

## Pneu : hiver et toutes saisons ont sauvé l'exercice 2017

vendredi, 09 février 2018

Si le marché du pneu VL et VUL en 2017 s'est révélé étal par rapport à l'année 2016, c'est qu'il a été sauvé de très peu d'un recul certain par les pneus hiver, en hausse notable, et par la dynamique forte des pneus toutes saisons. Et comme annoncé par certains manufacturiers premium récemment, le mix des pneus TC4 (tourisme, camionnettes, 4x4) fait la part de plus en plus belle aux grandes dimensions, boostées par la part croissante des SUV et crossovers dans le parc roulant français.



Le

*marché 2017 s'est maintenu tant bien que mal grâce aux pics de vente de pneus hiver en janvier et décembre et aux succès des pneus toutes saisons.*

0,3% de croissance. C'est un taux faible, mais tout de même positif, qu'affiche le marché du pneumatique TC4 en France en 2017, d'après les chiffres *sell-out* (Ndlr : les ventes aux consommateurs) du panel Gfk, qui réunit négociants-spécialistes et centres auto et de réparation rapide, relevés pour le compte du Syndicat des professionnels du pneu (SPP). Selon cette étude annuelle, à ce périmètre, 19,34 millions de pneus ont été écoulés l'an dernier, soit environ 62 % des mises sur le marché (le reste étant écoulé par les réseaux constructeurs, les réseaux de MRA et le web). Un marché marqué par la stabilité des prix, tous canaux confondus : +0,8% pour les pneus tourisme, -0,9% pour les SUV/4x4, -2% pour les camionnettes.

### **+44% pour le pneu toutes saisons !**

Et contrairement aux [chiffres 2016](#), où les ventes de pneus été avaient permis au marché de se maintenir, en 2017, ce sont les pneus hiver qui ont évité de clore l'année sur une tendance à la baisse. « *Il est rare que l'on sauve l'année sur deux mois* », confesse Régis Audugé, directeur général du SPP. Les mois de janvier (+29,4%) et de décembre 2017 (+53,3%) ont enregistré des niveaux élevés de volumes de pneus hiver vendus, permettant à ce type d'enveloppes de progresser de 8% sur l'ensemble de l'exercice écoulé, leur permettant de rassembler 14,8% des volumes écoulés. « *Centres auto et fast fitters ont saisi les enjeux du pneu hiver en n'hésitant pas à le pousser à coups d'opération promotionnelles* », affirme Régis Audugé.

Les pneus toutes saisons ont également progressé, franchissant la barre symbolique des 5% des ventes (6% très exactement contre 4,1% en 2016) et enregistrant une hausse de 44% de leurs volumes ! Impressionnant, et merci Michelin. Car, comme le confesse Régis Audugé, « *d'autres manufacturiers étaient présents sur le marché avant le Clermontois, mais dès le lancement du CrossClimate, cela a offert une exposition inédite à ce type de pneu, bénéficiant à l'ensemble de l'offre sur le marché* ». Suffisant pour compenser le recul de 3,7% des ventes de pneus été, qui ont représenté moins de 80% des volumes l'an dernier (79,2% contre 82,2% en 2016).

### **Les grandes dimensions boostées par le parc SUV**

Comme le soulignait [Bridgestone](#) lors d'une présentation dédiée au dynamisme des SUV, crossovers et 4x4 sur le marché du VN en France, mi-janvier, les pneus de grande dimension destinés à ces segments de véhicules sont plus performants que jamais, en termes de ventes. Depuis 2011, en effet, les volumes de pneus SUV et 4x4 ont progressé de 54% au périmètre des professionnels observés par le panel Gfk. Et, entre 2016 et 2017, ce type de pneu a vu ses volumes augmenter de 18 points ! Signe que la tendance n'est pas près de ralentir.

Entre 2011 et 2017, les pneus tourisme, eux, n'ont vu leurs volumes croître que de 4%... De plus, « *les prix des pneus SUV et 44 se maintiennent bien mieux également, il y a une rupture assez nette en la matière, au-delà des 17 pouces* », souligne le DG du SPP, leurs tarifs ayant certes baissé, afin d'être plus attractifs, mais de manière plus que modérée (-0,9%). Du côté du C de TC4, c'est-à-dire les pneus destinés aux camionnettes, la tendance est au recul, avec un exercice 2017 conclu sur une baisse de 1,2%.

### **Le beau succès des marques B**

Du côté des niveaux de marques, les pneus premium restent majoritaires en termes de parts de marché (58,6% des ventes) mais reculent (-5,4% en volume). Tout au contraire des marques B (de type Firestone, Uniroyal, Kléber, BFGoodrich, etc.), qui ont vu leurs volumes progresser de 16,3% et leur part de marché atteindre les 19,1% (toujours au périmètre du panel Gfk). « *Les marques B sont aujourd'hui devenu la meilleure arme pour contrer l'offre de pneus low cost* », affirme Régis Audugé. De 2011 à 2017, en effet, leurs volumes ont augmenté de 20,9% quand les marques premium n'ont vu leurs ventes croître que de 0,8%.

Les marques de distributeurs (MDD) des réseaux de négociants-spécialistes, centres auto et réparateurs rapides croissent également (+4,1%, 12,6% de parts de marché), même si ce sont centres auto et fast-

fitters qui dominent ce marché. Et les marques budget, exotiques ou disposant d'une faible présence sur le marché français, elles, sont restées stables, conservant 9,6% des parts de marché, comme en 2016. Depuis 2011, toutefois, leurs volumes ont augmenté de 10,6%, bien contenus par les ventes d'enveloppes de marques B.

#### **Canaux de distribution : les négociants-spécialistes reculent !**

Longtemps rois du marché de la distribution de pneumatiques –ils le sont toujours sur le marché poids lourds– les négociants-spécialistes, autrement appelés pneumaticiens, perdent du terrain en termes de parts de marché ! Effectivement, ils n'en détiennent plus que 33%, contre 28,8% aux centres auto et de réparation rapide. Les autres acteurs du marché, réseaux de marque, MRA et sites de vente en ligne, cumulent 38,2% des parts de marché mais ne forment pas un canal cohérent, ne formant que la partie non étudiée par le panel Gfk. En revanche, sur le seul pneu tourisme (le T de TC4), ce sont bien les centres auto et fast-fitters qui sont passés devant : 31,6% de parts de marché contre 30,6% aux pneumaticiens, une première dans l'histoire du panel.

En revanche, si les centres auto et réparateurs rapides ont su faire croître leurs volumes de pneus VUL et 4x4 (+20%), « *car ils sont agressifs en termes de prix sur les 17 pouces et plus* » selon Régis Audugé, et sur les pneus VUL (+13%), « *car leur business auprès des flottes augmente* », ils restent tout de même derrière les négociants-spécialistes au niveau des parts de marché, avec 15,1% sur les enveloppes SUV et 4x4 (contre 29,9% aux spécialistes) et 10% sur les pneus camionnettes (contre 60,3% à ces mêmes spécialistes). Les autres acteurs du marché restent, au cumul, les plus forts sur le marché SUV et 4x4, en particulier les ateliers constructeurs. Pourquoi ? « *Parce que le parc de SUV en France est récent et que le premier changement de pneus se fait chez le concessionnaire ou l'agent de marque, donc la rechange constructeur détient une grosse part de marché sur ce type d'enveloppes* », précise Régis Audugé.



*Les pneus de 17 pouces et plus, destinés aux SUV et 4x4, ont cru de manière spectaculaire en termes de volumes en 2017.*

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite