles coûtent moins cher et qu'elles sont plus légères. L'aluminium est principalement utilisé,

ainsi que tous ses dérivés, mais également le magnésium pour un certain nombre de pièces.

L'industrie automobile française fabrique désormais 6 millions de véhicules par an (voitures particulières et véhicules utilitaires) dont toute la carrosserie est en composite, atteignant une qualité de surface et une aptitude à la peinture comparable à celle de l'acier. Et de nouveaux matériaux seront encore utilisés. Aujourd'hui, des pièces composites sont utilisées, mélanges de plastique et d'acier ou de plastique et d'aluminium, ce qui permet de réduire le poids et d'atteindre des niveaux d'insonorisation intéressants. L'acier reste cependant le matériau le moins onéreux, le composite et l'aluminium pouvant coûter jusqu'à quatre fois plus cher.

Cette palette de nouveaux matériaux offre de nouvelles possibilités en matière d'architecture. Alors que le volume était à l'origine réservé aux composants, de plus en plus d'espace est réservé à l'amélioration de l'habitabilité.

2. Les efforts continus de la filière automobile en matière de R&D et de Qualité

2.1. Les deux axes des politiques de recherche et développement chez les constructeurs

Renault est, derrière Sanofi Aventis, l'entreprise française qui a consacré le plus gros budget à la recherche et au développement en 2005 (2,264 milliards d'euros ; +15,4 %). Il est suivi par PSA Peugeot Citroën, qui a investi 2,151 milliards d'euros l'an dernier.

Afin de répondre à de nouveaux défis, tels que la protection de l'environnement et l'amélioration de la mobilité et de la sécurité, les constructeurs d'automobiles concentrent actuellement leurs efforts sur ces deux domaines de recherche. Les résultats obtenus détermineront la place qu'occupera l'automobile, dans les années à venir, au sein de l'offre globale de transport.

a) L'environnement : réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO₂

De nombreux rapports ont révélé l'urgente nécessité de réduire les émissions polluantes et les gaz à effets de serre en particulier dans le domaine des transports. L'avis relatif aux « *Enjeux de l'après-Kyoto* » adopté le 26 avril 2006 par le Conseil économique et social a par exemple souligné le besoin d'engager une mutation globale du secteur: « *L'attentisme à l'égard des nécessaires mutations du secteur conduirait à une hausse des émissions* ». L'un des principaux axes de travail des constructeurs a donc été de proposer des automobiles moins polluantes. Les émissions de gaz nocifs dans l'atmosphère ont été particulièrement réduites. Reste la question du CO₂ principal gaz à effet de serre, responsable du réchauffement climatique.

- Optimiser le fonctionnement des moteurs essence et diesel

La meilleure façon de réduire les émissions de CO₂ est de diminuer la consommation des véhicules. Dans cette perspective, plusieurs pistes sont actuellement explorées : il s'agit d'optimiser la combustion, la taille du moteur et les frottements mécaniques. Par ailleurs, les recherches sont en plein essor sur les moteurs hybrides.

- L'optimisation de la combustion

Le moteur est la seule source d'énergie d'une voiture. Or plus son rendement est élevé, moins il rejette de gaz à effet de serre. Optimiser son rendement permet, pour une puissance disponible donnée, de fixer sa consommation.

Les points d'optimisation de la consommation de carburant d'un côté, de la réduction des émissions de l'autre, sont distincts. Tous les efforts sur le contrôle du moteur visent donc à trouver le juste équilibre entre ces deux contraintes. Un compromis s'impose. Pour qu'il demeure toujours le plus pertinent, les constructeurs n'ont de cesse de sophistiquer leurs calculateurs. Ceux-là sont capables de prendre en compte à la fois le style de conduite et les conditions du moteur (régime, occurrence de cliquetis, pressions, températures...). À partir de ces contingences, ils agissent sur des dizaines de paramètres, parmi lesquels le débit de carburant, l'avance à l'allumage, la pression de l'air d'admission ou encore le taux de recirculation des gaz d'échappement. La richesse du mélange air-carburant est ainsi contrôlée, ce qui détermine le rendement du moteur et au final, les émissions à l'échappement des différents gaz (monoxyde de carbone, hydrocarbures, oxydes d'azote, CO₂ et vapeur d'eau).

- L'optimisation de la taille du moteur

La taille et le poids des pièces du moteur déterminent pour partie sa consommation : plus la cylindrée d'un moteur est élevée, plus son volume est important et plus les pièces, mises en mouvement, subissent d'inertie ; les surfaces en contact sont importantes et les frottements élevés. Mécaniquement, le niveau d'énergie nécessaire pour, par exemple, inverser le sens de déplacement des pistons, augmente à son tour. La consommation et les rejets de gaz augmentent d'autant.

Inversement, un moteur de petite cylindrée peut tourner plus vite grâce à la faible inertie de ses pièces en mouvement. Ce qui lui permet de gagner en puissance par rapport à un moteur de cylindrée plus forte. Les recherches des constructeurs consistent donc à concevoir des moteurs qui, à performances égales, possèdent une cylindrée plus faible.

- Les véhicules hybrides

Les constructeurs français étudient déjà depuis un certain temps les potentialités de la technologie hybride. Son principe est d'associer un moteur thermique à un moteur électrique et de tirer le meilleur parti de chacun d'eux en jouant sur l'alternance des phases de conduite : à conduite urbaine, mode purement électrique, à vitesse plus élevée, mode thermique. En organisant la

complémentarité des énergies électrique et mécanique, les moteurs hybrides optimisent la réduction de consommation et donc celle des émissions de CO₂.

Aujourd'hui, le marché des hybrides se décline, selon la puissance de leurs alternateurs et de leur moteur thermique, en quatre catégories : les hybridations minimales, les hybridations légères, les hybridations intermédiaires et les hybridations complètes :

- un véhicule à hybridation minimale « *minimal hybrid* » possède un moteur électrique de puissance modeste, qui ne dépasse généralement pas 2 kW. Sa présence permet au moteur thermique de fonctionner en mode « *stop & start* » : lorsque la voiture cesse d'avancer, le moteur électrique prend automatiquement le relais du thermique. Une particularité qui réduit les émissions polluantes dans les embouteillages, et la consommation d'environ 4 % ;
- dans un véhicule à hybridation légère « *soft hybrid* », le moteur électrique, d'une puissance de 5 à 15 kW, est directement couplé au moteur thermique. En plus d'assurer le relais en mode « *stop & start* », il joue un rôle de booster pour le moteur thermique, lui apportant sa puissance en phase de reprise. Les deux moteurs délivrent alors conjointement leur puissance. Puis le moteur électrique étant réversible, il se transforme en générateur. Concrètement, il boostera au freinage en même temps qu'il en stockera l'énergie dans une batterie, avant de la réutiliser, par exemple, lors d'une accélération. Ce fonctionnement permet d'utiliser un moteur thermique de plus petite cylindrée, plus respectueux de l'environnement. La consommation est finalement réduite de 10 à 15 % ;
- un véhicule à hybridation intermédiaire « *mild hybrid* » possède un moteur électrique plus important, d'une puissance de 10 à 15 kW. Sa transmission offre la possibilité d'exploiter la puissance des deux moteurs soit conjointement, soit indépendamment. Ainsi, en plus de remplir les mêmes fonctions que le moteur d'un véhicule « *soft hybrid* », le moteur électrique d'un « *mild hybrid* » assure une traction électrique à basse vitesse, dans les embouteillages par exemple. Cette configuration permet de réduire la consommation de 20 à 25 % ;
- dans un véhicule à hybridation complète « *full hybrid* », le moteur électrique peut atteindre une puissance de 150 kW et se substituer totalement au moteur thermique. Il puise son énergie dans une batterie de forte capacité, qui se recharge automatiquement durant les phases d'accélération, de décélération et de fonctionnement du moteur thermique. Sur des trajets urbains, le véhicule peut ainsi fonctionner en mode totalement électrique.

Cette technologie est très coûteuse à produire en série. À ce jour, et selon les catégories d'hybride, le coût supplémentaire pour le client (achat et maintenance) peut s'avérer dissuasif. De sorte que les modèles hybrides ne sont pas encore rentables pour les constructeurs. Toyota, avec sa Prius ne le cache pas.

- Améliorer l'architecture des véhicules
 - L'allègement

Plus la masse d'une voiture est importante, plus le moteur doit fournir d'énergie pour la mouvoir. Or l'amélioration du confort, des normes de sécurité et des prestations dans les véhicules récents tend à augmenter leur poids. Pour pallier cet embonpoint, les constructeurs travaillent sur les matériaux. Un arbitrage savant s'opère entre acier, polymères et aluminium, qui prend en compte les contraintes de recyclabilité, de coût, d'usinage, de durabilité ou d'absorption des chocs, très variables selon l'usage et l'emplacement des pièces dans le véhicule.

Deux parties du véhicule sont particulièrement visées : le groupe motopropulseur (moteur et éléments associés comme la boîte de vitesses et la transmission) d'une part, et d'autre part l'habitacle et la carrosserie. En ce qui concerne le groupe motopropulseur, l'aluminium a progressivement remplacé la fonte des culasses. Il présente l'avantage d'être beaucoup plus léger tout en répondant aux contraintes mécaniques que sont, par exemple, la résistance aux températures et aux frictions.

Pour la carrosserie (pare-chocs, ailes, bac de roue de secours...) et l'habitacle, polymères et composites ont remplacé l'acier. En l'occurrence, les enjeux sont différents : ces éléments sont soumis aux agressions du monde extérieur et doivent résister à la corrosion, ainsi qu'aux rayures et aux chocs légers. Leur comportement face aux vibrations doit également être pris en compte, pour qu'ils ne deviennent pas source de nuisances acoustiques pour les utilisateurs du véhicule. Enfin, puisqu'il s'agit d'éléments immédiatement visibles, leur aspect mérite l'attention.

S'ajoute à cela le châssis et la structure, pour lesquels les aciers THLE (Très haute limite d'élasticité) et TTHLE (Très très haute limite d'élasticité) ont permis de réaliser des éléments plus légers et capables d'absorber l'énergie d'un choc. L'allègement représente un coût, lié à celui des matériaux de substitution utilisés, ainsi qu'à leur usinage et à leur mise en œuvre. Pour les constructeurs, la règle est que chaque kg gagné ne donne pas lieu à un surcoût supérieur à 3 euros.

- L'aérodynamique

L'amélioration de l'aérodynamique des véhicules a toujours été la manière la plus classique de réduire leur consommation. Plus l'aérodynamique (mesurée par le coefficient de pénétration dans l'air, C_x) est bonne, moins le moteur est sollicité, consomme et rejette donc de gaz dans l'atmosphère. Pour les constructeurs, l'enjeu est de trouver le compromis idéal entre une aérodynamique performante, des contraintes techniques et des exigences esthétiques. Pour les y

aider, les outils numériques de simulation permettent de modifier un prototype de carrosserie et d'approcher plus facilement le modèle idéal.

- S'appuyer sur les énergies alternatives

Sous la pression du prix du baril de pétrole et d'une opinion sensibilisée aux enjeux environnementaux, les constructeurs développent les recherches sur la substitution de l'essence par des énergies alternatives, et son impact environnemental. Parmi les énergies en lice pour remplacer les carburants classiques figurent, à plus ou moins court terme, les carburants issus de la biomasse. Et à plus long terme, la pile à combustible, qui permet de ne rejeter dans l'atmosphère que de la vapeur d'eau.

- Les carburants issus de la biomasse

Les carburants issus de la biomasse, qui doivent permettre de réduire la dépendance vis-à-vis du pétrole, ont fait l'objet de très nombreuses études. Certaines solutions sont déjà opérationnelles ou fortement avancées, quand d'autres ne seront applicables que dans un futur plus lointain. Trois grandes familles se distinguent : les énergies fossiles, les énergies renouvelables et celles susceptibles d'être issues de sources multiples.

- Les énergies fossiles : des réserves limitées

Le GPL (Gaz de pétrole liquéfié) se compose de butane et de propane. Il est issu du raffinage du pétrole ou provient directement de gisements naturels. Si sa combustion dégage moins de dioxyde de carbone, son utilisation requiert la pose d'un réservoir spécifique, capable de résister à la pression qu'impose son stockage sous forme liquide, et une légère modification du circuit d'alimentation du moteur. L'utilisation du GPL est déjà répandue en France : plus de 1 800 stations-service le proposent à leur pompe.

Le GNV (Gaz naturel pour véhicules) provient de gisements naturels. Il est stocké à une pression de 200 bars, ou liquéfié et stocké dans des réservoirs spéciaux. Alors que ses performances environnementales sont supérieures à celles du GPL, il est beaucoup moins répandu. Utilisé dans certains pays (Argentine, Italie) pour les véhicules particuliers, il ne s'adresse en France qu'à des flottes captives disposant de points d'alimentation dédiés.

- Les énergies renouvelables : l'espoir

Les biocarburants ont l'avantage d'être issus de cultures spécifiques. Le colza fournit des substances (Esters méthyliques d'acides gras, EMAG) qui peuvent être introduits, à hauteur de 5 %, dans le gazole des véhicules diesel. De même, certains végétaux riches en sucre ou en amidon produisent de l'Ethyltertiobutyléther (ETBE), qui améliore la qualité des essences et leurs performances environnementales. Ces carburants nourrissent les espoirs du public, qui y voit un substitut aux énergies fossiles à la fois simple, peu onéreux et plutôt propre. Ils nourrissent également les espoirs de la filière agricole et de la filière automobile qui voit dans l'incorporation progressive de biocarburants dans les carburants conventionnels, une manière de rendre les véhicules encore plus propres, par la diminution des rejets en gaz à effets de serre, et davantage économes en matière de consommation en énergies fossiles.

de plus en plus sophistiquées pour prévenir, corriger, protéger et sensibiliser conducteurs et passagers aux risques d'accident.

En Europe, les constructeurs ne se privent pas de communiquer sur le nombre d'étoiles obtenus lors des « crash tests » menés par l'organisme indépendant Euro NCAP. Les deux constructeurs français se placent dans le peloton de tête. La gamme Renault figure au meilleur niveau de sécurité passive : sept de ses modèles (Laguna II, Vel Satis, Espace IV, Mégane II, Scénic II, Clio III, Modus) ont obtenu la note, maximale, de cinq étoiles au test Euro NCAP. La Modus est même la première voiture de gamme inférieure à avoir obtenu cette distinction. De son côté, Peugeot et Citroën confirment leurs savoir-faire en matière de sécurité passive avec neuf modèles couronnés de cinq étoiles à l'euro NCAP. Il s'agit des Peugeot 1007, 207, 407, du coupé 407, de la 807 et des Citroën C4, C5, C6 et C8.

Pour obtenir de tels résultats, les constructeurs s'appuient sur quatre axes de recherche :

- l'étude des matériaux et de l'architecture des véhicules : elle vise à approfondir les connaissances sur la déformation de la caisse du véhicule lors de l'impact, afin d'améliorer l'absorption des chocs et d'obtenir de meilleures performances en terme de protection du conducteur et des passagers ;
- l'amélioration continue des équipements de sécurité, notamment en terme morphologique : ceintures de sécurité à pré-tendeurs pyrotechniques et limiteurs d'efforts, airbags « intelligents » se déployant en fonction de la violence du choc, systèmes anti-intrusion de bagages... Tout cela assure une plus grande solidarité entre les occupants et le véhicule ;
- l'accidentologie : elle assure une meilleure connaissance du comportement du conducteur et des passagers durant l'accident, d'un point de vue physique, cognitif et biologique. À ce titre, PSA et Renault ont été pionniers en se dotant, voici 25 ans, d'un centre d'expertise scientifique commun : le Laboratoire d'accidentologie, de biomécanique et d'étude du comportement humain (LAB) ;
- les technologies de prévention et d'évitement des accidents : elles permettent de limiter les situations accidentogènes, tout comme les technologies d'aide au freinage d'urgence, d'aide à la visibilité du conducteur (capteurs de pluie et allumage automatique des feux), d'aide à la conduite (navigation assistée, régulateur de vitesse...) ou d'analyse de la trajectoire latérale du véhicule.

Les constructeurs travaillent également sur les systèmes de communication entre le véhicule et son environnement. L'objectif, à terme, est d'équiper les véhicules de dispositifs qui donneront automatiquement et immédiatement l'alerte lors d'un accident, afin de faciliter l'arrivée des services de secours, d'améliorer l'information transmise aux autres véhicules et d'éviter le suraccident.

En 2004, le groupe PSA Peugeot Citr  en a consacré 10 % de ses dépenses de Recherche & Développement à la sécurité, soit près de 220 millions d'euros.

2.2. La contribution des équipementiers à l'effort en matière de R&D

La très grande majorité des pièces qui servent à l'assemblage d'une voiture ainsi qu'à son entretien ou sa réparation sont aujourd'hui conçues et fabriquées par les équipementiers (voir chapitre I).

Les équipements sont de plus en plus nombreux, divers, complexes et innovants compte tenu l'évolution du statut dans la filière de production de ces fabricants (voir chapitre I). En effet, force est de constater que certaines technologies sont maîtrisées par les seuls équipementiers et échappent au champ de compétence des constructeurs. L'apport inventif des équipementiers est primordial.

En 1990, le pourcentage du CA consolidé réalisé en France s'élevait à 4 %. En 2004 dernière année du recollement d'information aujourd'hui à disposition ce même pourcentage est passé à un peu plus de 6 % en moyenne (voir tableaux en annexes).

Pour information, le troisième plus gros déposants de brevets d'invention et d'extension de brevets dans le monde toutes activités confondues, est Robert Bosch qui, avec plus de 12 brevets déposés par jour et 2 800 brevets déposés par an, consacre plus de 10 % de son chiffre d'affaires consolidé à la R&D en faisant de cet axe un élément fort de sa stratégie d'entreprise.

Afin d'illustrer ces propos nous pouvons citer à titre d'exemple quelques innovations :

- l'Antiblocage système (ABS) développé par Robert Bosch, permettant d'assister l'hydraulique de freinage par une électronique de fonction afin de répartir identiquement les forces sur les roues du véhicule lors d'un arrêt ou d'un ralentissement de la voiture ;
- le pare-brise athermique développé par Pilkinton assurant le renvoi de 40 % de la chaleur des rayons du soleil hors de l'habitacle du véhicule par réduction de l'effet de loupe du verre ;
- le filtre à particules développé par Faurecia, élément constitutif de la ligne d'échappement de la voiture permettant de réduire de façon significative le niveau de rejet des poussières dans l'évacuation des gaz brûlés du moteur diesel dans l'air ;
- l'alterné-démarreur ou « *stop and start* » développé par Valeo, organe participant à la réduction de la consommation d'énergie dans le cas d'une circulation urbaine notamment en cas d'embouteillage.

Quantitativement en raisonnant au niveau d'une fonction comme le vitrage, technologie qui peut paraître comme banalisée, au niveau mondial sur la période 1994/2004 :

- pour le bombage et le feuilleté du pare brise (organe de sécurité obligatoirement certifié pour être commercialisé), 369 brevets déposés par les équipementiers du verre contre 19 pour les constructeurs ;
- pour la trempe de la lunette et des vitres latérales, 215 brevets enregistrés pour le compte des verriers contre 69 pour les constructeurs.

Force est de constater cependant, que la recherche fondamentale initiée par les équipementiers s'accompagnera nécessairement d'une application sur une base roulante pour un éventuel développement industriel, par une collaboration avec un constructeur. Ce dernier architecte d'ensemble, validera les interfaces de fonctionnement avec des fournitures issues d'autres fabricants en décidant *in fine* d'intégrer ou non l'innovation à son produit.

C - LES MUTATIONS DE L'OUTIL INDUSTRIEL ET LEURS INTERACTIONS AVEC L'ORGANISATION DU TRAVAIL

1. De la chaîne d'hier à la plate-forme industrielle d'aujourd'hui

1.1. Du fordisme au toyotisme

L'évolution de la production automobile a accompagné les grands bouleversements du XX^e siècle. D'un artisanat réservé à une clientèle limitée, elle a su passer à une production industrielle de masse tout en augmentant la qualité de fabrication, en améliorant les conditions de travail et en diminuant les coûts. L'industrie automobile est aujourd'hui un acteur majeur de l'essor économique de tout pays industrialisé, dont les évolutions, au-delà de l'économie, traduisent aussi les mutations de la société toute entière.

a) De l'artisanat à la production industrielle

Avant 1914, la construction automobile répond aux caractéristiques de ce qui est encore un produit de luxe et aux exigences d'une clientèle restreinte. Les voitures sont construites quasiment sur mesure, souvent par des artisans qui habillent de leurs carrosseries les châssis et moteurs des constructeurs. Rapidement la demande de la clientèle va imposer la transformation de cet artisanat en industrie, centrée sur un découpage des tâches et sur l'utilisation à chaque étape de machines spécialisées.

Ce type d'organisation de la production industrielle sera formalisée pour la première fois par Frederick Winslow Taylor qui commence sa carrière comme ouvrier avant de devenir ingénieur. En 1903 il développe sa théorie de l'organisation scientifique du travail dans son ouvrage « *Shop Management* ». L'idée principale est de décomposer les tâches, de minuter les gestes des ouvriers pour améliorer la qualité, diminuer les coûts et les délais. C'est le début du travail à la chaîne et de la production de masse.

Au-delà de la production, le taylorisme touche également le management de l'entreprise au sens large. Reprenant les théories libérales, Taylor soutient que chaque individu en donnant le meilleur de lui-même concourt au bien général de toute l'entreprise.

b) Le Fordisme et l'application à l'automobile

Dès 1908, Henry Ford voit tout le bénéfice que l'industrie automobile peut tirer de l'application de ces théories. La Ford T naît ainsi d'un concept industriel : la fabrication en grande série. Voiture rustique et sans variantes, elle est accessible à une large classe moyenne. Associée à une solide réflexion commerciale (Henry Ford développe les premières formules de crédit), la logique industrielle est un succès populaire. Jusqu'en 1927, quinze millions de Ford T seront produites. Le taylorisme connaît dès lors avec l'essor du Fordisme un développement fulgurant.

L'entre-deux-guerres est un contexte porteur pour les industries de pointe françaises (aéronautique, automobile, pneumatique, chimie). L'économie française entame une phase de mondialisation. La révolution Taylor fait de l'automobile la clé de cette seconde industrialisation. Grâce à E. Mattern, l'organisation scientifique du travail est introduite chez Peugeot et chez Citroën (dont l'organisation de l'usine du Quai de Javel, dédiée à la Traction, est entièrement basée sur ces principes). Après la crise des années 30, le retour de la croissance est tout d'abord ralenti par des politiques déflationnistes et malthusiennes, puis finalement compromis par l'entrée en guerre.

Dans ce contexte de profonde mutation industrielle, émergent des mouvements sociaux de contestation que les patrons vont rapidement prendre en compte. Le taylorisme permet d'accroître la productivité et favorise l'emploi peu qualifié, cependant, il apparaît vite que l'accroissement de production ne peut être obtenu que par le surmenage. L'ouvrier réduit au rang de manœuvre voit sa situation intellectuelle et sociale amoindrie, la monotonie du travail et l'absence d'effort intellectuel sont décourageants.

Parallèlement des recherches, notamment menées dans les années 1930 par Elton Mayo, professeur à Harvard, soulignent l'intérêt de développer des relations humaines dans les entreprises. Durant la même période, Hyacinthe Dubreuil, ouvrier syndicaliste, insiste sur l'importance de l'enrichissement des tâches et expose pour la 1^{ère} fois des thèmes comme la décentralisation ou l'autogestion.

Après 1945, l'industrialisation redevient la priorité des États. En France, les nationalisations et le Plan encouragent la reconstruction et la modernisation de l'outil de production afin de pérenniser la croissance économique que risque parallèlement d'entraver la pénurie de main d'œuvre. La production automobile est alors partagée entre les principaux constructeurs de l'époque. Simca et Panhard construiront les petits véhicules, Peugeot des 6-8 CV et Citroën des véhicules supérieurs. Renault construira des tracteurs et des camions et obtient également la production d'une voiture populaire, la 4 CV.

c) Les limites taylorisme : vers une nouvelle organisation du travail

Les années 1960 et 1970 voient la population ouvrière française décliner (45,5 % de la population active en 1970 contre 61 % en 1954). L'industrie notamment automobile n'apparaît plus comme le fer de lance de l'économie, desservie par l'image du taylorisme. Les préoccupations grandissent en outre quant à l'impact environnemental de telles activités. Dans ce contexte, se développent des thèses fondées sur la motivation du travailleur, sur l'enrichissement des tâches par l'accomplissement d'une œuvre utile et personnalisée.

D'autres pays, comme l'Allemagne ou le Japon, ne connaissent pas la même pénurie de main-d'œuvre et ne vont pas suivre la même évolution. Au début des années 1960, l'économie japonaise est dominée par des groupes industriels dont les activités automobiles se partagent un marché étroit. Le taylorisme y apparaît inapplicable notamment en raison du manque de place pour entreposer les stocks importants liés à une telle organisation de la production.

d) Le Toyotisme et les flux tendus

Chez Toyota, Taiichi Ohno invente le moyen de supprimer ces stocks en modifiant l'organisation de la sous-traitance et de la production, désormais rythmée par les commandes. Afin de supprimer tout gaspillage qui augmente les coûts, il ne faut produire que ce qui est commandé, ne commander que ce qui nécessaire et ne livrer les commandes qu'au moment où elles sont utiles. Le Toyotisme répand alors rapidement ses principes de « juste à temps » et de « flux tendus » et ses modes de fonctionnement (par exemple les étiquettes Kanban exprimant les besoins de chaque atelier au fur et à mesure de la production et que l'on retrouve aujourd'hui encore dans l'ensemble des usines automobiles).

À partir de 1974, la récession touche tous les pans de l'industrie. Dans l'automobile, comme ailleurs, le modèle fordien atteint ses limites. À l'image des constructeurs japonais, les occidentaux doivent envisager d'autres façons de produire, car d'autres manières de consommer sont apparues. La priorité aujourd'hui est de mieux prendre en compte la demande et les évolutions du marché. La qualité, le respect des coûts et des délais, la flexibilité, nécessaire pour produire des modèles de plus en plus nombreux et diversifiés, deviennent les maîtres mots de l'organisation et de la stratégie industrielle de PSA Peugeot Citroën. Dans cette évolution, les employés deviennent de véritables acteurs et non plus seulement des exécutants. L'usine, en changeant d'objectifs, change aussi de visage.

1.2. Standardiser pour mieux diversifier : les plates-formes industrielles

Avec vingt-cinq nouveaux modèles lancés entre 2001 et 2004 par le groupe PSA et l'affirmation de la poursuite de cette stratégie pour les années qui viennent et d'autre part, vingt-six nouveaux modèles annoncés par Renault pour les trois prochaines années, les constructeurs français jouent délibérément la carte de la nouveauté. Dans un contexte fortement concurrentiel, cette course contre la montre les oblige à faire le grand écart : offrir chaque année de

nouveaux produits, à un haut niveau de qualité, pour des coûts d'investissement, de recherche et de développement moindre.

Pour répondre à cet objectif, les constructeurs d'automobiles ont engagé à la fin des années 1990 une politique industrielle ambitieuse : l'organisation en plates-formes. Elle consiste en une mise en commun dans le process industriel, de la conception à la production, du moteur, des soubassements, du train, de la boîte de vitesse, des liaisons au sol, des suspensions, des lignes d'échappement... Autant d'éléments qui constituent la base du véhicule, à moins de 60 centimètres du sol. Ils partagent la caractéristique d'être invisibles à l'œil du client, à la différence du design extérieur, du style intérieur ou encore des équipements et services.

De ce nouveau modèle d'organisation industrielle, qui permet de développer une plus grande variété de véhicules d'une même gamme, les constructeurs tirent plusieurs avantages :

- une meilleure transition entre un ancien et un nouveau modèle d'automobile, en s'appuyant pour la conception de ce dernier sur de nombreux éléments techniques propres à l'ancien modèle (soubassements, moteurs, liaisons au sol...);
- la production de véhicules de marques différentes sur une base technique unique, afin de répondre notamment aux besoins des marchés émergents, actuellement moteurs de la croissance du marché automobile international ;
- de notables économies d'échelle, en matière d'investissements industriels, de formation du personnel ou de surfaces consacrées à la logistique et à la production.

a) Les plates-formes du groupe PSA

La mise en œuvre d'une politique industrielle axée sur la plate-forme technique comme modèle organisationnel de conception et de production a démarré pour le groupe PSA Peugeot Citroën dès le milieu des années 1990. L'objectif était de passer de six plates-formes utilisées par les deux marques du groupe en 1997, à trois au milieu des années 2000. Il a été atteint. La mise en commun doit représenter, pour chaque véhicule, au moins 60 % de son prix de revient.

Le cas de la plate-forme *PF 2*, à Sochaux, en est une illustration. Dédiée aux véhicules de gamme moyenne, cette installation industrielle a servi au lancement de la Citroën ZX en 1991, avant d'être réutilisée pour la fabrication du modèle Xsara, commercialisé en 1997. Cette plate-forme, par son fonctionnement et ses contraintes, a également inspiré la conception et assuré la production des Peugeot 307 et de ses dérivés SW et CC, ainsi que de la 307 Tricorps, destinée au marché chinois. Enfin, ce sera au tour de la remplaçante de la Citroën Xsara d'y être conçue et produite. Une deuxième plate-forme de production, à Madrid (Espagne), permet au groupe PSA de faire cohabiter sur un même site la Citroën C3 et la C3 Pluriel.

Sur le marché des véhicules de gamme haute et moyenne supérieure, les modèles Citroën C5 et Peugeot 407 sont produits sur une même plate-forme baptisée *PF 3*, située à Rennes et inaugurée en 2001. Sur la base de ces trois plates-formes, PSA Peugeot Citroën vise la production de 2 400 000 véhicules en 2006, soit presque trois fois plus qu'en 2002 (900 000 véhicules).

Cette politique s'accompagne du développement de systèmes techniques trans plates-formes (climatiseurs, groupes moto-propulseurs, direction et colonnes de direction, systèmes de freinage, autoradio et technologies de communication embarquées) autour desquels est conçue l'architecture des véhicules. Elle a permis la rationalisation des approvisionnements, de la logistique, de la maintenance, et un meilleur équilibrage des lignes de montage. Les coûts et les temps d'assemblage ont chuté de 22 % entre 2001 et 2004 et les économies réalisées chaque année devraient atteindre 800 millions d'euros.

À terme, chaque usine d'assemblage européenne sera spécialisée sur une plate-forme et des capacités de production supplémentaires pourront être déployées au Brésil, en Argentine, en Chine, en République tchèque et en Slovaquie, afin de satisfaire la demande croissante de ces marchés émergents.

Tableau 15 : Taux d'application industriel de la politique de plates-formes en Europe

Sites	2002	2003	2005
Poissy	99 %	99 %	100 %
Aulnay	45 %	79 %	100 %
Ryton	100 %	100 %	100 %
Madrid	35 %	80 %	100 %
Total plate-forme 1	72 %	89 %	100 %
Sochaux	64 %	74 %	94 %
Mulhouse	56 %	62 %	84 %

Pour autant, ils ont affiché leur volonté de dégager des synergies industrielles en développant des plates-formes communes. Elles présentent des avantages pour les deux constructeurs : des économies sur les achats grâce au regroupement des commandes, une réduction de la diversité des pièces, un partage des heures d'étude et des investissements industriels.

Nissan a inauguré fin 2002 la première plate-forme commune, la B, pour la March et la Cube au Japon, et pour la Micra en Europe. Elle a été conçue pour accueillir la future Twingo, et les véhicules de gamme économique de Renault. Actuellement, la Clio III et la Logan y sont produites. De même, la plate-forme C, qui sous-tend la Mégane II, sera exploitée par Nissan. Les deux constructeurs se sont fixés pour objectif de partager dix plates-formes communes d'ici 2010 alors qu'ils en comptaient près de trente à eux deux début 2000.

2. Vers « l'entreprise élargie » : une communauté d'intérêts

L'entreprise dite « élargie » ou « étendue » se développe comme un nouveau modèle d'entreprise. En effet, les objectifs économiques d'une entreprise émanant de son client se déploient en « amont » à l'intérieur d'une filière composée de sous-traitants et de fournisseurs.

C'est donc un ensemble d'entreprises indépendantes liées par des objectifs et des valeurs partagées. Elles travaillent pour des clients finaux communs et/ou pour un produit, un marché, sous la conduite d'un décideur stratégique (chef de file), qui assure la cohérence de l'ensemble.

Ce système d'organisation implique notamment des modifications dans l'organisation du travail, qui nécessite d'être flexible, réactif et compétitif. Cependant, les aléas de la production reposent alors sur les salariés.

La capacité de l'entreprise à maintenir un bon niveau de compétitivité alors que l'instabilité de son environnement dépasse sa vitesse d'adaptation est un facteur essentiel de développement. Cette situation s'impose à l'entreprise pour survivre à travers le fait de passer de l'individualisme à l'intelligence collective en privilégiant le sens et la cohérence suite à la mise en œuvre d'une analyse structurelle lui permettant de comprendre son système de fonctionnement. Savoir évaluer pour stimuler notamment dans l'utilisation des outils d'information.

Ce concept prend tout son sens lorsque la valeur du produit final dépend à plus de 50 % des fournisseurs et sous-traitants. L'objectif du chef de file est de conduire l'ensemble des composantes de la filière vers la meilleure performance et de les entraîner dans une démarche de progrès continu et de développement collaboratif.

Cette organisation est aussi bien applicable pour les multinationales et les autres groupes nationaux de sociétés, qu'au sein des PME/PMI travaillant avec un réseau de partenaires.

Ces réseaux adoptent de nouvelles formes d'organisation : alliances, partenariat, externalisation, essaimage... et se définissent par la force et l'intensité des liens entre les entreprises constituant les dits réseaux en adoptant des stratégies de collaboration approfondie dans un but de compétitivité.

Dans la première étape de sa mise en œuvre, l'entreprise élargie ou étendue est « intra muros » avec le PLM (*Product Lifecycle Management*) ou gestion du produit tout au long de son cycle de vie.

Cette solution permet de mettre en relation les données dispersées entre conception, gestion des données techniques, planning de l'utilisation des ressources, fabrication et logistique associée et gestion de la relation client.

Cette infrastructure est en passe de devenir, chez les grands comptes, un nouvel art de vivre, même si elles ne sont pas uniformes (Industries et Technologies n° 836 avril 2002).

À l'externe ensuite, aujourd'hui plus précisément par l'ouverture de site Web (le portail) se fondant sur des constituants comme la messagerie électronique, les bases de donnée, l'ingénierie collaborative et simultanée, la participation aux places de marché télématiques...

Dans ce contexte, l'entreprise élargie ou étendue recouvre plusieurs réalités, en fonction des filières et de leurs spécificités ou parfois même en fonction des services d'une société donnée :

- celle de l'alliance Renault/Nissan qui a conduit à l'élaboration de projets de plates-formes communes (concept concernant la conception de châssis communs à plusieurs modèles de véhicules, la fabrication à moindre coût, le partage de certains composants entre les bases roulantes et l'utilisation des mêmes lignes d'assemblage pour une zone géographique donnée).

Les deux entreprises sont en situation de travail collaboratif à distance et ce à partir de la plate-forme B qui concerne les modèles Twingo/Clio pour Renault et Micra pour Nissan.

À ce modèle le groupe PSA Peugeot Citroën préfère les alliances spécifiques et ponctuelles, moteur diesel avec Ford, petit modèle d'entrée de gamme avec Toyota (C1 et 107 pour PSA Peugeot Citroën et Yago pour Toyota) ;

- celle de la *supply-chain* étendue, qui voit s'organiser des parcs de fournisseurs autour des unités d'assemblage du constructeur (ex : pour Renault à Sandouville) afin de créer le volume et la diversité au plus tard dans la chaîne de production en diminuant sensiblement les coûts de stockages tout en augmentant la réactivité grâce à un circuit court de décision d'approvisionnement afin de satisfaire le client final dans la délivrance de sa commande dans un laps de temps le plus réduit possible.

Confiance, proximité et dépendance mutuelle sont d'ailleurs les principes qui ont présidés à la création de « Smart ville » à Hambach en Lorraine, qui rassemble autour de MCC sept équipementiers de rang 1 (Magna Steyr, Dynamit Nobel, Siemens VDO, Panopa, MLT, Magna corporation, Thyssen Krupp), lesquels fournissent 90 % des modules qui constituent le véhicule ;

- celle de la relation donneurs d'ordres/ fournisseurs qui s'articule autour de la maquette numérique, des plateaux virtuels en passe de supplanter les plateaux projets (système de communication entre personnels des constructeur et fournisseurs en vue du développement partagé d'un modèle de voiture).

De la maquette numérique « produit », le constructeur s'engage dans le développement des process pour aboutir à la maquette numérique des systèmes industriels, entraînant dans son sillage non seulement les équipementiers mais également les fournisseurs de machines d'assemblage.

Renault traduit même le caractère irréversible de cette stratégie en visant la maîtrise de la gestion du cycle de vie du produit, de sa conception à son recyclage

Le partenariat, fondé sur la confiance et l'engagement sur la durée de la relation d'affaire, s'accompagne nécessairement de contraintes fortes en termes de choix et d'utilisation d'outils (logiciels de conception et de dessin assisté par ordinateur comme Catia de Dassault Électronique).

Réduire le temps de cycle à toute les étapes de la vie d'un produit, là est l'enjeu. La maquette virtuelle devient réalité notamment chez PSA qui accompagne ses sous traitants dans l'appropriation des outils et méthodes nécessaires au travail collaboratif.

Ces expériences préfigurent ce que seront les relations industrielles de demain, car ces pratiques usitées dans le secteur de l'automobile seront, une fois éprouvées tout au long de la chaîne verticale de sous-traitance, transférées vers les autres secteurs industriels.

Les frontières internes et externes de l'entreprise sont repoussées et toute la question pour les fournisseurs (équipementiers et sous traitants de capacité ou de spécialité) sera de savoir comment s'intégrer dans ces ensembles et pour quelle contrepartie.

Ce n'est pas seulement affaire de maturité des outils de communication, des paliers seront à franchir en terme d'organisation, de formation des personnels, de maîtrise des contrats et d'investissements pour garder sa place dans la chaîne de production de la valeur. La contrepartie à cet effort se trouvera vraisemblablement dans la confiance établie avec le chef de file, qui entraînera des relations d'affaires durables, accentuées par la proximité physique ou dématérialisée pérennisant ainsi l'entreprise.

3. L'amélioration des relations entre donneurs d'ordres et fournisseurs

Pour être compétitifs, les constructeurs doivent aujourd'hui réduire leurs coûts et se recentrer sur leurs métiers de base. Ils rationalisent leurs achats et contraignent leurs fournisseurs à se réorganiser. Ils leur transfèrent une partie des coûts de développement et les obligent à les accompagner dans leur expansion internationale. Une réorganisation des relations s'établit donc entre les constructeurs et leurs partenaires.

3.1. Les relations avec les équipementiers

L'évolution structurelle de la filière automobile s'est traduite par une importante réorganisation des rôles en particulier dans le secteur de l'équipement automobile où l'on observe une concentration importante des entreprises de « rang 1 » et une spécialisation des entreprises de « rang 2 ».

a) Une concentration importante des équipementiers de « rang 1 »

Les équipementiers de « rang 1 » ont désormais un rôle central et une responsabilité importante. Ils sont devenus des groupes industriels puissants (chiffres d'affaires en général supérieurs à 1 milliard d'euros). Sur le plan de la stratégie, la plupart de ces grands groupes ont restructuré leurs activités en abaissant le nombre de leurs usines (de 170 à 134 chez Valeo) et diminuant le nombre de fournisseurs (de 4 500 à 2 800 chez Valeo).

Par ailleurs, ces groupes se sont implantés dans de nombreux pays et maîtrisent au moins une technologie dans laquelle ils sont devenus leaders incontestés. Ils s'intègrent, dès le stade de la conception d'un nouveau modèle, à toutes les étapes de recherche et développement, puis de fabrication des éléments dont ils obtiennent la délégation de responsabilité. De plus, ils gèrent le flux des pièces détachées « seconde monte ».

La croissance des équipementiers de premier rang est réalisée pour partie en externe par rachat des filiales « équipement » des constructeurs, par acquisition d'équipementiers plus petits, mieux situés géographiquement, ou ayant des technologies complémentaires aux leurs pour l'offre de « modules » ou « systèmes ».

Cette croissance est aussi générée en interne, grâce à leur faculté de proposer aux clients de nouvelles applications technologiques à moindre prix et des modules plus complexes, véritables sous-ensembles qui s'intègrent directement dans le véhicule lors de sa construction.

Un effort significatif a donc été effectué par les équipementiers de « rang 1 » en matière de R&D (coûts, qualité et innovation) et d'internationalisation pour accompagner les constructeurs.

Cela étant, les équipementiers de « rang 1 » sont aujourd'hui confrontés :

- d'une part à l'augmentation du coût des matières premières : le cuivre a plus que triplé, l'aluminium plus que doublé et ces deux composants ont pris au cours du premier semestre 2006, 50 % pour l'un, 30 % pour l'autre. Le pétrole a connu une augmentation significative de son prix alors qu'il est resté stable à 20 dollars pendant de nombreuses années. Le zinc est également à des niveaux extrêmement élevés. Enfin l'acier, qui était resté pendant de longues années une denrée relativement stable, est devenu un produit rare et cher. L'appel chinois pour ces produits a entraîné une pénurie d'acier en Europe. Cette pénurie a bénéficié aux aciéristes qui ont pu remonter leurs prix (voir annexes) ;
- d'autre part à la volonté affichée par les constructeurs de réduire leurs coûts : selon Thierry Morin, président de Valeo, *« la surcapacité des constructeurs automobiles les amène à faire des concessions de prix à leurs clients et demandent à ceux qui fabriquent 75 % du véhicule, à savoir les équipementiers, de financer ces baisses de prix »*.

b) Une spécialisation des équipementiers de « rang 2 »

La plupart des sous traitants de « rang 2 » ont pour principal débouché le secteur automobile. Or ce secteur présente des caractéristiques particulières : séries longues, pressions sur les prix, lignes de production dédiées, externalisation des activités des constructeurs et des « rang 1 »... Cela conduit les entreprises de « rang 2 » à se spécialiser davantage.

Les équipementiers de « rang 2 » doivent par ailleurs s'adapter à la stratégie développée par les « rang 1 » en étant notamment capables :

- d'accompagner leurs clients sur des séries en général plus longues (adaptation de l'outil industriel), ainsi que sur des marchés internationaux (implantation commerciale, mais de plus en plus industrielle) ;
- d'améliorer encore leur compétitivité prix en se recentrant sur les pièces, sous-ensembles à forte valeur ajoutée et en pilotant une sous-traitance sur les autres pièces ;
- d'avoir des politiques commerciales performantes directes (éviter le face à face exclusif avec la fonction achat du client) et indirectes (obtenir l'information sur les stratégies, volumes, produits et besoins constructeurs...).

Ils ont pour ce faire besoin de visibilité.

Les équipementiers de rang 2 ont acquis une grande importance dans la chaîne des équipementiers : comme le souligne Thierry Maugis, président de Robert Bosch France, *« de plus en plus, les équipementiers dits de « rang un », c'est-à-dire ceux qui livrent en direct les constructeurs automobiles, assemblent les pièces. Il fut une époque où nous livrions des pièces unitaires à nos clients, qui les assemblaient. L'on demande maintenant aux équipementiers de « rang 1 » de faire des sous-assemblages. Nous livrons par exemple des planches*

complètes, dans lesquelles nous intégrons tous les équipements de bord. Cela nous demande de maîtriser la qualité, les prix et la flexibilité des équipementiers de rang deux ».

Au final, la catégorie des « rang 2 » devrait tendre vers des entreprises plus performantes mais certainement moins nombreuses. En effet, du fait des exigences croissantes des donneurs d'ordre (réduction des coûts, internationalisation et innovation), un mouvement de concentration s'amorce également pour les entreprises de « rang 2 ».

c) L'émergence et le renforcement d'équipementiers de « rang 3 »

Le réseau des entreprises de « rang 3 » est composé à la fois de sous-traitants et de fournisseurs de composants intégrant des sous-ensembles montés par les « rang 2 ». Cette catégorie va, à l'avenir, progressivement accueillir une partie des « rang 2 » positionnés sur des activités à faible valeur ajoutée, devenant ainsi des sous-traitants de sous-traitants de spécialité ou d'intégrateurs de sous-ensembles.

Au total, comme l'a récemment montré l'étude « *Adaptation structurelle des équipementiers de second rang et des PME de la filière automobile* » réalisée par le cabinet d'études Algoe pour le ministère de l'Économie, des finances et de l'industrie, on observe donc que le système automobile est en train de devenir paradoxalement plus hiérarchisé et plus coopératif.

3.2. Les relations avec les prestataires logistiques

Avec un coût moyen de 500 euros par véhicule, la logistique amont représente un poste de dépense de plus en plus important dans le prix de revient des véhicules. Or, la logistique autrefois pilotée par les donneurs d'ordres, est, depuis quelques années, externalisée car les constructeurs ne sont plus en mesure de traiter la logistique en interne. Cette activité est donc réalisée par des prestataires choisis en fonction de leur capacité à offrir une couverture internationale, une maîtrise de la totalité des flux (offre « *door to door* ») et une forte expertise automobile.

Dans ce contexte, le marché des prestataires logistiques s'organise selon un modèle assez proche de celui des équipementiers :

- les prestataires logistiques de « rang 1 » maîtrisent l'organisation et le pilotage des flux. Ils prennent en charge les prestations à plus forte valeur ajoutée comme la logistique et la gestion des opérations *overseas*. Pour gérer ces opérations, ils réalisent les investissements nécessaires : systèmes d'information, plates-formes, infrastructures douanières et portuaires, avec pour contrepartie un allongement de la durée des contrats (durée minimale de trois ans) ;
- les prestataires de « rang 2 » prennent en charge les prestations plus banalisées telles que le transport terrestre et certaines activités d'entreposage.

En France, le marché est dominé par les groupes Geodis et Gefco. La société Gefco, contrôlée à 100 % par le groupe PSA, est la deuxième entreprise française dans le domaine de la logistique et la huitième en Europe. Cette société trouve sa racine dans le transport de pièces vers les usines automobiles et des voitures vers les concessions. Depuis, elle a diversifié son activité vers d'autres clients automobile que PSA et surtout vers d'autres éléments du marché.

La reconfiguration du marché de la logistique amont se traduira donc par un rééquilibrage du pouvoir entre constructeurs et prestataires logistiques. Ce rééquilibrage sera d'autant plus important que les logisticiens disposeront d'une certaine autonomie par rapport aux donneurs d'ordre de l'automobile en étant présents sur plusieurs secteurs d'activité, à la différence des équipementiers.

3.3. Les relations avec les distributeurs

La Commission européenne affiche la volonté de développer la concurrence dans le secteur de la distribution et de la réparation automobile. Pour se préparer à une éventuelle libéralisation du commerce automobile, de nombreux concessionnaires, parfois appuyés par les constructeurs, se sont organisés en groupes. Plus qu'un moyen de survie pour les distributeurs, l'organisation en groupe permet également de rééquilibrer le rapport de force avec les constructeurs.

a) Le règlement d'exemption de 2002

La distribution automobile est encadrée par un règlement d'exemption au traité de Rome de 1957. Dans l'objectif d'instaurer un marché unique, ce traité a autorisé la libre concurrence, la libre entreprise et la libre circulation des marchandises au sein de la communauté européenne... Il interdit donc les ententes anti-concurrentielles.

Pour tenir compte des spécificités du secteur automobile, le premier règlement d'exemption 123/85 adopté en 1985 par la Commission européenne, a qualifié la distribution de sélective et d'exclusive. Cette réglementation remplacée en 1995 par le 1475/95 autorise le multimarquisme et contient un certain nombre de dispositions visant à « *rééquilibrer la relation constructeur-distributeur* ». Toujours dans l'objectif de libéraliser le commerce et la réparation automobile, la Commission a produit en octobre 2002 un nouveau règlement d'exemption 1400/2002, dont les principales dispositions sont :

- l'interdiction de combinaison entre la distribution sélective (les constructeurs choisissent les distributeurs en fonction de critères qualitatifs) et exclusive (les constructeurs attribuent aux distributeurs une exclusivité territoriale). La plupart des constructeurs a opté pour une distribution sélective. Avec la suppression de la clause de localisation en 2005, les distributeurs peuvent ouvrir des points de vente ou de livraisons supplémentaires sans l'accord du constructeur ;

- la suppression du lien entre vente et après-vente et mise en place d'un nouveau statut : « le réparateur agréé ». Le constructeur ne peut plus imposer à son concessionnaire de se charger à la fois de la vente et du service après-vente. Cette disposition a eu des conséquences sur le marché de l'après-vente qui a été profondément réorganisé comme nous avons pu le voir dans le chapitre I ;
- le renforcement des droits des distributeurs de représenter plusieurs marques concurrentes (multimarquisme monosite) ;
- l'élargissement et le renforcement de l'accès à la formation et aux informations techniques à tous les réparateurs indépendants fournissant des services de réparation et d'entretien. Cet accès est désormais autorisé, mais sa mise en place n'est pas encore véritablement effective ce qui gêne parfois l'activité de certains opérateurs de l'après vente automobile, notamment les MRA ou les chaînes spécialisées ;
- la libéralisation de l'accès aux pièces de rechange.

b) Les effets du règlement d'exemption sur l'organisation de la distribution automobile

- Le « multimarquisme »

Jusqu'en 1985, un distributeur lié à un constructeur par un contrat de concession était sous le joug d'une dépendance substantielle.

Cependant, les concessionnaires ont progressivement développé le multimarquisme sur plusieurs sites. Par ailleurs, le multimarquisme est autorisé sur un même site depuis le règlement de 1995. S'il est vrai que le règlement adopté en 2002 allège encore les conditions à respecter en matière de multimarquisme sur un même site, il convient cependant de noter que les concessionnaires ont saisi cette opportunité de manière très contrastée notamment par fidélité à leur marque. Par ailleurs, les assouplissements issus du dernier règlement sont largement contrecarrés par les critères de sélection exigés par les constructeurs. Cela concerne par exemple l'exigence de surface minimale de vente. Il semble également que les consommateurs ne soient pas convaincus de la qualité du service qui résulterait d'une telle organisation.

Le renfort du droit au multimarquisme sur un même site dans le règlement de 2002 ainsi que le développement du multimarquisme multi sites a donc permis à plusieurs distributeurs de multiplier leurs clients et par la même de gagner en autonomie vis-à-vis des constructeurs. Aujourd'hui, le poids de certains groupes est tel, que les constructeurs ne peuvent plus imaginer fonctionner sans eux. C'est par exemple le cas du groupe PGA (numéro 1 au TOP 100) qui assure 6,5 % des ventes Peugeot sur le territoire français. Le mouvement de restructuration dans la distribution instaurerait donc une logique d'interdépendance entre les constructeurs et les distributeurs.

- La suppression de la clause de localisation

Depuis le 1^{er} octobre 2005, date de la suppression de la clause de localisation, les distributeurs disposent d'une totale liberté d'implantation (de points de vente ou de livraison) en Europe.

La suppression de la clause de localisation, en accentuant la concurrence parmi les distributeurs, pourrait avoir pour effet de renforcer les concentrations dans la distribution automobile et de provoquer la fermeture ou le regroupement des plus petites concessions.

En conclusion, les applications concrètes du dernier règlement n'apparaissent pas évidentes. Le point de vue des acteurs (distributeurs, constructeurs et équipementiers) ne permet pas de se faire une idée précise sur l'évolution de la distribution automobile. À court terme au moins, le nouveau règlement ne menace pas le rapport des forces entre constructeurs et distributeurs, plutôt favorable aux premiers. Mais le développement effectif du multimarquisme et la suppression de la clause de localisation pourraient à moyen terme modifier cette situation.

c) La question des réseaux parallèles

Outre un rééquilibrage qui s'effectue progressivement avec les constructeurs, un autre rééquilibrage devra probablement être établi au sein même de la distribution entre réseaux officiels et réseaux parallèles, également appelés « réseaux gris » (mandataires et revendeurs non agréés) afin de garantir une certaine équité entre ces acteurs au regard du cadre législatif et réglementaire.

- Les mandataires

Les mandataires sont des intermédiaires qui achètent des véhicules, au nom et pour le compte d'utilisateurs finals. Tandis que les réseaux officiels achètent leurs véhicules aux constructeurs, les mandataires achètent leurs véhicules aux réseaux officiels. Les mandataires ont le droit d'exercer leur activité partout au sein de l'Union européenne. Leurs obligations au regard de la loi ne sont pas les mêmes que celles supportées par les réseaux officiels. En effet, les réseaux sont notamment soumis à une réglementation stricte en matière d'affichage et de publicité, contrairement aux mandataires qui ont longtemps pu échapper à toute obligation de transparence. Malgré les quelques efforts réalisés à ce sujet, l'activité de mandataire est parfois réalisée de manière peu équitable par rapport aux réseaux officiels.

- Les revendeurs non agréés

Les revendeurs non-agrégés sont des commerçants qui achètent des véhicules (neufs ou d'occasion) en leur nom et pour leur compte aux réseaux officiels, dans le but de les revendre à des utilisateurs finals. Ils agissent sans mandat. Leur activité n'est encadrée par aucun texte spécifique. Ils exercent par conséquent une concurrence jugée déloyale par les réseaux officiels. Ainsi, un distributeur qui est membre d'un réseau officiel, intervient activement dans la promotion des produits qu'il vend, en participant financièrement aux campagnes publicitaires organisées par le chef de réseau, ce qui augmente inévitablement ses

coûts de revient. Les revendeurs non agréés (tout comme les mandataires dans une moindre mesure), qui ne sont pas assujettis à ces obligations, ont donc des coûts et des frais sensiblement inférieurs à ceux des membres des réseaux officiels, ce qui leur permet de fixer des prix plus faibles tout en gardant une rentabilité supérieure à celle des réseaux. Et ceci notamment en raison du bénéfice qu'ils retirent de la notoriété de la marque à laquelle seuls les réseaux ont contribué.

d) Le maintien d'une emprise des constructeurs sur les distributeurs

Les difficultés des réseaux résultent essentiellement de la dépendance économique des distributeurs et réparateurs agréés à l'égard des concédants. Si la dépendance économique est une donnée naturelle au sein de tout système de distribution, il n'en demeure pas moins qu'elle doit être encadrée pour éviter tout excès.

Or, le règlement d'exemption ne parvient pas à limiter suffisamment la dépendance économique malgré un certain nombre de progrès notables, comme l'allègement des conditions du multimarquisme, l'obligation de motiver les résiliations de contrats, l'augmentation des situations dans lesquelles un tiers expert peut intervenir, etc.

On peut en effet encore constater aujourd'hui cinq catégories essentielles de difficultés rencontrées par les réseaux et caractérisant ou découlant de la situation de dépendance économique dans laquelle ils se trouvent à l'égard du concédant :

- **les critères de sélection** des distributeurs par les constructeurs, dont le niveau est fixé librement par les concédants : ces critères sont parfois excessifs et disproportionnés par rapport aux objectifs poursuivis même si il est vrai qu'un niveau élevé de critère est nécessaire pour garantir la qualité du service aux consommateurs. Les investissements qui découlent du respect de ces critères sont souvent très élevés et peuvent grever la rentabilité des entreprises. Par ailleurs, les critères sont parfois appliqués de façon discriminatoire : en effet, les distributeurs dont le constructeur souhaite se séparer se voient obligés de respecter ces critères alors qu'une tolérance existe pour les autres ;
- **la rémunération** : celle-ci dépend notamment des enquêtes satisfaction clientèle, pour lesquelles il semble difficile d'obtenir des résultats, compte tenu de leur caractère aléatoire ;
- **les objectifs de vente** peuvent également susciter des interrogations quant à l'objectivité des critères à partir desquels sont fixés par les constructeurs. Il faut en effet préciser que le niveau de rémunération dépend du niveau de réalisation des objectifs quantitatifs ainsi fixés.

- **le respect des standards de marque** : il permet l'obtention de primes. Le non-respect de ces standards pour les distributeurs peut parfois conduire à une exclusion du réseau si une clause du contrat de distribution le mentionne ;
- **les remontées d'informations** : Les concessionnaires vivent parfois comme une ingérence excessive les exigences du concédant en matière de remontées d'informations, et notamment l'obligation de remonter leurs résultats d'exploitation mensuels.

e) Les effets du règlement d'exemption sur l'organisation de l'après-vente automobile

Le règlement d'exemption européen a libéralisé le marché de la pièce de rechange et accorde désormais davantage de liberté aux distributeurs vis-à-vis des constructeurs pour ce qui concerne leur approvisionnement. Un rééquilibrage s'est donc là encore opéré dans le cadre des relations constructeurs distributeurs.

- La réglementation relative à la distribution de la pièce de rechange

L'ancien règlement européen de 1995 limitait la reconnaissance des pièces d'origine :

- aux pièces fabriquées par les constructeurs ;
- aux pièces fabriquées par les équipementiers pour les constructeurs.

Le règlement 1400-2002 élargit ce champ aux pièces fabriquées par les équipementiers répondant aux normes de fabrication de la première monte (distribuées par les réseaux indépendants). La notion de pièce de rechange d'origine a ainsi été considérablement élargie.

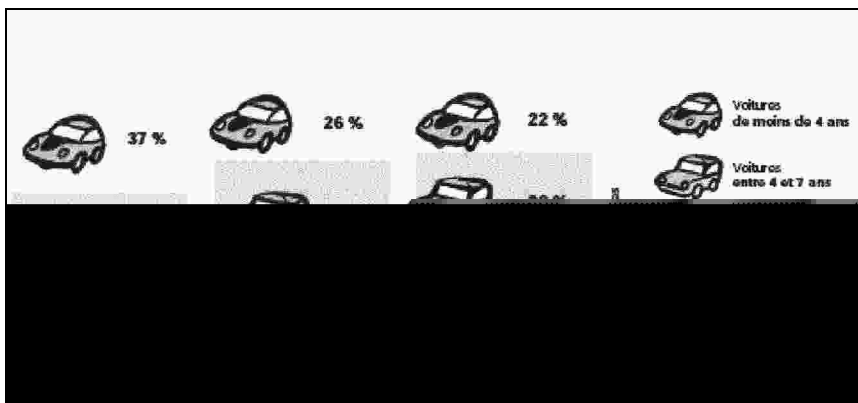
Par ailleurs, de nouvelles obligations doivent désormais être remplies par les constructeurs :

- ils ne peuvent pas exiger l'utilisation de leurs propres pièces d'origine pour des travaux de réparation et d'entretien normaux et cela même durant la période de garantie ;
- ils ne peuvent pas empêcher leurs réparateurs agréés de se procurer sur le marché de l'après-vente indépendant, des pièces de rechange de la même qualité et moins onéreuses que leurs propres pièces sauf dans le cadre de la garantie et pour les opérations de rappel ;
- ils ne peuvent pas obliger les réparateurs à informer leurs clients sur la nature des pièces de rechange utilisées (pièces d'origine ou pièces de qualité équivalente) hormis pour les travaux sous garantie ;
- ils ne peuvent pas utiliser les droits de propriété intellectuelle ou le savoir-faire pour restreindre le droit de l'équipementier de vendre des pièces de rechange à des réparateurs agréés et indépendants, même en cas d'accord de cession de droits ;
- enfin, il est également interdit d'obliger les distributeurs ou les réparateurs d'effectuer auprès d'un seul et même fournisseur plus de 30 % de leurs achats de pièces.

Le règlement 1400/2002 apporte donc aux concessionnaires et réparateurs agréés un peu plus d'espaces de liberté vis-à-vis de leurs constructeurs. Cependant, l'appui logistique, les primes sur objectif et une gestion de pièces de rechange simplifiée due au fait qu'il n'y ait qu'un seul fournisseur, n'incitent pas les concessionnaires, malgré les gains potentiels, à se fournir auprès de plusieurs distributeurs.

- L'évolution du marché de la pièce de rechange

Schéma 4 : Dépenses de rechange en fonction de l'âge du véhicule



Source : ANFA.

Comme l'indiquent les données ci-dessus, si la part des dépenses en pièces de rechange diminue pour les véhicules récents, elle est en augmentation pour les véhicules plus anciens. Les enjeux économiques de la pièce de rechange se situent donc de plus en plus sur les véhicules de plus de 7 ans. Or, sur le marché de la réparation automobile, les véhicules de plus de 7 ans sont majoritairement des véhicules de seconde main : c'est un marché nettement plus concurrentiel (indépendants, centres autos, réseaux) que le marché des véhicules de moins de 4 ans (canalisé par les réseaux des constructeurs). Donc, parmi les entreprises de réparation, les MRA et les centres autos devraient théoriquement être les principaux bénéficiaires d'une libéralisation de la pièce...

- La stratégie menée par les différents acteurs du marché de la pièce de rechange

Les équipementiers sont relativement prudents dans la « bataille » qui oppose constructeurs et distributeurs indépendants car ils sont très dépendants des constructeurs pour la première monte. Pourtant, les actions des distributeurs stockistes pourraient leur permettre d'équilibrer le rapport de force entre première monte et deuxième monte dans la mesure où les équipementiers pourront vendre sans restriction les pièces qu'ils fabriquent pour les constructeurs à la distribution indépendante. Lors du salon Equip'auto 2003, certains équipementiers tel Valeo ont rapidement proposé des labels de pièces (Label Valeorigin) répondant aux critères de la première monte.

Les Mécaniciens réparateurs automobile (MRA), représentent un enjeu majeur pour les acteurs de la distribution de pièces : ils constituent à l'heure actuelle de 50 à 60 % du chiffre d'affaire des distributeurs-stockistes selon la FEDA (Fédération des syndicats de la distribution automobile) qui représente la distribution indépendante. De plus, désormais, les MRA pourront trouver des pièces d'origine d'équipementiers chez les distributeurs-stockistes.

À la suite de l'Auto distribution (AD), les distributeurs-stockistes proposent aux MRA d'adhérer ou d'agréer à un réseau pouvant leur apporter des services comme une signalétique, des outils marketing, des formations Groupement national des formations de l'automobile (GNFA), une aide logistique et informatique à la gestion de Pièces de rechange agréées (PRA) etc.

En échange, les distributeurs-stockistes incitent les réparateurs à se fournir en pièces chez eux à travers des prix compétitifs et des remises. Ces dernières pourraient permettre aux MRA de dégager une marge « correcte » : selon une enquête du magazine Rechange Automobile en 2000 - depuis leur adhésion à un réseau, 38 % des MRA auraient augmenté leur marge commerciale brute de plus de 5 % et 32 % auraient augmenté leur marge brute de plus de 10 %.

Pour contrer les offensives des distributeurs indépendants, les constructeurs ont des stratégies relativement différentes. On citera notamment :

- une politique de baisse des prix des pièces d'origine au logo du constructeur. Cette baisse des prix affecte actuellement les réseaux des constructeurs qui la répercute sur leurs marges distributeurs ;
- le développement de réseaux de garages (Motrio pour Renault, Eurorepar pour Citroën...) ; ces réseaux sont initialement destinés aux ex-agents n'ayant pas répondu aux critères de réparateurs agréés... mais ils sont également largement ouverts aux autres MRA (surtout pour Eurorepar).

4. Les évolutions sociales au sein de la filière

4.1. Les mutations sociales et professionnelles de la filière

La filière doit faire face à plusieurs défis : démographiques, technologiques et humains. Le vieillissement des effectifs, la difficulté de recruter des jeunes, le progrès technologique et son impact sur la structure des effectifs et sur les efforts à effectuer dans le domaine de la formation constituent les principales questions qui se posent aujourd'hui à l'ensemble de la filière et dont les réponses varient en fonction des caractéristiques propres à chaque branche. La gestion des ressources humaines est en effet différente entre les grandes entreprises de l'industrie automobile et les nombreuses PME de sous-traitance et de la distribution et des services.

4.2. Les mutations sociales et professionnelles dans l'industrie automobile

L'évolution de la composition des effectifs dans l'industrie automobile fait apparaître un poids croissant des cadres de 19 % chez les équipementiers de « rang 1 » pour un effectif global stable en 2004. Dans cette activité, l'effectif ouvrier est passé de 69 % en 1996 à 59 % en 2001. Si la part d'ouvriers reste importante, elle tend à baisser, notamment chez les constructeurs sous l'effet conjuguée de l'augmentation du niveau des qualifications requises et de la robotisation d'un grand nombre de chaînes de montage. Chez les constructeurs comme chez les équipementiers, l'effectif « ingénieurs et cadres » se renforce et se rajeunit. La moitié de cet effectif a aujourd'hui moins de 35 ans. Ces jeunes cadres sont majoritairement recrutés auprès des écoles d'ingénieurs (57 %) mais également auprès des universités (23 %), et des écoles de commerce (14 %). Le haut niveau de qualité qu'implique la construction et l'assemblage du secteur automobile nécessite de s'entourer d'une main d'œuvre de plus en plus qualifiée dans un cadre de concurrence mondiale que ce soit au niveau des cadres ou des ouvriers. Certes, pour ces derniers, les recrutements s'effectuent encore pour plus de la moitié des cas, au niveau des CAP ou BEP. Mais on peut observer que les formations Bac (général, professionnel ou technologique) représentent désormais 20 %.

a) Les mutations sociales et professionnelles dans la construction automobile

- La politique des constructeurs en matière de formation

Les constructeurs fournissent un effort important en matière de formation : 4,6% de la masse salariale pour PSA et 6,4 % pour Renault en 2001. Ces ratios les placent parmi les secteurs les plus avancés en la matière. Dans un contexte de pression sur les coûts, les constructeurs cherchent à tirer le maximum de cet investissement dans la formation. Ils ont entrepris de revisiter l'ensemble de leur politique de formation afin de s'efforcer de mieux intégrer celle-ci à la stratégie de l'entreprise.

Les constructeurs ont ainsi cherché à optimiser ces dernières années l'articulation entre la formation continue et la formation initiale. Pour cette dernière, les constructeurs ont élaboré de véritables partenariats avec l'Éducation nationale. Cela s'est traduit sur le plan national par la mise en place de diplômes tels que le CAP « Exploitation d'installations industrielles en 1994 » développé par Renault, ou sur le plan local par des accords avec les rectorats permettant d'adapter les enseignements aux besoins des constructeurs. L'information et l'action pédagogique ont également été renforcés par la branche (UIMM - Union des industries et métiers de la métallurgie), les constructeurs (PSA notamment) et en association avec le ministère de l'Éducation nationale, par le biais de visites, créations de centres documentaires, sites Internet, édition de brochures... Par ailleurs, en liaison avec le ministère de l'Industrie des efforts ont également été réalisés afin d'améliorer l'image de la filière, au travers de campagne d'information et de sensibilisation aux métiers de l'industrie automobile effectuées à l'attention des jeunes mais aussi des enseignants.

Enfin, l'apprentissage se développe principalement dans les secteurs où des pénuries de main d'œuvre commencent à se manifester comme l'après-vente, l'électrotechnique ou l'outillage. L'accord signé en 2001 dans la métallurgie pour améliorer la rémunération des apprentis en fonction de la qualification qu'ils préparent devrait renforcer l'attractivité du secteur. Toutefois, si l'apprentissage est une pratique répandue chez les concessionnaires et les réparateurs, il demeure limité chez les constructeurs. Renault accueille chaque année quelque 800 étudiants (Bac à Bac + 3) en alternance et près de 40 apprentis cadres (Bac + 5 ou Bac + 6). L'alternance s'inscrit souvent dans une optique de pré-recrutement. Au total, 30 % des apprentis non cadres et 50 % des apprentis cadres ont été recrutés en 2004. PSA Peugeot Citroën accueille pour sa part 1 350 apprentis auxquels s'ajoutent environ 3 000 apprentis des réseaux de distribution et d'après vente des marques Peugeot et Citroën. Le groupe compte également 390 jeunes en contrat de professionnalisation. Dans le domaine de la vente, les constructeurs développent des écoles internes (Institut supérieur de la vente Peugeot, Renault alternance), où ils complètent les formations initiales reçues par les élèves.

Au niveau national, comme sur les sites, les constructeurs s'efforcent de développer une logique de partenariat avec les collectivités publiques et les organismes offreurs de formation. Ces derniers présentent une grande variété : de nature publique (AFPA, GRETA, universités) professionnelle (AFPI, ANFA), consulaire (CCI) ou privée (écoles de commerce), ces organismes sont parfois indépendants du constructeur, ou simplement autonomes (Institut Renault de la qualité). L'UIMM participe pour sa part à l'élaboration de Certificats de qualification professionnelle (CQP). Enfin, les constructeurs travaillent de plus en plus avec les organismes publics, en particulier dans les régions où l'industrie automobile constitue un bassin d'emploi important.

Par ailleurs, les constructeurs mettent davantage en lien la formation avec les autres outils de la gestion des compétences comme le recrutement, la rémunération, la gestion des carrières et la mobilité interne et externe : en matière de recrutement, les constructeurs ont tendance à repérer d'abord les potentialités qui pourront ensuite être développées après l'embauche par une formation d'intégration. S'agissant de la rémunération, celle-ci peut évoluer à la suite de formations dans la mesure où elles sont suivies de certifications (type CQP) qui permettent une évolution dans la grille de classification de la métallurgie. En matière de mobilité externe, des partenariats ont également été mis en place avec des écoles de commerce et de management (INSEAD, ESSEC) afin de permettre aux jeunes cadres, ingénieurs et commerciaux, de compléter leurs formations au cours de leur parcours professionnel. Des formations types MBA ont également été mises en place en association avec certains constructeurs comme Renault. Au niveau des opérateurs, les constructeurs promeuvent les CQPM (Certification de qualification paritaire de la métallurgie), qui tendent à devenir l'instrument privilégié de la validation des compétences. Les CQPM, présentés comme des diplômes d'entreprise, sont généralement perçus par les salariés concernés comme des outils de valorisation et d'intégration dans l'entreprise. Ils constituent souvent un premier diplôme.

Autre caractéristique spécifique à l'automobile : l'implication des responsables opérationnels dans le domaine de la formation. Renault a par exemple mis en place en 1999, le programme « Performance et compétences 2010 » dont l'objectif était de s'appuyer sur les responsables des différents métiers dans la définition des formations, les managers étant considérés par l'entreprise comme étant les plus à même d'anticiper les besoins.

Par ailleurs, afin de motiver davantage les salariés dans le cadre de leurs parcours professionnels, les constructeurs ont mis en place un droit individuel à la formation qui se traduit par l'abonnement d'un compte personnel formation (PSA) ou d'un compte épargne formation » (Renault) dont les heures peuvent (PSA) ou doivent (Renault) être mobilisées pour se former hors du temps de travail. Elles représentent 4 jours par an pour les cadres et de 20 à 30 heures pour les ouvriers et les Employés, techniciens, agents de maîtrise (ETAM). L'entretien individuel a également été développé par les constructeurs afin d'impliquer les salariés à la vie de l'entreprise en explicitant l'action et les perspectives d'évolution de chacun.

Enfin les constructeurs ont cherché ces dernières années à rendre le contenu des formations plus opérationnel, davantage tourné vers l'international (formations linguistiques) et utilisant des moyens technologiques modernes (*e-learning*).

Les constructeurs automobiles français ont progressivement transformé la formation professionnelle et leur perception en la matière : d'une obligation légale souvent vécue comme un centre de coût et comme un outil de reconnaissance sociale, celle-ci s'est progressivement imposée comme un levier indispensable de déploiement de la stratégie de l'entreprise et de développement de l'employabilité des salariés.

- Les perspectives d'amélioration

La politique mise en place par les constructeurs dans le domaine de la formation a obtenu un certain nombre de résultats leur permettant de traverser les mutations du secteur tout en restant compétitif. Néanmoins, certaines lacunes apparaissent : Le défi démographique de la pyramide des âges n'a été que partiellement pris en compte dans la définition de la formation des constructeurs. Dès lors, la formation va à l'avenir devoir permettre le maintien au travail des catégories les plus âgées. Dans le même temps, elle devra favoriser le recrutement et l'intégration des jeunes dans l'entreprise.

b) Les mutations sociales et professionnelles chez les équipementiers automobiles

Tableau 16 : Caractéristiques socioprofessionnelles
(ensemble des entreprises, y compris celles de moins de 20 salariés)

	Ensemble des salariés			
	Répartition en % (nombre de salariés)		Salaire net horaire des postes en €	
	Équipementiers	Industrie	Équipementiers	Industrie*
Chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles sup.	13,3 % (15 183)	15,7 % (502 926)	22,3	23,2
Professions intermédiaires	19,5 % (22 259)	22,4 % (718 011)	12,3	12,7
Employés	4,3 % (4 891)	7,5 % (239 303)	10,1	9,3
Ouvriers qualifiés	42,3 % (48 399)	38,0 % (1 216 051)	9,5	9,3
Ouvriers non qualifiés	20,7 % (23 615)	16,4 % (524 801)	8,4	7,9

* Industrie hors énergie

Source : SESSI – DADS 2002

Les équipementiers emploient de moins en moins d'ouvriers et recrutent aujourd'hui davantage de formations qualifiées. En ce qui concerne les rémunérations versées par les équipementiers automobiles, les salaires nets horaires des postes d'ouvriers et d'employés sont légèrement supérieurs à ceux de l'ensemble de l'industrie

- Le recours au travail intérimaire

Le recours au travail intérimaire est de plus en plus fréquent au sein de la filière automobile, en particulier chez les équipementiers. Il représente ainsi 20 % de l'effectif ouvrier de cette branche. Ce fort taux de recours à l'intérim s'explique comme dans la plupart des secteurs d'activité par la rapidité et l'efficacité du recrutement et la possibilité de remplacer des salariés absents. L'intérim peut conduire les professionnels à proposer des embauches définitives. Mais le recours au travail intérimaire s'explique aussi par les spécificités du secteur de l'équipement automobile. Tout d'abord, le développement des niches conduit, particulièrement pour les pièces visibles qui sont propres à un modèle, à des quantités fabriquées plus faibles, donc à des appels journaliers ou hebdomadaires pouvant varier dans des proportions importantes. De plus, le succès d'un modèle est aléatoire et sa durée de vie commerciale a tendance à diminuer, ce qui rend très difficile la gestion prévisionnelle des effectifs. Ensuite, les engagements des constructeurs ou des équipementiers de « rang 1 », par voie de conséquences, ne portent pas sur le long terme ce qui, ajouté à l'ensemble des dispositions du cadre réglementaire, appliquées en France sur le plan social, incite à une gestion prudente. La flexibilité est donc utilisée par les équipementiers avec une certaine efficacité pour les entreprises, mais également

pour les salariés puisqu'au terme de leurs intérim, la plupart d'entre eux sont réembauchés sur d'autres missions ou obtiennent une embauche définitive.

- L'apparition de nouveaux métiers chez les fournisseurs

De nombreux métiers sont en évolution ou apparaissent chez les fournisseurs : c'est notamment le cas des responsables développement durable, veille technologique, mécatronicien pour n'en citer que quelques-uns. Lorsque l'on croise l'évolution des métiers et les catégories socio professionnelle, il est possible d'anticiper les grandes orientations en cours de déploiement. Pour les ingénieurs et les cadres, les métiers en fort développement concernent la conception, la conduite de projet, le commerce et le marketing. En revanche, on observera très certainement dans les prochaines années une forte baisse des effectifs en production, même si des recrutements s'effectueront afin de remplacer les départs en retraite. Pour les « Employés, techniciens, agents de maîtrise » (ETAM) et les ouvriers, un besoin de recrutement élevé se fera sentir dans les métiers liés à l'électricité et l'électronique, du fait de l'accroissement des effectifs dans ces domaines et des évolutions technologiques. Néanmoins, une forte baisse (de l'ordre de 30 %) de l'effectif global devrait toucher certains métiers comme l'assemblage mécanique, l'usinage, le magasinage et la logistique) même si là encore des recrutements verront le jour avec le remplacement des départs en retraite. Enfin, une baisse limitée des effectifs concernera les métiers de la métallurgie, la plasturgie ou encore la peinture et le traitement de surface.

- La mise en place de nouvelles formations adaptées aux mutations technologiques

La filière automobile connaît de fortes évolutions technologiques. L'accentuation de l'électronisation des fonctions de commande, l'électrification croissante des fonctions hydrauliques, la substitution des câblages par les réseaux, la voiture de plus en plus communicante sont autant d'éléments qui conduisent au besoin d'une nouvelle compétence : la « mécatronique ». Cette compétence combine trois technologies (la mécanique, l'informatique et l'électronique) et deux disciplines supports (la physique et l'automatique).

Afin de concevoir et d'entretenir des véhicules dont la technologie ne cesse de progresser, des formations en « mécatronique » ont été mises en place conjointement par l'enseignement supérieur (universités) et les équipementiers, en association avec les constructeurs. Des ingénieurs mécatroniciens sont désormais formés afin de réaliser et d'entretenir des produits à la fois compactés et de technologies hétérogènes. Ce travail s'effectue en lien avec des spécialistes de tous les domaines et nécessite des connaissances pluridisciplinaires particulièrement élaborées. La mécatronique, en tant que nouvelle compétence, permet aujourd'hui l'élaboration de systèmes de freinages, de systèmes d'injections, de connecteurs intelligents, de télématique embarquée pour ne prendre que quelques exemples. Ces applications mécatroniques sont essentielles pour contrôler, communiquer, protéger les personnes et l'environnement (antiblocage des roues, airbag intelligent, moteurs hybrides...).

On le voit, les nouvelles technologies induites dans les nouveaux véhicules impliquent la création de nouveaux métiers et par voie de conséquences de nouvelles formations. La « mécatronique » constitue un bon exemple du développement technologique de la filière automobile et de ses conséquences en termes de formation.

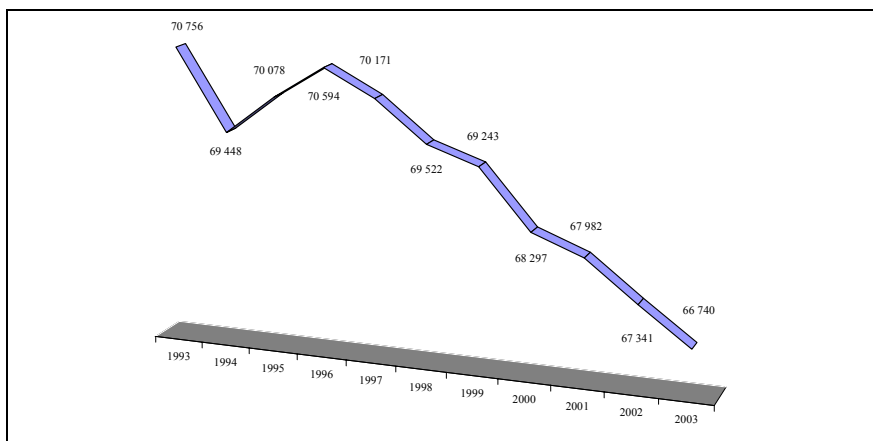
4.3. Les mutations sociales et professionnelles du commerce automobile

- Le vieillissement des effectifs

Dans le commerce et la réparation automobile, les départs à la retraite des artisans sont particulièrement nombreux et seront amenés à augmenter dans les prochaines années. Aujourd'hui, 40 % des artisans de la branche de la distribution et des services de l'automobile ont plus de 50 ans. L'âge des artisans est donc particulièrement élevé et ce vieillissement s'est fortement accéléré puisque la part des plus de 50 ans a augmenté de 11 points entre 1995 et 2001. Cette situation va à l'avenir poser le problème des transmissions et des reprises d'entreprises. Conscient de l'ampleur du phénomène, le Conseil national des

formation et plus globalement sur l'équilibre de l'ensemble du système. Rappelons que cette baisse est observée dans le contexte de mise en place du plan gouvernemental de cohésion sociale mis en place en 2004, visant notamment le développement de l'apprentissage.

Graphique 9 : Évolution des entreprises de moins de 10 salariés du commerce et de la réparation automobile en France (Naf 50)



Source : Sirène-INSEE, exploitation observatoire ANFA

- L'adaptation des professionnels aux nouvelles techniques de réparation

La complexité croissante des véhicules et des outils et techniques de réparation implique une élévation des niveaux de formation. Les véhicules plus fiables (diminution du nombre de pannes) signifient pour les réparateurs une diminution de leur activité, une complexification des types de réparation à effectuer, et une réactualisation des connaissances techniques par la pratique de stages de formation. Les réseaux ont investi dans la formation de super techniciens (conseillers techniques ou coordinateurs techniques) pour assurer l'assistance technique de leur réseau et former les compagnons de l'atelier. Or, ces formations ne sont pas toujours suffisantes pour régler les dysfonctionnements auxquels ils sont aujourd'hui confrontés. On imagine alors les difficultés auxquelles peuvent se heurter les réparateurs indépendants de toute organisation chargée de diffuser et d'accompagner ces formations techniques. Pour être compétitif et assurer au client le sérieux indispensable à la sécurité, le réparateur est aujourd'hui contraint de disposer d'un équipement minimum supérieur au petit outillage d'autrefois. Ceci est d'autant plus vrai pour les réparateurs non affiliés à une marque qui devraient investir davantage pour obtenir l'équipement leur permettant de réparer des véhicules « toute marque ».

Si les agents de marque ayant réussi à conserver leur panneau, sont poussés par les constructeurs à se former, les MRA sans panneau ou adhérents à des groupements de grossistes sont beaucoup moins enclin à remettre en cause leurs habitudes de faire et donc à activer une démarche formative.

Tableau 18 : La pratique de la formation continue dans les entreprises du commerce et de la réparation automobile

	<i>Ont suivi une formation</i>		<i>Type de formation</i>			
	En 2002	En 2003	Technique		Commerciale	
			En 2002	En 2003	En 2002	En 2003
Concessionnaire	90%	95%	87%	95%	69%	78%
Agent	75%	80%	74%	79%	24%	26%
M.R.A.	37%	30%	37%	29%	13%	5%
Station-service	28%	26%	22%	10%	8%	18%

Source : Études GIPA –2004 - Enquête auprès de 1 400 réparateurs.

80 % des agents ont suivi une formation en 2003 contre 30% des MRA.

La formation du personnel, que ce soit dans les domaines technique, commerce ou gestion, représente donc un enjeu vital pour la survie d'une entreprise de l'automobile, en particulier pour les petites structures.

Or, la branche automobile « à dominante artisanale » présente encore, malgré d'importants efforts, un retard en terme de formation, notamment au regard des rapides évolutions technologiques du secteur. En effet, de nombreux professionnels des services de l'automobile sont autodidactes et réticents à la formation. Les chefs d'entreprises artisanales ont, en général, une formation de niveau V (BEP, CAP) et des remises à niveau leur sont nécessaires surtout dans les domaines techniques et dans la gestion de leur garage.

- Les difficultés de recrutement dans la distribution et les services de l'automobile

Depuis quelques années, la branche de la distribution et des services de l'automobile doit faire face à une pénurie de main d'œuvre jeune et qualifiée. Elle est également confrontée à un décalage croissant entre la rapidité de l'évolution technologique dans les produits et services automobiles et le niveau de compétence des personnels. Enfin, elle doit lutter contre un manque d'attractivité de ses métiers, qui s'explique notamment par une méconnaissance de la profession de la part des jeunes, alors que celle-ci est en pleine mutation sociale et technologique. Plus inquiétant, l'apprentissage, autrefois très présent dans le secteur automobile, a reculé de 11 % entre 2002 et 2004, soit près de 4 000 apprentis.

Ces baisses s'expliquent en partie par des facteurs démographiques : le nombre de jeunes de 16 ans (âge moyen d'entrée en apprentissage) ne cesse de diminuer depuis les années 80 et devrait continuer à décroître jusqu'à la rentrée 2009 de 2,2 % par an en moyenne, selon l'Association nationale pour la formation automobile (ANFA). Par ailleurs, au bout de 5 ans en moyenne, 52 % des jeunes formés dans les services de l'automobile se dirigent vers d'autres activités (la grande distribution, la métallurgie, la vente en général, les transports ou la manutention) ce qui témoigne d'une véritable difficulté à fidéliser ces derniers au sein de la branche. La pénurie de main-d'œuvre s'explique également

par la diminution des entreprises formatrices, en particulier dans les secteurs de la réparation et de la carrosserie où l'on observe une baisse de l'activité et où les investissements sont davantage mobilisés pour adapter les entreprises à la technicité croissante des nouveaux véhicules que pour la formation des jeunes. Les difficultés économiques impactent donc directement les perspectives d'embauche dans les entreprises de la distribution et des services de l'automobile. Mais ces difficultés de recrutement s'expliquent aussi et surtout par un décalage entre l'offre et la demande. Les employeurs recherchent davantage des jeunes titulaires de bacs professionnels et de formations qualifiées, alors qu'à l'heure actuelle les formations de type CAP sont majoritairement disponibles sur le marché.

- L'action menée en faveur de la formation des jeunes dans la distribution et les services de l'automobile

La branche distribution et services de l'automobile connaît depuis 30 ans une hausse continue du niveau de qualification de ses salariés. À titre d'exemple, en 2005, 52 % des jeunes en formation avaient un niveau de qualification de catégorie V (employé et ouvrier non qualifié type CAP ou BEP) contre 100 % en 1979.

Malgré cette évolution, la branche est aujourd'hui confrontée à une pénurie de main-d'œuvre qualifiée, alors que celle-ci est essentielle eu égard au progrès technologique que connaît la profession en particulier dans le domaine de l'artisanat automobile. Face au manque de jeunes qualifiés et au risque de désadaptation du personnel, le Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) a notamment pris l'initiative de mettre en place en 2001, un dispositif global d'action intitulé « le plan Valors ». L'objectif de ce plan est de valoriser les métiers de l'automobile, de développer durablement leur attractivité et de mettre en place une réelle gestion des carrières.

Ce plan s'est concrétisé par la signature de plusieurs accords paritaires en 2002 relatifs à l'épargne salariale et à l'instauration d'un répertoire national des qualifications assurant une meilleure lisibilité des parcours et des filières professionnelles. C'est dans ce cadre qu'une nouvelle grille salariale pour l'ensemble des catégories professionnelles a été établie.

Par ailleurs, trois accords ont été conclus en 2004 sur le DIF, la VAE et l'entretien professionnel. Le Droit individuel à la formation (DIF) donne droit à 20 heures de formation par an. La Validation des acquis de l'expérience (VAE) offre pour sa part à chaque salarié la possibilité de faire valider ses compétences acquises grâce au certificat de qualification professionnelle qu'il peut faire valoir dans toutes les entreprises du secteur. Enfin, l'entretien professionnel a pour finalité de permettre aux salariés d'élaborer un projet professionnel à partir de leurs souhaits et de leurs aptitudes, et en fonction des perspectives d'évolution de l'entreprise. Par ailleurs, depuis 2003, le CNPA a sensibilisé les professionnels à une gestion plus dynamique de leurs ressources humaines, notamment en instituant des dispositifs de Gestion prévisionnelle des emplois et compétences (GPEC) qui ont connu un vif succès auprès des artisans de l'automobile.

Enfin, le CNPA a également signé en septembre 2005 avec Gérard Larcher, ministre délégué à l'Emploi, au travail et à l'insertion professionnelle des jeunes, un accord-cadre national pour l'insertion professionnelle des jeunes par le contrat de professionnalisation.

Au total, la branche de la distribution et des services de l'automobile participe à la création et à l'actualisation de 21 diplômes d'État et de 30 Certificats de qualification professionnelle, et anime un réseau de 42 Centres de formation des apprentis (CFA) pilotes. Au total, environ 70 000 jeunes sont en formation chaque année dans la distribution et services de l'automobile (37 000 lycéens, 31 000 apprentis et 4 000 jeunes en contrats de professionnalisation).

- Des efforts soutenus en faveur de la formation initiale et continue dans la distribution et les services de l'automobile

En matière de formation initiale, la branche distribution et services de l'automobile forme près de 31 000 apprentis, avec une progression des Bacs professionnels (+7,7 % Bac Pro Maintenance des véhicules automobile depuis 2002) et du BTS Maintenance et après vente automobile (+5 %) depuis 2002. En effet, l'apprentissage constitue la principale voie d'insertion professionnelle dans les métiers de l'automobile. Malgré quelques difficultés, la branche a accentué ses efforts afin de soutenir l'apprentissage. Et les résultats suivent : 75 % des apprentis trouvent un emploi 7 mois après la fin de leur formation, contre 66 % pour les lycéens. Plus des 3/4 des jeunes apprentis trouvent un emploi à l'issue de leur apprentissage. On constate ainsi un fort niveau de formation en alternance dans la branche. Une aide a donc été apportée aux établissements de formation, à travers l'Association nationale pour la formation automobile (ANFA) de près de 50 millions d'euros par an, notamment une aide pour les entreprises formatrices, avec les formations des tuteurs.

Concernant la formation continue, plus de 4 000 contrats de professionnalisation ont été pris en charge en 2005, dont 47 % de diplômes d'État et 44 % de CQP. On observe par ailleurs une forte progression des diplômes de niveau III (diplômes de techniciens supérieurs type BTS ou DUT) dont la part était de 38 % en 2005 contre 32 % en 2004.

S'agissant de la formation des salariés des entreprises de moins de 10 salariés, 31 251 départs en formation ont été recensés en 2005. La maintenance automobile est le premier domaine de prise en charge. Face aux besoins croissants, la profession a décidé de porter à 0,9 % de la masse salariale la contribution pour la formation des salariés, à compter de 2007 pour l'ensemble des entreprises de la branche.

Enfin, il faut ajouter la création en 2004 d'un partenariat avec l'université de Marne-la-Vallée. Celui-ci a vu la mise en place d'une licence professionnelle dont les programmes ont été conjointement élaborés par la branche et l'université. Cette formation intitulée « organisation et management des services de l'automobile » a pour objectif de préparer aux responsabilités d'encadrement dans la maintenance automobile. Cette formation connaît un vif succès et témoigne d'une volonté forte de la branche de développer et d'améliorer la

formation afin de favoriser l'employabilité des jeunes. Cela s'est d'ailleurs vérifié dans la mesure où la très grande majorité des élèves ayant suivi cette formation a été rapidement recrutée.

4.4. La féminisation des emplois

Les constructeurs français d'automobiles sont les premières entreprises du CAC 40 à avoir signé des accords relatifs à l'égalité entre homme et femmes. PSA Peugeot Citroën a conclu en novembre 2003 avec toutes les organisations syndicales un accord sur le développement de l'emploi féminin et l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, complété en 2004 par la signature d'un accord sur la diversité et la cohésion sociale. PSA avance le chiffre de près de 26 % de femmes recrutées pour la division automobile en 2004, contre 11,5 % en 1999. Renault a signé en février 2004 un accord sur l'égalité professionnelle entre hommes et femmes. Le texte contient notamment des dispositions concernant le recrutement, ou s'attaquant aux différences en termes de mobilité, de rémunération, de promotion, de qualification mais aussi de conditions générales de travail. Des efforts sont par ailleurs effectués dans les usines, comme par exemple, à Aulnay, où la part des femmes dans l'effectif global a augmenté de manière significative depuis vingt ans sous l'impulsion de la direction du site. Par ailleurs, les femmes occupent de plus en plus de poste de direction notamment dans les grands groupes de l'industrie automobile.

Chez les équipementiers automobiles, les femmes représentent 28 % des effectifs : le taux de féminisation est similaire à celui de l'industrie. Plus des deux tiers d'entre elles sont des ouvrières, contre 45 % dans l'industrie. En outre, elles sont plus fréquemment affectées à des emplois non qualifiés que les hommes (36 % des femmes pour seulement 15 % des hommes). Elles accèdent plus rarement à une profession intermédiaire, alors qu'elles sont, d'une manière générale, davantage diplômées. Des efforts sont donc actuellement réalisés par une branche dans ce domaine. Par ailleurs, dans l'industrie automobile, les femmes accèdent également et de manière importante dans les postes liés à la recherche où elles représentent 22,5 % des effectifs et sont numériquement supérieures aux hommes. Leur présence constitue en effet un atout dans la mesure où elles apportent leur point de vue et de leur sensibilité notamment dans le domaine du design intérieur des véhicules qui fait l'objet de nombreuses recherches de la part des constructeurs comme des équipementiers.

Dans le commerce et la réparation automobile, la part des femmes a augmenté de 19,6 % en 1996 à 20,6 % en 2003. À noter que les conjoints des collaborateurs (souvent des femmes), jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement des entreprises. C'est particulièrement le cas dans les TPE-PME de la réparation et des services automobiles où les femmes des chefs d'entreprises participent à la vie de l'entreprise en effectuant des tâches d'encadrement, de gestion et d'accueil de la clientèle etc... Si le statut des conjoints de collaborateurs a été revalorisé en 2005, il n'en demeure pas moins que leur rôle reste souvent sous-estimé et insuffisamment valorisé.

CHAPITRE III

L'AUTOMOBILE VECTEUR DE PROGRÈS ET DE COMPÉTITIVITÉ

A - UNE STRATÉGIE ACTIVE DE MOBILITÉ DURABLE

1. Le concept de mobilité durable

1.1. Les paradoxes du développement durable

a) L'émergence du développement durable

La notion de développement durable connaît sa première occurrence officielle en 1987, dans le rapport de la Commission mondiale pour l'environnement et le développement de l'ONU, rédigé par Mme Gro Harlem Brundtland, alors Premier ministre norvégien. Dans une formule devenue fameuse, le développement durable y est simplement défini comme « *un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre à leurs propres besoins* ».

Ce rapport marque un tournant. Deux problèmes de fond se dégagent alors comme particulièrement préoccupants au regard de l'économie mondiale et des conditions de vie sur la planète. Il s'agit d'une part de l'épuisement progressif des réserves en pétrole : on mesure leur limite, et même le « pic » à partir duquel elles commenceront à diminuer, à savoir durant la première moitié du XXI^e siècle. Il s'agit, d'autre part, du réchauffement climatique. Le changement de climat qui résulte de l'activité humaine, c'est-à-dire de la production de gaz à effet de serre et en particulier de gaz carbonique issu de la combustion d'énergie fossile, est désormais constaté par la communauté scientifique. Seuls son ampleur et ses effets à long terme sont encore mal connus.

Le développement durable ne s'oppose pas au développement : il le spécifie en s'appuyant à la fois sur des considérations économiques, environnementales et sociales. Ces trois préoccupations s'appliquent et aux entreprises et aux États, qui engagent leur responsabilité lors d'accords internationaux comme le protocole de Kyoto (1997). La France met l'accent sur ce thème jusqu'à l'ériger au rang de principe constitutionnel, à travers la charte de l'environnement.

Les activités de transport routier s'inscrivent précisément dans ce paradoxe : si elles sont porteuses en termes de croissance économique et de développement territorial, elles sont en revanche dénoncées au regard des dégradations environnementales et de sécurité qu'elles génèrent.

b) L'importance économique du transport routier

La mobilité est un enjeu du point de vue du progrès économique et social auquel elle participe : 81 % des Français déclarent avoir absolument besoin d'une automobile et 168 millions de déplacements sont enregistrés en 24 heures dans les grandes villes françaises. La croissance s'accompagne donc d'une demande toujours plus importante d'énergie et de transport. *A contrario*, le renchérissement de l'énergie et surtout la limitation de la mobilité ont un impact dans un premier temps sur le développement économique.

L'activité économique se développe principalement autour des voies de communication : l'accessibilité des lieux de travail, d'éducation et de loisirs demeure un facteur primordial d'intégration sociale et de performance économique pour les sociétés développées.

En France, la route génère près de 90 % des transports intérieurs de voyageurs et 75 % du transport de marchandises. Dans les pays émergents, le développement économique passe aussi avant tout par la route. En Chine par exemple, priorité est donnée à ces investissements d'infrastructure.

c) Une aspiration citoyenne au risque minimum

Mais si la société aspire à une mobilité et un confort toujours plus grands, elle refuse le risque, qu'il soit environnemental (nuisances sonores, déséquilibres écologiques liés à la consommation d'énergie fossile et au rejet de gaz à effet de serre ...) ou qu'il porte sur la sécurité des personnes.

À l'heure où les experts prévoient une augmentation de 60 % de la demande d'énergie à l'horizon 2030 et un doublement du transport routier d'ici 2020, les conséquences sur le plan environnemental ne seront soutenables qu'à deux conditions : d'une part, que le progrès technologique associé à une baisse de la consommation des véhicules fonctionnant aux énergies d'origine fossile assure une réduction massive des émissions des gaz à effet de serre ; d'autre part, que le comportement des citoyens et l'organisation des transports soient profondément repensés.

Ce constat oblige la filière automobile à repositionner la place de la voiture et sa place au sein des différents moyens de transport, afin de répondre aux exigences contradictoires de la société. L'organisation du transport routier et l'offre automobile, aujourd'hui et demain, doivent apporter des réponses à un individu de plus en plus « tiraillé » entre ses besoins de consommateur et d'utilisateur et ses aspirations citoyennes.

Face à ce défi, Pouvoirs publics et acteurs économiques du transport de personnes et de marchandises se sont engagés dans un processus de réflexion fondé sur le concept de mobilité durable.

Il vise à mettre en œuvre des actions concrètes pour assurer un développement durable au transport routier, dont le poids dans les échanges de marchandises croît, et dont l'évolution, à l'exemple du niveau de circulation, suit de façon quasi-symétrique la croissance économique.

1.2. La mobilité durable, ou le développement durable appliqué aux transports routiers

La mobilité durable est donc la traduction de la notion de développement durable dans la branche automobile. Cette stratégie a eu des applications concrètes en amont de la filière automobile au travers de la conception de moteurs, d'équipements et de pneus moins consommateurs en énergie et assurant davantage de confort et de sécurité. Mais la mobilité durable se décline également en aval de la filière automobile dans le domaine du recyclage des véhicules.

a) L'impact environnemental du transport routier

Selon l'union routière de France, le secteur des transports participe à hauteur de 24 % à la production de gaz carbonique dans le monde. Les émissions dues aux transports ont été multipliées par quatre en quarante ans et le transport routier en est la principale source, avant le transport aérien et le transport maritime. En comparaison, le secteur des producteurs d'énergie contribue pour 38 % de la production de gaz carbonique, et les autres activités (agriculture, services, habitat...) pour 13 %.

En France, ces proportions sont assez différentes. En 2004, l'industrie manufacturière contribue aux émissions pour 20 %, l'habitat et l'agriculture pour 19 %, l'énergie pour seulement 13 % en raison de l'importance de l'énergie nucléaire dans notre pays, et les déchets pour 3 %. Les transports eux, participent aux émissions à hauteur de 26 %.

Les dernières évolutions sont encourageantes. Les émissions dues au transport routier se sont quasiment stabilisées au cours des dernières années : elles n'ont progressé que de 3 % depuis 1999. Cette situation qui résulte d'un effort impliquant un large système d'acteurs publics et privés devrait permettre à la France d'être en mesure de respecter ses engagements de Kyoto : en 2004, les émissions de gaz à effet de serre sont inférieures de 0,8 % par rapport à celles de 1990 pour les seules émissions, et inférieures de 6,1 % en tenant compte des « puits de carbone » liés à l'utilisation des terres et à la forêt. En 2010, ces efforts devraient permettre à la France de limiter ses émissions de gaz à effet de serre à 144 millions de tonnes d'équivalent carbone.

b) La mobilité durable : fluidifier la circulation des hommes et des biens

Un bilan total du gaz carbonique émis pendant tout le cycle de vie d'une route et de son utilisation attribue 98 % des émissions à la partie mobile du système (l'usage de l'automobile) et seulement 2 % à la partie fixe (la construction, l'exploitation et le recyclage de la route). Par leur action sur l'offre de transport et son organisation, les infrastructures et sur les comportements des automobilistes, les Pouvoirs publics contribuent à fluidifier la circulation des hommes, des biens et des services :

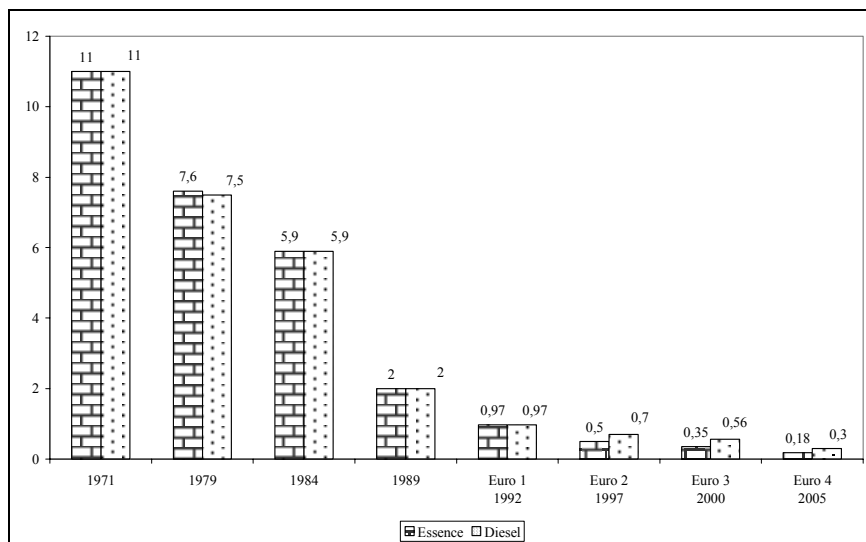
- Le premier levier d'action des pouvoirs publics consiste à favoriser l'inter modalité, c'est-à-dire un meilleur équilibre entre les différents modes de transport. La circulation automobile continuant à croître à un rythme voisin de celui de la croissance économique, il est nécessaire de prévenir les phénomènes de congestion du réseau routier en améliorant par exemple le trafic des poids lourds dans les zones sensibles ou en développant des transports collectifs plus adaptés aux besoins actuels en terme de transport interrégional (nouvelles lignes TGV) ou intra urbain (transports en commun). L'inauguration en 2003 de la première navette transportant des poids lourds, entre Aiton (Savoie) et Orbassano (Italie) illustre cette tentative de désengorgement du trafic des poids lourds dans les Alpes. Cette première autoroute ferroviaire en France est un test important pour le développement et l'efficacité de l'inter modalité. Ce type de service pourrait s'étendre à d'autres axes stratégiques de transport en France et en Europe.
- Le second levier d'action des pouvoirs publics réside dans la régulation du trafic en milieu urbain, où se concentrent les nuisances. Deux directions sont aujourd'hui explorées par les capitales européennes. D'une part, c'est le cas parisien, l'action par les aménagements de voiries. Les systèmes de feux de circulation, l'aménagement du plan de circulation, l'équipement de la chaussée, le développement d'une signalisation par des panneaux à messages variables et par la radio... Tout cela doit à la fois détourner un certain nombre d'automobilistes de l'usage de leur véhicule et assurer une plus grande fluidité du trafic. La deuxième piste explorée, à Londres et à Stockholm par exemple, est celle du péage urbain. Elle vise également à stabiliser le volume de circulation, à en améliorer sa fluidité, mais présente en prime l'avantage (théorique) de dégager des fonds pour financer le développement des transports en commun.
- Troisième levier d'action, qui relève à la fois des Pouvoirs publics et des acteurs privés : améliorer l'information du conducteur. Avec les techniques modernes de communication, celle-ci évolue vers une aide en temps réel pour choisir et suivre le meilleur itinéraire possible (technologie GPS). Les outils jouent à la fois sur la circulation et sur la sécurité. En ce qui concerne plus spécifiquement le transport de marchandises, une meilleure organisation logistique contribue au remplissage optimal des véhicules, à la fixation de trajets plus efficaces. Ce qui, à volume de fret égal, permet de réduire les nuisances.

Mais parallèlement à une meilleure gestion du trafic routier, les performances environnementales des véhicules jouent un rôle déterminant dans le développement de la mobilité durable des biens et des personnes. De ce point de vue, la responsabilité des constructeurs d'automobiles est centrale.

2. Un cadre réglementaire rigoureux

Le secteur des transports est l'un des secteurs économiques qui fait l'objet

Graphique 10 : L'impact des normes euro sur la réduction des émissions polluantes



Sources : Union européenne et CITEPA.

Les normes euro ont provoqué une réduction de 97 % des émissions d'oxydes d'azote et de particules d'hydrocarbures entre 1971 et 2005. Si tous les véhicules du parc respectaient Euro 4 2005, les réductions d'émissions seraient de 69 % à 86 % par rapport à la situation actuelle.

3. Les engagements des constructeurs, des équipementiers et des pneumaticiens

3.1. L'engagement des constructeurs et des équipementiers

Dès le milieu des années 1990, les constructeurs français ont commencé à intégrer dans leurs stratégies le concept de mobilité durable. Les solutions techniques et adoptées ont d'ores et déjà permis de diviser par 20 la pollution émise par les véhicules commercialisés aujourd'hui, en comparaison avec ceux qui étaient sur le marché il y a dix ans. D'immenses progrès ont également été réalisés en matière de sécurité des véhicules, les inscrivant là aussi dans une dynamique de mobilité durable.

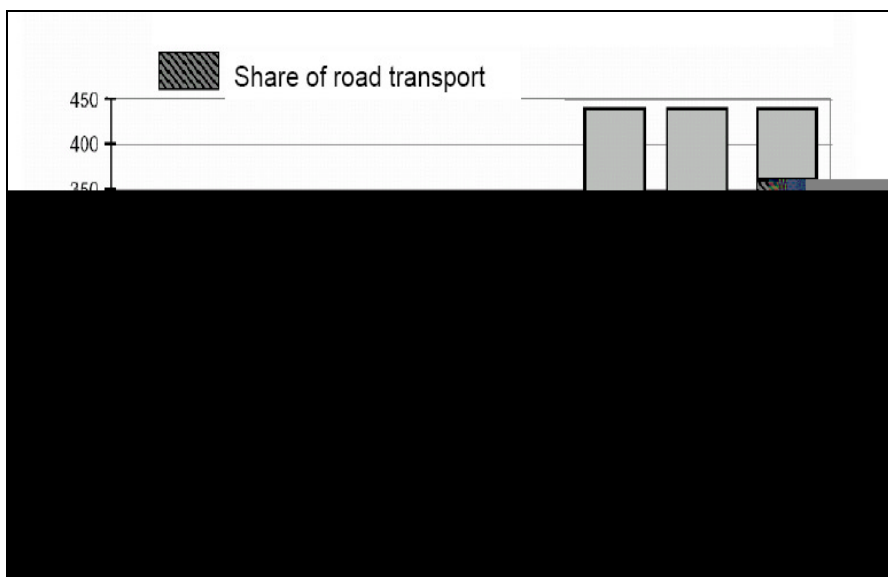
a) Vers une mobilité plus propre

- Pour chaque catégorie de véhicules, des progrès réalisés

Pour les poids lourds, les progrès réalisés sur le rendement des moteurs diesels et sur les systèmes de traitement post-combustion, à l'exemple de la technologie dé-Nox (réduction catalytique sélective), ont permis de diviser les taux d'émission de toxiques et de poussières par plus de dix en vingt ans. Le bilan apparaît comme positif : cette réduction des émissions a non seulement permis de compenser les émissions supplémentaires liées à l'augmentation du trafic, mais également à assurer leur diminution globale.

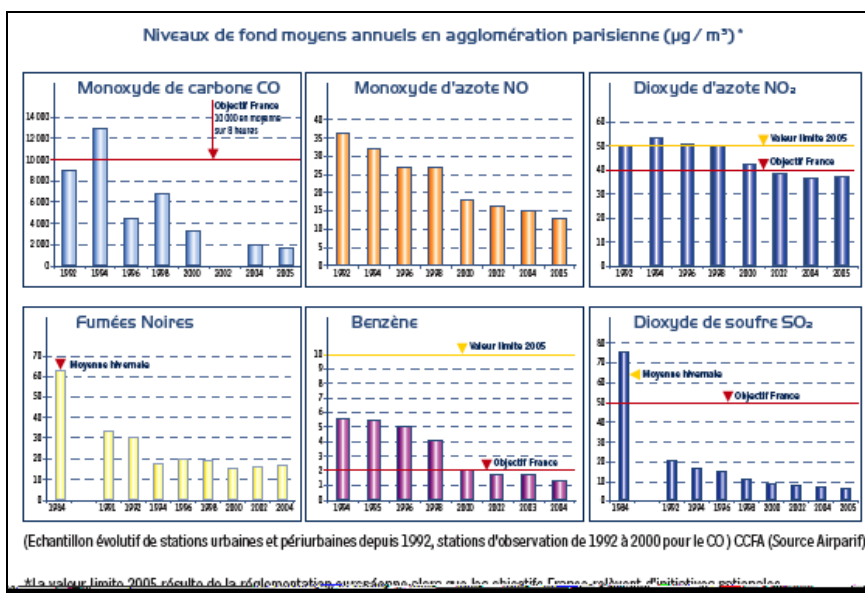
Pour les voitures particulières, les recherches portent sur la diminution de la consommation de carburant d'une part, par une action sur le poids du véhicule et la configuration du moteur, et sur la pollution d'autre part, via l'adoption de l'essence sans plomb, du pot catalytique et du filtre à particules. Les véhicules hybrides, dotés d'un moteur à explosion et d'accumulateurs électriques,

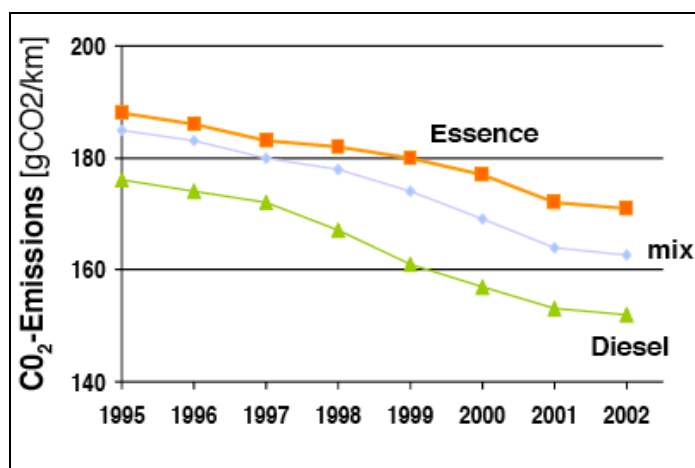
Graphique 12 : PM 10 dans l'air des villes en 2000-2001



Source : CCFA

Graphique 13 : Niveaux de fonds moyens annuels en agglomération parisienne



Graphique 14 : Évolution des émissions de CO₂

Source : ACEA, ADEME, AIE

La moyenne de PSA et Renault en France se situait en 2003 à 148,5 g en comparaison, le taux des véhicules particuliers est de 205g aux États-Unis.

- Pour chaque type de rejets polluants, une pluralité de solutions

Les principales émissions polluantes dues au transport automobile sont le monoxyde de carbone (CO), les oxydes d'azote (Nox), le benzène, les composés organiques volatils (COV) et les particules d'hydrocarbure (HC). Leur impact sur la qualité de l'air varie selon de multiples critères, notamment celui de la densité du trafic.

À ce jour, à l'exception du dioxyde d'azote qui reste difficile à maîtriser, les efforts fournis par les constructeurs d'automobiles ont permis une réduction drastique du monoxyde de carbone (CO), du monoxyde d'azote (NO), du benzène et du dioxyde de soufre (SO₂) : leurs émissions ont été divisées par trois en dix ans.

En ce qui concerne la réduction des rejets de particules d'hydrocarbure (HC) par exemple, PSA Peugeot Citroën a élaboré la technologie des filtres fermés, qui donne aujourd'hui satisfaction en assurant la capture de la quasi-totalité des particules y compris les plus fines. L'objectif du groupe PSA est d'en assurer une plus large diffusion pour réduire de façon massive la diffusion de ces particules dans l'atmosphère.

En ce qui concerne les oxydes d'azote (NOx), les technologies étudiées sont proches de la maturité. Elles devraient vraisemblablement commencer à entrer en service sur certains véhicules en même temps que se généraliseront les carburants dépourvus de dioxyde de soufre, à l'horizon 2010. À cette échéance pourront également être commercialisées des technologies nouvelles de combustion qui permettront d'éliminer une grande partie des polluants au niveau du moteur, réduisant ainsi le poids des technologies de traitement post-combustion.

Au sein du présent parc automobile, près d'un véhicule sur 5 date des années 1985-1992 et n'est soumis à aucune norme européenne stricte. La majorité de ces véhicules n'est pas équipée de pots catalytiques. Il faudra attendre 2010 pour qu'ils aient quasiment tous disparu. À l'horizon 2010, 10 % du parc automobile français devrait dater des années 1993-1996 (Euro 1), 17 % des années 1997-2000 (Euro 2), 35 % des années 2001-2005 (Euro 3) et 38 % des années 2006-2010 (Euro 4). Le temps des véhicules sans pot catalytique sera révolu. Lorsque l'ensemble du parc automobile sera conforme aux normes Euro 4, c'est-à-dire commercialisés après janvier 2006, les réductions d'émission de polluants seront de l'ordre de 70% pour les Nox, de 86 % pour les COV, de 82% pour les CO et de 79 % pour les particules.

Graphique 16 : Parc de voitures particulières en situation selon les normes environnementales



b) Vers une mobilité plus sûre

Dernier point d'achoppement de la mobilité durable : la sécurité des véhicules et du transport routier dans son ensemble. En quelques années, la sécurité routière est devenue un enjeu majeur, au même titre que l'environnement.

Pour obtenir des résultats tangibles en matière de sécurité, les Pouvoirs publics et les constructeurs d'automobiles ont coopéré afin d'améliorer de façon progressive et sensible la sécurité routière.

Les Pouvoirs publics ont mis en place un ensemble de mesures qui ont progressivement été acceptées par l'opinion publique, comme le développement de l'information et de la prévention d'une part et le renforcement des contraintes d'autre part. Ainsi, le port obligatoire de la ceinture a été étendu à l'ensemble des passagers et les limites de vitesses ont été renforcées sur les routes et en ville. Ces mesures sont désormais associées à des sanctions pénales. Autant de leviers qui ont permis de réduire sensiblement les accidents de la route. C'est ainsi qu'entre 2004 et 2005, la Sécurité routière a enregistré une baisse par de 3,1 % pour les accidents corporels, 4,6 % pour les tués et 3,4 % pour les blessés. Cette tendance à la baisse se confirme depuis 5 ans.

Quant aux constructeurs d'automobiles, ils ont mis l'accent sur deux axes de développement technologique :

- la sécurité passive, qui vise à réduire les conséquences des accidents. Elle est liée aux caractéristiques des véhicules et a été améliorée en repensant la structure, les matériaux employés (habitable rigide, éléments déformables qui absorbent l'énergie d'un choc...), ainsi que les systèmes de ceintures de sécurité et d'airbags ;
- la sécurité active, qui vise à réduire la fréquence des accidents. Elle comprend un freinage plus efficace et un éventail de techniques qui améliorent la conduite, sachant que le conducteur à travers son comportement est impliqué dans 90 % des accidents. Parmi celles-ci, les plus connues sont celles qui évitent le blocage des roues et l'instabilité des trajectoires, auxquels s'ajoutent les dispositifs d'alerte en cas de perte de vigilance ou les limiteurs et régulateurs de vitesse.

Aujourd'hui, les solutions développées par les constructeurs devancent les exigences réglementaires et vont même parfois au-delà. Mais si ces technologies apportent un réel gain en matière de sécurité, elles ont un revers : elles alourdissent les véhicules. Or, plus un véhicule est lourd, plus il consomme d'énergie pour se déplacer, et moins il est propre. Réapparaît cette contradiction déjà soulignée entre l'usage et l'appréciation du système routier, ce qui montre les difficultés à résoudre l'équation dans le cadre de schémas industriels complexes.

c) La mobilité durable et ses enjeux pour l'avenir

Les progrès réalisés en matière de pollution et de sécurité sont importants et leurs potentialités sont loin d'être épuisées. Pour autant, cette progression se heurte à la relative inertie du système routier, qui procède pour beaucoup de l'organisation du territoire lui-même. Seule une politique de densification des cœurs d'agglomération, à l'opposé de la dynamique d'étalement urbain aujourd'hui à l'œuvre, pourrait permettre de réduire les déplacements automobiles quotidiens. Cependant la hausse des prix de l'immobilier dans les centres villes et la volonté de plus en plus exprimée par les citoyens de s'installer dans des zones périurbaines afin d'y améliorer leur cadre de vie contribuent actuellement à cet étalement urbain. La réflexion est amorcée, mais changer la donne, à supposer qu'une telle action s'engage, prendra des décennies.

Une variable doit aujourd'hui concentrer tous les efforts : l'émission du gaz à effet de serre. La consommation des véhicules a déjà diminué et un progrès supplémentaire de l'ordre de 25 % semble à portée des moyens actuels. Mais les engagements internationaux des pays européens et les inquiétudes que suscite le changement de climat réclament davantage. Les ruptures technologiques, aussi puissantes soient-elles, ne suffiront probablement pas à court terme.

3.2. *L'engagement des pneumaticiens*

L'analyse du cycle de vie d'un pneumatique montre que plus de 80 % de son impact sur l'environnement intervient pendant la phase d'usage, du fait notamment de sa résistance au roulement. En conditions courantes d'utilisation, le pneu est responsable d'une part importante de la consommation de carburant des véhicules, de l'ordre de 20 % pour un véhicule de tourisme, et de plus de 30 % pour un poids lourd. Les pneumaticiens ont donc travaillé à l'élaboration de pneus moins gourmands en énergie.

Pour Michelin, la priorité est la même depuis de nombreuses années : augmenter l'efficacité énergétique de ses pneus tout en améliorant les autres critères de performance, notamment en matière de sécurité routière. Réduire la résistance au roulement des pneumatiques permet de baisser la consommation de carburant des véhicules, et donc de limiter les émissions de polluants locaux et les émissions de CO₂.

Aujourd'hui le pneu « vert », inventé par Michelin en 1992 sous le nom de Michelin Energy, offre une réduction de la résistance au roulement allant jusqu'à 25 % par rapport aux autres pneus du marché. Il permet d'abaisser la consommation de carburant d'une voiture européenne moyenne de 0,21 /100km, soit près de 3 %.

Les pneumatiques ont ainsi fait l'objet d'évolutions technologiques majeures : alors qu'en 1950, un pneumatique de voiture parcourait en moyenne 15 000 kilomètres, il en parcourt en moyenne aujourd'hui 40 000, ce qui représente une progression de 270 %. Quant aux pneumatiques de camions, en 1950, ils faisaient 50 000 kilomètres. Aujourd'hui, avec une première bande de roulement, ils en font 300 000 et peuvent être rechapés jusque trois fois. Leur carcasse leur permet donc de réaliser jusqu'à un million de kilomètres.

B - LE RECYCLAGE, UNE ACTIVITÉ MOBILISANT L'ENSEMBLE DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE

1. Les enjeux du recyclage automobile

Avec près de 1,5 million de véhicules hors d'usage annuellement, 7 millions de batteries usagées, 23 millions de pneumatiques, 40 000 tonnes de solvants, le parc automobile français apparaît comme un gisement considérable de déchets industriels.

Il y a donc nécessité à bien identifier et définir ces déchets pour en maîtriser la gestion afin de participer entre autre à la protection de notre cadre de vie.

Toutes les entreprises de la PME au grand groupe industriel, du fournisseur de matière première au donneur d'ordre et ce jusqu'au collecteur et traiteur des produits en fin de vie, doivent :

- respecter une réglementation foisonnante et en évolution permanente, notamment avec les directives européennes ainsi que leur traduction dans les droits nationaux respectifs ;

- répondre aux exigences actuelles du marché en terme d'environnement et de santé.

Dès 1993, les Pouvoirs publics français et les acteurs industriels ont recherché ensemble, par le biais d'un accord-cadre sur le retraitement des véhicules hors d'usage élaboré en mars 1993, la façon de dialoguer sur les sujets liés à l'environnement pour l'ensemble de la chaîne clients/fournisseurs. Cette initiative a été réalisée afin d'améliorer le retraitement des véhicules hors d'usage en recourant aux solutions les plus performantes sur le plan technique et économique et aux meilleures pratiques environnementales. La démarche reposait sur la mise en œuvre d'un ensemble cohérent d'actions définies en concertation entre les différents partenaires.

Ce document identifiait donc les engagements respectifs :

- des constructeurs et équipementiers ;

- l'interprétation des résultats obtenus en fonction des objectifs initiaux.

L'ACV fait l'objet de normes de la série des normes ISO 14040 0 14043.

La démarche sélective consiste à rechercher des options de conception permettant de réduire le poids d'un ou plusieurs impacts environnementaux identifiés et vérifier que les pistes d'amélioration retenues ne risquent pas d'aggraver d'autres conséquences connexes. Parmi les différentes méthodes, on trouve l'Évaluation simplifiée et qualitative du cycle de vie (ESQCV). Concrètement, l'entreprise renseigne un questionnaire balayant différents critères préalablement sélectionnés. Les réponses apportées positionnent le produit à un niveau « bon », « moyen », ou « faible ». Parmi les logiciels de traitement, EDIT pour l'automobile est significatif et en cours d'enrichissement avec un nouveau système ECODIS.

Cette démarche volontariste a servi de socle aux travaux européens qui ont abouti à la promulgation de la directive n° 2000/53, qui implique la construction automobile dans le recyclage des voitures et organise une filière d'élimination de celles-ci. Cette directive a trouvé sa traduction dans notre corpus légal et réglementaire par un décret n° 2003-727 relatif à la construction des automobiles et leur élimination.

L'objectif de ces textes porte sur l'atteinte d'une réutilisation et/ou d'une revalorisation exprimée en poids moyen de véhicules constitutif du parc automobile roulant :

- au 1^{er} janvier 2006, 80 % de recyclage et de réutilisation soit 85 % de valorisation totale ;
- au 1^{er} janvier 2015, 85 % de recyclage et de réutilisation soit 95 % de valorisation totale.

Ainsi les voitures doivent être construites de façon à limiter l'utilisation de substances dangereuses et à faciliter le démontage et leur dépollution en prévoyant un réemploi ou une valorisation des composants et matériaux.

Pour ce faire, les acteurs de la construction automobile doivent fournir, dans les six mois de la commercialisation d'un nouveau véhicule des informations sur :

- les conditions de démontage et de dépollution de chacun des constituants ;
- les conditions de contrôle et de stockage des équipements et composants pouvant être réemployés ;
- la nature des matériaux employés pour la fabrication des différents équipements ;
- l'emplacement des substances dangereuses situées dans le véhicule ;
- la limitation des dites substances ;
- les pourcentages des matériaux recyclés.

En outre, une limitation voire une interdiction de l'utilisation du plomb, du mercure, du cadmium et du chrome hexavalent dans la fabrication des pièces et équipements est nécessaire. Ces métaux se retrouvent dans la métallurgie, les fonderies, la galvanoplastie, la combustion, et sont dangereux puisque non dégradables. Le plus souvent enrichis au cours de processus minéraux et biologiques, ils peuvent s'accumuler en souillant la nature ou être absorbés directement par le biais de la chaîne alimentaire entraînant alors des effets chroniques ou aigus pour l'opérateur de fabrication.

3. Le recyclage des déchets liés à l'usage du véhicule

3.1. Le traitement des déchets automobiles

Compte tenu de la nécessité d'un entretien/réparation de la voiture pour une bonne utilisation, les pièces de rechanges pour automobile doivent être traitées de la même manière que le véhicule en fin de vie. Aussi les Produits hors d'usage (PHU) générés par les travaux de maintenance et de réparation en atelier subiront par assimilation également le dit traitement dans la mesure où le code de l'environnement trouve dans ses dispositions une application de portée générale.

La réglementation prévoit, outre une classification des déchets selon leur dangerosité, l'existence d'un registre de suivi des déchets dangereux :

- les Déchets industriels dangereux (DID) potentiellement polluants pour la nappe phréatique qui présentent de graves risques pour l'environnement s'ils ne sont pas traités spécifiquement. Les DID issus des ateliers de réparation sont, par exemple, les aérosols, batteries, piles, filtres à huiles, liquides de refroidissement, liquides de freins, ou diluants à base de solvant ;
- les Déchets industriels non dangereux (DIND) ne sont pas polluants. Certains peuvent être assimilés aux déchets ménagers et seule leur quantité apparaît potentiellement comme problématique. Les DIND issus des ateliers de réparation sont, par exemple, les papiers et cartons d'emballage, pare-brise, pneumatiques.

À titre d'illustration nous pouvons enregistrer pour :

- les pare-chocs, un nombre de 228 506 pièces récupérées en 2005 pour 209 339 unités en 2004 ;
- les pare-brises, un nombre de 206 175 pièces récupérées en 2005 pour 190 872 unités en 2004 ;
- les filtres à huiles, un nombre de 5 429 919 pièces récupérées en 2005 pour 4 733 287 unités en 2004 ;
- les boues de peinture, un nombre de 196 974 litres récupérés en 2005 pour 147 556 litres en 2004 ;
- les DIND divers, un nombre de 7 208 922 kg récupérés en 2005 pour 5 731 646 kg en 2004.

Les entreprises spécialisées dans la récupération ne sont pas pléthoriques. Leur nombre varie de 5 à 46, selon les produits.

Une analyse fine par famille de produits nous fait remarquer que très souvent nous retrouvons les mêmes intervenants sur plusieurs de ces domaines d'intervention.

Les choses ne sont pas d'application aussi rationnelle qu'espérée par le Législateur. La voiture, produit complexe par excellence ne peut trouver dans sa construction un découpage par rattachement générique à une famille donnée, par exemple : dans l'électronique, rien ne rassemble un produit grand public et un équipement automobile.

Aussi une œuvre de rassemblement dans un éco-organisme dédié uniquement à l'automobile s'avérera à court terme indispensable. En effet, sans un minimum de coordination, comment gérer un autoradio selon qu'il soit monté d'origine dans le véhicule et ressortant pour son élimination de la directive « VHU » ou en post-équipement à titre d'accessoire et ressortant pour son élimination, au même titre que la radio d'appartement, des dispositions contenues dans la directive « DEEE » (Déchets d'équipements électriques et électroniques).

3.2. Les initiatives menées par profession

En 1992, conscient des enjeux de la problématique environnementale des entreprises du secteur, la Profession, à l'initiative du Conseil national des professions automobile (CNPA) a publié un premier « Plan vert » avec pour objectif de faire un état des lieux du « déchet de l'automobile » (déchets de tous les véhicules, du deux roues au véhicule industriel) et de proposer des actions pour leur élimination.

Ce Plan vert, élaboré en partenariat avec le ministère de l'Environnement et l'ADEME, a été complété en 2002 par le « défi de l'environnement » dont l'objectif consiste aujourd'hui à apporter aux garagistes des aides pour la gestion des déchets dans leur entreprise.

La mise aux normes des entreprises a également été induite par le rôle grandissant des structures communales en matière de gestion de l'environnement. Ces dernières doivent elles aussi faire face aux nouvelles contraintes réglementaires et, en conséquence, mettre fin à certaines politiques (collecte des déchets automobiles avec les ordures ménagères ou mise à disposition de bennes pour les entreprises).

En outre, les politiques environnementales des constructeurs et des importateurs, engagées au début des années 1990, ont permis le développement d'un marché du déchet automobile qui n'en était alors qu'à ses prémices. Les réseaux ont joué un rôle déterminant dans la sensibilisation à l'environnement en orientant les garagistes vers des approches de management environnemental de type ISO 14001.

Enfin, les petites structures artisanales se sont impliquées de manière croissante dans ces démarches. Depuis début 1998, les professionnels artisans de l'automobile, jusqu'alors en retrait sur le sujet, se sont engagés dans une protection accrue de l'environnement et sont demandeurs de solutions concrètes pour une meilleure gestion de leurs déchets. Cette mobilisation du milieu

artisanal s'est effectuée notamment grâce au réseau des chambres de métiers qui travaille sur ce thème et qui constitue un relais local pour ces petites entreprises.

L'amélioration des pratiques des professionnels en matière de gestion de l'environnement est le fruit de l'ensemble des tendances et actions. Ces progrès devraient se poursuivre dans les années à venir. Progressivement, de nouveaux systèmes de collecte et de traitement structurés se mettent en place (filtre à huile, solvants, diluant, pare-brise). Autre fait notable, les professionnels ne se préoccupent pas uniquement des déchets, mais prennent graduellement conscience des autres aspects de l'environnement (eau, sols, odeur, bruits, air) même si les investissements nécessaires sont encore très nombreux.

Enfin, la stratégie développée par la distribution et les services dans le domaine de la mobilité durable s'est également étendue à la sécurité des véhicules, avec la mise en place par la profession du « Défi Sécurité ». Cette opération s'inscrit dans le cadre de la priorité accordée en 2002 par le gouvernement au renforcement de la prévention et de la sécurité routière a pour objectif de sensibiliser les automobilistes au contrôle de l'état de leur véhicule. Le bilan des campagnes effectuées montrent l'ampleur des efforts à accomplir : sur 100 000 véhicules contrôlés chaque année dans près de 10 000 « garages de proximité », 40 % n'étaient pas dans un état de sécurité satisfaisant, ce qui démontre qu'il y a de véritables marges de progrès.

3.3. La mise en place de filières spécifiques à chaque déchet automobile

a) A chaque déchet, une filière

Des filières spécifiques se sont progressivement créées afin d'éliminer chaque déchet issu de l'automobile. Ces filières se sont mises en place selon un mode de fonctionnement différent :

Certaines se sont organisées autour du concept de « responsabilité élargie du producteur » : le producteur prend alors en charge l'élimination (collecte et traitement) des déchets résultants des produits qu'il a mis sur le marché. C'est le cas des filières pneumatiques, batteries, piles, accumulateurs...

Pour les autres filières, il revient au dernier détenteur d'agir pour faire éliminer par des professionnels, les déchets qu'il a récoltés.

Enfin, d'autres modes d'organisation se sont mis en place comme pour les huiles usagées (chapitre I - C)

Parmi les nombreuses filières qui se sont mises en place, celle consacrée aux pneumatiques usagés constitue un bon exemple de filière performante dans le domaine du recyclage.

Tableau 19 : Collecte et traitement des déchets automobile

Déchets	Volumes collectés (unités filtres)			Mode de valorisation
	2004	2005	Progression 2005/2004	
Filtres usagés	4 733 287	5 429 919	15 %	Ferraille : valorisation matière / éléments filtrants : valorisation énergétique/huile : valorisation matière et énergétique
Liquides de refroidissement usagés	1 259 455	1 538 624	22 %	Valorisation énergétique
Batteries usagées	520 588	516 738	-1 %	Plomb : Valorisation matière / Polypropylène : valorisation énergétique et matière
Solides imprégnés	970 794	1 149 574	18 %	Valorisation énergétique
Pare-brise usagés	190 872	206 175	8 %	Valorisation matière
Pare-chocs	209 339	228 506	9 %	Polypropylène : valorisation matière
Ferraille usagée	4 733 835	5 088 265	7 %	Valorisation matière

Source : Observatoire national des déchets de l'automobile

b) L'exemple de la filière pneus

La réglementation récente (décret n° 2002-1563 du 24 décembre 2002) concernant l'élimination des pneumatiques usagés a eu pour conséquence la création de filières spécifiques sous la responsabilité des producteurs ou des importateurs de pneus.

Les fabricants de pneus (Bridgestone, Continental, Dunlop, Goodyear, Kléber, Michelin, Pirelli) se sont ainsi associés au sein de la société Aliapur qui a pour mission d'organiser pour leur compte la collecte et le traitement de leur production de pneus.

Aliapur collecte, regroupe, trie et valorise les pneus usagés. Le coût du recyclage est d'environ 2 euros par pneu payés par le consommateur lors de l'achat pour un véhicule particulier. Broyés, les pneus sont réutilisés pour les pièces de caoutchouc destinées à l'industrie, les revêtements des routes afin de réduire le bruit et l'aquaplaning, les murs antibruit, les bétons spéciaux, des pneus plus petits (bacs poubelle, brouettes). Entiers ou découpés en bande, ils servent pour protéger des murs ou des quais, réaliser les tapis antivibratoires des tramways et métros et, enfin, de combustibles dans les cimenteries et les centrales thermiques.

Après sa première année d'existence, Aliapur a atteint un taux de récupération de 96 % de sa production de 2003. Par ailleurs, elle a entrepris d'inventorier les sites orphelins (114 identifiés, 260 000 tonnes) et s'est donné pour objectif d'en traiter 30 000 par an en plus des 220 000 tonnes liées à ses obligations réglementaires.

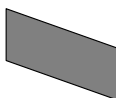
En 2004, la valorisation énergétique a été le principal débouché, soit 33 %, les granulats 30 %, le rechapage 19 %, le réemploi 8 %, les travaux publics 7 % et les aciéries 3 %.

Par ailleurs, un groupement d'intérêt économique, baptisé « France recyclage pneu », réunit des acteurs plus petits et a pour client l'association des importateurs de pneumatiques. Les volumes collectés en 2004 sont de l'ordre de 13 000 tonnes. Il est toutefois intéressant d'observer que la valorisation n'est pas la même : 70 % dans les travaux publics, 14 % en valorisation énergétique, 11 % en granulat, 3 % en rechapage et réemploi.

Enfin, certains petits producteurs, dont le plus important en volume est Norauto, ont choisi d'organiser eux-même la collecte des pneumatiques dont ils ont la responsabilité.

Les deux réseaux ont été financièrement équilibrés en 2004.

Graphique 17 : Répartition de la valorisation des pneus par Aliapur en 2005



Un VHU est un véhicule d'occasion complet en état de marche qui ne trouve plus d'acquéreur lorsque la source en est le réseau commercial du constructeur avec ou sans une incitation fiscale conjoncturelle (ex : « juppette » en France). Issu des réseaux d'assurances, cela peut-être aussi un véhicule accidenté ou volé, souvent plus récent, mais qui n'est pas en état de marche ou déclaré « économiquement irréparable » c'est-à-dire dont le coût des réparations est supérieur à la valeur du véhicule avant sinistre ou accident.

Aujourd'hui, la majeure partie des VHU est collectée par des démolisseurs autorisés par arrêté préfectoral. Les VHU sont dépollués (extraction de la batterie, des liquides de freins, de l'huile...), puis démontés afin de valoriser la rénovation ou le réemploi des équipements qui économiquement le permettent. Ils sont ensuite transmis au broyeur pour la destruction. Sur un VHU broyé, les métaux et certains plastiques sont généralement triés en vue d'une réutilisation dans la filière matière première.

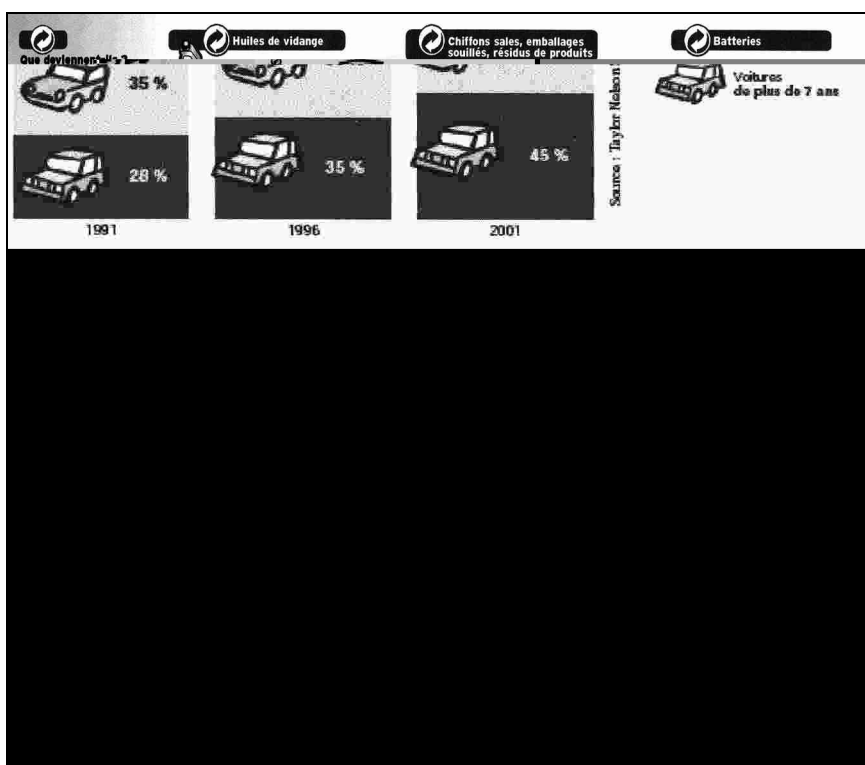
b) Organisation de la filière

La filière doit s'organiser entre démolisseurs et broyeurs, elle est à double entrée : un démolisseur peut acheter un véhicule en fin de vie s'il estime qu'il peut rentabiliser ce véhicule en valorisant ses composants, mais le démolisseur n'a aucune obligation de reprise. En revanche les véhicules refusés par les démolisseurs seront alors directement orientés vers les broyeurs qui eux, et eux seuls, ont l'obligation d'assurer la reprise sans frais pour le dernier détenteur. Le broyeur a pour tâche de broyer le véhicule et de séparer les différents matériaux pour les revendre comme matières premières. La présence dans les véhicules de matériaux à valeur de plus en plus grande (il y a 4 grammes de métaux précieux dans un pot catalytique) fait que la filière broyage tri avec réutilisation comme matière première est mieux équilibrée.

Les démolisseurs sont engagés, depuis le début des années 1990, dans une démarche de progrès visant à positiver l'image de la profession notamment par la maîtrise des pollutions. Cette action s'est déclinée en plusieurs axes : certification des services « Qualicert », lutte contre les chantiers sauvages, mise en place d'une formation spécifique « Chantier vert », adaptation sectorielle du Plan environnement entreprise (PEE) de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)...

À partir du 24 mai 2006, tout exploitant d'une installation de stockage, de dépollution, de démontage, de découpage ou de broyage de VHU doit être agréé pour pouvoir réceptionner des VHU. Or, de nombreux professionnels n'avaient, en mai 2006, toujours pas reçu leurs agréments pourtant essentiels à l'exercice de leur activité.

Schéma 5 : Le recyclage des différents composants de l'automobile



Source : CCFA.

C - LES CONDITIONS DE LA COMPÉTITIVITÉ

1. L'environnement réglementaire national et communautaire

Deux types de réglementation doivent être distingués : le corpus de règles encadrant le produit lui-même ou les aspects connexes de son utilisation, et le cadre générique dans lequel évolue chaque entreprise avec les spécificités sectorielles qui sont propres à l'automobile.

1.1. La réglementation technique

Les normes techniques relatives aux véhicules ont pour objet la sécurité routière et le respect de l'environnement. Leur mise en œuvre pouvant induire des entraves aux échanges commerciaux, les décisions ne sont plus prises par le seul gouvernement français, mais émanent également d'instances internationales : l'Union européenne et les Nations unies.

Dans le débat actuel sur la compétitivité de l'industrie européenne, ce système présente deux avantages : la garantie juridique offerte par la procédure collégiale et l'ouverture sur l'harmonisation internationale.

Les travaux d'harmonisation de la réglementation automobile ont démarré il y a une cinquantaine d'années dans le cadre d'un groupe de travail de la Commission économique pour l'Europe des Nations Unies en 1958. Un accord prévoyait l'élaboration de règlements internationaux et la reconnaissance réciproque des homologations correspondantes entre les parties contractantes. Cet accord était limité aux seuls pays européens.

En 1995, une révision du texte a ouvert l'adhésion à tous les membres des Nations unies et à l'Union européenne. Parallèlement à cette révision, des discussions furent engagées avec les États-Unis et ont conduit en 1998 à l'établissement d'un second accord, compatible avec les procédures administratives et les exigences politiques américaines mais moins précis sur les engagements des parties contractantes et sans disposition relative à la reconnaissance réciproque des homologations.

À compter de cette époque le groupe de travail fut érigé en forum mondial de l'harmonisation des réglementations automobile, et il est unanimement considéré et accepté comme l'instance unique.

Les textes réglementaires relatifs à l'harmonisation technique des véhicules prescrivent :

a) Des règles touchant à la construction, l'équipement et l'entretien des automobiles

Dans le cadre du marché intérieur nous pouvons notamment lister :

- la procédure de réception CE des véhicules et équipements, la puissance des moteurs, le dispositif de direction, le freinage, les feux de stationnement, les feux de brouillard, les réservoirs de carburant, les pneumatiques, le chauffage de l'habitacle, les vitrages de sécurité et matériaux de vitrage, les émissions de gaz polluants, le niveau sonore admissible et dispositif d'échappement.

b) Des règles relatives à la sécurité routière

Dans le cadre des implications techniques, nous pouvons notamment lister comme dispositions spécifiques :

- la retenue des passagers (l'utilisation obligatoire de ceintures de sécurité et de dispositifs de retenue, notamment pour enfant), la protection du véhicule contre les chocs (l'utilisation de systèmes de protection frontale ; le dispositif de protection contre l'encastrement avant ; la protection des occupants en cas de collision frontale ; le comportement du dispositif de conduite en cas de choc ; la protection latérale des véhicules destinés au transport des marchandises) ;
- la réduction des angles morts (rétroviseurs et systèmes supplémentaires de vision indirecte), les piétons (protection des usagers vulnérables de la route) ;

- les dispositifs de contrôle (limiteurs de vitesse montés sur certaines catégories de véhicules à moteur au moins quatre ; vitesse maximale autorisée sur les limiteurs de vitesse des véhicules utilitaires ; appareils de contrôle temps de conduite et temps de repos) ;
- les systèmes de sécurité intelligents (eSafety : amélioration de la sécurité routière en utilisant les technologies de l'information et des communications).

c) Des règles touchant l'industrie automobile et interagissant avec certaines politiques

Les grandes interactions peuvent être listées autour des politiques :

- des transports (documents d'immatriculation, contrôle technique des véhicules, permis de conduire, accès à la profession de transporteur et reconnaissance mutuelle des diplômes, taux maximal d'alcool dans le sang autorisé pour les conducteurs) ;
- de l'environnement (utilisation des biocarburants, informations obligatoires sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ des voitures neuves, niveau sonore admissible et dispositif d'échappement) ;
- de concurrence (règlement d'exemption catégorielle applicable à la vente et au service après-vente) ;
- de recherche et d'innovation (Galileo, 7^{ème} PCRD - Programme cadre de recherche et de développement de l'Union européenne), de gestion du marché intérieur (assurance automobile en responsabilité civile, libre prestation de services en assurance responsabilité automobile, rapprochement des législations des États membres en matière de PI sur les dessins et modèles) ;
- fiscale (importation définitive ou temporaire de véhicules de tourisme, « euro vignette » pour les poids lourds, cadre communautaire de taxation sur les produits énergétiques, marquage fiscal pour le gazole et le pétrole lampant), de justice (lutte contre la criminalité transfrontalière visant les véhicules).

1.2. La réglementation économique

Le secteur automobile est, comme nous l'avons vu, particulièrement réglementé sur le plan technique. Cette réglementation permet la mise sur le marché et l'usage de véhicules « propres et sûrs ».

Néanmoins, comme la plupart des autres secteurs d'activité, le secteur automobile fait l'objet en France d'une réglementation économique particulièrement abondante et manquant parfois de lisibilité.

Selon l'avis relatif aux « *Entreprises et simplifications administratives* » adopté le 25 mai 2005 par le Conseil économique et social, « *La France est régie par quelque 8 000 lois et 400 000 textes réglementaires, sans compter les circulaires administratives et la jurisprudence. En une trentaine d'années, le nombre moyen annuel de lois votées a augmenté de 35 %* ».

Parmi les obligations auxquelles doivent se soumettre les entreprises industrielles françaises en général et celle du secteur automobile en particulier nous pouvons lister :

- les Taxes foncière et assimilées sur les propriétés bâties (TFPB), non bâties (FPNB), locale d'équipement et complémentaire IdF ;
- les Taxes professionnelles et assimilées : TP réelle et cotisation minimale, cotisation de péréquation de TP, frais de chambre de commerce et d'industrie (IATP), spéciales d'équipements ;
- les impôts sur l'emploi et taxes assimilées : sur les salaires, d'apprentissage, participation-construction, participation-formation professionnelle continue, versement transport ;
- les autres taxes : enlèvement des ordures ménagères redevance communales et départementales des mines, balayage, versement pour dépassement Plafond légal de densité (PLD), des espaces naturels sensibles, participation pour non réalisation d'aires de stationnement, versement pour dépassement du COS, contribution sociale de solidarité et contribution additionnelle (ORGANIC), générale sur les activités polluantes (TGAP), sur les déchets, sur les émissions de substances polluantes dans l'atmosphère, installations classées, carburants, sur les véhicules sociétés (TVS), aide au commerce et à l'artisanat (TACA), pour le développement de la formation professionnelle dans l'automobile, sur certaines dépenses de publicité, sur les conventions d'assurance, sur les métaux précieux, sur la publicité, à l'essieu, sur la contribution patronales au financement de la prévoyance complémentaire.
- le secteur automobile fait également l'objet d'une réglementation spécifique qui touche plus particulièrement les commerçants et les prestataires de service.

2. Une réglementation complexe

2.1. Une réglementation utile et efficace

La réglementation a permis d'orienter les efforts de recherche de l'industrie automobile en matière d'environnement et de sécurité. C'est le cas de nombreuses normes techniques relatives à la sécurité routière qui ont régulièrement permis d'accroître et de manière significative le niveau de protection des automobilistes. On citera notamment parmi ces normes : l'utilisation obligatoire de ceintures de sécurité, la mise en place d'appareils de contrôle des temps de conduite et des temps de repos pour les véhicules utilitaires... Dans les domaines de l'environnement et de la R&D, la

réglementation a également permis d'aboutir à une meilleure information sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ des voitures neuves et à un rapprochement des législations des États membres en matière de propriété intellectuelle sur les dessins et modèles pour ne prendre que quelques exemples.

Néanmoins, la réglementation qu'elle soit nationale ou communautaire, comporte parfois un problème de lisibilité.

Les premières normes Euro en sont l'une des illustrations : leur application par les constructeurs a été particulièrement utile dans la mesure où elle a permis de réduire considérablement la pollution locale des véhicules. Mais à l'avenir, et notamment dans la perspective d'Euro 5 se posera la question du coût de cette norme rapporté aux effets produits en matière de réduction des gaz à effets de serre.

2.2. Une réglementation fragmentée

Certaines réglementations nationales ont pour effet de segmenter le marché européen. La fiscalité en constitue un bon exemple. La politique fiscale, diffère d'un pays à un autre au sein de l'Union européenne, ce qui crée des écarts de prix importants qui déstabilisent le marché automobile et empêchent les constructeurs de mener une véritable politique commerciale en Europe. Les primes accordées par les États ou incitations pour favoriser l'achat de certaines catégories de voitures ont souvent eu pour conséquence de diminuer la taille du marché européen ce qui affaiblit la compétitivité des constructeurs européens qui doivent adapter leur politiques commerciales à des marchés nationaux de plus en plus petits. Selon Jean-Martin Folz, président de PSA Peugeot Citroën, « *les États affaiblissent parfois la compétitivité des constructeurs européens, en sous segmentant les marchés, au gré des velléités des États membres* ».

Cette coupure réglementaire n'existe pas seulement au sein de l'Union européenne mais également vis-à-vis du reste du monde. Par exemple, il existe au niveau international des règles uniformément acceptées sur l'air conditionné dans les voitures. Ces règles sont appliquées partout dans le monde. Les constructeurs français mettent donc sur le marché des véhicules destinés au marché mondial qui répondent à ces normes. Et lorsque l'Union européenne élabore une réglementation qui impose de définir des systèmes d'air conditionné spécifiques à l'Europe, les constructeurs européens se trouvent confrontés à la nécessité de sortir des systèmes qui ne seront pas forcément adaptés dans les autres pays du monde. Les constructeurs européens seront en effet amenés à proposer deux types de voitures, les unes pour le marché européen, les autres pour les marchés extérieurs.

2.3. Une réglementation manquant parfois de cohérence

Les textes poursuivent des objectifs nécessaires, mais ils donnent parfois des objectifs contradictoires. Ainsi, afin de diminuer la consommation en carburant des véhicules mis sur le marché et ainsi de répondre aux exigences réglementaires en matière d'émission des gaz à effets de serre, les constructeurs travaillent sur l'aérodynamisme des véhicules. Or cet aérodynamisme est contradictoire avec la protection des piétons qui correspond également à une

exigence des pouvoirs publics. Autre exemple, les acteurs du secteur souhaitent alléger le poids des véhicules pour diminuer leur consommation en carburants, mais ils souhaitent, dans le même temps, augmenter leur recyclabilité. Or, des voitures davantage recyclables sont des voitures qui contiennent plus de métal car la matière plastique est très difficile à recycler. Et plus de métal signifie plus de poids. Jean-Martin Folz remarque à ce sujet que « *dans la création réglementaire européenne, il existe une incapacité à réunir les buts qui sont poursuivis, tous aussi légitimes les uns que les autres, en tout cas une incapacité à les hiérarchiser.* »

3. La démarche « Cars 21 »

Afin de réfléchir sur la méthode et les principes susceptibles d'aboutir à une meilleure régulation, le groupe « Cars 21 » (*high level group for a competitive automotive regulatory system for the 21st century*) s'est constitué en 2004.

L'objectif de ce groupe sectoriel de réflexion sur l'automobile était la formulation de recommandations visant à soutenir la compétitivité de l'industrie automobile européenne, à améliorer le cadre réglementaire (conformément à la politique générale de la commission dite « *better regulation* »), à favoriser la R&D et l'innovation, tout en proposant des véhicules plus sûrs et plus conformes aux nécessités environnementales. Cette participation au débat sur la compétitivité de l'industrie européenne s'inscrit dans la Stratégie dite de Lisbonne, du nom du sommet de mars 2000 fixant l'objectif de faire de l'économie européenne « *l'économie la plus compétitive et la plus dynamique du monde* ».

Les travaux du groupe « Cars 21 » ont été ponctués par diverses réunions tout au long de l'année 2005 et par une consultation lors de laquelle toutes les parties prenantes ont été invitées à donner leur avis sur le cadre réglementaire le plus approprié pour assurer la compétitivité à long terme du secteur automobile européen.

de la consultation des parties prenantes avant toute nouvelle réglementation. Le rapport reconnaît également l'importance de la prévisibilité de la réglementation et donc du délai suffisant pour sa mise en œuvre.

b) Adoption d'une approche intégrée en matière d'environnement et de sécurité routière

Appliquée au domaine environnemental, l'approche intégrée vise à associer constructeurs, pétroliers et automobilistes et pouvoirs publics afin de participer à des objectifs communs. Cette approche permet d'obtenir de meilleurs résultats qu'en laissant à la seule industrie automobile la charge par exemple de la réduction des émissions de CO₂.

On peut ainsi agir sur l'amélioration de la technologie des véhicules, mais aussi sur les carburants de remplacement, l'information et le comportement des automobilistes ou encore sur les politiques publiques (fiscalité incitative, indication et prévention des encombrements, etc.).

En matière de sécurité routière, une approche intégrée fait appel à la technologie des véhicules. La Commission européenne proposera ainsi l'application obligatoire des 6 équipements suivants : le contrôle de stabilité électronique, les témoins de non bouclage de la ceinture de sécurité (« *seatbelt reminders* »), les systèmes d'aide au freinage, la suppression des angles morts et l'amélioration de la visibilité sur les véhicules poids lourds, les sièges enfants isofix, l'allumage des feux de jour (« *Daytime Running Lights* » ou DRL).

Toujours dans le domaine de la sécurité routière, l'approche intégrée fait également appel à l'amélioration des infrastructures et au comportement des usagers de la route : elle associe donc également constructeurs, pouvoirs publics et automobilistes.

c) Amélioration de l'accès au marché des pays tiers et protection des droits de propriété intellectuelle

En matière de négociations commerciales, le groupe « Cars 21 » rappelle la nécessité de respecter les objectifs du DDA (*Doha Development Agenda*) : amélioration de la compétitivité et de l'accès au marché des pays tiers par la réduction des tarifs douaniers et l'élimination des Obstacles non tarifaires (ONT). Le groupe Cars 21 recommande également de compléter la démarche communautaire pour le commerce multilatéral par des démarches bilatérales parallèles. Le groupe « Cars 21 » prône une participation la plus large possible aux travaux du WP.29 (Commission économique de l'ONU pour l'Europe) afin d'accroître l'harmonisation mondiale des réglementations techniques et réduire ainsi les obstacles techniques aux échanges. Enfin, le groupe préconise une promotion et un renforcement des droits de la propriété intellectuelle, avec un accent particulier mis sur le marché chinois (avec possibilité d'une plainte auprès de l'organe de règlement des différends de l'OMC, pour les différents obstacles au commerce, propres au marché chinois).

d) R&D et innovation

Le groupe « Cars 21 » recommande un renforcement des efforts de R&D, avec notamment le développement de véhicules plus propres et de véhicules intelligents, le développement de partenariats R&D entre secteur public et secteur privé (JTI : *Joint Technical Initiative*).

Sur la méthode, Cars 21 émet également des recommandations permettant de « mieux légiférer » dont les trois composantes principales sont :

- des textes moins nombreux : 68 textes européens devenus caducs ont d'ores et déjà été supprimés ;
- des textes plus cohérents : une meilleure codification et une simplification de l'enchevêtrement des textes, ainsi qu'une attention plus grande aux renvois entre les textes ;
- des études d'impact (« *impact assessment* ») systématiques afin de mesurer les effets de toute nouvelle réglementation sur les opérateurs économiques.

Le principal apport du groupe « Cars 21 » pour l'industrie automobile est l'adoption d'une approche intégrée des problèmes environnementaux et de sécurité routière : il est désormais admis que des enjeux tels que la réduction des émissions de CO₂ ou la diminution du risque routier ne peuvent incomber à la seule industrie automobile, mais engagent toutes les parties prenantes (industrie, pouvoirs publics, associations).

Avant l'été 2006, la Commission européenne devrait faire suivre les recommandations du rapport « Cars 21 » au Parlement et au Conseil, par le biais d'une communication officielle visant à obtenir le soutien des deux institutions co-décisionnaires. Le rapport final du groupe « Cars 21 » prévoit une évaluation annuelle de la collaboration à venir avec la Commission économique de l'ONU pour l'Europe, ainsi qu'une révision à mi-parcours (en 2009) de l'ensemble des recommandations exprimées. Il s'agira alors de faire le point sur les progrès accomplis et sur l'évolution technologique que le secteur aura connue. La publication du rapport final de « Cars 21 » marque moins la fin d'un travail que le commencement d'une tâche de longue haleine visant à s'assurer qu'en dix ans il est possible pour l'industrie automobile de se doter d'un cadre réglementaire favorable à sa compétitivité.

COMPOSITION DU GROUPE « CARS 21 » :

Commission : Günter Verheugen (vice-président de la Commission, commissaire à l'industrie et aux entreprises), Jacques Barrot (vice-président de la commission, commissaire aux transports), Stavros Dimas (commissaire à l'environnement).

États membres : Wolfgang Clement (ministre de l'Économie et de l'emploi, Allemagne), Margaret Beckett (secrétaire d'État à l'Environnement et aux affaires rurales, Royaume-Uni), François Loos (ministre délégué à l'Industrie, France), Martin Jahn (vice Premier ministre chargé de l'Économie, République tchèque), Pietro Lunardi (ministre des Infrastructures et transport, Italie).

Parlement européen : Garrelt Duin (membre du PE (PSE/DE), co-président du Forum automobile et société), Malcolm Harbour (membre du PE (EPP/UK), co-président du Forum automobile et société).

Industrie : Armand Batteux (président de l'association européenne des équipementiers et président de la FIEV), Lewis Booth (PDG de Ford Europe), Wilhem Bonse-Geuking (président de l'association de l'industrie pétrolière européenne), Louis Schweitzer (président du Conseil d'administration de Renault), Leif Johansson (Président de AB Volvo et directeur général de Volvo Group), Sergio Marchionne (PDG de Fiat), Bernd Pischetsrieder (président de l'association des constructeurs européens d'automobiles et Président de VAG).

Fédérations, ONG : David Baldock (directeur de l'Institut pour une politique environnementale européenne), Peter Scherrer (secrétaire général de la Fédération européenne de la métallurgie), Max Mosley (président de la Fédération internationale de l'automobile).

CHAPITRE IV :

L'AVENIR DE L'AUTOMOBILE ET DE SA FILIÈRE

A - L'AUTOMOBILE DE DEMAIN

1. La question énergétique

Depuis ses origines, l'automobile est étroitement dépendante des combustibles fossiles et son développement est lié à la fois à la disponibilité du pétrole et au faible coût de cette matière première.

Le contexte énergétique évolue sensiblement. L'ère du pétrole bon marché est probablement derrière nous, à la fois pour des raisons techniques et géologiques mais, aussi, économiques, voire politiques.

Les préoccupations environnementales devraient devenir encore plus déterminantes contribuant à la mise en place d'une société plus sobre.

Les effets de ces facteurs sur l'automobile sont importants.

2. L'évolution de la demande

Selon l'Agence internationale de l'énergie (AIE), la demande d'énergie primaire devrait continuer d'augmenter dans des proportions importantes, dans les trente prochaines années, tirées par les économies émergentes, notamment la Chine et l'Inde.

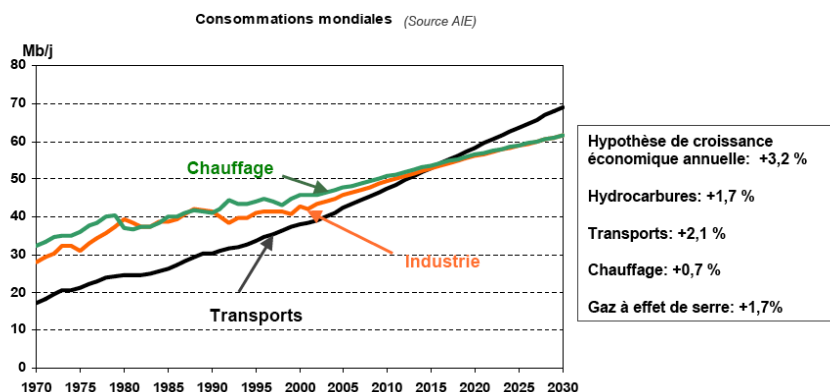
La demande pétrolière pourrait, toujours selon l'AIE, avoir à cet horizon, pour destination essentielle, le secteur des transports. C'est dire si la question du « *peak oil* » revêt une importance cruciale pour le secteur dans son ensemble.

Il est impossible de prévoir la date, probablement lointaine, à laquelle la dernière goutte de pétrole aura été extraite - si jamais dernière goutte il y aura - mais on peut conjecturer qu'elle sera utilisée dans le transport (probablement aérien, car on imagine mal que les avions puissent utiliser avant longtemps autre chose qu'un carburant liquide d'origine pétrolière ou de synthèse).

Les tensions, actuelles et futures sur la demande, ont plusieurs causes : d'une part, la raréfaction relative de la ressource ; d'autre part, les insuffisances constatées dans l'investissement notamment des capacités de raffinage ; enfin, des considérations d'ordre à la fois géopolitiques et économiques.

Cela étant, les ressources pétrolières sont encore importantes et leur appréciation est complexe tant elles mêlent différentes notions et ne prennent pas en compte l'amélioration possible des taux de récupération.

Cette contrainte conduira l'automobile à envisager des carburants alternatifs, parallèlement à la rationalisation des carburants conventionnels.



3. Les enjeux pour le secteur des transports

Économie d'énergie et réduction des gaz à effets de serre vont de pair dans la stratégie des constructeurs. À l'image des véhicules diesel qui consomment moins de carburant et rejettent par conséquent moins de gaz à effet de serre, ces 2 objectifs constituent à la fois une nécessité compte tenu de la diminution de ressources en hydrocarbures et un devoir pour le respect de l'environnement. L'aspect environnemental ayant déjà été présenté dans les chapitres II et III, les paragraphes qui suivent traiteront principalement de l'effort réalisé par les constructeurs et les équipementiers afin de sortir progressivement du tout pétrole, sachant naturellement que « *le meilleur substitut au pétrole sera toujours celui que l'on ne gaspille pas* » selon l'expression d'Olivier Appert, président de l'Institut français du pétrole (IFP).

a) Rationaliser l'utilisation des carburants conventionnels

- Le diesel

Actuellement, la diésélisation constitue la technologie la plus efficace en terme de réduction de consommation en carburants. Le diesel offre déjà, par son principe de combustion, une consommation en carburant inférieure d'environ 20 à 25 % à celles d'un moteur à essence de même performance.

À moyen terme, l'hybridation du diesel permettra un gain supplémentaire mais le déploiement de cette technologie restera conditionné par l'hypothèse de maîtrise de son coût. Par ailleurs, le renouvellement du parc automobile verra la mise en circulation progressive d'automobiles moins gourmandes en carburants. Enfin, les nouvelles générations de moteurs et de pneus permettront de diminuer de manière significative la consommation en carburants et de prolonger les réserves en hydrocarbures.

- Le gaz naturel
 - le Gaz de pétrole liquéfié carburant (GPLc) : un impact environnemental favorable

Mélange de butane et de propane, le GPLc présente de bonnes performances environnementales : pas (ou peu) de rejets de soufre, plomb ou benzène, peu d'évaporations et des émissions de polluants réglementés réduites. Au niveau mondial, le parc de véhicules utilisant le GPL progresse régulièrement. En Europe, son utilisation a été introduite dans les années 1950. Aujourd'hui, les pays de l'Europe de l'Est lui accordent une place importante. Aux États-Unis, c'est surtout dans le cadre de flottes captives qu'il est utilisé : taxis, véhicules postaux, bus ou camions de livraisons. Sur les 800 millions de véhicules dans le monde, près de 10 millions utilisent du GPLc. L'inconvénient du GPLc réside dans le surcoût occasionné lors de l'achat du véhicule et du service après-vente, et dans sa disponibilité forcément limitée. Les véhicules qui utilisent le GPL sont majoritairement équipés d'un système de bicarburant (fonctionnement à l'essence ou au GPLc), ce qui permet de pallier le manque actuel de stations de ravitaillement sans pour autant permettre un fonctionnement optimisé de l'un ou l'autre de ces carburants. Aujourd'hui, 170 000 voitures circulent au GPLc et 2000 pompes sont réparties sur l'ensemble du territoire.

- le Gaz naturel utilisé pour les véhicules (GNV) : une énergie fossile avantageuse

Le Gaz naturel utilisé pour les véhicules (GNV) est une voie qui offre de nombreux avantages, parmi lesquels, une aptitude réelle à réduire l'effet de serre (- 25 % d'émissions de CO₂ par rapport à l'essence), des réserves importantes et une répartition géographique plus homogène à l'échelle de la planète que le pétrole. Son utilisation est compatible avec les progrès des moteurs. Sur les 800 millions de véhicules dans le monde, 4 millions roulent au GNV. Toutefois, il s'agit d'une énergie fossile non renouvelable, appelée elle aussi à voir à terme ses réserves diminuer. En outre, le GNV nécessite la mise en place d'infrastructures lourdes de stockage et d'approvisionnement qui doivent encore faire l'objet d'innovations technologiques. L'utilisation du GNV est encore limitée : environ 2000 bus l'utilisent en France.

Bien que présentant certaines qualités en termes de réduction des émissions polluantes, le gaz naturel reste malgré tout peu utilisé compte tenu de ses contraintes techniques, économiques et des exigences qu'il implique en matière de sécurité.

- Les carburants de synthèse : des atouts pour l'automobile

Les carburants liquides de synthèse, produits via une étape de gazéification à partir d'autres ressources que le pétrole, sont des carburants essence ou gazole de bonne qualité et qui ne nécessitent pas d'adaptation particulière des véhicules. On peut les produire à partir de biomasse lignocellulosique (bois ou paille) - ce qui offre le double avantage de réduire la dépendance énergétique vis-à-vis du pétrole et de diminuer les émissions de gaz à effet de serre - ou à partir d'autres énergies fossiles (charbon/CTL ou gaz/GTL). Cette dernière filière ne peut être envisagée massivement que si les émissions de CO₂ sont traitées via leur

Pour rappel, 2 filières dominent aujourd'hui le marché :

- l'éthanol, pour le moteur à essence, qui est issu de plantes sucrières (betterave, canne à sucre), du blé ou du maïs. Il est surtout utilisé au Brésil et aux États-Unis où il est mélangé à l'essence, respectivement à hauteur de 25 %, et de 10 % à 5 %, voire même à des teneurs supérieures à 85 %. En Europe, notamment en France, l'éthanol est incorporé à l'essence après transformation en ETBE (Ethyl tertio butyl éther). L'ETBE a l'avantage d'être mieux adapté aux moteurs et plus facile à distribuer que l'éthanol. Sa distribution est limitée à 15 % dans les essences, autrement dit, la présence d'ETBE ou non à la pompe est totalement transparente pour l'automobiliste ;
- le biodiesel pour le moteur diesel : les biocarburants adaptés aux moteurs diesels sont produits à partir d'huile végétale de colza ou de tournesol (Europe) et de soja (États-Unis). Pour pouvoir alimenter les moteurs diesels, ces huiles sont transformées en EMHV (ester méthylique d'huile végétale) avec du méthanol. Le mélange des EMHV au gazole ne pose quasiment aucun problème. L'EMHV est aujourd'hui distribué à la pompe à hauteur de 5 % sans identification particulière.

L'utilisation des biocarburants permet une réelle réduction des émissions de gaz à effet de serre. De plus, utilisés en mélange, ils ne nécessitent pas de réseau de distribution spécifique ni d'adaptation des véhicules. Néanmoins, il reste quelques obstacles à leur diffusion : d'une part un coût plus élevé que celui des carburants fossiles, d'autre part une difficulté à les produire en quantités suffisantes (notamment pour répondre aux objectifs de la directive européenne) avec la concurrence du marché de l'alimentaire pour l'attribution des terres. Enfin, l'adaptation et la fiabilité des moteurs face à ces nouveaux types de carburants font l'objet de nombreuses études et de tests par les constructeurs.

- La biomasse

Pour pallier ces difficultés, de nouvelles filières de production de biocarburants sont à l'étude. Elles utilisent comme matière première la biomasse lignocellulosique : résidus agricoles (tiges de maïs, pailles de céréales) et forestiers, cultures dédiées de peupliers notamment et déchets organiques comme les boues de stations d'épuration. Par ailleurs, la transformation en éthanol par la voie biochimique est étudiée. De même, pour le diesel, la transformation de cette biomasse en carburants synthétiques liquides selon le procédé Fischer-Tropsch fait l'objet de travaux de R&D un peu partout dans le monde. Ces filières présentent de nombreux avantages : des coûts potentiellement réduits, pas de compétition avec la filière alimentaire et pas de limites de volumes de production, pas de co-produits à valoriser. Mais des recherches sont encore nécessaires pour leur mise au point.

- L'énergie électrique

La voiture électrique apparaît sur le plan environnemental comme la solution « zéro émission ».

Or, l'impact sur l'environnement du véhicule dépend de la manière dont est produite l'électricité stockée à bord de ce véhicule. En France, le véhicule électrique est en quelque sorte « nucléaire », ce type de génération d'électricité étant très majoritaire. En Allemagne, ou plus encore au États-Unis, c'est un véhicule qui roule en grande partie au charbon (l'électricité y est surtout produite à partir de ce combustible fossile), d'où un bilan CO₂ pouvant être plus mauvais que celui des solutions traditionnelles.

Le véhicule électrique présente une autonomie réduite et un temps de recharge important, ce qui semble devoir limiter son développement en l'absence de marge de progrès réelle. En effet, il ne recharge ses batteries qu'au rythme de 1 à 2 kilomètres d'autonomie par minute de recharge. Les batteries actuelles n'offrent qu'une centaine de kilomètres d'autonomie contre près de 1 000 km pour les véhicules diesel. Des progrès sont néanmoins en cours dans ce domaine. Des batteries avancées de type lithium-ion ou lithium-polymère, proposées par les groupes Dassault et Bolloré, devraient permettre une autonomie de l'ordre de 250 à 300 km (toujours avec un temps de recharge de plusieurs heures).

Après avoir développé le véhicule 100 % électrique et observé ses contraintes notamment en terme d'autonomie et de temps de recharge, les constructeurs français orientent désormais leurs recherches sur le véhicule hybride, en attendant que d'éventuels progrès réalisés sur les batteries soient en mesure de les faire revenir sur le développement de la voiture entièrement électrique.

- L'hydrogène

Sans autres émissions que de la vapeur d'eau à l'échappement, le véhicule fonctionnant à l'hydrogène peut apparaître comme une solution inépuisable et propre. Mais c'est oublier que l'hydrogène doit être produit à partir d'une source d'énergie et que le bilan CO₂ de la filière est complètement dépendant de son mode de production.

Si un réseau de distribution d'hydrogène devenait disponible, on pourrait envisager son utilisation dans des moteurs à combustion interne dédiés à l'hydrogène. Cette solution est souvent imaginée comme une étape vers la pile à combustible puisqu'elle permet de commencer la validation de toute la filière hydrogène. Mais c'est sur la Pile à combustible (PAC) - qui offre un meilleur rendement énergétique que celui des moteurs traditionnels - alimentée à l'hydrogène que les constructeurs automobiles misent, même si de nombreuses difficultés demeurent pour sa mise en œuvre à grande échelle :

- mise en place d'infrastructures de production ;
- émissions de CO₂ lors de la production d'hydrogène à partir d'énergie primaire fossile (pétrole, gaz ou charbon) ;
- création d'un réseau de distribution ;
- stockage de l'hydrogène à bord du véhicule ;
- coût relativement élevé des piles.

En ce qui concerne le problème posé par l'émission de CO₂ lors de la production d'hydrogène, on peut imaginer que l'énergie électrique, si elle est produite sans émission de CO₂, pourra à terme se substituer à l'utilisation d'énergies fossiles.

Plusieurs programmes de recherche s'organisent autour de la PAC et s'organisent de différentes manières. En France, l'Agence nationale de la recherche (ANR), a retenu d'emblée le thème de l'hydrogène et en a défini les modalités de développement au sein du Plan d'action national sur l'hydrogène et les piles à combustible (PAN-H). Ce plan donne le cadre d'un partenariat entre les constructeurs automobiles et des instituts de recherche, notamment l'Institut français du pétrole (IFP). Dans un premier temps en effet, l'hydrogène devra être produit à partir de gaz naturel ou de produits pétroliers. Dans cette configuration, la PAC sera moins intéressante, du point de vue de l'émission des gaz à effet de serre, que les motorisations hybrides, voire les moteurs à injection directe. Il serait surprenant qu'en l'absence de cet argument environnemental, les constructeurs proposent des motorisations à base de PAC. Le premier travail sera donc de développer des méthodes propres de production d'hydrogène.

En Europe, la plate-forme technologique dédiée à l'hydrogène et aux piles à combustible, baptisée HFP Europe (*European hydrogen and fuel cell technology platform*), structure les efforts. Le CEA y participe au sein d'un groupe de trente personnalités, représentants d'institutions ou de groupes industriels, qui élaborent des recommandations en direction des États membres et de la Commission européenne, via un groupe-miroir en relation avec les gouvernements nationaux. Des sous-groupes techniques se chargent des normes, de la sécurité, de la production, etc. Au niveau mondial, la collaboration IPHE (*International Partnership for the Hydrogen Economy*) réunit 17 pays, dont la France. Les orientations y sont différentes, les participants ne se retrouvant pas tous sur les mêmes objectifs. Le CEA participe aux comités techniques.

En dépit de ces nombreux programmes de recherche, certains experts se montrent très réservés sur l'avenir de la pile à combustible. Ils pointent en effet le médiocre vecteur énergétique constitué par l'hydrogène en termes de coûts aux trois stades essentiels de sa mise en œuvre : sa production, sa logistique tant massive que capillaire et son stockage à bord des véhicules.

La PAC reste donc une option sur le long terme. Une production en série de véhicules à piles à combustible n'est pas envisageable au minimum avant les années 2040.

4. Les innovations prévisibles du « produit » automobile

4.1. Des moteurs performants, économiques et écologiques

À l'heure actuelle, le moteur thermique n'apparaît pas substituable. Il a une efficacité sans pareille et possède encore des marges de progrès considérables, que ce soit dans le moteur diesel ou dans le moteur à essence. La réduction de la consommation pour une puissance accrue, appelée *downsizing* par les constructeurs, a été largement entreprise pour le moteur diesel, mais ne l'a pas encore été pour le moteur essence. Dans les cinq à dix années à venir, le moteur

essence verra le même progrès que ce que le moteur diesel, en termes de puissance rapportée à la consommation, a connu au cours des dix dernières années. La consommation sera donc bien moindre.

Le moteur thermique semble donc aujourd'hui le plus compétitif en efficacité et en coûts. De plus, les émissions de ce moteur seront encore très largement réduites dans les années à venir. Les moteurs seront encore plus dépollués ou dépolluants, et encore plus économes à un horizon de cinq à dix ans.

Dans ce même horizon de temps, peut-on penser que l'hybridation, qui permet une émission de CO₂ notablement inférieure, se développera ? Les constructeurs automobiles ont des avis différents. Plus ils sont impliqués à l'intérieur du moteur diesel et de son développement, qui lui-même a de bonnes performances, moins ils sont enclins à penser que le surcoût apporté par l'hybride puisse constituer une solution viable sur les plans économiques et écologiques.

Telle est la position de Peugeot même si le constructeur a présenté début 2006 un modèle hybride. Toutefois, celui-ci ne sera pas commercialisable avant cinq ou dix ans car les problèmes à résoudre sont encore importants pour l'amener à un niveau de coûts et de performance permettant une commercialisation.

S'agissant de l'hybride, Toyota et PSA Peugeot Citroën possèdent toutefois deux philosophies différentes. Toyota a d'ores et déjà lancé un hybride essence (la Prius) tandis que PSA travaille actuellement sur l'élaboration d'un hybride diesel. Jean-Martin Folz explique cette approche différente de la manière suivante : « *L'hybride essence revêt un sens dans les pays où l'hybride diesel n'est pas accepté, comme c'est le cas aux États-Unis et au Japon, où la Toyota Prius connaît un succès mérité. En Europe, c'est un non sens économique* ». Par ailleurs, le Président de PSA Peugeot Citroën remarque que le gain résultant d'un passage de l'essence à l'hybride essence est le même que celui résultant du passage de l'essence au diesel. Le développement du diesel, moins coûteux, voire de l'hybride diesel, lui semble donc préférable.

À un horizon de temps plus lointain, de nouveaux modes de combustion vont être développés, tels que les combustions directes, les combustions homogènes, les « HCCI » ou « CAI » selon la motorisation, essence ou diesel, avec encore une nouvelle étape dans la réduction des émissions de CO₂.

Dans les 20 à 30 années à venir, même avec un développement des carburants alternatifs mesuré, le marché automobile sera marqué par une prédominance très nette du moteur thermique qui sera à chaque fois amélioré.

4.2. Des pneus performants et recyclables

Dans les performances du véhicule, le rôle des pneumatiques ne doit pas être sous-estimé. Le pneu est un produit complexe (un modèle courant comprend environ 200 composants) et les progrès accomplis ont, ici aussi, porté sur tout le cycle de vie. La modification du process industriel de fabrication a réduit l'émission de composants organiques volatils, les odeurs non toxiques mais

incommodantes, l'émission de gaz carbonique. Pendant la phase d'utilisation du pneu, et sachant que cet organe participe pour environ 20 % à la résistance au roulement et donc à la consommation des voitures particulières (et 30 % pour les poids lourds), les innovations ont permis de réduire d'un tiers la résistance due au pneu. On sait par ailleurs qu'une forte proportion de véhicules roulent avec des pneus insuffisamment gonflés : les sociétés d'autoroutes ont encore récemment mené une campagne de sensibilisation sur leurs réseaux et proposent au public de très nombreux points de contrôle et de réglage dans un souci évident d'amélioration de la sécurité mais également de réduction de la consommation de carburant. Toutefois, l'amélioration d'une performance doit souvent composer avec le maintien d'une autre caractéristique du produit. Ainsi, la recherche d'une meilleure adhérence ne doit pas nuire au confort de l'usager.

4.3. Des systèmes de communication intelligents

a) La voiture communicante

Respectueuse de son environnement, la voiture du futur sera communicante. Elle le sera au niveau de la sécurité : chaque automobiliste souhaite être rapidement secouru en cas d'accident. Certains systèmes à déclenchement automatique prévoient déjà de localiser la voiture accidentée (par GPS, le système de positionnement par satellite), afin d'alerter le centre de secours le plus proche. Autre contribution à la sécurité : la détection d'obstacles ou de danger. L'autre souci exprimé par l'automobiliste est sa soif d'information. L'évolution des modes de travail implique des déplacements plus nombreux. À bord du véhicule, téléphone, fax et ordinateur constituent un bureau mobile, qui permet de travailler à distance et de gagner du temps. Aussi, des terminaux de type « Visionaute », mis au point au CCETT (centre de recherche du groupe France Télécom) à Rennes, ou les équipements multimédias de certaines Citroën, construites à Rennes... sont destinés à améliorer le plaisir et le confort de la conduite, mais aussi son efficacité. Cela étant on peut se poser la question de savoir si la sécurité au volant ne va pas être menacée par une utilisation irraisonnée de toutes ces technologies. Le risque d'accident vient surtout de notre manque d'habitude à être attentif à plusieurs choses en même temps. Pour ménager les conducteurs, le flux d'informations pourra, par exemple, être géré par un ordinateur, dont la voix synthétique ne transmettra que les informations pertinentes. Bien que d'actualité, le problème de l'attention au volant devrait moins affecter les générations suivantes, qui apprennent très tôt à gérer simultanément des flux d'informations de sources variées. Les nouvelles technologies impliquent de nouveaux comportements et les révolutions, que ce soit celle de l'automobile (années 1950), de la télévision (années 1970), d'Internet (années 1990) et maintenant de la voiture communicante (années 2010), sont à chaque fois le fruit d'un travail développé sur le long terme.

b) Des réseaux routiers communicants

La durabilité du transport routier, qu'il achemine des personnes ou des marchandises, ne dépend pas seulement des caractéristiques de la chaussée et du véhicule utilisés. La gestion du trafic, notamment en milieu urbain où se concentrent les nuisances, est un élément clé de la qualité du système de transport. Elle s'appuie sur un grand nombre de technologies : système de feux de circulation, aménagement du plan de circulation, équipement de la chaussée, information des conducteurs par des panneaux à messages variables et par la radio ; ou, comme à Londres et Stockholm, sur l'expérience du péage urbain qui a pour objectifs de contribuer à fixer le volume de circulation et à améliorer sa fluidité. Avec les techniques modernes de communication, l'information des conducteurs évolue vers une aide en temps réel pour choisir et suivre le meilleur itinéraire. Ces outils jouent à la fois sur la circulation et sur la sécurité et continuent d'évoluer et de se diffuser. Pour ce qui est du transport de marchandises, l'organisation logistique contribue à un meilleur remplissage des véhicules, à fixer les trajets les plus efficaces et à réduire ainsi les nuisances diverses, à volume de fret égal.

5. L'automobile et la politique des transports

5.1. *L'attachement des Français à l'automobile*

L'enquête ménages déplacements est réalisée depuis 1973 dans les principales agglomérations françaises selon une méthode définie par le Centre de recherches sur les réseaux de transports urbains (CERTU). Cette enquête permet aux décideurs locaux de suivre les parts de marché des différents modes de transport, les flux de trafic, le profil et les aspirations des usagers.

La compilation des résultats des différentes enquêtes menées à travers la France au cours des 30 dernières années permet de saisir l'évolution des déplacements urbains. Plusieurs enseignements sont à tirer de ces enquêtes diverses dans l'espace et dans le temps. Tous modes confondus, la mobilité est repartie à la hausse au cours des dernières années après une relative stagnation durant les années quatre-vingt. Autre constat, la marche à pied et la fréquentation des transports en commun tendent à croître avec la taille de l'agglomération, tandis que dans les villes moyennes, la part de ces modes est plus faible et la voiture tient une place plus importante. Grâce à un réseau de transports en commun exceptionnel, l'agglomération parisienne se distingue avec une part de marché de la voiture singulièrement basse : 68 % de part de marché en 1998 alors qu'elle atteint entre 75 et 90 % dans les autres villes françaises (contre 60 à 70 % il y a trente ans). Chaque habitant de l'agglomération parisienne effectue en moyenne 1,6 déplacement en voiture par jour contre 2 à 3 en province.

La plupart des villes ont consenti des investissements importants en faveur des transports en commun (extension et modernisation des réseaux, mise en site propre) afin de répondre aux objectifs des Plans de déplacements urbains (PDU). Ces efforts, combinés à une offre tarifaire dans l'ensemble plutôt attractive, ne semblent pourtant pas avoir orienté de façon durable les pratiques des usagers qui ont conforté leur choix en faveur de l'automobile, dont la part dans les

déplacements progresse de façon ininterrompue dans l'ensemble des grandes villes françaises. Fait notable, la fréquentation des transports en commun ne progresse véritablement que lorsque les investissements ont été réalisés en faveur des modes ferrés (tramway ou métro), à l'inverse de la mise en site propre d'une ligne de bus dont l'impact est moins évident.

L'enquête du CERTU a également constaté que plusieurs villes en province, souvent citées pour leur « exemplarité » (mesures en faveur des transports en commun et du vélo) ont vu en réalité la place de la voiture s'accroître : ainsi, à Grenoble et à Strasbourg, la part de la voiture dans les déplacements mécanisés est désormais supérieure à 75 %. L'engouement récent des autorités locales pour le vélo, qui s'est traduit par la réalisation de nombreuses infrastructures dédiées (pistes cyclables), semble trouver un écho de plus en plus faible auprès de la population urbaine. Depuis 1975, le nombre de déplacements à vélo par personne et par jour diminue de façon continue, y compris à Strasbourg, ville emblématique où la part de marché de ce mode est pourtant passée de 12 % en 1989 à 9 % en 1997.

À Paris, la pratique modeste du vélo (environ 0,03 déplacement par personne et par jour) contraste avec les efforts importants déployés en faveur de ce mode.

Si l'on additionne la marche à pied, les transports en commun et les deux roues (y compris motorisés), le poids de l'ensemble des modes dits « alternatifs » est en recul dans l'ensemble des agglomérations, loin des ambitions affichées par les différents PDU.

Plusieurs éléments de contexte ont favorisé cette tendance lourde au développement de l'automobile en ville.

Tout d'abord, l'enchaînement de déplacements multiples et complexes vers des destinations de plus en plus diverses, nécessite une flexibilité à laquelle la voiture répond aisément, y compris en ville, accompagnant ainsi l'évolution de la société. L'extension des villes, l'amélioration du niveau de vie, l'éclatement du modèle familial et la baisse du temps de travail la localisation des lieux de travail, ont consacré la fragmentation des besoins de déplacement (développement des familles monoparentales, des loisirs et des activités extrascolaires, motorisation accrue des seniors, etc.). De même, la forte évolution de la demande des consommateurs (achats à distance, livraison à domicile, fraîcheur, etc.) a des conséquences importantes sur l'organisation du transport de marchandises et de la chaîne logistique.

L'augmentation de l'usage de l'automobile en ville s'explique par une exigence croissante de la part des citoyens en matière de qualité de déplacements (confort, rapidité, sécurité). À ces exigences répond une voiture que l'innovation rend de mieux en mieux adaptée aux spécificités urbaines.

Il serait donc pertinent de s'interroger sur les moyens d'appliquer ces recettes éprouvées aux transports en commun. Une des pistes peut consister à accroître leur modularité (accessibilité, transport d'objets lourds ou encombrants). Il serait également souhaitable d'offrir des outils de connexion entre modes de transport, en développant des incitations tarifaires combinant

utilisation des transports en commun en zone dense et stationnement à proximité des gares ou des stations, afin d'aboutir à un système de transport qui valorise les qualités de chaque mode.

5.2. Le transport de marchandise par camion et le feroutage

Avec 150 % de croissance depuis 1970, le transport de marchandises par route représente ni plus ni moins 75 % de l'ensemble du marché du fret à travers l'Europe. Montrés du doigt (sécurité, pollution), les camions demeurent cependant l'outil principal pour acheminer les marchandises.

Un phénomène qui semble devoir durer : la part du rail en 30 ans a suivi une courbe inverse ; en chutant de 32 à 12 % de parts de marché. 80 % des déplacements de marchandises se font sur des distances inférieures à 150 kilomètres. La force du transport routier de marchandises réside donc dans sa souplesse, son adaptabilité à tous les lieux de livraison, et son efficacité. Les constructeurs travaillent dans le sens d'une diminution drastique des émissions (véhicules diesel actuels, véhicules de livraison légers, etc.), du bruit et des risques liés à une collision avec une automobile. En 2005, 85 % des transports de marchandises en France, y compris le trafic de transit, se sont effectués avec des véhicules nés des technologies Euro 2 et 3.

D'autant qu'aux matières premières acheminées aux professionnels, viennent s'ajouter de plus en plus de livraisons faites aux particuliers (commerce en ligne) et des services publics de plus en plus efficaces et prompts à intervenir (entretien de la voirie, ramassage des ordures ménagères, EDF, Poste, etc.).

Pour autant, une plus grande mixité entre les différents modes de transports est à l'ordre du jour : la Commission européenne appelle de ses vœux un recours plus grand à l'intermodalité.

Par exemple, le projet européen Fliht, qui entend favoriser le mixage entre le rail, la voie aérienne et la route, prévoit une harmonisation du « transbordement horizontal » à grande échelle. Ce nouveau système doit permettre l'utilisation du rail (feroutage) pour des trajets plus courts (moins de 200 kilomètres).

5.3. La location

À l'heure où le budget moyen consacré à la voiture ne cesse d'augmenter, que les conditions de circulation et de parking dans les villes sont de plus en plus difficiles et que le phénomène de pollution atmosphérique s'aggrave, les automobilistes semblent progressivement prendre conscience qu'il existe d'autres moyens de déplacement. La location de véhicules courte durée apparaît comme une vraie alternative à la voiture particulière. En effet, un Français sur cinq préfère louer plutôt que de posséder un véhicule.

Même si la dimension affective à la possession d'un véhicule reste forte, le rapport à la voiture évolue : 53 % reconnaissent que louer un véhicule revient moins cher que d'en posséder un.

La Location de véhicules de courte durée (LCD) s'impose peu à peu comme une solution pratique, économique, sûre et plus adaptée à nos nouveaux modes de vie : 82 % des personnes interrogées estiment que la location permet d'avoir un véhicule adapté à chaque type de besoin (départs en vacances ou en week-ends, déménagement ou événement exceptionnel, etc.). Un tiers des Français a déjà loué pour des raisons pratiques, notamment à l'occasion d'un déménagement (27 %) ou pour des activités de loisirs (23 %) telles que les vacances, les week-ends ou le shopping. Autre avantage perçu, la sécurité : 77 % estiment que ce système offre la garantie d'avoir à sa disposition un véhicule toujours fiable. Par ailleurs, 72 % des Français considèrent la LCD comme un mode de déplacement complémentaire aux autres types de transports en commun (avion ou train).

5.4. Une voie originale : le partage de la voiture

Depuis le début des années 90, l'Institut national de recherche en informatique et automatique (INRIA) étudie avec des partenaires tels que l'Institut national de recherche sur les transports et leur sécurité (INRETS) comment les techniques de l'information et des télécommunications pourraient répondre à ce défi. La solution qui s'est imposée rapidement est le partage de la voiture. Non pas le co-voiturage qui impose à plusieurs individus de partager un même véhicule, mais le partage dans le temps, avec des véhicules publics qui sont mis à la disposition des usagers pour aller d'un point à un autre (par exemple de chez soi à une gare). Ce système a été développé et testé pour la première fois au monde avec les technologies de l'information et de la communication (GPS, carte à puce, communications numériques, gestion en temps réel...) dans le projet Praxitèle avec 50 véhicules électriques Renault à St Quentin en Yvelines en 1997. Les techniques de localisation, de communication et de gestion sont maintenant bien au point et de nombreux systèmes similaires sont opérationnels dans le monde avec plus de 10 000 véhicules en libre-service, la Suisse et l'Allemagne étant les pays en pointe (alors que ce sont ceux qui en Europe ont le plus fort taux de motorisation). Ce nombre est encore très faible comparé aux 800 millions de véhicules circulant dans le monde mais cette mise en service en est à ses balbutiements. Avec des taux de croissance de l'ordre de 50 % par an les professionnels de la location de voiture s'y intéressent. Avec le libre-service, les villes désireuses de réduire fortement les nuisances de la voiture tout en offrant un service permanent de mobilité, pourront désormais contraindre la circulation des véhicules ne satisfaisant pas certains critères (notamment en cas de dépassement des seuils d'émission de CO₂) tout en offrant une alternative écologique. Ces mesures sont en cours de mise en place dans une majorité des villes du programme européen CIVITAS II. On estime qu'une voiture en libre-service peut ainsi remplacer efficacement et écologiquement plus d'une quinzaine de véhicules tout en offrant aux usagers un véritable choix à tout moment entre véhicule privé, transports en commun ou modes doux (marche, vélo...). Le développement des véhicules en libre-service va inciter aussi les constructeurs à repenser la voiture. Dans la mesure où le client n'est plus le particulier mais un gestionnaire de flotte (qui peut être une compagnie de taxis,

un loueur de voitures ou encore un opérateur de transport en commun), le cahier des charges est différent. Honda a ainsi pré-câblé certains modèles particulièrement adaptés à la circulation urbaine tels que les modèles hybrides (projet ICVS), pour qu'ils puissent être mis en libre-service. Bien entendu, il faudra que l'utilisateur soit attiré par l'utilisation de ces véhicules. Encore faudra-t-il qu'on lui offre un service de qualité et certaines facilités (comme par exemple le parking à destination) à un coût intéressant (qui peut être inférieur au coût actuel d'utilisation d'une voiture), ce service devrait rencontrer un succès certain.

Les systèmes actuels de libre-service rencontrent cependant une difficulté majeure : celle de la disponibilité des véhicules en tout lieu et à tout instant (ce qui est le désir des utilisateurs). Pour des raisons d'organisation, ces véhicules ne sont disponibles que dans un ou quelques parkings distribués dans une zone géographique assez restreinte où la demande est forte. Afin d'être disponibles en tout lieu et à toute heure, le réacheminement automatisé ou semi-automatisé des véhicules se doit d'être résolu.

B - L'AVENIR DE LA FILIÈRE AUTOMOBILE

1. L'avenir de l'industrie automobile

1.1. Une conjoncture qui fragilise les constructeurs européens

Outre une compétition accrue des constructeurs d'automobiles sur leurs marchés traditionnels, l'actualité est marquée par le renchérissement des matières premières et de l'énergie, et la nécessité d'offrir, à un moindre coût, des automobiles plus propres en terme d'émissions, moins gourmandes en terme de consommation, et toujours plus séduisantes et de meilleure qualité. Une équation qui, d'un point de vue industriel et commercial relève de la quadrature du cercle.

Malgré des objectifs à peu près communs, les constructeurs européens ne font pas jeu égal avec leurs homologues étrangers. D'une part, la maturation et les caractéristiques du marché diffèrent d'un pays à l'autre. D'autre part, les modes d'organisation de la production et les choix de politiques réglementaires et monétaires offrent plus ou moins de marge de manœuvre aux constructeurs. Avec 25 % de la production automobile mondiale, l'industrie automobile européenne représente deux millions d'emplois directs et huit millions d'emplois indirects soit, 6 % à 7 % de l'emploi industriel. C'est un marché de renouvellement, quasi saturé, qui correspond en valeur à 30 % du marché mondial.

Les politiques d'harmonisation entreprises par les pays de l'Union européenne n'ont pas encore permis de supprimer les disparités fiscales d'un pays à l'autre. Le marché européen n'est pas à proprement parler « unique ». Les disparités obligent les constructeurs européens à pratiquer des prix hors taxes différents selon les pays, et les autorisent à mener des batailles commerciales fondées sur des pratiques de rabais qui déstabilisent le marché et fragilisent leur marge opérationnelle brute.

Ainsi, pour préserver leurs marges et leur rentabilité, les constructeurs français ont préféré réduire leur taux de pénétration en Europe et surtout en France. En 2005, pour la troisième année consécutive, le taux de pénétration sur le marché français par les groupes PSA Peugeot Citroën et Renault termine sous les 60 % : les ventes des constructeurs français ont fléchi de 2 % par an, ramenant leur part de marché à 56 % en 2005, contre 58,1 % en 2004 et 59,6 % en 2003.

Les constructeurs français voient tout de même leur marge opérationnelle diminuer : en 2005, celle du groupe Renault chute à 3,2 % du chiffre d'affaires, alors qu'elle se situait à 5,2 % en 2004. Quant au groupe PSA, même si sa marge opérationnelle a été multipliée par deux entre 1998 et 2005, elle se situe en 2005 à 3,4 % du chiffre d'affaires, contre 3,8 % en 2004.

Le groupe PSA vise une marge opérationnelle de 6 % mais sans fixer de date. Quant à Renault, ses prévisions pour 2006 sont clairement pessimistes : une marge opérationnelle de 2,5 % seulement est attendue, alors que le « contrat 2009 », présenté par Carlos Ghosn en début d'année 2006, fixe comme objectif une marge opérationnelle de 6 % dans trois ans.

Les autres constructeurs européens ne sont guère mieux lotis : la moyenne des marges opérationnelles annoncées en 2005 se situe à 2,5 % du chiffre d'affaires, soit près de 1,1 point de moins que la marge opérationnelle moyenne de l'ensemble des constructeurs mondiaux (3,6 % du chiffre d'affaires). Cette mauvaise performance de la rentabilité des constructeurs européens se justifie par la conjonction de plusieurs facteurs.

a) Le renchérissement du coût de l'énergie et des matières premières

L'appétit croissant des pays émergents et notamment la Chine en énergie et matières premières est en grande partie responsable de leur renchérissement. La filière automobile, grande consommatrice d'acier (10 à 15 % du marché mondial) et de caoutchouc, a été confrontée de plein fouet à une augmentation des prix de près de 18 % en 2003 et 35 % en 2004 pour l'acier.

La hausse des prix du pétrole, liée notamment à une demande supérieure aux capacités de production et à l'instabilité que traverse une majorité des pays producteurs, a également contribué au renchérissement du prix de produits tels que les plastiques, issus de la transformation du pétrole ou bien, plus simplement, du coût de transport et de logistique des pièces et des véhicules.

En 2005, la hausse du prix des matières premières aura coûté à PSA Peugeot Citroën près de 340 millions d'euros et à Renault, 245 millions d'euros.

b) Des coûts d'investissement et de production élevés

La nécessité pour les constructeurs de renouveler et d'élargir en permanence leur gamme (moyenne et basse, véhicules *low-cost*, de loisir, de niche, haut de gamme, véhicule propre, 4X4, SUV, coupé sport, *cross-over*, etc.), pour offrir à leurs clients des automobiles plus audacieuses et performantes, les oblige à investir des sommes considérables. Cette politique concerne tant les process industriels que les investissements en recherche et développement.

À l'échelle européenne, le nombre de concepts et de silhouettes proposés par les constructeurs européens est passé de 205 en 1997 à 354 en 2006, soit une augmentation de 73 %. Les coûts augmentent d'autant. Par exemple, les coûts d'investissement de la Renault Clio III ont englouti un peu plus de 950 millions d'euros, et ceux nécessaires au lancement de la Peugeot 207, remplaçante de la 206, près d'un milliard d'euros.

Chaque constructeur cherche aujourd'hui à rentabiliser du mieux possible ses dépenses d'investissement. En témoigne, le souhait prononcé par Carlos Ghosn, PDG de Renault, de les réduire de moitié à l'horizon 2009, c'est-à-dire, en fait, faire deux fois plus avec le même montant, fixé à un niveau inférieur à 11,5 % du chiffre d'affaires. En 2005, les dépenses de recherche et développement de Renault ont crû de 226 millions d'euros par rapport à 2004. Quant aux coûts industriels et techniques, ils ont accusé une augmentation de 135 millions d'euros, en partie due à la complexité de l'outillage industriel, et à un nombre de pièces trop élevé, auxquels s'ajoute une sous-capacité de production.

c) La question de la productivité du travail

Selon le rapport sur la compétitivité européenne publié en novembre 2004 par la Commission européenne la productivité¹² des industries automobiles européennes était inférieure de 25 % à celle obtenue à la même époque par leurs homologues américains et de 30 % par rapport à la productivité japonaise.

Le rattrapage actuel, qui passe par les politiques de plate-forme, de coopération interentreprises et de rentabilité des investissements (R&D et outil industriel), devrait cependant permettre aux constructeurs européens de réduire

escompté, à l'instar de la Modus, les usines ne sont plus rentables. Pour pallier l'inefficacité de l'usine de Valladolid, qui tourne couramment à 50 % de ses capacités, la direction de Renault a décidé de lui confier la production de la Clio III.

Sur le haut de gamme, la situation n'est guère meilleure. L'usine de Sandouville (France), qui produit la Vel Satis, l'Espace et la Laguna II, subit de plein fouet l'échec de la première, le ralentissement de la deuxième et la contre-performance de la troisième. Le site doit être sauvé par un projet de 4X4 basé sur la plate-forme de la future Espace, ainsi que par les modèles prévus à partir de 2007 : la troisième génération de la Laguna et la cinquième génération de l'Espace (2008).

En 2005, certains sites de production de Renault atteignaient un taux d'utilisation très préoccupant de 40 %. Le constructeur cherche donc aujourd'hui à se défaire de la doctrine d'«une usine, un modèle». Lors de la présentation du « contrat 2009 », le 9 février 2006, Carlos Ghosn n'a pas caché la nécessité absolue d'améliorer la productivité de l'entreprise et d'augmenter les taux d'utilisation des sites de production. Il préconise le passage d'un taux d'utilisation moyen des sites de production de 60 % en 2005 à plus de 75 % en 2009, avec, pour base de calcul, un standard de référence fixé à 5 000 heures par an par usine, soit 20 % de plus que celui ordinairement retenu par l'industrie automobile (3 760 à 4 000 heures par an).

- Le cas de PSA Peugeot Citroën

Pour répondre à la demande du marché européen, deux investissements récents ont été réalisés en Europe Centrale. Le premier, à Kolin (République Tchèque). PSA Peugeot Citroën y fabrique 200 000 unités des modèles Citroën C1 et Peugeot 107, sur une plate-forme partagée avec Toyota. Le second investissement a été fait à Trnava (Slovaquie). PSA y produit seul, depuis 2006, des modèles Citroën C2 et C3 et des Peugeot 1007 et 207.

Le taux de capacité des sites européens de production de PSA Peugeot Citroën atteint 112 % en 2005. Soit des usines qui tournent plus de 16 heures par jour et 235 jours par an (références pour une utilisation à 100 % d'une usine). Pourtant, le constructeur a été contraint d'annoncer la fermeture d'ici 2007 de son usine anglaise située à Ryton où, selon lui, les coûts de production sont supérieurs de 400 euros par voiture à la moyenne du groupe. Ne produisant que le modèle Peugeot 206, soit 129 600 unités en 2005, dont 70 % destinés à l'exportation, le site de Ryton est également handicapé par des coûts logistiques élevés.

La fermeture de cette usine permet à PSA d'amorcer le remplacement de la 206 par la 207 dont la production monte en puissance : les objectifs de réduction de la production de la Peugeot 206 en Europe occidentale sont fixés à 260 000 exemplaires en 2006 et 90 000 en 2007, contre 445 400 en 2005.

Outre le déploiement de ses sites de production en Europe Centrale, le groupe vise plus particulièrement l'**Amérique Latine**, notamment avec ses installations en Argentine, et surtout la Chine où il prévoit l'ouverture d'un second site de production.

Loin des pessimistes qui misent sur un ralentissement de la croissance du marché automobile chinois, Jean-Martin Folz, le président de PSA Peugeot Citroën, parie sur une progression des ventes de 25 % par an au cours des cinq prochaines années. Soit en 2006, quelque 825 000 véhicules supplémentaires. Disposant déjà d'une usine de production à Wuhan, Dongfeng Peugeot Citroën Automobiles (DPCA), détenue à 50/50 par le Chinois et le Français, a pris la décision d'augmenter ses capacités de production en créant un second site dès 2007 pour une entrée en production prévue en 2009. 180 millions d'euros seront investis pour la création de ce site dont la capacité de production devrait être comprise, dans un premier temps, entre 100 000 et 150 000 voitures par an.

D'ici son démarrage, neuf nouveaux modèles, dont la Citroën C4, rebaptisée C-Triumph et la Peugeot 206, seront lancés sur le site de Wuhan où sont employées près de 5 000 personnes. Cette usine, qui tourne actuellement 22 heures sur 24 et 6 jours sur 7, soit un taux d'utilisation largement supérieur à 100 %, fabrique pour l'instant 800 véhicules par jour répartis en sept modèles différents, avec trois équipes de production.

Début 2008, la capacité de production de Wuhan devrait être portée à 300 000 unités grâce à la mise en œuvre d'une nouvelle chaîne de construction. Les moteurs sont produits dans une autre usine, à Xian Fang, et les concessions, elles, seront ouvertes 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24. À terme, la Chine accueillera la plate-forme 3 destinée aux véhicules haut de gamme de PSA (407, C5 et C6).

Objectif affiché : vendre plus de 200 000 voitures, contre 140 400 en 2005, tout en renouant avec la rentabilité : en 2005, la marge opérationnelle du constructeur français en Chine était négative, avec une perte de 54 millions d'euros.

- Le cas Volkswagen

En 2005, le groupe allemand a réalisé de bonnes performances : 5,2 millions de voitures produites en 2005, un chiffre d'affaires de 95,3 milliards d'euros et un bénéfice net de 1,12 milliard d'euros, soit le double de celui généré en 2004. Malgré ces bons résultats, le premier constructeur automobile allemand et européen envisage pour le second semestre de l'année 2006 un plan social qui prévoit l'augmentation non rémunérée du temps de travail des salariés.

Wolfgang Bernhard, le patron de l'entreprise allemande, souhaite revenir sur la semaine de 28,8 heures décidée par l'ancien directeur des ressources humaines. L'objectif affiché est de relancer la productivité en fixant une durée du temps de travail de 35 heures par semaine sans compensation salariale. Il s'appuie sur le constat que le temps de montage d'une Ford Focus est de 19 heures dans l'usine espagnole de Valence alors qu'il est de 47 heures pour une Golf à Wolfsburg, siège du groupe.

Pour faire face à cette nouvelle donne, le groupe a annoncé que 20 000 emplois sur 345 000 salariés seraient supprimés d'ici 2009, et que le taux d'utilisation des sites de production serait ramené à 100 %. Enfin les usines de composants du groupe seront réorganisées, voire, pour certaines d'entres-elles, externalisées.

L'ampleur de ces restructurations a beaucoup surpris les syndicats dans la mesure où elles ont été annoncées au moment du retour de Volkswagen à un meilleur niveau de profits. Le représentant d'IG-Metall pour la région de Basse-Saxe dont dépend Volkswagen a critiqué cette politique, déclarant que « *le personnel n'était plus disposé à mettre sa tête en jeu à cause d'erreurs stratégiques* ».

- Le cas Toyota

Toyota mène actuellement une politique de conquête de nouveaux marchés. En effet, la production de véhicules en dehors du territoire japonais a crû continuellement depuis les années 90. Le Groupe dispose aujourd'hui de 51 centres de production dans 26 pays. Cette présence à l'international devrait se renforcer dans les prochaines années puisque le constructeur a annoncé la création de nouvelles usines dans le monde notamment en Chine et aux États-Unis. Le Groupe a décidé d'investir environ 10 milliards d'euros en 2006 pour accompagner sa croissance dans le monde. Et les résultats ont suivi : sur l'ensemble des 5 continents, Toyota vend chaque année 7,4 millions de véhicules avec l'aide de 264 000 personnes et une commercialisation étendue à 140 pays.

Pour répondre aux attentes des marchés étrangers, le Groupe a installé de nouveaux centres de R&D à l'étranger et dispose désormais de sept centres de R&D dans le monde. L'objectif est de répondre le mieux possible à la demande des clients comme cela a été le cas avec « la Prius » aux États-Unis.

La stratégie de Toyota s'appuie par ailleurs sur une organisation sans faille et des techniques très modernes de gestion de productivité (l'amélioration continue). Cette stratégie repose également sur un principe de réduction des coûts et un retour vers le client des économies générées. Toyota souhaite ainsi proposer des véhicules de qualité au meilleur prix.

Mais la grande force du groupe Toyota réside dans sa capacité à capter les parts de marché dans des pays pourtant solidement solidaires de leur propre industrie automobile. Cela a notamment été le cas en France où le développement n'a pas été si simple face à la concurrence d'opérateurs historiques comme Renault, Peugeot et Citroën. Au rythme de 30 créations de sites par an depuis 2000, le réseau a atteint 240 sites fin 2005 et devrait compter en plus « 65 sites satellites d'ici à 2010 ». Un maillage complet qui permet de développer en parallèle le réseau Lexus.

Le réseau Toyota accentue par ailleurs ses ventes aux sociétés et développe les services et les offres complémentaires aux particuliers en fonction des attentes des pays. Plus globalement, en Europe, le groupe, arrivé dans les années soixante, affiche déjà 2 784 points de vente, 25 importateurs et quelque 56 000 collaborateurs, ce qui lui permet d'assurer une implantation solide sur l'ensemble du territoire qui devrait se traduire bientôt par un million de véhicules vendus en 2006. Quant à la France, elle s'apprête à dépasser les 100 000 voitures commercialisées sur l'année.

d) Un euro fort qui profite avant tout aux constructeurs japonais

Tandis que l'industrie automobile européenne tourne au ralenti, les constructeurs japonais font preuve d'une santé insolente : leurs bénéfices cumulés au cours de l'exercice 2005 flirtent avec la barre des 20 milliards d'euros, un niveau jamais atteint, Toyota s'arrogeant pour sa part 10 milliards d'euros de profit. Record historique pour cette entreprise en passe de détrôner General Motors au rang de premier constructeur mondial.

Outre le succès commercial des véhicules japonais, deux raisons sont invoquées pour justifier une telle performance : un savant dosage entre une politique industrielle d'excellence et le soutien d'une politique monétaire accommodante.

En cinq ans, le yen s'est déprécié de 40 % face à l'euro. Comme le souligne Philippe Brossard, directeur des études dans le groupe d'assurances crédits Euler Hermes SFAC, *« c'est une arme d'une efficacité redoutable quasiment impossible à contrer par des gains de productivité de la part des constructeurs européens »*. Une situation qui crée des écarts de coûts salariaux gigantesques. Alors que les coûts salariaux horaires bondissaient de 16,9% en France entre 2000 et 2005, ils chutaient au Japon de 33 %. Impossible de compenser de tels coûts par une meilleure productivité.

Second atout des constructeurs japonais pour profiter de la compétitivité du Yen face aux autres monnaies : une faible délocalisation de leur site de production. Le plus puissant des constructeurs japonais, Toyota, est aussi le moins délocalisé : 54 % de sa production est basée au Japon, contre 22 % dans la zone Alena (Mexique, Canada et États-Unis) et seulement 6 % en Europe.

Cette situation explique également les écarts de rentabilité des constructeurs d'un continent à l'autre. Pendant que les Américains sont dans le rouge, à cause notamment des coûts de financement de la retraite de leurs salariés, et que les européens annoncent des marges opérationnelles sur chiffre d'affaires d'à peine 2,5 %, les japonais affichent un taux de 7,6 %.

Pour Toyota, les effets des taux de change ont apporté une contribution nette de 300 milliards de yens. Cet impact des taux de change, hors zone euro, est important. Selon Philippe Brossard, si une meilleure adéquation entre politique industrielle et politique de change n'est pas rapidement mise en œuvre, le problème de l'euro fort deviendra de plus en plus préoccupant.

e) Concilier l'ensemble des paramètres automobiles

Selon Jean-Martin Folz, PDG du groupe PSA Peugeot Citroën, une réglementation juste est un des facteurs clés de la compétitivité de l'industrie automobile.

Le problème de la lutte contre la pollution atmosphérique permet d'illustrer la nécessité de réaliser une synthèse entre les exigences d'efficacité d'une politique publique d'une part, et d'autre part celles qui consistent à préserver la compétitivité d'une industrie par ailleurs fragilisée. Jean-Martin Folz souligne à ce titre l'importance d'une approche globale et intégrée de la réglementation.

Trop souvent, le législateur souhaitant protéger au mieux le citoyen émet des propositions dont l'application peut s'avérer contre-productive.

Ainsi, la législation qui vise à réduire l'impact des chocs en cas d'accident favorisera la conception de voitures plutôt rondes et à capot, alors même qu'elles sont plus consommatrices de carburant, et donc plus polluantes que les véhicules dont le train avant est plus angulaire. Autre exemple : la future norme Euro V. Son application, qui provoquera le renchérissement du coût des moteurs diesel, profitera aux moteurs essence, dont la consommation et la contribution à l'effet de serre est pourtant supérieure de 20 % par unité à celle des automobiles fonctionnant au gasoil.

Ces exemples montrent la nécessité pour le législateur d'adopter une approche globale au risque, dans le cas contraire, de défavoriser les constructeurs européens par rapport à leurs concurrents étrangers, et d'obtenir des résultats contradictoires.

D'autre part, le législateur devrait respecter le principe de neutralité technologique, afin de laisser aux acteurs de la filière automobile le soin d'imaginer les solutions permettant d'obtenir les résultats escomptés. Mieux vaut fixer aux industriels des objectifs quantifiables reflétant une priorité clairement définie, que de leur assigner des voies technologiques à emprunter.

Enfin, le travail du législateur devrait davantage respecter le rythme d'apprentissage technologique propre à l'industrie automobile : les acteurs ont besoin de temps pour intégrer les conséquences technologiques d'une réglementation nouvelle. Ouvrir dès à présent les débats sur la future norme Euro V, dont l'application est prévue en 2010, peut apparaître comme contradictoire quand le calendrier impose tout juste l'application de la norme Euro IV.

Ces cinq éléments - renchérissement du coût de l'énergie et des matières premières - coûts d'investissement et de production élevés - productivité du travail en berne - un Euro fort qui profite aux constructeurs étrangers auquel s'ajoute les surcoûts liés à une réglementation très contraignante, obligent les constructeurs européens à riposter en adoptant des stratégies de plus en plus offensives.

1.2. Des réponses différentes pour chacun des grands constructeurs

a) La stratégie de Renault

Avec 2 533 000 automobiles Renault commercialisées en 2005, les ventes du groupe ont progressées de 1,7 %. Mais cette amélioration est le produit d'une situation contrastée : sur le continent européen, les ventes de véhicules Renault ont chuté de 1,2 % au premier semestre et de 7,3 % au second. Cette mauvaise performance a été plus que compensée par les progrès réalisés par les ventes hors d'Europe (+21 %) de la Logan et de la gamme renouvelée de Renault Samsung Motors en Corée. Au total les ventes hors Europe ont représenté, en 2005, 27 % des ventes mondiales du groupe.

Avec un chiffre d'affaires global de 41,3 milliards d'euros (+1,9 % par rapport à 2004), une marge opérationnelle de 1 323 milliard d'euros (-60 % par rapport à 2004), et un résultat net exceptionnel de 3,367 milliards d'euros (+18,7 % par rapport à 2004), Renault n'est pas en crise mais ces résultats placent le constructeur dans une situation fragile.

L'année 2006 sera une année charnière pour la marque au losange, dans la mesure où aucune réelle nouveauté, à l'exception de la troisième génération de la Clio, ne viendra endiguer la chute des ventes en Europe. Si l'on ajoute une augmentation du coût des matières premières, des taux d'intérêt à la hausse, et une concurrence encore plus vive, notamment sur le marché européen, la marge opérationnelle du groupe devrait glisser de 3,2 % à 2,5 %. Pour inverser la chute de la rentabilité de l'entreprise, plusieurs pistes ont été présentées par Carlos Ghosn, le PDG de Renault, le 9 février dernier :

- La refonte en profondeur de la gamme Renault dès 2007

Du point de vue qualitatif, il s'agit pour Renault de mieux cerner les attentes et les désirs de ses clients, afin de les placer au cœur des processus de décision, des choix de design et de technologie. L'objectif est de proposer des voitures plus séduisantes, plus pertinentes et d'offrir aux clients des voitures de meilleure qualité.

Concrètement, la future Laguna, dont la commercialisation est prévue en 2007, devra se classer parmi les trois meilleures automobiles de son segment, en terme d'attractivité, de fiabilité, de durabilité et de qualité des services qui lui seront associées. En résumé, cette stratégie client a pour ambition sa satisfaction maximale.

Ces critères de qualité de produits et de services serviront de base de référence pour les autres modèles de la marque Renault. A savoir, à compter de 2007, le renouvellement des Mégane, Twingo, Kangoo et Master, le lancement de huit nouveaux modèles sur le segment du haut de gamme, dont les trois dernières en 2010. Au croisement du haut et du milieu de gamme, le lancement d'ici 2010 de nouveaux modèles d'automobile Renault est prévu : des SUV, des 4X4, des *cross-over* et des véhicules de niche.

Cinq de ces modèles, destinés principalement aux pays émergents, seront spécifiquement conçus sur la plate-forme de la Logan. Au total, Renault prévoit entre 2006 et 2010 le lancement de 26 véhicules, dont huit vrais nouveaux modèles entre 2007 et 2009.

- Une réduction drastique des coûts tout en continuant à innover

Renault continuera à innover en consolidant par exemple sa position de leader européen en terme de sécurité passive. Sur le plan écologique, Renault prévoit le développement d'une gamme complète de technologies alternatives telles que les moteurs hybrides, les piles à combustible, les véhicules électriques. Les moteurs traditionnels feront l'objet d'optimisation importante afin d'accueillir, pour la moitié d'entre eux, des mélanges d'essence et d'éthanol, et pour les moteurs diesel, 30 % de diester. Enfin, Renault prévoit de

commercialiser dès 2008, un million de voitures émettant moins de 140 grammes de dioxyde de carbone par kilomètre.

Quant à la réduction des coûts, toutes les lignes budgétaires sont concernées :

- 14 % de moins sur le coût des achats sur 3 ans ;
 - des coûts de fabrication réduits de 12 % en trois ans ;
 - des coûts de logistique réduits de 9 % en trois ans malgré l'augmentation des coûts énergétiques ;
 - une réduction des frais généraux à moins de 4 % du chiffre d'affaires au lieu de 5,1 % en 2005 ;
 - une diminution de 8 % des coûts de distribution ;
 - à montant égal, une réduction de 50 % des coûts d'investissement ;
 - des frais de recherche et développement limités à 11, 5 % du chiffre d'affaires.
- Un objectif de croissance ambitieux

Objectif affiché : augmenter les ventes de véhicules du groupe Renault de 800 000 unités entre 2005 et 2009, et gonfler le volume des ventes hors Europe de 27 % à 37 %. Pour accompagner une telle ambition, Renault s'appuiera sur trois nouveaux modes de management de l'entreprise :

- un management par région, fondé sur cinq comités ayant chacun la responsabilité d'une zone géographique et de sa contribution à la rentabilité de l'entreprise ;
- une globalisation des fonctions de l'entreprise qui deviennent responsables et redevables de leurs performances à l'échelle mondiale ; un management par programme, où chacun des directeurs de programme est responsable de la contribution des véhicules de son programme à la rentabilité de l'entreprise et assure l'optimisation de la valeur client de chaque véhicule.

Grâce à la conjonction de toutes ces actions, Renault devrait poursuivre sa croissance et accroître sa rentabilité. C'est son troisième engagement à l'horizon 2009 : atteindre une marge opérationnelle de 6% qui devrait permettre à la marque au losange de se positionner comme le constructeur généraliste européen le plus rentable.

b) La stratégie de PSA Peugeot Citroën

En 2005, le groupe PSA a réalisé un bénéfice net en baisse de 37,5 %, à 1 029 milliard d'euros, tandis que sa marge opérationnelle reculait de 21,8 %, à 1,94 milliard d'euros, soit 3,4 % du chiffre d'affaires, contre 3,8 % en 2004.

Sur l'ensemble de l'année 2005, la faiblesse des ventes a coûté 380 millions d'euros au groupe, presque autant que la hausse du prix des matières premières (340 millions). Même si le constructeur a tenté de ne pas participer à la guerre des prix en Europe, les remises et la baisse des tarifs lui ont coûté 80 millions d'euros. Enfin, la mise en conformité des nouvelles normes

environnementales a pesé pour 97 millions d'euros sur ses comptes. Ces effets négatifs ont été partiellement compensés par la réduction des coûts de production : ils ont baissé pour la sixième année d'affilée de plus de 600 millions d'euros en moyenne.

Cette dégradation s'explique avant tout par la morosité des ventes de voitures en Europe : PSA s'est fait surprendre au cours du dernier trimestre par une baisse de 10 % de ses volumes par rapport à la même période de l'année précédente, ce qui l'a conduit à ajuster sa production.

Malgré une forte hausse de ses ventes hors de l'Europe occidentale - elles ont représenté 30,4 % de ses ventes mondiales, contre 28,2 % en 2004 - le groupe n'a cessé de perdre de l'argent dans ses deux principales zones d'expansion. PSA a ainsi perdu 110 millions d'euros au Brésil et en Argentine et 54 millions en Chine, même si, dans ces deux régions, les résultats de 2005 ont été sensiblement meilleurs par rapport à 2004.

En 2006, le constructeur français a annoncé son souhait de reprendre l'avantage sur ses concurrents, grâce notamment au lancement très attendu de la Peugeot 207, qui doit être produite à hauteur de 500 000 unités par an. Mais les effets ne devraient se faire sentir qu'à partir de la seconde partie de l'année. En attendant, la nouvelle hausse du coût des matières premières enjoint le groupe à rester prudent. Il table au premier semestre 2006 sur une marge opérationnelle à peu près équivalente à celle du second semestre 2005, soit un taux de 2,7 %, qui devrait ensuite repartir à la hausse.

À terme, le groupe français espère vendre 4 millions d'automobiles. Cet objectif repose sur l'intensification du renouvellement des gammes Peugeot et Citroën. Entre 2004 et 2005, un tiers de l'offre a été renouvelé, et un second tiers sera renouvelé d'ici 2006.

La stratégie de PSA Peugeot Citroën vise une croissance à long terme fondée sur la satisfaction de ses clients, l'innovation et l'excellence dans les technologies automobiles majeures à l'instar de la technologie hybride diesel présentée en début d'année 2006, dont la production de masse devrait démarrer en 2010.

Les véhicules PSA dotés de cette technologie hybride diesel devraient consommer seulement 3,4 litres aux 100 kilomètres, soit 28 % de moins que leurs homologues dotés d'un moteur diesel, et 25 % de moins que les véhicules disposant de la technologie hybride essence/électricité. Les taux de dioxyde de carbone annoncés par PSA seraient de moins de 90 grammes, soit plus de 10 % de moins que la Toyota Prius.

Autre point d'appui pour renouer avec la croissance et la rentabilité : le déploiement à l'international de sa politique de plate-forme, qui devrait permettre au constructeur de réaliser de substantielles économies, grâce notamment à la mise en commun d'au moins 60 % du prix de revient des véhicules qui y sont construits. À ce jour, trois plates-formes, toutes opérationnelles, servent de base aux nouveaux véhicules du groupe. Elles génèrent une réduction des charges et des délais de développement, des dépenses

d'industrialisation, des coûts de production et des prix d'achat des pièces et des équipements tout en favorisant la diversité des modèles.

En 2006, 2,4 millions de véhicules du groupe seront assemblés en Europe sur ces trois plates-formes, auxquels s'ajoutent 420 000 véhicules produits sur des plates-formes partagées avec d'autres constructeurs.

2. L'avenir des équipementiers et fournisseurs de l'automobile

2.1. Une équation difficile à résoudre

Les équipementiers sont aujourd'hui amenés à mettre en œuvre une démarche particulièrement complexe avec, comme nous l'avons vu, une augmentation du prix des matières premières et diminution contractuelle des coûts de 3 à 5 % par an. La difficulté de l'exercice explique en partie le mouvement de concentration des dernières années : les fournisseurs de « rang 1 » référencés chez les constructeurs Français sont ainsi passés de 1 500 à 500 en moins de 10 ans. Les constructeurs ont également enclenché le processus puisque seulement huit groupes automobiles concentrent aujourd'hui 80 % de la production mondiale en 2004, alors qu'ils étaient 13 dans cette position en 1994. L'augmentation des volumes, l'externalisation des productions et l'enrichissement des fonctions, qui sont considérés comme les trois moteurs de croissance pour la filière, ont fortement décri ces derniers temps. Par ailleurs, le centre de gravité du marché automobile se déplace pour l'ensemble des acteurs mondiaux vers les pays émergents.

D'autre part, les considérations qui précèdent en matière de coûts, de fiscalité et de réglementation notamment, ont des effets tout aussi importants que chez les constructeurs.

2.2. Vers un élargissement de l'activité des équipementiers ?

L'externalisation de certaines tâches des constructeurs vers les équipementiers, conduit à se demander s'il est imaginable à l'avenir que des regroupements d'entreprises de l'équipement automobile fabriquent eux-mêmes leurs véhicules. Selon des experts de la FIEV, cela semble utopique, car le constructeur reste l'architecte industriel global de la voiture. Il maîtrise la plate-forme, l'interfaçage fonctionnel les uns par rapport aux autres, des modules et équipements constitutifs du véhicule, le design, et apporte son expertise dans la connaissance des attentes des marchés. Reste que sur des très petites séries, il est devenu courant que des constructeurs confient la production à des assembleurs extérieurs de taille moindre afin de conserver notamment un aspect économique positif à la production.

2.3. Comparaison internationale

On observe une bonne tenue des équipementiers français face à leurs concurrents. En effet, sur un marché mondial des pays développés pratiquement stable, la guerre des constructeurs fait rage et les équipementiers sont les premiers à financer ces efforts de conquête des marchés. Dans ce contexte, les constructeurs américains sont en plus grande difficulté que les constructeurs français. Par voie de conséquences, il en va de même pour les équipementiers qui

sont handicapés notamment par la gestion du système de protection nord américain et leur appartenance capitalistique aux dits constructeurs.

2.4. La question des délocalisations

Les équipementiers pourraient être dans un avenir très proche, être encouragés à délocaliser leurs productions vers des pays offrant des coûts inférieurs. Mais cela aura pour principale motivation la volonté d'être au plus près des implantations des constructeurs. S'agissant des équipementiers français, ces délocalisations devraient rester minoritaires pour les fournitures à fort contenu technologique. En effet, l'optimisation du prix d'un produit dépend de la structure de son coût. Certaines entreprises pourront à l'avenir avoir intérêt à produire dans des pays à main-d'œuvre de meilleur marché, mais ces paramètres ne sont pas immuables dans le temps car le différentiel de taux de main d'œuvre se réduit avec le temps et les exigences de transport et de stockage obèrent le seul gain direct sur la main-d'œuvre.

En conclusion, il n'existe à ce jour aucune filière professionnelle de production où les fournisseurs et sous-traitants soient soumis à une baisse récurrente des prix de 3 à 5 % annuels avec des exigences de qualité et de service toujours croissantes. Bien que performants, les équipementiers sont actuellement dans une certaine quadrature du cercle. C'est pourquoi on peut s'attendre dans les prochaines années à des délocalisations géographiques, et des regroupements de sociétés assortis de restructurations par des recentrages sur les cœurs de métiers, pour un très grand nombre de sociétés chez les équipementiers et leurs fournisseurs.

3. L'avenir de la vente et de l'après vente automobile

3.1. Les craintes de la surproduction

« Vendre ce que l'on produit et non pas produire ce que l'on vend » : c'est en ces termes que l'observatoire de l'automobile de Cetelem décrit le fonctionnement du marché automobile aujourd'hui. Pendant les « Trente Glorieuses », avec une demande des plus dynamique, une pareille logique pouvait se justifier. Aujourd'hui, elle entraîne une surproduction grandissante. En Europe, celle-ci est estimée à près de deux millions de véhicules immatriculés sans pour autant avoir trouvé d'acquéreurs. Estimée à plus de 15 %, la surproduction automobile pénalise les distributeurs qui se voient contraints à stocker des véhicules sans solution rapide de revente.

Les distributeurs s'efforcent malgré tout d'écouler les stocks afin de pouvoir obtenir les primes de volumes fixées par les constructeurs.

Par ailleurs, pour compenser la baisse de la part des véhicules neufs à destination des ménages (de 75 % en 1990 à moins de 60 % en 2005) et le niveau pléthorique des stocks, les distributeurs ont recours à deux soupapes de sécurité : les immatriculations aux loueurs, particulièrement ceux de courte durée qui voient leur parc tourner de 3 à 4 fois par an et les immatriculations de « véhicules de démonstration et garages ».

Enfin, toujours dans l'objectif d'écouler les stocks, les distributeurs sont amenés à proposer des remises ce qui affecte leurs comptes d'exploitation.

3.2. De nouveaux canaux de distribution ?

a) Les grandes surfaces

La grande distribution dispose des moyens financiers nécessaires pour participer pleinement à l'évolution du secteur automobile. Elle a déjà pris des positions très significatives sur les marchés de la distribution de carburant et de maintenance. Et la possibilité de choisir et d'acheter sa voiture neuve dans un hypermarché n'est plus tout à fait une utopie. Un acheteur sur 3 se déclare prêt à y acheter son prochain véhicule.

Jusqu'à présent, les tentatives de distribution de véhicules neufs hors réseaux sont restées marginales. Casino a commercialisé en 1998 des Daewoo dans 116 supermarchés, Auchan a proposé en 1999 une offre d'acquisition de véhicules neufs à prix modérés aux porteurs de la carte Accor. Il reste cependant délicat pour un constructeur ayant une forte identité de s'en remettre à une enseigne de grande distribution et de courir le risque de perdre le contrôle de la commercialisation de ses modèles. Cela étant, le règlement encadrant la distribution leur en laisse théoriquement la possibilité. Par ailleurs, la stratégie commerciale des grandes surfaces repose sur une rentabilité au mètre carré. Compte tenu du fait qu'il est impossible d'exposer un véhicule dans une surface de moins de 15 m² et difficile de le faire pour une surface de moins de 20 m², on peut s'interroger sur la manière dont les grandes surfaces parviendront à exposer 3 ou 4 voitures dans leurs magasins. Enfin, la complexité des gammes et le grand nombre d'options proposées pour chaque véhicule conduiront les grandes surfaces à se spécialiser sur un seul modèle, le moins cher. Au regard de ces complexités, la distribution des véhicules en grandes surfaces ne se développe pas véritablement, pour le moment, à l'exception de quelques expériences isolées. Mais même si ce mode de distribution s'avérait compétitif, il ne sera malgré tout pas réellement en mesure d'apporter le conseil et les services proposés par la distribution traditionnelle et qui apparaissent également essentiels aux yeux des clients.

b) Internet

La montée en puissance d'Internet sur le marché automobile est indéniable : d'après une enquête de l'observatoire de l'automobile de Cetelem, un acheteur sur trois va sur le « net » avant un achat. Aujourd'hui, Internet est une réalité dans le processus d'achat d'une voiture et son rôle ne peut que s'accroître à mesure que le haut débit se banalise. Les consommateurs utilisent notamment Internet pour découvrir les nouveaux modèles, pour se conforter dans le choix final et pour gagner du temps. En réalité, l'outil Internet constitue surtout un outil d'information et d'orientation pour l'acheteur.

La vente de véhicules par le biais d'Internet reste donc une pratique encore très marginale. Selon une étude de Cap Gemini Ernst & Young, les ventes par Internet représenteraient 3 % aux États-Unis 5,4 % au Japon et 0,2 % en France.

Les sites Internet existants, comme par exemple Caradisiac, visent pour la plupart le commerce des véhicules d'occasion.

3.3. Prospective sur la distribution automobile

a) Les tendances actuelles

Il devient aujourd'hui difficile pour les distributeurs de conserver des performances de rentabilité satisfaisantes sur les trois métiers :

- la vente du véhicule neuf génère de moins en moins de marge, la pratique de la remise, sous toutes ses formes faisant désormais partie du système. Par ailleurs, les distributeurs ont la responsabilité d'écouler les stocks de production ;
- la vente des véhicules d'occasion récents souffre de la baisse générale du prix du neuf que l'arrivée des véhicules *low cost* a accélérée ;
- l'après-vente, générateur de marge, pâtit de la fiabilité grandissante des véhicules, de l'espacement entre deux révisions (vidanges moins fréquentes, visites en atelier moindres) et de la baisse du nombre annuel de kilomètres parcourus chaque année par les automobilistes français. En outre, les voitures sont de plus en plus sophistiquées et nécessitent un investissement lourd en formation et en équipement pour assurer convenablement les réparations.

b) Le développement des groupes de concessions

Aujourd'hui, les 10 premiers groupes de concessions représentent 10 % du marché national. Le mouvement de concentration semble aujourd'hui s'achever dans la distribution automobile. On pourrait désormais assister au rachat de petits concessionnaires et à un mouvement de participations croisées entre les groupes de concessions, comme cela a été le cas lors du rachat par PGA de 35 % des actions de GPDM. Ces opérations ont pour objectif d'accroître le nombre de marques représentées par des groupes de concessions déjà multimarques pour la plupart.

c) La place des constructeurs sur le marché de la distribution automobile

Les constructeurs tentent progressivement de reprendre le contrôle de la vente de véhicules. Cela se traduit notamment par la succursalisation de concessions situées aux emplacements stratégiques. Les constructeurs ont ainsi racheté des concessions dans certaines grandes villes comme Paris ou Bordeaux pour y développer des filiales. Ils ont par ailleurs créé et renforcé leurs réseaux comme cela a été le cas pour Renault avec ReaGroup.

3.4. Prospective sur la réparation automobile

a) La mutation de l'artisanat automobile

Les entreprises artisanales vont être à l'avenir confrontées à un environnement économique et social incertain et complexe. On observe déjà un durcissement de l'environnement des entreprises de moins de 10 salariés, lié notamment à la diminution de leur activité, à la concurrence croissante

principalement des concessionnaires, et au renforcement des contraintes réglementaires. Par ailleurs, ces entreprises doivent également faire face à un niveau d'exigence plus élevé de la clientèle et à des normes environnementales sévères nécessitant des investissements parfois lourds et onéreux. Enfin, une rupture technologique prévue pour 2010, liée au remplacement du parc de véhicules par une majorité de véhicules équipés en électronique, va provoquer des difficultés d'adaptation à l'évolution technologique et une nécessité d'accroître le niveau de formation et d'équipement des salariés. Les Très petites entreprises (TPE) de l'automobile verront donc leur nombre diminuer à la fois en termes de structures et de salariés. Par ailleurs, le vieillissement des effectifs posera un certain nombre de problèmes s'agissant des transmissions d'entreprises.

L'artisanat automobile va donc incontestablement évoluer dans les prochaines années. Certaines entreprises décideront de s'intégrer aux réseaux de réparateurs mis en place par les constructeurs et deviendront réparateurs agréés (Peugeot, Renault...) ou multimarques (Motrio, Eurorépar...). D'autres décideront de rejoindre les réseaux indépendants, comme celui développé par l'entreprise AD. En optant pour l'une ou l'autre de ces possibilités, les réparateurs se verront ainsi aidés dans les domaines de la formation, de l'information technique, de la gestion d'entreprise... Ils bénéficieront également de la notoriété de la marque à laquelle ils ont choisi d'adhérer.

CONCLUSION

L'automobile française de 2006 est porteuse d'avenir. Il n'y a pas de développement sans bases solides. Celles de l'automobile française le sont. Ses acteurs sont souvent à la pointe du progrès technologique et ont relevé des défis importants en matière d'environnement et de sécurité, même si beaucoup d'efforts restent encore à accomplir. Un examen prospectif approfondi des technologies actuelles et futures, intégrant les efforts à déployer pour l'acquisition des compétences des salariés, s'avère indispensable pour atteindre l'objectif d'une voiture plus « vertueuse », sans négliger pour autant les réalités économiques et sociales ainsi que les besoins des consommateurs et des entreprises.

Aucune position n'est acquise sur un marché mondialisé où l'innovation et les facteurs de compétitivité sont déterminants. Tous les acteurs doivent en prendre la mesure afin de faciliter et d'encourager les adaptations nécessaires. Imposer des solutions sans concertation avec la filière serait contreproductif. Il est souhaitable au contraire d'établir une logique globale de partenariat réel dans toute la filière et une prospective partagée, permettant de conforter la base industrielle, technologique, économique et sociale. La constitution d'un marché-socle européen solide, assorti de règles homogènes et de normes de haut niveau sur le plan international est en ce sens fondamentale pour assurer l'avenir de la filière française.

Les acteurs eux-mêmes doivent tirer les enseignements de ces mutations, en créant les véritables conditions d'une coopération approfondie au sein de la filière. Coexistent, en France, de grands groupes industriels de dimension mondiale et un tissu de PME/TPE ancrées sur le territoire national. Fondamentalement interdépendants, les acteurs de cette filière sont en effet liés par une solidarité de destin qui doit se traduire de manière effective.

La filière se modernise et évolue de manière continue. Alors que s'ouvre le « deuxième siècle de l'automobile », elle devra répondre par une profonde adaptation de ses modèles industriels, économiques et sociaux, laquelle emportera des conséquences sur le travail, l'emploi et les compétences. La filière a incontestablement à effectuer un profond travail d'analyse sur elle-même et à développer le dialogue et la négociation avec ses partenaires sociaux pour déterminer rapidement les voies et moyens de sa compétitivité future, alliée au progrès social en France et à l'étranger.

Enfin, la France a indéniablement besoin de re-découvrir cette filière, et, dans une certaine mesure, de « se réconcilier » avec son automobile qui fait partie intégrante de son histoire, de son identité et de sa capacité à poursuivre sur la voie d'un développement durable.

ANNEXES

Annexe 2 : Répartition mondiale des échanges

Soldes automobiles industriels en milliards d'euros	1985	1990	1999*	2000	2001	2002	2003	2004
Ensemble	4,57	4,13	8,63	9,84	10,3	10,6	11	11,8
INTRA CEE (12 pays)	0,29	0,45						
INTRA UE (15 pays)			5,7	5,8	5,89	6,67	6,82	6,68
INTRA UE (25 pays)							7,72	7,67
dont :								
<i>Allemagne</i>	-1,6	-2,2	-2,3	-3,8	-5,96	-4,77	-4,1	-5,1
<i>Autriche</i>			0,3	0,33	0,29	0,39	0,47	0,6
<i>Belgique-Luxembourg</i>	0,26	0,68	0,46	0,35	0,77	1,23	1,98	2,37
<i>Danemark</i>		0,12	0,26	0,23	0,32	0,36	0,25	0,34
<i>Espagne</i>	-0,6	-0,1	0,79	1,55	2,08	0,86	0,94	0,55
<i>Finlande</i>			0,15	0,17	0,17	0,2	0,23	0,24
<i>Italie</i>	0,59	0,13	0,61	0,58	1,15	1,96	2,09	2,11
<i>Pays-Bas</i>	0,34	0,57	1,34	1,54	1,07	1,19	0,87	0,54
<i>Pologne</i>								0,34
<i>Portugal</i>	0,12	-0,1	0,47	0,5	0,54	0,48	0,26	0,34
<i>République tchèque</i>								-0
<i>Royaume-Uni</i>	0,98	1,21	3,25	3,56	4,51	3,87	3,09	3,7
<i>Slovénie</i>								0,2
<i>Suède</i>			-0,12	0,14	0,27	0,26	0,27	0,25
EXTRA CEE (12 pays)	4,27	3,69						
EXTRA UE (15 pays)			2,93	4,04	4,44	3,95	4,18	5,13
EXTRA UE (25 pays)							3,28	4,13
dont :								
<i>Autriche</i>	0,15	0,22						
<i>Finlande</i>		0,1						
<i>Norvège</i>		0,06	0,11	0,13	0,16	0,17	0,18	0,21
<i>Pologne</i>			0,32	0,25	0,31	0,42	0,46	
<i>République tchèque</i>			0,06	-0	0,01	-0,04	-0	
<i>Slovénie</i>			0,2	0,15	0,12	-0,07	0,03	
<i>Suède</i>		0,05						
<i>Suisse</i>	0,27	0,5	0,59	0,59	0,7	0,67	0,63	0,6
<i>Turquie</i>		0,17	0,18	0,55	-0,08	-0,11	0,13	0,36

Soldes automobiles industriels en milliards d'euros	1985	1990	1999*	2000	2001	2002	2003	2004
dont (suite)								
<i>Yougoslavie</i>	0,03	0,07						
<i>Canada</i>	0,12	0,15	0,03	-0	-0,03	-0,02	-0	-0
<i>Etats-Unis</i>	0,81	0,41	0,59	0,46	0,52	0,46	0,33	0,35
<i>Mexique</i>	0	-0	0,02	0,03	0	0,1	0,11	0,12
<i>Argentine</i>		0,06	0,43	0,38	0,2	0,03	0,05	0,16
<i>Brésil</i>		0,07	0,14	0,25	0,23	0,16	0,08	0,18
<i>Algérie</i>	0,56	0,47	0,24	0,29	0,4	0,46	0,5	0,55
<i>Maroc</i>		0,18	0,11	0,12	0,11	0,15	0,13	0,12
<i>Nigéria</i>		0,14	0,12	0,15	0,18	0,13	0,1	0,07
<i>Tunisie</i>		0,11	0,15	0,17	0,21	0,21	0,09	0,11
<i>Arabie saoudite</i>		0,06	0,05	0,06	0,03	0,05	0,04	0,05
<i>Chine</i>		0,05	0,15	0,09	0,09	0,11	0,13	0,24
<i>Corée du Sud</i>		0,02	-0,18	-0,2	-0,24	-0,28	-0,3	-0,4
<i>Iran</i>		0,1	0,05	0,15	0,41	0,62	0,95	1,3
<i>Japon</i>	-0,4	-0,6	-1,11	-1	-1,16	-1,47	-1,6	-1,7
<i>Taïwan</i>	0,03	0,14	0	0,02	0,05	0,02	0,02	0

Source : CCFA

Annexe 3 : Le commerce extérieur automobile en valeur depuis 1986

En millions d'euros et en variation annuelle en %	Voitures neuves	Véhicules utilitaires légers	Véhicules industriels neufs	Pièces et moteurs (1)	Branche automobile industrielle	Véhicules d'occasion	Branche automobile
Exportations (FAB)							
1986	7 286	701	658	6 560	15 204	129	15 333
1990	10 818	846	988	9 919	22 571	490	23 060
1995	11 343	769	2 609	11 357	26 078	441	26 519
2000	19 828	2 146	2 328	18 213	42 515	1 125	43 640
2003	25 724	2 196	2 233	17 121	47 274	1 420	48 693
2004	27 438	2 844	2 798	19 362	52 443	1 575	54 018
Importations (CAF)							
1986	5 534	871	1 115	3 520	11 040	284	11 323
1990	9 813	1 467	1 564	5 596	18 439	638	19 077
1995	10 838	1 189	2 903	6 687	21 616	349	21 965
2000	16 961	1 997	2 695	11 024	32 678	959	33 637
2003	18 177	2 400	2 618	13 077	36 272	609	36 882
2004	19 846	2 660	3 094	15 039	40 639	646	41 285
Soldes (exp. - imp.)							
1986	1 752	-170	-457	3 040	4 165	-155	4 010
1990	1 005	-621	-576	4 323	4 131	-148	3 983
1995	505	-420	-293	4 670	4 462	92	4 554
2000	2 867	149	-367	7 189	9 837	166	10 003
2003	7 547	-205	-385	4 044	11 001	811	11 812
2004	7 593	185	-296	4 323	11 804	929	12 733

FAB : franco à bord ; valeur transactionnelle de la marchandise y compris les coûts du transport et de l'assurance jusqu'à la frontière du pays exportateur

CAF : coût, assurance, fret ; valeur transactionnelle de la marchandise majorée des coûts du transport et de l'assurance jusqu'à la frontière du pays importateur

Les départements d'Outre-mer sont inclus dans le périmètre douanier à partir de 1997

(1) au sens de la nomenclature de l'INSEE

Source : Douanes, présentation CCFA

Annexe 4 : Structure du marché de l'équipement automobile et de ses principaux acteurs

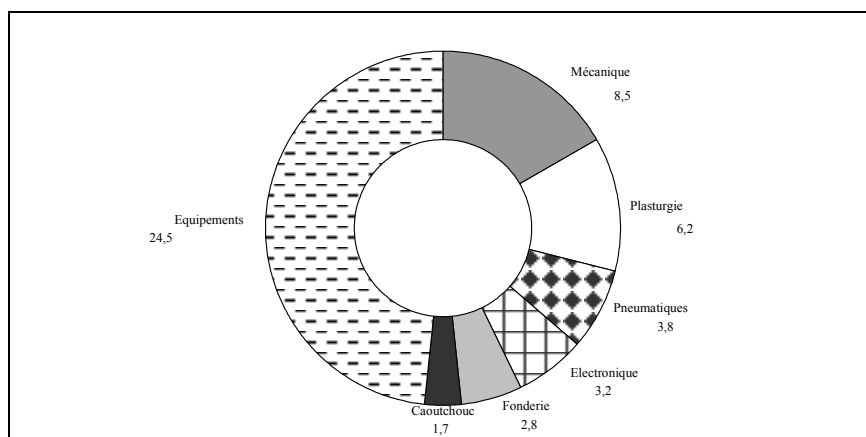
Top 20 mondial (Chiffres 2005)

Les fournisseurs automobiles

		CA en Ma €			CA en Ma €
1	Bosch	263	11	Valéo	100
2	Denso	228	12	ZF	99
3	delphi	213	13	Siemens VDO	98
4	Johnson Contrats	175	14	Continental	81
5	Magan	150	15	Thyssen Krupp	76
6	Lear	138	16	Yazaki	73
7	Visteon	137	17	Arvin Meritor	72
8	Aisin Seiki	134	18	Dana	70
9	Faurecia	110	19	Sumitomo Electric	54
10	TRW	102	20	CGKN	53

Catégories de fournisseurs en France (CA en milliards d'euros)

Les fournisseurs automobiles



Compétitivité mondiale - Un marché en mutation

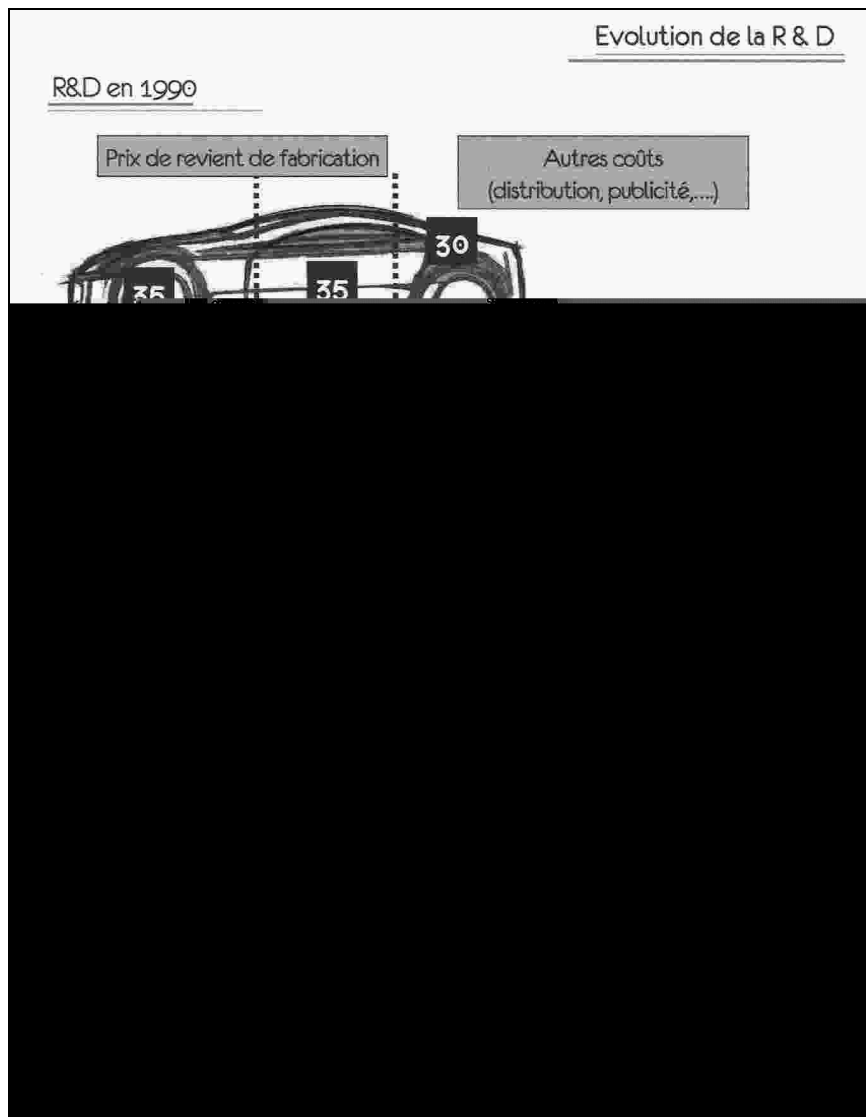
	2004	2009 (P)	Variation
Europe	20117	21967	9,2%
Allemagne	5071	5275	4,0%
France	3612	3659	1,3%
Espagne	2937	2929	- 0,3%
Royaume-Uni	1839	1707	- 7,2%
Italie	1101	1248	13,4%
Russie	1308	1700	30,0%
Alena	15765	16929	7,4%
inclus USA	11602	12260	5,7%
Canada	2662	2687	0,9%
Japon / Corée	15154	13706	4,2%
Japon	9468	9468	-2,7%
Corée	4238	4238	23,7%
Amérique du Sud	2410	3810	58,1%
inclus Brésil	2 074	3250	56,7%
Pays émergents	8510	14319	62,5%
inclus Chine	4450	7340	64,9%
Inde	1308	2260	72,8%
Iran	784	1312	67,3%
Thaïlande	911	1293	41,9%
TOTAL MONDE	61027	71636	17,4%

Production de VP & VUL

	2004	2009 (p)
GM + Daewoo	9042	9000
Toyota + Daihatsu	7503	9500
Ford + Mazda	7883	8000
Volkswagen	5061	6400
Renault / Nissan	5661	6900
DMC	4198	4600
PSA	3405	4000
Honda	3237	3800
TOTAL	45990	52200

Source : FIEV

Annexe 5 : La recherche et le développement chez les équipementiers



Source : FIEV

Cours des métaux en dollars



Source : UIMM

Annexe 6 : Les grands distributeurs des marques françaises

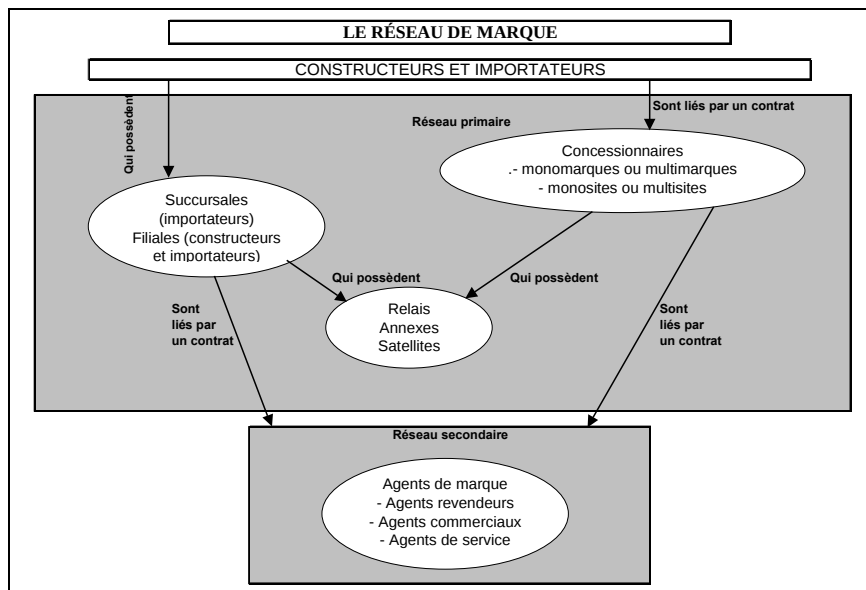
NOM	Principaux départements d'implantation	Volume marque principales	Volume toutes marques	Chiffres d'affaires 2004	Autres marques représentées
PEUGEOT					
PGA	03, 05, 07, 13, 16, 23, 26, 29, 34, 36, 37, 38, 41, 45, 58, 60, 63, 64, 79, 84, 85	NC	93 264	2 829	Audi, BMW, Chrysler, Citroen, Land Rover, Mercedes, Mini, Opel, Porsche, Rover, Suzuki, Volkswagen
Gérard	53, 49, 35, 56, 22, 83	16 000	16 000	230	pas d'autre marque
Bernard	01, 38, 74, 73	12 200	23 850	758	Citroen, Mercedes VI, Nissan, Peugeot, Renault, Trucks
Neubauer	75	11 000	16 200	500	BMW, Ferrari, Maserati, Mini, Rolls, Royce, Volkswagen
Krouly	67	10 000	14 000	450	Audi, Mercedes, Porsche, Volkswagen
Dubreuil	85, 49, 79, 17, 16, 72, 28	10 000	9 873	277	Citroën
Bernier	75, 92, 91, 45	9 400	10 745	275	Toyota
Bailly	57, 54	7 000	8 585	177	pas d'autre marque
Vauban	78, 95	5 853	5 853	143	pas d'autre marque
Nomblot	89, 71, 69	5 800	3 198	91	pas d'autre marque
Métin	77	5 200	5 076	158	pas d'autre marque
Dubois (Sofida)	59, 62	5 100	10 823	301	Audi, Citroën, Skoda, Toyota, Volksagen
Tuppin/ Delahousse	02, 60, 59	5 000	5 025	161	BMW
Courtois	22, 78	3 800	3 618	97	pas d'autre marque
Grands Garages du Gard	30	3 250	3 308	85	pas d'autre marque
Mary	14	2 800	2 277	76	pas d'autre marque
Bossard	76, 27	2 500	3 286	112	Toyota
Meny	54, 55, 88	2 400	4 293	116	Alfa, Citroen, Fiat, Lancia, Opel
Chopard Laffier	25, 39	NC	3 683	109	Citroën
Schnell	O5	1 500	3 750	100	Citroen ,Suzuki

CITROËN					
PGA	01, 16, 67, 68, 73, 74, 79, 85, 86	NC	93 264	2 829	Audi, BMW, Chrysler, Land Rover, Mercedes, Mini, Opel, Porsche, Rover, Suzuki, Volkswagen
Hory	29, 56, 19, 87, 46, 82, 73, 84	10 250	14 000	227	BMW, Mini, Peugeot
Tébalchini	14, 50, 77, 91, 59, 02	7 000	8 055	224	Opel
Mariscal	60, 95, 62, 80, 59, 02	6 500	6 500	145	pas d'autre marque
Bruschet	13	4 200	4 400	90	Fiat, Opel
Berezai	35, 61, 50, 14, 22	4 000	4 000	97	pas d'autre marque
Vincent	58, 45, 03, 94, 21	3 800	4 342	103	Toyota
Raguin	30, 13	3 700	4 300	106	Alfa, Fiat, Lancia, Kia, Romeo, BMW
Dubois (Sofida)	59, 62	3 500	10 823	301	Audi, Peugeot, Skoda, Toyota, Volkswagen
Nedey	25, 90	3 000	3 000	73	pas d'autre marque
Tressol SA	34	3 000	3 000	72	pas d'autre marque
Bernard	71	7 800	23 850	758	Mercedes VI, Nissan, Peugeot, Renault, Renault Trucks
Michel Stéphane	17	2 500	2 500	63	pas d'autre marque
Sanz	83	2 400	2 400	52	pas d'autre marque
Toulemonde	81	1 600	1 600	36	pas d'autre marque
Parascandola	13	1 400	1 737	46	Honda, Suzuki
Thivolle	71	1 370	7 346	231	Nissan, Renault
Bossard	76, 27	1 329	4 035	112	Peugeot
Dubreuil	51	700	10 900	343	Peugeot
Loret	91	NC	6 100	114	Alfa Romeo, Audi, BMW, Fiat, Lancia, Mini, Seat, Volkswagen
Chabrier- Tressol	11, 34, 66	NC	5 900	130	Alfa Romeo, Audi, Opel, Fiat, Lancia, Skoda, Volkswagen

RENAULT					
Zocio	59, 62	18 000	220 000	510	Audi, BMW, Lexus, Mercedes, Mini, Nissan, Seat, Skoda, Smart, Toyota, Volkswagen, Volvo
Schuller	29, 22, 51, 10, 77, 93	16 000	22 500	575	Kia, Nissan, Opel, Seat
Gueudet	80, 60, 62, 95, 02	12 690	17 470	648	Audi, BMW, Mini, Nissan,
Daumont	78, 91, 92	12 000	13 429	382	Nissan
Schumacher	92	10 500	11 205	334	Nissan
Bernard	01, 38, 07, 26	8 300	23 850	758	Citroën, Mercedes VI, Nissan, Peugeot, Renault Trucks
Marani Armand	75	8 000	12 582	389	Alfa Romeo, Fiat, Ford, Honda, Lancia, Mercedes, Nissan
Aratto	64, 70, 65, 67	7 600	8 295	263	Nissan
Duverney	73	6 500	6 480	184	pas d'autre marque
Cone-Deffeuille	25, 39, 70, 39	6 400	7 100	270	Nissan
Michel Jean-Claude	16	6 340	6 340	167	pas d'autre marque
Molina	84, 13, 83	5 800	7 701	194	Nissan, Toyota
Rouyer	85	5 700	10 755	380	Audi, Nissan, Seat, Skoda, Suzuki, Volkswagen, V W VU, Volvo
Bodemer	22, 50, 14	5 700	6 440	186	Alfa Romeo, Fiat, Lancia, Nissan
Thivolle	69, 71	5 670	7 346	231	Citroën, Nissan
Paumier (Firp)	77, 93, 95	5 600	5 565	136	pas d'autre marque
Bourgin	52, 55, 88	5 200	11 000	273	Audi, Nissan, Skoda, Volkswagen
Durand	13, 30	4 850	4 846	140	Audi
Rousseau	95	4 500	3 500	121	Audi
Simonneau	18, 58, 36	4 300	4 523	129	Nissan

Source : Argus

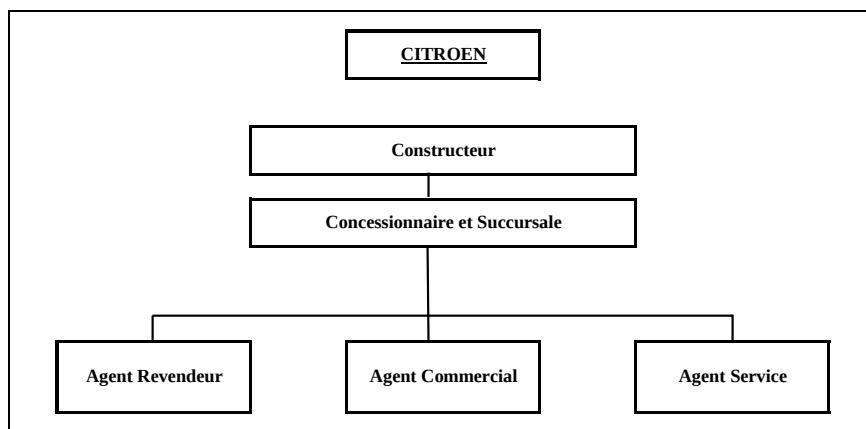
Annexe 7 : Organisation des réseaux de distribution automobile avant le règlement d'exemption de 2002



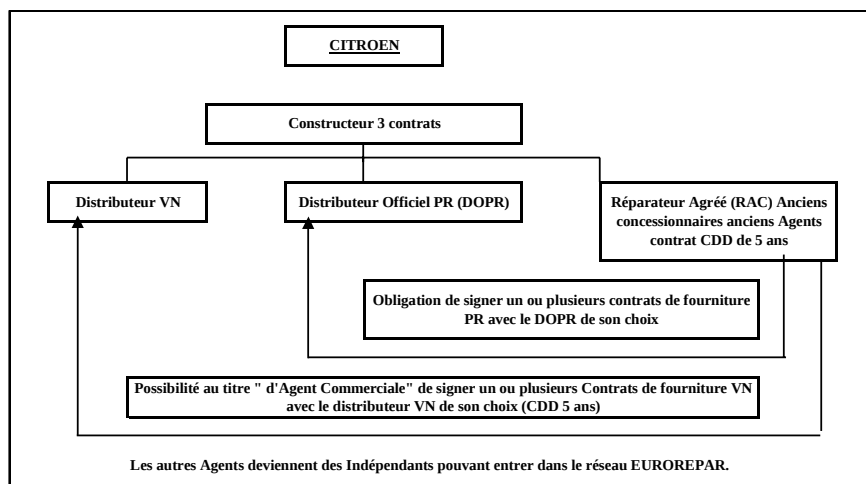
Source : ANFA

Annexe 8 : Organisation du réseau Citroën avant et après le règlement d'exemption européen de 2002

Avant le règlement d'exemption



Après le règlement d'exemption



Source : CNPA

Annexe 9 : L'emploi, la formation et les relations sociales au sein de la branche

Caractéristiques et usage de la main-d'œuvre dans la construction automobile (source Cereq)
• Qualifications

CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES	Secteur		Tous secteurs	
	(94- 96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des :				
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	0,1 %	0,4 %	14,4 %	11,2 %
Cadres, professions libérales	9,1 %	12,3 %	11,6 %	12,9 %
Professions intermédiaires	23,1 %	25,7 %	18 %	18,9 %
Employés	5,5 %	4,9 %	24,5 %	25,6 %
Ouvriers qualifiés	48,9 %	43,1 %	20,5 %	20,2 %
Ouvriers non qualifiés	13,3 %	13,6 %	11 %	11,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE, Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales.

PRINCIPALES FAMILLES PROFESSIONNELLES (2000-2002)	Secteur		Part du secteur /	
	Part	Cumul	ensemble de la	FAP tous secteur
				secteurs
<i>Par ordre d'importance décroissante :</i>				
D4 OQ de la mécanique	20,9 %	20,9 %	14	%
D6 Techniciens, agents de maîtrise des industries	12,7 %	33,6 %	8,4	%
D3 ONQ de la mécanique	9,7 %	43,2 %	7,1	%
D1 OQ travaillant par enlèvement de métal	5,2 %	48,4 %	4,7	%
N0 Personnels d'étude et de recherche	4,6 %	53 %	3,4	%

Source INSEE enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année. FAP 84 DARES. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales.

• Attribut des personnes

SEXE	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des femmes	9,7 %	13,1 %	40,6 %	41,3 %

Source : INSEE, enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales.

AGE	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des :				
moins de 25 ans	4 %	4,7 %	7,9 %	8,5 %
25 à 29 ans	11 %	10,8 %	14,2 %	12,7 %
30 à 39 ans	21,1 %	23,5 %	30,1 %	28,9 %
40 à 49 ans	41,4 %	28,1 %	29 %	27,8 %
50 ans et plus	22,6 %	32,9 %	18,8 %	22 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE, enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq. L'âge pris en compte est l'âge atteint au 31 décembre de l'année n.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales

NIVEAUX DE DIPLÔME	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des :				
Niveaux I et II	6,4 %	7,4 %	8,6 %	10,9 %
Niveau III	6,4 %	10,6 %	9,1 %	11,9 %
Niveau IV	8,2 %	12,2 %	12,1 %	14,8 %
Niveau V	38,6 %	39,4 %	32,3 %	31,1 %
Niveau VI	40,4 %	30,3 %	37,9 %	31,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE, enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales.

• Pratiques de gestion des ressources humaines

FORMES PARTICULIÈRES D'EMPLOI	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des temps partiels, dont :	2,1 %	2,1 %	15,4 %	16,1 %
15 à 29 heures	1,2 %	1,1 %	9,8 %	9,8 %
moins de 15 heures	0,1 %	0 %	1,9 %	2 %
Part des CDD*	1,3 %	1,2 %	5,2 %	6 %

Source : INSEE, enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales

RECOURS A L'INTERIM	Secteur		Tous secteurs	
	(96-98)	(01-03)	(96-98)	(01-03)
Taux de recours à l'intérim*	4 %	9,9 %	2,4 %	3,5 %

Source : DARES, exploitation des fichiers UNEDIC des déclarations mensuelles des missions des agences de travail temporaire. Exploitation Céreq.

Champ : salariés assujettis au régime des ASSEDIC (sont exclus en particulier les non salariés et les salariés de la Fonction publique)

FORMATION CONTINUE	Secteur		Tous secteurs	
(dans les entreprises de 10 salariés et plus)	(93-95)	(99-01)	(93-95)	(99-01)
Taux de participation financière*	4,2 %	4,4 %	3,3 %	3,2 %
Taux d'accès à la formation*	58,4 %	52,2 %	33,6 %	37 %
Durée moyenne des stages	52 H	43 H	44 H	34 H

Source : Céreq. Exploitation des déclarations fiscales 24-83

Champ : salariés des établissements de 10 salariés et plus, hors Fonction publique

***Légendes relatives aux indicateurs sur l'usage de la main-d'œuvre**

Nomenclature des niveaux de diplôme (plus haut diplôme obtenu).

Niveaux I et II : diplôme de niveau bac +3 ou plus (licence, maîtrise, doctorat, grande école...).

Niveau III : diplôme de niveau bac +2 (DEUG, DUT, BTS, formations sanitaires et sociales...).

Niveau IV : baccalauréat ou équivalent.

Niveau V : CAP, BEP ou autre diplôme de ce niveau.

Niveau VI : (aucun diplôme autre que CEP, BEPC, brevet des collèges).

Part des CDD = part (en %) des salariés sous contrat à durée déterminée (hors stagiaires, contrats aidés, État et collectivités territoriales).

Taux de recours à l'intérim = ratio (%) : effectif en intérim en équivalent temps plein (EITP)/[effectif salarié UNEDIC+EITP].

Taux de participation financière = ratio (en %) : dépenses de formation rapportées à la masse salariale.

Taux d'accès à la formation = ratio (en %) : nombre de stagiaires rapporté à l'effectif salarié.

ns : non significatif

Caractéristiques et usage de la main-d'œuvre dans l'équipement automobile• **Qualifications**

CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des :				
<i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprise</i>	0,8 %	0,6 %	14,4 %	11,2 %
<i>Cadres, professions libérales</i>	5,1 %	8,1 %	11,6 %	12,9 %
<i>Professions intermédiaires</i>	22,1 %	16,8 %	18 %	18,9 %
<i>Employés</i>	4,8 %	4,1 %	24,5 %	25,6 %
<i>Ouvriers qualifiés</i>	42,1 %	44,9 %	20,5 %	20,2 %
<i>Ouvriers non qualifiés</i>	25 %	25,5 %	11 %	11,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE. Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salarié de l'État et des collectivités locales.

PRINCIPALES FAMILLES PROFESSIONNELLES (2000-2002)	Secteur		Part du secteur / ensemble de la
	Part	Cumul	
Par ordre d'importance décroissante :			
<i>OQ de la mécanique</i>	20 %	20 %	10 %
<i>ONQ de la mécanique</i>	16,3 %	36,3 %	9 %
<i>OQ travaillant par enlèvement de métal</i>	9,5 %	45,8 %	6 %
<i>Techniciens, agents de maîtrise des industries n</i>	8,6 %	54,4 %	4 %
<i>OQ des industries de process</i>	5,7 %	60,1 %	2 %

Source : INSEE. Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. FAP 84 DARES.

Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales.

• **Attribut des personnes**

SEXE	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des femmes	26,4 %	23,6 %	40,6 %	41,3 %

Source : INSEE. Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales.

AGE	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
<i>Part des :</i>				
moins de 25 ans	4 %	4,7 %	7,9 %	8,5 %
25 à 29 ans	11 %	10,8 %	14,2 %	12,7 %
30 à 39 ans	21,1 %	23,5 %	30,1 %	28,9 %
40 à 49 ans	41,4 %	28,1 %	29 %	27,8 %
50 ans et plus	22,6 %	32,9 %	18,8 %	22 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE. Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq. L'âge est pris en compte est l'âge atteint au 31 décembre de l'année n.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales

NIVEAUX DE DIPLÔME	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
<i>Part des :</i>				
Niveaux I et II	6,4 %	7,4 %	8,6 %	10,9 %
Niveau III	6,4 %	10,6 %	9,1 %	11,9 %
Niveau IV	8,2 %	12,2 %	12,1 %	14,8 %
Niveau V	38,6 %	39,4 %	32,3 %	31,1 %
Niveau VI	40,4 %	30,3 %	37,9 %	31,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE. Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq.

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales

• **Pratiques de gestion des ressources humaines**

FORMES PARTICULIERES D'EMPLOI	Secteur		Tous secteurs	
	(94-96)	(00-02)	(94-96)	(00-02)
Part des temps partiels, <i>dont :</i>	2,1 %	2,1 %	15,4 %	16,1 %
15 à 29 heures	1,2 %	1,1 %	9,8 %	9,8 %
moins de 15 heures	0,1 %	0 %	1,9 %	2 %
Part des CDD*	1,3 %	1,2 %	5,2 %	6 %

Source : INSEE. Enquête emploi réalisée au mois de mars de l'année n. Exploitation Céreq

Champ : ensemble des personnes occupées salariées ou non salariées, hors salariés de l'État et des collectivités locales

RECOURS A L'INTERIM	Secteur		Tous secteurs	
	(96-98)	(01-03)	(96-98)	(01-03)
Taux de recours à l'intérim*	4 %	9,9 %	2,4 %	3,5 %

Source : DARES, exploitation des fichiers UNEDIC des déclarations mensuelles des missions des agences de travail temporaire. Exploitation Céreq.

Champ : salariés assujettis au régime des ASSEDIC (sont exclus en particulier les non salariés et les salariés de la Fonction publique)

FORMATION CONTINUE (dans les entreprises de 10 salariés et plus)	Secteur		Tous secteurs	
	(93-95)	(99-01)	(93-95)	(99-01)
Taux de participation financière*	4,2 %	4,4 %	3,3 %	3,2 %
Taux d'accès à la formation*	58,4 %	52,2 %	33,6 %	37 %
Durée moyenne des stages	52 H	43 H	44 H	34 H

Source : Céreq. Exploitation des déclarations fiscales 24-83.

Champ : salariés des établissements de 10 salariés et plus, hors Fonction publique

***Légendes relatives aux indicateurs sur l'usage de la main-d'œuvre**

Nomenclature des niveaux de diplôme (plus haut diplôme obtenu).

Niveaux I et II : diplôme de niveau bac +3 ou plus (licence, maîtrise, doctorat, grande école...).

Niveau III : diplôme de niveau bac +2 (DEUG, DUT, BTS, formations sanitaires et sociales...).

Niveau IV : baccalauréat ou équivalent.

Niveau V : CAP, BEP ou autre diplôme de ce niveau.

Niveau VI : (aucun diplôme autre que CEP, BEPC, brevet des collèges).

Part des CDD = part (en %) des salariés sous contrat à durée déterminée (hors stagiaires, contrats aidés, État et collectivités territoriales).

Taux de recours à l'intérim = ratio (%) : effectif en intérim en équivalent temps plein (EITP)/[effectif salarié UNEDIC+EITP].

Taux de participation financière = ratio (en %) : dépenses de formation rapportées à la masse salariale.

Taux d'accès à la formation = ratio (en %) : nombre de stagiaires rapporté à l'effectif salarié.

ns : non significatif

La formation dans la distribution et les services de l'automobile

• La formation initiale

Les formations de l'automobile préparent les jeunes à la maintenance automobile mais aussi celle des cycles, motocycles et poids lourds, à la carrosserie et à la peinture, à la vente de pièces de rechange et au commerce de véhicules. Au niveau national, les effectifs s'équilibrent entre le statut scolaire et l'alternance. Si les effectifs ont fortement progressé depuis le début des années 90, principalement en raison du développement des filières, la tendance s'est inversée à la rentrée 2003, avec une baisse du nombre de jeunes en formation et particulièrement en apprentissage. En France, les effectifs ont diminué de 3,9 % entre les rentrées 2001 et 2005.

Pour l'année scolaire 2005/2006 la chute des effectifs est freinée par rapport à l'année 2004 mais se poursuit : - 629 jeunes soit une baisse de 0,9 %.

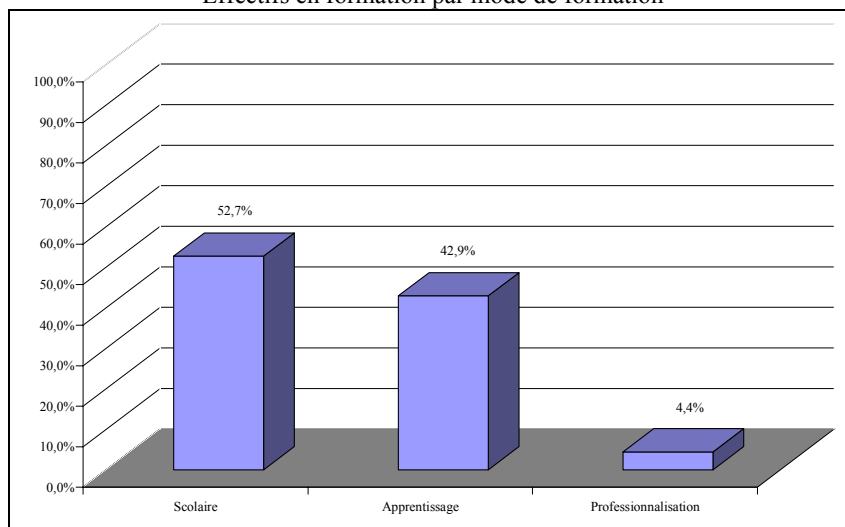
69 930 jeunes étaient en formation en formation à la rentrée 2005.

Effectifs en formation par diplôme/titre	
	France
CAP	27,4%
BEP	40,1%
MC	2,0%
BAC PRO	18,4%
BTn	4,8%
CQP	3,1%
BTS	4,3%

Source ANFA

Effectifs en formation par filière	
	France
Maintenance-Réparation VP	60%
Maintenance carrosserie - Réparation	24%
Maintenance - Réparation VI	8%
Cycles et motocycles	6%
Magasinage	2%
Vente automobile	1%
Contrôle technique	0%

Effectifs en formation par mode de formation



Source : ANFA

À la rentrée 2005, le statut scolaire se maintient toujours (- 0,1 % entre 2004 et 2005) et les effectifs en apprentissage continuent leur baisse (- 736 jeunes par rapport à 2004 soit une baisse de 2,4 %). La baisse du nombre d'apprentis concerne toujours essentiellement le niveau V et surtout le CAP (- 18,5 % entre 2001 et 2005 et - 6,9 % entre 2004 et 2005).

Résultat aux examens par diplôme/titre	
	France
CAP	79,4%
BEP	66,8%
MC	74,8%
BAC PRO	79,0%
BTn	76,9%
CQP	85,4%
BTS	66,4%

Résultats aux examens par filière	
	France
Maintenance-Réparation VP	72,5%
Maintenance carrosserie - Réparation	77,6%
Maintenance - Réparation VI	66,1%
Cycles et motocycles	77,5%
Magasinage	85,4%
Vente automobile	77,3%
Contrôle technique	88,9%

Source : ANFA

Résultats aux examens par mode de formation



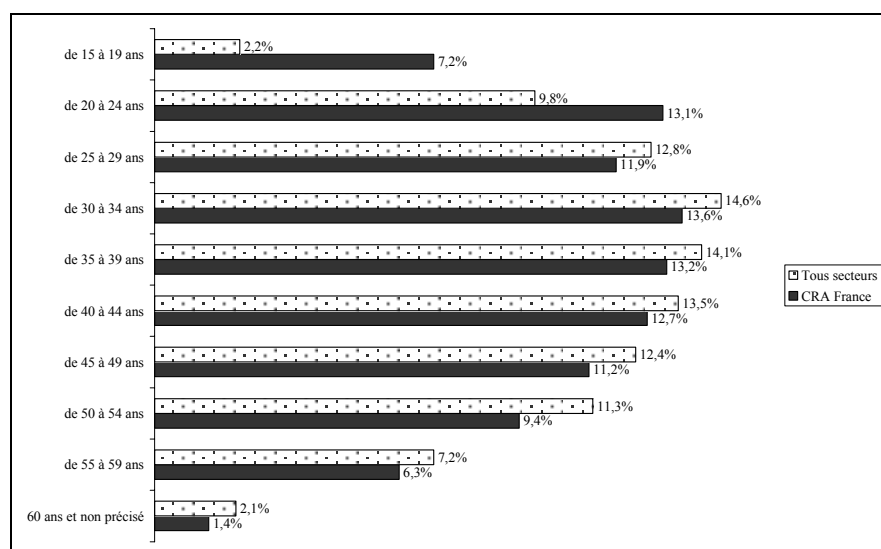
L'emploi salarié dans la distribution et les services de l'automobile

L'évolution du produit automobile a pour conséquence une évolution de la qualification des salariés du secteur.

Ceci se traduit notamment par une progression de la catégorie des professions intermédiaires (il s'agit ici notamment des techniciens, contremaîtres, agents de maîtrise et assistantes) et par une stagnation des ouvriers qualifiés. L'évolution organisationnelle des entreprises, liée au développement des groupes, contribue également à développer les fonctions administratives.

Les emplois par CSP

CSP	Répartition	Evolution/France
Chefs d'entreprise salariés, Cadres et professions intellectuelles et supérieures	7,9%	- 8,0%
Professions intermédiaires	17,7%	28,7%
Employés	20,4%	- 3,1%
Ouvriers qualifiés	40,6%	- 0,9%
Ouvriers non qualifiés	6,0%	17,3%
Apprentis stagiaires	7,4%	-3,2%
Total	100,0%	3,0%



Source : INSEE DADS

En France, le secteur du commerce et de la réparation automobile se caractérise par une population salariée jeune (20,3 % de la population a moins de 25 ans) en comparaison à l'ensemble des secteurs (12,0 %).

Le nombre des salariés de moins de 25 ans progresse fortement entre 2000 et 2003 : + 12,4 %. Ces observations confirment le rôle important que jouent les entreprises du CRA quant à l'emploi des jeunes. Concernant la population la plus représentée dans le secteur (ouvrière et technicienne), le secteur du CRA est relativement peu touché par le vieillissement de ses salariés.

La moyenne d'âge y est plus jeune que dans les autres secteurs.

Cependant, la part des salariés de 50 ans et plus (17,1 % en France) tend à progresser très rapidement (+ 15,6 % en France entre 2000 et 2003). On sait, par ailleurs, que les artisans et les cadres sont particulièrement concernés par le vieillissement et les départs à la retraite. Or, compte tenu des difficultés de reprise d'entreprise, le remplacement de l'artisanat pose la question de l'avenir des emplois dans les petites entreprises.

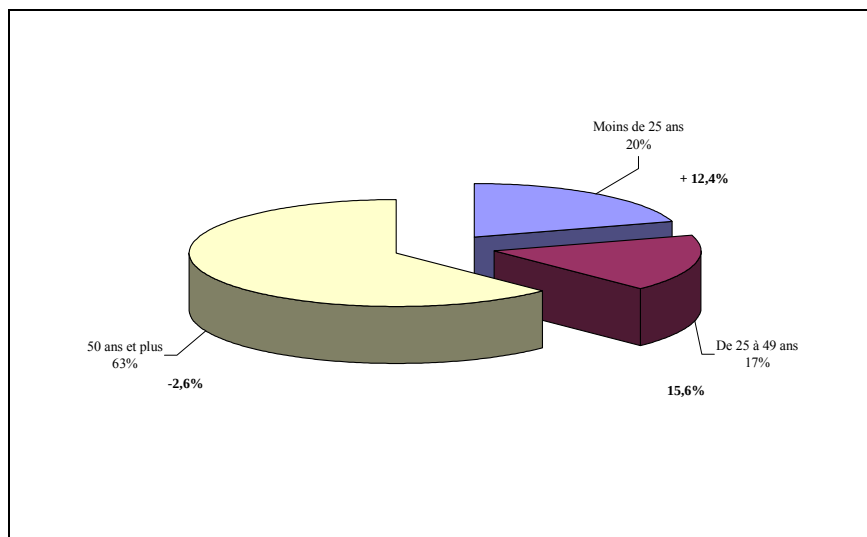
Quant au remplacement des cadres, s'il n'est pas anticipé par les entreprises, il pourrait contribuer à perturber leur organisation, en particulier dans un contexte économique de développement des groupes.

Les emplois par sexe

	FRANCE
PART DES FEMMES	20,6 %
Évolution 2000/2003	+ 4,2 %

Source : Unedic 2000/2003

Les emplois par classe d'âge et leur évolution 2000/2003



Source : INSEE DADS 2000/2003

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Tableau 1 :	Groupes automobiles.....	14
Tableau 2 :	Production par branche à prix courants en milliards d'euros ..	31
Tableau 3 :	Valeur ajoutée par branche en milliards d'euros.....	32
Tableau 4 :	Balance commerciale de la France par groupe de produits	33
Tableau 5 :	Le commerce extérieur automobile en 2004	34
Tableau 6 :	Part de la TIPP dans le budget général de l'État	36
Tableau 7 :	Produits des taxes spécifiques et redevances sur l'automobile	37
Tableau 8 :	Répartition des effectifs dans la construction automobile.....	44
Tableau 9 :	Répartition des effectifs dans l'industrie équipementière	45
Tableau 10 :	Les constructeurs français en 2004	47
Tableau 11 :	Les emplois induits par la construction automobile dans les secteurs fournisseurs	52
Tableau 12 :	L'emploi dans la branche distribution et services de l'automobile	54
Tableau 13 :	Chiffres d'affaires des assureurs automobiles en 2003	62
Tableau 14 :	Évolution des différents postes du budget automobile des ménages.....	82
Tableau 15 :	Taux d'application industriel de la politique de plates- formes en Europe	99
Tableau 16 :	Caractéristiques socioprofessionnelles (<i>ensemble des entreprises, y compris celles de moins de 20 salariés</i>).....	116
Tableau 17 :	Part des 50 ans et plus dans la population (2000-2002)	118
Tableau 18 :	La pratique de la formation continue dans les entreprises du commerce et de la réparation automobile.....	120
Tableau 19 :	Collecte et traitement des déchets automobile	143
Graphique 1 :	Effectifs de la construction automobile.....	48
Graphique 2 :	Progression de l'emploi dans la distribution et les services de l'automobile.....	53
Graphique 3 :	Répartition des cotisations automobiles en 2002	62
Graphique 4 :	Évolution des parts de marché des circuits de l'entretien et de la réparation (en % du CA total de la rechange automobile)	68
Graphique 5 :	Évolution du nombre de ponts de vente	71
Graphique 6 :	La location de véhicule de courte durée en France et à l'étranger	73
Graphique 8 :	En % du budget automobile	83

Graphique 9 :	Évolution des entreprises de moins de 10 salariés du commerce et de la réparation automobile en France (Naf 50)	119	
Graphique 10 :	L'impact des normes euro sur la réduction des émissions polluantes	130	
Graphique 11 :	Particules PM 10 - concentration de fond de l'air	131	
Graphique 12 :	PM 10 dans l'air des villes en 2000-2001	132	
Graphique 13 :	Niveaux de fonds moyens annuels en agglomération parisienne	132	
Graphique 14 :	Évolution des émissions de CO2	133	
Graphique 15 :	évolution des émissions de gaz à effet de serre	134	
Graphique 16 :	Parc de voitures particulières en situation selon les normes environnementales	135	
Graphique 17 :	Répartition de la valorisation des pneus par Aliapur en 2005	144	
Carte 1 :	Carte des régions, effectifs salariés chez les constructeurs 2002-2004	44	
Carte 2 :	Carte des régions, effectifs salariés chez les équipementiers 2002-2004	45	
Carte 3 :	Nombre d'entreprises et de salariés dans la distribution et les services automobiles	46	
Schéma 1 :	Emplois induits par l'automobile en 2004 (en milliers de personnes)	38	
Schéma 2 :	Organigramme de la filière	51	
Schéma 3 :	Unités de production :	constructeurs/équipementiers	65
Schéma 4 :	Dépenses de rechange en fonction de l'âge du véhicule	111	
Schéma 5 :	Le recyclage des différents composants de l'automobile	146	

TABLE DES SIGLES

ABS	:	Antiblocage système
ACV	:	Analyse du cycle de vie
AD	:	Auto distribution
AIE	:	Agence internationale de l'énergie
ANFA	:	Association nationale pour la formation automobile
ANR	:	Agence nationale de la recherche
CCFA	:	Comité des constructeurs français de l'automobile
CERTU	:	Centre de recherche sur les réseaux et transports urbains
CFA	:	Centre de formation des apprentis
CNPA	:	Conseil national des professions de l'automobile
COV	:	Composés organiques volatils
CQP	:	Certificat de qualification professionnelle
DEED	:	Déchets d'équipements électriques et électroniques
DID	:	Déchets industriels dangereux
DIF	:	Droit individuel à la formation
DIND	:	Déchets industriels non dangereux
ESQCV	:	Evaluation simplifiée et qualitative du cycle de vie
ETAM	:	Employés, techniciens, agents de maîtrise
ETBE	:	Ethyltertiobutyléther
FEDA	:	Fédération et syndicats de la distribution automobile
FIEV	:	Fédération des industries des équipements pour véhicules
GERPISA	:	Groupe d'étude et de recherche permanent sur l'industrie et les salariés de l'automobile
GM	:	General Motors
GNFA	:	Groupement national des formations de l'automobile
GNV	:	Gaz naturel pour véhicule
GPEC	:	Gestion prévisionnelle des emplois et compétences
GPL	:	Gaz de pétrole liquéfié
GPLc	:	Gaz de pétrole liquéfié carburant
IFP	:	Institut français du pétrole
INRETS	:	Institut national de recherche sur les transports et leur sécurité
INRIA	:	Institut national de recherche en informatique et automatique
IPCSR	:	Inspecteur de permis de conduire et de la sécurité routière
IPHE	:	International Partnership for Hydrogen Economy
LAB	:	Laboratoire d'accidentologie, de biomécanique et d'étude du comportement humain
LCD	:	Location de véhicule de courte durée
MRA	:	Mécaniciens réparateurs automobile
MSI	:	Mutuelle sans intermédiaires
OICA	:	Organisation internationale des constructeurs automobile
OMS	:	Organisation mondiale de la santé
PAC	:	Pile à combustible

PANH	:	Plan d'action nationale sur l'hydrogène
PEE	:	Plan environnement entreprise
PLD	:	Plafond légal de densité
PLM	:	<i>Product Lifecycle Management</i> - gestion du produit tout au long de son cycle de vie
TFPB	:	Taxes foncière et assimilées sur les propriétés bâties
THLE	:	Très haute limite d'élasticité
TIPP	:	Taxe intérieure sur la consommation des produits pétroliers
TPE	:	Très petites entreprises
TTHLE	:	Très très haute limite d'élasticité
UIMM	:	Union des industries et métiers de la métallurgie
URF	:	Union routière de France
VAE	:	Validation des acquis et de l'expérience
VEI	:	Véhicules économiquement irréparables
VHU	:	Véhicules hors d'usage

L'industrie automobile française traverse aujourd'hui un cycle de mutations probablement sans précédent. Aux marchés traditionnels s'ajoutent désormais les perspectives des économies émergentes.

Une vision stratégique et prospective de tous les acteurs est, dès lors, indispensable, dans tous les domaines. Le Conseil économique et social analyse la filière dans son ensemble avec ses mouvements de recomposition permanente et conforte dans son avis la nécessaire adaptation aux nouveaux enjeux d'une compétitivité et d'une mobilité durable.