

Aléas de l'industrie automobile en Chine - PSA, Renault-Nissan...

jeudi 23 novembre 2017, par [BEZIAT Éric](#), [JACQUE Philippe](#), [LEPLATRE Simon](#), [NORMAND Jean-Michel](#), [PIETRALUNGA Cédric](#) (Date de rédaction antérieure : 26 octobre 2017).

Sommaire

- [Automobile : les usines \(...\)](#)
- [Baisse des ventes de voitures](#)
- [Un moteur de voiture français](#)
- [Renault-Nissan va lancer \(...\)](#)
- [La nouvelle offensive de \(...\)](#)
- [PSA et Dongfeng vont développer](#)
- [La Chine propulse les ventes](#)

Automobile : les usines chinoises de PSA en surcapacité

Le groupe pourrait vendre l'un de ses cinq sites de production pour s'adapter à la chute des ventes de Peugeot et de Citroën en Chine.

A trois mois de la fin de l'année 2017, PSA va bien. Des ventes mondiales en hausse de 1,5 % (hors intégration d'Opel), un chiffre d'affaires qui s'envole au troisième trimestre (+ 34 %), dopé précisément par l'apport de la marque allemande. Donc, PSA va bien. Et irait bien partout, s'il n'y avait la Chine.

Car PSA subit une grave hémorragie de ses ventes sur le marché automobile chinois, le premier au monde. Sur les neuf premiers mois de l'année, le groupe français a vendu 242 000 véhicules en Chine, en recul de 43 % par rapport à la même période de 2016. Pour la marque Citroën, cette dégringolade atteint presque les 60 %. Quant à la marque DS, elle a quasiment disparu du marché.

Un crève-cœur au regard de l'année 2014, quand l'empire du Milieu était le premier marché de PSA, avec près de 750 000 ventes. Et, désormais, une impossibilité matérielle d'atteindre l'objectif du plan stratégique du constructeur : écouler 1 million de véhicules par an en Chine d'ici à la fin de 2018.

Un pari chimérique

Pour réussir ce pari, aujourd'hui chimérique, PSA inaugurerait il y a un an sa cinquième usine en Chine, à Chengdu, la capitale provinciale du Sichuan (au centre du pays), en coentreprise avec Dongfeng, son principal partenaire chinois, et également l'un de ses trois actionnaires-clés. Avec un tel outil industriel, PSA apparaît d'évidence en surcapacité. Selon le quotidien économique Les Echos, qui cite une source interne, le groupe réfléchit à l'idée de vendre l'une de ses cinq usines.

Il pourrait s'agir, toujours selon Les Echos, de l'une des trois usines situées à Wuhan (Hubei), la capitale chinoise de l'automobile - et plus précisément de l'usine de Wuhan 2, inaugurée en 2006, et

qui fabrique des berlines. Or ce segment, en Chine plus qu'ailleurs, est délaissé par les acheteurs au profit des SUV, ces 4 x 4 urbains dont la croissance atteignait les 45 % en 2016.

Le constructeur n'a pas commenté cette information. Mais elle paraît en phase avec les déclarations de Carlos Tavares, le président du directoire. Ce dernier avait affirmé au printemps dernier, lors du Salon automobile de Shanghai, que la situation dans laquelle se trouvait son groupe en Chine n'était « pas acceptable », et il avait promis de travailler « d'arrache-pied » à la rétablir.

En Chine, les soucis de PSA ne se limitent pas à une offre trop faible de SUV. Le problème numéro un du groupe est lié au réseau de concessionnaires locaux qui, confrontés à une guerre des prix de la part des innombrables constructeurs chinois, ont tendance à faire d'énormes rabais, en contradiction avec les règles d'airain imposées par Carlos Tavares, qui refuse que l'on brade les Peugeot, Citroën et DS.

Éric Béziat

* LE MONDE ECONOMIE | 26.10.2017 à 11h59 :

http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/10/26/automobile-les-usines-chinoises-de-psa-en-surcapacite_5206245_3234.html#wxT2r63e6gvm2PRo.99

Baisse des ventes de voitures attendue en Chine, après une année 2016 record

La fin d'une baisse de taxes sur les véhicules de faible cylindrée devrait entraîner un net ralentissement des ventes en 2017.

Après une année 2016 à pleine vitesse, les constructeurs automobiles s'attendent à un sérieux coup de frein en Chine. La baisse des subventions pour les achats de véhicules légers devrait calmer en 2017 un marché en surchauffe à un moment où Pékin semble désireux d'accroître sa pression sur les industriels pour qu'ils développent la production de véhicules électriques, malgré une demande encore faible.

En 2016, les consommateurs chinois se sont précipités chez les concessionnaires automobiles tant que duraient les réductions de taxes. Les ventes ont augmenté de 15 % l'an dernier par rapport à 2015, dépassant toutes les prévisions pour atteindre 24,38 millions de véhicules vendus, d'après des chiffres rendus publics le 12 janvier par l'Association des constructeurs automobiles de Chine. Un record absolu pour le premier marché automobile au monde depuis 2010. Mais aussi la plus forte progression depuis 2013.

L'association, rattachée à l'Etat chinois, prévoit une croissance beaucoup plus faible (+ 5 %) en 2017 avec la fin programmée de l'avantage fiscal décidé deux ans plus tôt. En octobre 2015, en plein ralentissement économique, le gouvernement avait décidé de diviser par deux la taxe de 10 % sur l'achat de véhicules de cylindrée inférieure à 1,6 litre. Mais la fête est finie : cette année, la taxe remontera à 7,5 % du prix du véhicule. Elle ne retrouvera pas son niveau normal de 10 % avant 2018.

Pour les véhicules légers, le bureau d'études de marché LMC Automotive prévoit une baisse de 2 % des ventes cette année. « Un ralentissement est certain, a assuré Xiao Zhengsan, le secrétaire

général de l'Association des concessionnaires automobiles de Chine. J'espère que les constructeurs vont revoir leurs prévisions à la baisse », a-t-il déclaré au Wall Street Journal.

Constructeurs chinois gagnants, PSA perdant

Les marques chinoises ont été les grandes gagnantes de l'année. Avec 21 % de progression de leurs ventes, elles grignotent des parts de marché aux Allemands et aux Japonais, qui ont notamment su bénéficier de l'engouement des Chinois pour les 4 × 4 urbains. Les ventes de SUV (sport utility vehicle) ont encore progressé de 45 % cette année.

Parmi les constructeurs étrangers, Volkswagen domine le marché, avec 3,98 millions de véhicules vendus, soit une progression de 12 % par rapport à 2015. Côté français, Renault progresse de 50,8 % grâce à ses premiers modèles fabriqués en Chine, le Kadjar et le Koleos, mais reste un nain dans le pays. DRAC, sa joint-venture avec Dongfeng, n'a vendu que 30 000 voitures, alors que les véhicules importés, eux, qui sont soumis à une taxe de 25 %, sont peu vendus.

L'année a été plus difficile pour PSA, dont les ventes ont chuté de 16 %. Peugeot et Citroën ont reculé de 15 %, alors que DS, la marque haut de gamme du groupe, perdait 34 %. PSA paie son choix de limiter le lancement de nouveaux modèles pendant les années difficiles. Si les économies ont permis au français de publier des bénéfices importants cette année, les ventes en sont affectées.

Alors que le SUV cartonne depuis deux ans, PSA n'a sorti ses nouveaux modèles, le Peugeot 4008 et le Citroën C3-XR, en Chine qu'en novembre 2016, soit deux mois avant l'augmentation de la taxe.

Tout sur l'électrique

En 2017, Pékin veut pousser l'électrique. Le marché carbone doit être généralisé à tout le pays cette année. D'après la première version d'un projet de loi présenté en septembre, les constructeurs pourraient devoir produire un véhicule 100 % électrique, ou deux véhicules hybrides rechargeables pour 50 véhicules conventionnels à partir de 2018.

En lançant cet été la construction d'une plate-forme modulable de véhicules électriques, PSA espère ne pas manquer ce rendez-vous et pouvoir commencer à sortir ses premières voitures à partir de 2019. Les constructeurs étrangers parient sur un décollage de l'industrie de l'électrique autour de 2020. A cette date, les généreuses subventions accordées aux acheteurs de voitures électriques et réservées aux marques chinoises devraient être supprimées.

Simon Leplâtre (Shanghai, correspondance)

* LE MONDE ECONOMIE | 20.01.2017 à 11h39 :

http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/01/20/baisse-des-ventes-de-voitures-attendue-en-chine-apres-une-annee-2016-record_5066000_3234.html#5d5sOgJR4hSL1uVb.99

Un moteur de voiture français inédit pour la Chine

MCE-5 Développement, une PME lyonnaise, a vendu à Dongfeng une mécanique à compression variable.

Qui s'intéresse aux subtilités des mécaniques automobiles ? Le conducteur moderne qui n'a - fort heureusement - plus à mettre les mains dans le cambouis ne prête guère attention à ce qui se passe sous le capot de sa voiture. Désormais encapsulés, les moteurs prennent soin de dissimuler leurs entrailles. Or il risque de s'en passer des choses du côté du bon vieux moteur thermique auquel le durcissement des normes antipollution impose d'améliorer nettement son efficacité dans les prochaines années.

« LA COMPRESSION VARIABLE PERMET AUX DISPOSITIFS DE DÉPOLLUTION D'ÊTRE EFFICACE EN PERMANENCE. » HENRI TRINTIGNAC, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MCE-5 DÉVELOPPEMENT

Convaincue que de nouvelles marges de progression restent à découvrir, MCE-5 Développement, une PME lyonnaise dont la raison d'être est de mettre en rapport chercheurs et industriels de l'automobile, a mis au point un moteur à taux de compression variable (de 1:8 à 1:18), baptisé VCRi. Une innovation qui a déjà convaincu le groupe chinois Dongfeng avec lequel un accord a été conclu en vue d'une commercialisation à l'horizon 2020-2022.

« La transition vers le tout-électrique sera longue et les constructeurs ne peuvent pas se dispenser d'investir dans les moteurs thermiques. Dans cette perspective, le taux de compression est le dernier paramètre sur lequel on n'ait pas encore agi », assure Henri Trintignac, directeur général de MCE-5 Développement. Un constat qui semble partager Nissan qui a dévoilé lors du Mondial de l'automobile de Paris, en octobre 2016, un quatre-cylindres dont la course des pistons peut être modifiée afin de faire varier le taux de compression.

Le fruit de très longues recherches

Cette technique offre une grande souplesse d'utilisation en permettant de privilégier, en fonction de la situation, l'efficacité énergétique ou la performance. Le quatre-cylindres VCRi revendique une baisse des émissions de CO₂ de 25 % pour un rendement de 40 %, proche de celui d'un diesel, alors qu'un moteur essence classique plafonne à 35 % sur une plage d'utilisation sensiblement plus restreinte. « La compression variable permet aux dispositifs de dépollution d'être efficace en permanence et d'obtenir les mêmes performances avec une cylindrée plus réduite », assure Henri Trintignac.

Fruit de très longues recherches (MCE-5 Développement a investi 115 millions d'euros en quinze ans dont un quart d'aides publiques), ce moteur à compression variable est plus cher à fabriquer et plus complexe, compte tenu des pièces supplémentaires qui permettent de faire varier la pression à laquelle est soumis le mélange air-carburant. Ses concepteurs considèrent que sa fiabilité est assurée et que le surcoût d'une telle mécanique rapporté au gramme de CO₂ économisé est deux fois inférieur à celui d'une motorisation hybride.

Prêt à être industrialisé par Dongfeng, le quatre-cylindres VCRi pourrait aussi l'être par PSA, dont le constructeur chinois est actionnaire. MCE-5 Développement assure également avoir déjà noué des relations avec quatre autres clients.

Jean-Michel Normand

* LE MONDE | 17.01.2017 à 14h57 • Mis à jour le 17.01.2017 à 15h46 :

http://abonnes.lemonde.fr/m-voiture/article/2017/01/17/un-moteur-francais-inedit-pour-la-chine_5064129_4497789.html

Renault-Nissan va lancer une voiture électrique à petit prix en Chine

L'alliance franco-japonaise a signé un partenariat, mardi 29 août, avec le chinois Dongfeng, pour produire un petit modèle en 2019.

L'Alliance Renault-Nissan est le leader mondial de la voiture électrique, célèbre en particulier pour l'automobile à batterie Nissan Leaf.

Les alliés franco-japonais Renault et Nissan ont manifestement décidé d'accélérer en Chine, qui parient sur le développement du petit véhicule électrique dans le premier marché automobile au monde. Mardi 29 août, l'alliance Renault-Nissan et le constructeur chinois Dongfeng Motor ont annoncé la création d'une coentreprise afin de développer et de vendre ensemble des véhicules électriques en Chine.

Baptisée eGT, la nouvelle entité sera détenue à hauteur de 25 % par Renault, 25 % par Nissan et, conformément à la loi chinoise, 50 % par le groupe automobile d'Etat Dongfeng. La mission première d'eGT est de concevoir une petite voiture électrique hyperconnectée - et même « intelligente », annonce le communiqué de presse -, conçue à partir de la « plate-forme SUV de segment A de l'Alliance Renault-Nissan », à savoir la base industrielle destinée à fabriquer des petits 4 × 4 urbains.

La nouvelle voiture sera produite dans l'usine de Dongfeng de Shiyan, une ville de la province du Hubei, dans le centre du pays, où sera aussi implanté le siège social d'eGT. Selon une porte-parole de l'alliance Renault-Nissan, elle pourra être commercialisée indifféremment avec les logos Nissan, Renault ou sous les marques chinoises de Dongfeng. Elle devrait sortir courant 2019 des chaînes de montage de Shiyan, qui affichent une capacité de production de 120 000 véhicules par an.

Le plus gros marché mondial de véhicules électriques

Lire aussi : La course à la taille reprend de plus belle dans l'automobile

La société eGT est la quatrième coentreprise de l'Alliance Renault-Nissan en Chine (et la troisième avec Dongfeng). La première d'entre elles, Dongfeng-Nissan était, en 2016, le troisième producteur de voitures du pays (1,6 million de véhicules sortis des chaînes). Renault n'est entré en Chine que l'an dernier, à travers une coentreprise également avec Dongfeng (qui a écoulé 35 000 voitures au premier semestre) et vient d'annoncer, en juillet, une autre joint-venture, cette fois avec le constructeur chinois Brilliance China Automotive.

« La création de cette nouvelle coentreprise avec Dongfeng concrétise notre volonté commune de développer des véhicules électriques compétitifs pour le marché chinois, a commenté Carlos Ghosn, PDG de Renault-Nissan, cité par le communiqué. Nous sommes confiants dans notre capacité à répondre aux attentes des clients chinois et à renforcer notre leadership mondial dans le véhicule électrique. »

L'objectif affiché par M. Ghosn est de reproduire sur le marché chinois le succès phénoménal en Inde de son petit modèle low cost, la Renault Kwid, mais dans une version électrique. L'Alliance Renault-Nissan est le leader mondial de la voiture électrique, en particulier avec la Nissan Leaf,

l'automobile à batterie la plus vendue au monde. Mais Nissan a du mal à l'écouler en Chine, où elle est commercialisée sous la marque Venucia e30, mais à un prix trop élevé si on le compare à celui de la myriade de modèles strictement chinois.

Or, ce serait dommage de manquer le train de l'électrique en Chine. Selon l'Association chinoise des constructeurs automobiles, la Chine représente le plus gros marché mondial de voitures électriques, avec près de 260 000 modèles vendus en 2016. Durant les sept premiers mois de 2017, la production de véhicules à batterie - une grande spécialité chinoise - a atteint 223 000 unités, soit une augmentation de 37,8 % sur un an. L'objectif de ce partenariat est bien, comme l'affirme le communiqué, « d'exploiter le potentiel de ce segment chinois du marché ».

Marché de plus en plus saturé

Et le temps presse pour Renault-Nissan. La concurrence est de plus en plus féroce sur le marché chinois et ses 27 millions de voitures. L'époque bénie où tout se vendait, pour peu que la marque soit occidentale, est bel est bien révolue. Les constructeurs strictement chinois sont de plus en plus présents et la guerre des prix fait rage.

Cette nouvelle donne est un vrai souci pour la coentreprise Dongfeng-Nissan, qui a vu ses parts de marché s'éroder (elle est passée de troisième producteur de voitures chinois en 2016 à cinquième à la mi-2017). Il faut donc trouver des relais de croissance. D'où cet investissement électrique. D'où, aussi, le partenariat de Renault avec Brilliance pour développer des utilitaires, un marché en plein essor dans le pays.

L'ambition de M. Ghosn vient ici rencontrer celle de Dongfeng et des autorités chinoises, qui doivent faire face à un marché automobile de plus en plus saturé, à des villes de plus en plus congestionnées et à un problème de pollution de l'air à régler d'urgence.

« Nous sommes prêts à accompagner la grande transformation du marché en Chine, où la tendance est aux voitures légères, électriques, intelligentes, interconnectées et partagées », a commenté, mardi 29 août, Zhu Yanfeng, président de Dongfeng. Le groupe chinois, qui est aussi partenaire majeur de PSA en Chine et l'un des actionnaires de référence du concurrent éternel de Renault, montre, dans cette affaire, son sens aigu du pragmatisme.

Éric Béziat

* LE MONDE ECONOMIE | 29.08.2017 à 12h12 • Mis à jour le 30.08.2017 à 06h36 :

En savoir plus sur

http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/08/29/renault-nissan-va-lancer-une-voiture-electrique-a-petit-prix-en-chine_5177973_3234.html

La nouvelle offensive de PSA en Chine

Le constructeur inaugure, mercredi, une cinquième usine à Chengdu, dans le Sichuan, dans un pays où ses ventes sont décevantes.

C'est la star du jour. Dévoilée à grand renfort d'écrans géants, devant un parterre de 300 journalistes, les dirigeants locaux du parti et l'ambassadeur de France, voici la 4008, la voiture qui

va relancer PSA en Chine. La présentation de ce 4 × 4 urbain, un SUV réservé au marché chinois, est, mercredi 7 septembre, le clou de l'inauguration de la cinquième usine du groupe français en Chine, à Chengdu, dans le Sichuan, par Carlos Tavares, président du directoire de PSA.

Le site industriel, propriété de la coentreprise franco-chinoise Dongfeng Peugeot Citroën Automobile (DPCA), produira au final 300 000 véhicules par an. Avec ses 25 hectares et ses 2 000 ouvriers à terme, elle est la principale arme de la reconquête chinoise de PSA qui affiche l'ambition de vendre 1 million de voitures en Chine dans deux ans, contre 700 000 aujourd'hui.

Le nouvel outil industriel tombe à point : les derniers résultats des ventes en Chine, au premier semestre 2016, ont jeté un froid au sein du groupe français, avec une baisse de presque 19 %, par rapport au premier semestre 2015. Cela fait désordre dans un marché qui est en train de repartir à la hausse (+ 17 %). « 2016 n'est pas une bonne année en Chine », résume sobrement M. Tavares.

Une suite de hauts et de bas

Il est vrai que l'histoire de Peugeot et Citroën en Chine peut se résumer à une suite de hauts et de bas, d'intuitions fulgurantes suivies de déceptions, de performances laissant place aux difficultés. La saga chinoise commence pourtant tôt, en 1985, à Canton, où la marque au lion s'allie avec la municipalité pour implanter une usine. Mais le gouvernement central ne suit pas et le projet capote, un échec acté par la revente de la société mixte en 1997.

Domage : PSA était pionnier en même temps que Volkswagen. Un vrai gâchis que ce faux pas initial. Aujourd'hui, le groupe allemand est numéro un en Chine avec 3,6 millions de véhicules vendus, quand PSA en écoule cinq fois moins. Mais le français ne se décourage pas. Une alliance modeste va porter ses fruits. Elle a été conclue en 1990 par Citroën avec une société d'Etat qui fabrique des camions - le futur Dongfeng.

En 1996, une première usine à Wuhan (Hubei) voit le jour. Puis, dans les années 2000, le partenariat prend de l'épaisseur aboutissant à la création de DPCA et au lancement en 2006 de l'usine Wuhan 2. Cette année-là, le groupe français affiche une part de marché de presque 5 %, un niveau qu'elle n'a jusqu'ici pas encore retrouvé.

La Chine devient le premier marché de PSA dans le monde

En apparence ça va bien, en réalité c'est tout le contraire. Les relations entre les deux coactionnaires sont exécrables. Dongfeng a créé un joint-venture concurrent avec Nissan qui fait des étincelles, quand DPCA se traîne loin derrière. La gamme, directement importée d'Europe, est inadaptée au marché. Et la crise économique vient, en 2009, couronner le tout.

Nouvel espoir à partir de 2012-2013 : PSA a revu entièrement son organisation chinoise, Wuhan 3 démarre sa production, et le groupe parie sur sa nouvelle marque, la DS, symbole du chic à la française. Un nouveau joint-venture est mis en place, avec un autre constructeur, Changan, pour produire des DS à Shenzhen. Entre-temps, l'allié historique Dongfeng s'est révélé un partenaire précieux en venant prendre, en 2014, 14 % du capital de PSA.

Cette année 2014 se clôt sur des ventes record en Asie. La Chine devient alors le premier marché de PSA dans le monde. La malédiction chinoise paraît enfin terminée, quand, patatras, nouveau retour de balancier : les ventes s'écroulent fin 2015 et début 2016.

Dynamiser l'entreprise

Qu'arrive-t-il aux modèles de PSA en Chine ? « Un changement profond du marché dû à l'irruption des constructeurs locaux sur le segment du SUV », explique Yves Moulin, directeur général adjoint

chargé des ventes. En un temps record, des dizaines de marques chinoises totalement inconnues ont vu le jour, rebattant complètement les cartes. « Sur les quinze derniers mois, 150 nouveaux modèles ont été lancés », raconte, Mathieu Vennin, directeur général adjoint de la marque Dongfeng Peugeot.

Ainsi, 100 % de la croissance du marché depuis la mi-2015 est trustée par des constructeurs locaux proposant presque exclusivement des SUV. Avec pour conséquence un paysage automobile complètement atomisé : on y dénombre pas moins de 67 marques actives et 500 modèles différents. « Dans ce contexte, la guerre des prix a été très violente », ajoute M. Vennin. Quand Peugeot propose sa 3008 spécial marché chinois à 160 000 yuans (21 300 euros), les concurrents chinois se positionnent à 90 000 yuans (12 000 euros).

Dans ce contexte, comment revenir dans la course en Chine ? M. Tavares a sa petite idée et elle s'appelle « Push to Pass », du nom du plan stratégique qui doit dynamiser l'entreprise. Premier axe : le SUV. On l'a vu, c'est le best-seller (40 % du marché, dont 22 % pour les marques purement chinoises). L'usine de Chengdu va être configurée pour en produire 60 par heure à partir d'une même plate-forme pour les marques Peugeot, Citroën et Fengshen. « Avec cet outil industriel, on va de manière déterminée et définitive régler notre retard sur ce segment », tranche M. Tavares.

Augmentation de la productivité

Deuxième axe : la conquête de l'Ouest. La croissance automobile en Chine ne se fait plus à l'Est, sur une bande côtière désormais saturée, mais dans le centre du pays, où le nombre de primo-accédants à l'automobile reste très élevé. PSA peut, ici, compter sur le soutien des autorités chinoises qui ont la volonté de soutenir le développement de la Chine intérieure. Chengdu, 7 millions d'habitants, capitale du Sichuan, faisait figure de candidate idéale. L'investissement de 4 milliards de yuans (533 millions d'euros) a bénéficié d'un apport d'argent public pour un montant que PSA n'a pas souhaité dévoiler.

Troisième axe pour sortir de l'ornière chinoise : l'augmentation de la productivité. Le nouveau site, conçu selon la méthode de « l'usine excellente » mise en place par PSA, intègre cette variable. « Avec Chengdu, nous rationalisons l'outil industriel », résume Jean-Christophe Marchal, directeur général adjoint exécutif de DPCA. Les fournisseurs ont été intégrés au site lui-même, les trois autres usines situées à Wuhan étant priées de suivre le mouvement. « Nous gagnons de la place dans nos murs et nous y installons les équipementiers », précise M. Marchal.

Il faut un chef d'orchestre pour ce dispositif : ce sera Denis Martin, le nouveau directeur Chine et Asie du Sud-Est de PSA, nommé en juillet, en remplacement de Grégoire Olivier. C'est un expert des processus industriels. Il est précédé d'une réputation de raboteur de coûts, gagnée alors qu'il était directeur industriel de PSA au moment de la fermeture de l'usine d'Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis). C'est le Monsieur Chine de Carlos Tavares, son proconsul en terre extrême-orientale. C'est lui qui, au moment de faire les comptes, portera une grande part de la responsabilité de la réussite ou de l'échec du redressement chinois.

Éric Béziat

* LE MONDE ECONOMIE | 07.09.2016 à 11h39 • Mis à jour le 07.09.2016 à 13h19 :

http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/09/07/la-nouvelle-offensive-de-psa-en-chine_4993830_3234.html#veWIS8hYLA44fgM.99

PSA et Dongfeng vont développer ensemble des citadines

Les constructeurs français et chinois vont élaborer une plateforme technique commune pour leurs petits véhicules.

Le constructeur automobile français PSA et le groupe chinois Dongfeng, qui est à la fois son partenaire historique et son actionnaire à hauteur de 14 % depuis 2014, approfondissent leur coopération. Après avoir mis en place, en plus de leurs activités communes en Chine, une nouvelle société pour exporter vers l'Asie, les deux entreprises ont dévoilé, dimanche 19 avril, leur intention de développer ensemble la prochaine génération de leur plateforme technique pour petits véhicules. Cela permettra d'augmenter la production du soubassement de ces voitures - une partie que l'on ne voit pas - et donc, d'abaisser les coûts et d'améliorer les marges par unité vendue.

Si PSA avait travaillé seul pour l'EMP2 - son autre plateforme sur laquelle sont assemblées les 308 et autres C4 Picasso par exemple - il cherchait depuis plusieurs années un partenaire pour l'EMP1, l'équivalent pour les citadines - les 208, DS3, C3 du groupe. Philippe Varin, l'ancien président du groupe, avait d'ailleurs « ferré » le constructeur américain General Motors (GM) pour réaliser cet outil commun. Mais les deux sociétés ne s'étaient pas entendues.

Une dizaine de modèles

C'est finalement Dongfeng qui sera le partenaire de PSA. Dans le détail, les deux groupes vont investir, dans un premier temps, 200 millions d'euros de recherche et développement, dont 60 % seront supportés par PSA, et 40 % par Dongfeng. Les coûts pour l'industrialisation de cette plateforme s'ajouteront d'ici à 2018, date de production des premiers véhicules.

Sur cette plateforme, les deux groupes comptent développer et commercialiser d'ici à la fin de la décennie plus d'une dizaine de modèles, de tout type : petite berline avec hayon, avec coffre ou crossover. Du côté de PSA, un million à un million et demi de véhicules devraient être produits à terme en année pleine sur cette base commune.

« PSA aurait pu faire ce développement tout seul, puisque nous sommes aujourd'hui désendettés. Mais nous avons la possibilité de rendre notre investissement encore plus productif, assure Carlos Tavares, le PDG. Chaque entreprise pourra utiliser la nouvelle plateforme à sa guise sans devoir reverser à l'autre de royalties. »

Offre plus compétitive

Pour l'occasion, l'EMP1 change de nom et s'appelle désormais CMP, pour « plateforme modulaire commune » en anglais. L'objectif sera d'équiper non seulement les véhicules du segment B (208, C3, etc.), mais aussi les véhicules d'entrée de gamme du segment supérieur (berline compacte, type 301 ou C ELysée).

« Elle sera extrêmement modulaire. Nous pourrons l'utiliser à la fois pour produire des véhicules premium, pour la marque DS, et des véhicules d'entrée de gamme, très abordables », juge Carlos Tavares.

« Ce ne sera pas une plateforme de véhicules à bas coût en tant que tel. Pour cela, il faudrait assurer

un approvisionnement à bas coût des éléments des futurs modèles », ajoute le patron de PSA. Mais pour certains marchés, comme l'Afrique, cela permettra au constructeur français d'avoir une offre plus compétitive qu'actuellement.

Cette nouvelle plateforme semble différer cependant de celles à bas coût en cours de développement chez Volvo et Geely, son propriétaire chinois, ou chez Volkswagen et SAIC, le partenaire du groupe allemand en Chine.

Accélération de l'internationalisation

Reste que PSA n'est pas le seul à se réjouir d'un tel projet. Dongfeng va s'offrir à un coût très abordable de nouvelles technologies de pointe. « Cela va permettre d'accélérer notre internationalisation », a assuré Xu Ping, le PDG de Dongfeng, qui compte bien utiliser ce soubassement technique pour se développer hors de Chine avec ses différentes marques propres, comme Fengshen.

« La CMP devrait être 20 % moins chère que sa devancière, la plateforme 1 de PSA, tout en étant plus légère de 40 à 45 kg afin de baisser les émissions de CO₂ », ajoute Gilles Le Borgne, le directeur de la recherche et du développement de PSA.

Si PSA a d'ores et déjà défini l'architecture, et prévu notamment de l'adapter à la fois à des moteurs thermiques, hybrides et électriques (que PSA et Dongfeng entendent développer ensemble d'ici cinq à huit ans), les deux groupes vont se partager la finalisation de la base technique.

Le gros du développement fait en France

Le gros du développement devrait prendre place en France, une équipe de liaison de Dongfeng sera installée à Vélizy, chez PSA. Les équipes de recherche et développement propres au constructeur chinois obtiendront également une part du développement de la nouvelle plateforme, notamment pour les plus grands véhicules.

Le nouveau centre de recherche et développement commun aux deux groupes et installé à Shanghai devrait surtout être actif à l'approche du lancement des nouvelles silhouettes.

De fait, PSA apporte surtout sa maîtrise des technologies, Dongfeng ne se contente pas de financer le programme. Il apporte son savoir faire en matière d'achats, en s'appuyant sur la base d'équipementiers du groupe chinois.

« Il connaît très bien le tissu profond des fournisseurs les plus compétitifs. Et les plus inaccessibles pour les Occidentaux », résume Carlos Tavares.

Philippe Jacqué

* LE MONDE ECONOMIE | 20.04.2015 à 07h37 • Mis à jour le 20.04.2015 à 12h37 :
http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/04/20/psa-et-dongfeng-vont-developper-ensemble-des-citadines_4618889_3234.html#xYdeecLMgRIuXeza.99

La Chine propulse les ventes de PSA

Le groupe automobile voit ses ventes mondiales rebondir de façon spectaculaire grâce à l'empire du Milieu, devenu son premier marché en 2014.

Le rebond était attendu mais pas d'une telle ampleur. En 2014, PSA Peugeot-Citroën a écoulé 2,939 millions de véhicules à travers le monde, soit une hausse de 4,3 % par rapport à 2013 où ses ventes avaient au contraire reculé de 4,9 %, selon un communiqué du groupe diffusé mercredi 14 janvier. Un chiffre encore loin du record de 2010, lorsque l'industriel avait produit plus de 3,6 millions de véhicules, mais qui augure une embellie durable pour le deuxième constructeur européen, après trois années de recul.

Cette performance, PSA Peugeot-Citroën la doit d'abord à la Chine, devenue son premier marché en 2014 : le groupe y a vendu 734 000 voitures et véhicules légers, soit une hausse de 31,9 % ! A elle seule, la marque Peugeot a vu ses ventes bondir de 43,1 %, « soit la plus forte progression du top 20 du marché », s'enthousiasme le constructeur. Les modèles 3008 et 2008 profitent notamment de l'engouement des Chinois pour la catégorie des SUV (sport utility vehicles) et représentent à eux seuls un tiers de ventes de Dongfeng Peugeot, la co-entreprise réunissant les deux constructeurs.

La marque Citroën n'est pas en reste. En 2014, la marque aux chevrons a écoulé 320 000 véhicules en Chine, soit une progression de 14,3 % par rapport à 2013, supérieure à celle du marché (+11,5 %). « Ce pays représente plus d'une vente de Citroën sur quatre dans le monde », relève le constructeur. A elle seule, la C-Elysée s'est écoulée à plus de 100 000 exemplaires.

Toujours à la peine en France

De même, la marque DS semble enfin séduire les jeunes cadres chinois, avec 26 000 voitures vendues en 2014, ce qui représente 22 % des immatriculations de la marque contre seulement 2 % en 2013. « L'année 2014 a été celle du décollage rapide de DS en Chine avec le lancement réussi de deux nouveaux modèles », se félicite Yves Bonnefont, directeur général de la marque premium du groupe.

Preuve de sa vitalité, le groupe a également réussi à augmenter ses ventes en Amérique du Sud, malgré un contexte économique difficile : 200 000 Peugeot et Citroën y ont été écoulées en 2014, avec notamment une belle part de marché de 15,1 % en Argentine. En Afrique, PSA conserve sa place de leader en Tunisie et a vu les ventes de Peugeot bondir de 77 % en Egypte après leur effondrement à la suite du printemps arabe.

Même si la situation reste fragile, les ventes de PSA Peugeot-Citroën se sont aussi redressées en Europe. En 2014, le constructeur dirigé par Carlos Tavares y a écoulé près de 1,8 million de voitures, soit une hausse de 8,1 % par rapport à 2013. « La croissance du groupe sur le Vieux Continent traduit l'accueil favorable de la Peugeot 308, élue voiture de l'année 2013, qui s'est écoulée à 56 900 unités », relève le constructeur. Dans le détail, les ventes de la marque Peugeot ont progressé de 6,2 % en Europe en 2014 (952 000 unités) tandis que celles de Citroën ont augmenté de 7,2 % (689 000 unités). Quelque 85 900 DS ont été écoulées.

Des chiffres qui contrastent avec l'atonie du marché français, où PSA Peugeot-Citroën est toujours à la peine. Début janvier, le Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA) avait indiqué que les ventes du groupe de Sochaux n'avaient progressé que de 1,6 % en 2014 en France, Peugeot et Citroën affichant des hausses de respectivement 5,3 % et 2,4 % tandis que DS voyait ses ventes chuter de 27,2 % ! Et l'année 2015 s'annonce tout aussi difficile : rien qu'en décembre 2014, les ventes de PSA en France se sont effondrées de 9,6 %.

Cédric Pietralunga

* LE MONDE ECONOMIE | 14.01.2015 à 11h31 • Mis à jour le 14.01.2015 à 12h23 :

http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/01/14/la-chine-propulse-les-ventes-de-psa_4555883_3234.html#sT1TDPB5sbjouXWh.99
