



Véhicules d'entreprise LE DIESEL RÉSISTE, L'ÉLECTRIQUE DÉCOLLE

Si le marché a signé une nouvelle année record en 2017, il se distingue surtout par sa fidélité renouvelée au gazole malgré la tempête qui souffle sur le carburant gras.

PAR **LIONEL ROBERT**

C'est comme si le dieselgate n'avait jamais existé. Le scandale des tests d'homologation aux émissions polluantes qui a éclaboussé les véhicules diesel du groupe Volkswagen, avant de rejaillir sur ceux de plusieurs constructeurs majeurs, Renault et Opel notamment, ne semble pas agir sur les choix des gestionnaires de parc. Ceux-ci continuent de privilégier massivement le gazole, qui demeure économiquement et fiscalement plus rentable, surtout lorsqu'ils font le choix de la location et qu'ils n'ont pas à envisager la revente – de plus en plus compliquée – d'un diesel d'occasion.

Ainsi, en 2017, malgré deux jours ouvrés en moins par rapport à 2016, le marché du véhicule d'entreprise a progressé de 1,5 % pour franchir le cap des 800 000 unités, véhicules particuliers (VP) et véhicules utilitaires légers (VUL) confondus. Selon l'Observatoire du véhicule d'entreprise (OVE), le total des immatriculations des administrations, des loueurs longue durée et des sociétés hors automobiles représente moins d'un tiers (31,79 %) du marché automobile national, un chiffre plutôt stable depuis deux ans. Or, la part de marché du gazole en entreprise flirte encore avec les 85 %, en recul de 0,2 % seulement sur un an, alors qu'elle a chuté de 5 % auprès des particuliers, à 47,3 %, en passant pour la première fois depuis 2000 sous la barre symbolique des 50 %.

Si l'alignement progressif du prix du gazole sur celui de l'essence, la crainte de ne plus pouvoir circuler dans certaines villes et la mauvaise image véhiculée par le diesel ont influencé les Français, leurs entreprises sont restées plutôt sourdes à ces arguments ainsi qu'à l'entrée en vigueur, depuis le 1^{er} janvier 2017, de la déductibilité progressive de la TVA sur l'essence. *(Suite page 110)*

Comme en atteste le palmarès ci-contre, les versions diesel trustent les huit premières places des ventes aux entreprises. Derrière l'indétrônable Renault Clio, le SUV Peugeot 3008 opère une remarquable remontée, les marques françaises dominant les débats. Les deux exceptions notables concernent le nouveau Volkswagen Tiguan, dont la version diesel connaît un grand succès, tandis que la Clio, essence cette fois, parvient à se hisser à la neuvième place, signe d'un certain frémissement. Dans le détail, en balayant les cinq principaux segments du marché (inférieur, moyen-inférieur, moyen-supérieur, supérieur et luxe), on constate que les entreprises ne jurent encore que par le carburant gras.

Seul le segment économique marque sa différence, mais il faut préciser que la Twingo ou la Fortwo ne sont disponibles qu'en version essence, voire électrique dans le cas de la Smart. Notons la belle deuxième place de la Renault ZOE, citadine zéro émission, traduisant l'intérêt croissant des entreprises pour les voitures 100 % électriques (lire ci-dessous et page 112). Leurs ventes (VP et VUL) auprès des sociétés ont augmenté de 25,1 % en 2017 et leur part de marché a bondi de 0,97 % à 1,47 % alors qu'elles ne représentent que 1,2 % du marché global. Si les entreprises s'intéressent de plus en plus à l'automobile verte, c'est pour soigner leur image, en affichant leur volonté de respecter l'environnement, mais aussi



Renault Clio



Peugeot 3008



Renault ZOE



BMW Série 5, la plus vendue en catégorie luxe

parce que l'usage d'un véhicule propre devient cohérent sur le plan économique. Les avantages fiscaux (exonération de TVS, carte grise gratuite), le coût d'utilisation inférieur (entretien peu onéreux, coût du carburant nul) et le déploiement de nouvelles solutions de mobilité partagée incitent les gestionnaires de flotte à opter pour ce type de motorisation, pour peu que les déplacements quotidiens des collaborateurs n'excèdent pas un certain kilométrage. Enfin, et pour bien mesurer l'impact des décisions du législateur sur le marché, il est à noter que les immatriculations des véhicules hybrides, rechargeables ou non, subissent le contrecoup de la disparition des aides à l'achat. Avec 5 699 unités, ils ne s'octroient que 0,71 % de part de marché. ■

Lionel Robert

Top 10 des véhicules (VP) en entreprise (tous segments et toutes énergies) en 2017

Rang	Marque - Modèle	Energie	Volume des ventes
1	Renault Clio	diesel	29 676
2	Peugeot 3008	diesel	27 723
3	Peugeot 308	diesel	20 966
4	Renault Megane	diesel	19 556
5	Peugeot 208	diesel	17 704
6	Renault Megane Scenic	diesel	12 986
7	Citroën C3 citadine	diesel	11 157
8	Citroën C4 Picasso	diesel	10 586
9	Renault Clio	essence	8 743
10	Volkswagen Tiguan	diesel	8 438

Source : AAA Data, retraitement OVE.



LE SPÉCIALISTE DES SOLUTIONS CONNECTÉES

Entreprise de la French Tech, Optimum Automotive Group propose une nouvelle solution de fidélisation pour les flottes automobiles professionnelles et les acteurs de l'écosystème automobile. Baptisée Monclientconnecté, elle permet aux professionnels de mieux connaître leurs clients grâce à un outil de suivi technique intelligent, et aux conducteurs de bénéficier d'un ensemble de services (analyse de conduite, carnet de santé du véhicule, stations-service à proximité...) via une application mobile.

ARVAL MET AUSSI LES WATTS

Acteur majeur de la location de voitures aux entreprises, Arval soutient leur stratégie de transition énergétique en accélérant le développement de son offre Véhicule électrique. Grâce au partenariat avec Renault, Nissan et NewMotion, il couvre l'ensemble de l'écosystème, de l'installation d'une borne de recharge rapide au domicile et/ou sur le lieu de travail, aux moyens de paiement intégrés et aux services digitaux associés (réservation, suivi de consommation, localisation des bornes de recharge). Flexible et modulable, l'offre d'Arval comprend des périodes d'essai et des prestations supplémentaires telles que la mise à disposition d'un véhicule thermique pour les vacances.

(Suite page 112)



6 questions
à **Gilles Lechevalier**
Directeur des ventes Skoda France

Paris Match. Quelle est la part des ventes de Skoda aux professionnels ?

Gilles Lechevalier. Avec le renouvellement récent de la gamme, la part des ventes aux professionnels n'a fait que s'accroître. En l'espace de trois ans, elle est passée de 25 à 40 % sur le premier trimestre 2018 alors que la moyenne du marché est de 24 %. Cette formidable dynamique commerciale nous a amenés à faire 8 600 livraisons en 2017 et nous visons les 11 000 commandes cette année. Un résultat rendu possible par l'amélioration très nette de notre image et de notre notoriété auprès des entreprises.

Quels sont vos best-sellers auprès des professionnels ?

L'Octavia, et sa version break baptisée Combi, pointe depuis longtemps à la première place. Elle représente 40 % de nos ventes aux professionnels. Elle est suivie de la berline Superb avec 20 % qui surperforme sur un segment pourtant en

baisse. On trouve ensuite la citadine Fabia et le grand SUV Kodiaq. Et nous comptons beaucoup cette année sur le lancement de notre nouveau SUV compact, le Karoq.

En quoi les Skoda sont-elles attractives pour les entreprises ?

Skoda est une marque économique empreinte de pragmatisme. Nos voitures sont réputées pour leur habitabilité au-dessus de la moyenne, leur fiabilité, leur qualité de finition et leur coût total de possession (TCO) très limité. Ces qualités plaisent particulièrement aux professionnels. Et nos finitions Business sont richement dotées. Sur la Superb, par exemple, on trouve des phares à Led, une caméra de recul ou le démarrage sans clé.

A qui s'adresse la gamme Business de Skoda ?

Nous ciblons en priorité les flottes de moins de 20 voitures. Mais nous ne nous interdisons rien, en essayant de rester complémentaire avec les autres marques du Groupe [Audi, Seat et Volkswagen, NDLR] dans notre approche client.

Vos clients privilégient-ils la location ?

Oui. 80 % de nos ventes se font aujourd'hui sous forme de location longue durée. Pour le reste, il s'agit principalement de crédit-bail, dans le cas des taxis, notamment.

Avez-vous senti une évolution de tendance des professionnels vers l'essence, comme on le constate chez les particuliers ?

Autant les particuliers ont basculé majoritairement vers l'essence, autant les professionnels sont restés fidèles au diesel. Seule la citadine Fabia nous est parfois commandée en essence par des sociétés dont les collaborateurs effectuent moins de 20 000 kilomètres par an. Pour le reste de la gamme, c'est quasiment du 100 % diesel. ■

Interview Lionel Robert

Skoda Superb



Skoda Octavia

Skoda Karoq



ALPHABET, UN CHAMPION DE LA MOBILITÉ DURABLE

Présent dans une vingtaine de pays en Europe, en Asie et en Océanie, Alphabet gère pour ses clients une flotte de 650 000 véhicules, dont une centaine de milliers en France où la société occupe la quatrième place sur le marché de la location longue durée. Pionnier de la création de solutions de mobilité innovantes, Alphabet propose, depuis 2010, une offre d'autopartage spécialement conçue pour les entreprises et favorise, depuis 2013, l'intégration de véhicules électriques dans sa flotte. En 2017, 45 % des électriques et 23 % des hybrides rechargeables, immatriculés en LLD, étaient des véhicules Alphabet.