



Le vrai du faux sur les causes de l'augmentation des prix des véhicules entre 2020 et 2024

Jean-Philippe Hermine (IMT) et Clément Dupont-Roc (C-Ways)

L'industrie automobile européenne traverse depuis 2020 une polycrise systémique dont l'élément le plus sensible et impactant est la baisse structurelle des volumes des ventes par rapport à la période pré-Covid. Ainsi, en France, nous sommes passés de 2,21 Mn véhicules neufs (VN) vendus en 2019 à 1,72 Mn en 2024 soit 22 % de baisse – (source CCFA). Le même phénomène est observable dans des proportions comparables dans de nombreux pays d'Europe.

Le consensus sur la cause de cette contraction des ventes est l'augmentation du prix des véhicules particuliers (VP) neufs, réputés atteindre des niveaux inabordables pour les ménages. Le phénomène classique d'élasticité prix/volumes particulièrement sensible et bien documenté pour le secteur automobile est en cause. Ainsi nous avons enregistré entre 2020 et 2024 une augmentation des prix catalogue des véhicules neufs achetés en France de 6800 € TTC soit +24 %, ce qui a produit un effet sans précédent en termes de renouvellement du parc.

Certains constructeurs blâment en premier lieu les normes européennes pour justifier cette augmentation, d'autres acteurs pointent du doigt une politique d'offre et de *pricing* opportuniste de la part de ces derniers, pour optimiser leurs résultats au détriment des volumes.

Tout le monde s'accorde en revanche sur l'effet délétère à terme de cette tendance que ce soit :

- (1) pour les équipementiers automobiles et leurs sites de production européens, pour lesquels cette baisse des ventes et de production accroît encore leur surcapacité systémique, produite notamment de la mise en concurrence systématique depuis des années par les constructeurs avec les sites localisés dans des pays *low cost* ;
- (2) pour les consommateurs des classes moyennes, en particulier, dont la capacité financière à acquérir des véhicules neufs s'est fortement érodée, mais qui de plus subissent maintenant l'effet différé de l'accroissement des prix du neuf au cours des quatre dernières années sur le marché de l'occasion. Il en résulte un ralentissement du renouvellement du parc s'étendant au marché de l'occasion, donc un vieillissement de ce dernier et un phénomène de *lock in* et de baisse structurelle des ventes.

Dans cette *Étude*, nous interrogeons en particulier les mécanismes par lesquels les prix des véhicules neufs ont effectivement augmenté au cours des quatre dernières années, ce qui nous permet d'en dégager les causes qu'elles soient :

- exogènes aux choix stratégiques des constructeurs (subies). Inflation des matières premières ou de l'énergie ; coûts liés à l'enrichissement réglementaire pour respecter les normes de dépollution ou de sécurité européenne ;
- endogènes, afin d'assurer de meilleures marges aux constructeurs (choisies). Montée en gamme via la segmentation (diminution de l'offre et des ventes de citadines, augmentation de celles des véhicules de type SUV, de véhicules de gamme supérieure ou de versions plus équipées des modèles) ; augmentation des prix par segment pour accroître la profitabilité des modèles (le « pricing power ») ;
- ou hybrides, dépendant de la stratégie de conformité des marques (choisies/subies). Stratégie d'électrification de l'offre des constructeurs (parts de véhicules électriques ou hybrides) pour respecter les exigences environnementales relevant des engagements climatiques européens.

Pour cela, l'Institut mobilités en transition (IMT-IDDR), avec le concours technique du cabinet prospectif et d'analyse C-Ways, a procédé à une analyse précise de l'évolution des prix catalogues pondérés par les ventes pour l'ensemble des véhicules particuliers vendus en France entre 2020 et 2024. L'analyse comparée par segment, par marque ou par énergie permet de dégager les tendances générales et individuelles par constructeur, ainsi que les mécanismes en cause.

Cette analyse est indispensable pour répondre à deux questions, qui permettront d'éclairer les futures politiques fiscales ou industrielles visant à restructurer et soutenir le secteur automobile :

- quelle politique de relance de la demande (bonus, leasing social, taxes, quotas de verdissement des flottes privées ou publiques) pour créer à nouveau une offre de véhicules neufs et d'occasion plus en adéquation avec le budget des classes moyennes ?
- quel risque sur l'augmentation des coûts de production d'une politique de contenu local (*local content – made in EU policies*) pour les véhicules vendus en Europe et quelle marge de manœuvre pour compenser cet effet ?

MESSAGES CLÉS

Sur les 24 % d'augmentation du prix des VNs entre 2020 et 2024, l'on peut décomposer la part : des causes subies : + 6 % ; des causes choisies : + 12 % ; des causes hybrides : + 6 %.

L'inflation « naturelle » des cours des matières premières, de l'énergie ou du coût du travail représente un impact de moins de 6 % (sur les 24 % agrégés) d'augmentation du prix de vente moyen sur la période. Ce chiffre est inférieur au ~10 % d'inflation totale des biens à la consommation en France. Nous n'avons pas pu isoler l'impact de l'enrichissement réglementaire (Euro6DFull, GSR2) sur les prix de ventes.

L'électrification, cause « hybride », représente environ 6 % (sur les 24 % agrégés) sur la période. L'impact de la réglementation CO2 est moindre que l'impact passé (2015-2019) lié aux réglementations Euro visant à réduire les émissions polluantes des véhicules roulant au diesel (y compris le rattrapage technologique qui s'est avéré nécessaire pour traiter les problèmes apparus après le *diesel gate*). L'hybridation simple de véhicules essence a, en réalité, continué de jouer un rôle de substitut à coût et performance comparables à l'offre diesel passée. Les hybrides rechargeables (PHEVs) ont contribué à la hausse des prix généralisée à hauteur de +1 % et les véhicules électriques de +2 %. Du point de vue du client final, l'augmentation des prix dus aux véhicules électriques ou fortement électrifiés est moins problématique financièrement car leur TCO (*Total Cost of Ownership*) devient de plus en plus avantageux.

Les deux leviers à la main des constructeurs (montée en gamme et *pricing power*) représentent plus de la moitié de l'augmentation des prix de transaction (12 % sur les 24 % agrégés) observée en France sur la période d'étude. L'effet *pricing power* a compté pour environ 1/3 (+4 %), et la montée en gamme pour les 2/3 en moyenne (+8 %), avec cependant des disparités sensibles selon les constructeurs. Ces leviers étaient déjà inscrits et assumés dans les stratégies des constructeurs généralistes européens : dans le groupe Volkswagen depuis longtemps, au sein de Stellantis sous l'impulsion de Carlos Tavares, et enfin dans le plan Renault pour Renault. Dacia, traditionnel champion du prix, a connu la plus importante montée en gamme et tarif de toutes les marques. La parenthèse de la pénurie de composants électroniques en 2022-2023 a renforcé et facilité cette stratégie.

Pour autant, cette stratégie semble à bout de souffle, comme en témoigne la baisse sans précédent et structurelle des ventes, les clients traditionnellement acheteurs de véhicules neufs les moins aisés ne pouvant suivre (les particuliers compris dans les déciles de revenus D1 – D4 représentaient 43 % de ce marché du neuf pour les particuliers en 2019 contre 30 % des acheteurs en 2024 toutes énergies confondues). Cette situation conduit par ailleurs à la stagnation de la pénétration des véhicules électriques qui met en danger l'atteinte des objectifs CAFE. Les gros véhicules électrifiés (PHEV et véhicules électriques 100 %

batterie (BEVs) des segments supérieurs) semblent buter sur un plafond de verre de 20-25 % du marché des particuliers, avant tout car ils sont trop chers pour les classes moyennes qui représentent la majorité de ce marché. Les déboires récents de Stellantis en termes de volumes attestent des limites d'une politique du *pricing power* poussée à outrance.

Il est à noter que la SUVisation et la montée en gamme n'ont pas eu comme effet unique l'accroissement des prix moyens de transaction des véhicules neufs : elle pèse en plus significativement sur le taux d'électrification nécessaire pour être conforme aux objectifs réglementaire CO2 (moyenne CO2 en g/km de la moyenne des ventes), puisque les véhicules plus lourds et moins efficaces énergétiquement (aérodynamisme) augmentent le gap réglementaire à combler (Un SUV représente jusqu'à 20 % d'émissions en plus que la berline de la gamme équivalente). Fort heureusement, l'étape réglementaire de décarbonation programmée en 2025 a conduit les constructeurs, depuis la fin de l'année passée, à proposer et vendre une nouvelle gamme de véhicules électriques (VE) sur les segments A et B, ce qui joue un rôle certain dans l'augmentation des ventes de VE de 20 % sur le 1^{er} trimestre 2025 en Europe.

Dans les années à venir, deux phénomènes pourraient pousser les prix à la hausse : la poursuite inéluctable de l'électrification, ainsi que le souhaitable recentrage de la chaîne de valeur en Europe (impulsé par des politiques industrielles et fiscales favorisant le « *Made in Europe* »). Cette étude montre que des leviers existent pour contenir voire annuler cette hausse. A titre d'exemple, revenir à un « mix segment » typique de la décennie précédente ferait baisser le prix moyen des ventes, toutes choses étant égales par ailleurs, de plus de 2000 €.

Il s'agit donc d'abord pour les politiques publiques d'accompagner la redescende en gamme avec des outils de relance de la demande centrés sur les véhicules les plus abordables, et au travers de mesures portant sur les flottes publiques et privées, dans la fiscalité à l'achat ou à la détention ou encore à travers de mesures de type leasing social. Il est crucial que ces politiques permettent aux constructeurs d'augmenter en relatif la profitabilité sur ces plus petits modèles.

Enfin, il serait intéressant de différencier réglementairement une nouvelle catégorie de petits véhicules, en prenant exemple sur les « Kei Cars » japonaises, qui entrerait dans un cadre normatif nouveau/spécifique, et serait aidée fiscalement à l'échelle européenne, nationale ou locale (avantage à l'usage). Cette solution portée par certains dirigeants du secteur permettrait d'offrir de petits véhicules à ~15000 €, d'enrayer les spirales inflationnistes des prix et négatives des volumes, et de relancer l'industrie européenne si les bons critères d'aides sont appliqués quant à la localisation ou aux performances environnementales (décarbonation & circularité)

Le vrai du faux sur les causes de l'augmentation des prix des véhicules entre 2020 et 2024

Jean-Philippe Hermine (IMT) et Clément Dupont-Roc (C-Ways)

1. CONTEXTE ET CONSTATS PORTANT SUR LE MARCHÉ EN GÉNÉRAL, SUR LA PÉRIODE D'ÉTUDE (2019-2024)	7
2. ANALYSE D'EFFETS : LES TROIS LEVIERS EN JEU ET LEUR CARACTERE SUBI OU CHOISI DE LA PART DES CONSTRUCTEURS	8
2.1. L'effet segmentation	10
2.2. Effet mix énergétique et réglementaire	11
2.3. L'augmentation résiduelle (inflation + politique prix/marges des constructeurs)	12
3. DIFFÉRENCES ENTRE LES STRATÉGIES DES CONSTRUCTEURS	13
4. LEVIERS POUR LE RETOUR À UN MARCHÉ PLUS ABORDABLE ET PLUS DYNAMIQUE	13

TABLE DES FIGURES

Fig. 1. Part des tranches de revenus dans le marché des véhicules neufs à particuliers (par tranche de revenus mensuels net en €)	7
Fig. 2. Prix catalogue des VP neufs pondérés par les ventes (€, 2020-2024)	8
Fig. 3. Décomposition des effets dans l'augmentation des prix des VP neufs (2020-2024, €) TTC)	9
Fig. 4. Prix moyen par segment (€, 2020-2024, segments choisis)	10
Fig. 5. Prix moyen par énergie (€, 2020-2024)	11
Fig. 6. Inflation des composants du coût de production d'une automobile (Segment C, full hybride, 2020-2024, €)	12
Fig. 7. Inflation des composants du coût et augmentation de prix résiduelle constatée (€, 2020-2024)	12
Fig. 8. Augmentation des prix par effet de marque (% du prix initial, 2020-2024)	13

1. CONTEXTE ET CONSTATS PORTANT SUR LE MARCHÉ EN GÉNÉRAL, SUR LA PÉRIODE D'ÉTUDE (2019-2024)

L'industrie automobile européenne traverse depuis 2020 une crise qui remet en cause son positionnement sur le marché mondial. Au cœur de cette crise se trouve la baisse structurelle des volumes des ventes sur le marché européen depuis 2020, dans un contexte de surcapacités chroniques. Ainsi, le marché moyen EU-27 a été en moyenne de 14,1Mn de VP neufs entre 2020 et 2024 contre 12,1 Mn entre 2010 et 2019, soit une baisse de 14 % (source : Association des constructeurs européens d'automobiles – ACEA). En France, la tendance est encore plus prononcée : nous sommes passés de 2,21 Mn en 2019 à 1,72 Mn en 2024, soit 22 % de baisse (source : Comité des constructeurs français d'automobiles – CCFA).

Cette baisse structurelle des volumes a plusieurs effets délétères :

- industriels d'abord, en faisant souffrir les équipementiers (la chaîne des fournisseurs) européens, déjà fragilisés par une mise en concurrence systématique avec les fournisseurs non-européens ;
- environnementaux ensuite, puisqu'elle ralentit le renouvellement du parc et favorise donc son vieillissement ;
- sociaux enfin, car elle polarise les acheteurs de voitures en concentrant les ventes de véhicules neufs sur les ménages les plus riches, et relèguent les classes moyennes à l'achat de véhicules d'occasion,

qui eux-mêmes se renchérissent au niveau du prix, ce qui accroît et installe structurellement le phénomène de ralentissement du renouvellement du parc. (Encadré 1)

Notons que les constructeurs automobiles, par opposition aux équipementiers, disposent de marges de manœuvre dans ce nouveau paradigme, pour atténuer l'impact d'une baisse de volume sur leurs résultats financiers propres :

- la montée en gamme, c'est-à-dire la vente de véhicules de segments supérieurs, plus larges et plus équipés, dont les marges unitaires sont bien supérieures à celles des segments inférieurs du type citadines ;
- l'augmentation des prix de transaction pour un modèle donné, ce que l'on appelle exercer le « *pricing power* », pour ceux qui disposent de ce levier étant donné la qualité de leur offre ou la notoriété de leur marque ;
- la réduction des prix de revient de fabrication en sourçant les composants et matières premières dans des pays à moindre coût de production.

Les deux premiers leviers se traduisent par une augmentation du prix de transaction moyen des véhicules neufs, or le consensus sur la cause de cette baisse de volume est justement l'augmentation du prix des véhicules particuliers neufs. On voit par là le risque d'une situation de blocage dans une spirale inflationniste.

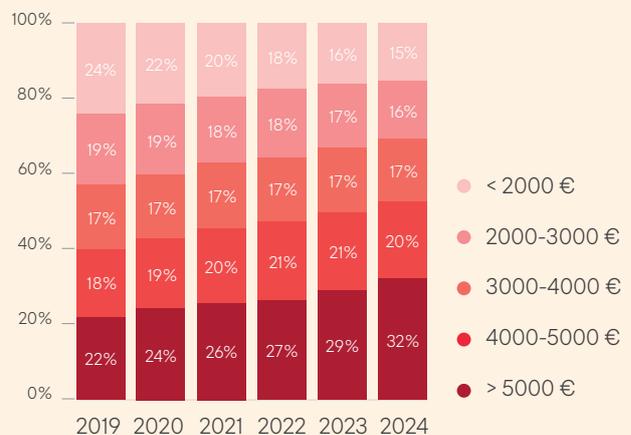
En effet, on enregistre entre 2020 et 2024 une augmentation du prix catalogue des véhicules neufs achetés en France de 6800 € TTC, soit + 24 %. Fig. 2.

ENCADRÉ 1. CONCENTRATION DU MARCHÉ DU VÉHICULE NEUF PAR LES CLASSES AISÉES

Si l'on prend l'exemple du marché particuliers Français qui a perdu ~200k unités sur 1 Mn entre 2019 et 2024, l'on observe que l'intégralité de cette perte est concentrée sur les six premiers déciles de revenus. Les classes populaires et moyennes qui représentaient 43% du marché en 2019 ne représentent plus que 31% des acheteurs en 2024, car ce sont les classes les plus sensibles à l'augmentation des prix du neuf.

FIGURE 1. Part des tranches de revenus dans le marché des véhicules neufs à particuliers

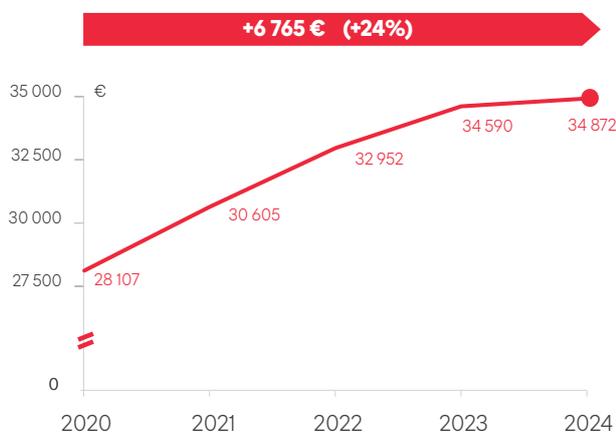
(par tranche de revenus mensuels net en €)



Source : C-Ways d'après enquête propriétaire NextCar

FIGURE 2. Prix catalogue des VP neufs pondérés par les ventes

(€, 2020-2024)



Dans cette note, nous interrogeons ce phénomène et en particulier les mécanismes par lesquels les prix des véhicules neufs ont effectivement augmenté au cours des quatre dernières années, ce qui nous permet d'en dégager les causes qu'elles soient :

- exogènes aux choix stratégiques des constructeurs. Inflation des matières premières ou de l'énergie ; coût de l'enrichissement réglementaire pour respecter les normes de dépollution ou de sécurité européenne ;
- ou endogènes afin d'assurer de meilleures marges par véhicule vendu. Montée en gamme via la segmentation ; augmentation des prix par segment et modèle ;
- ou bien hybrides selon la stratégie de conformité des marques. Électrification du parc pour respecter les exigences environnementales, relevant des engagements climatiques européens.

Pour cela nous avons procédé à une analyse précise de l'évolution des prix catalogues pondérés par les ventes pour l'ensemble des véhicules particuliers vendus en France entre 2020 et 2024. L'analyse comparée par segment, par marque ou par énergie permet de dégager les tendances générales et individuelles par constructeur ainsi que les mécanismes en cause.

2. ANALYSE D'EFFETS : LES TROIS LEVIERS EN JEU ET LEUR CARACTERE SUBI OU CHOISI DE LA PART DES CONSTRUCTEURS

En se penchant sur les sous-jacents de cette augmentation, l'on peut distinguer trois effets qui se cumulent :

- l'effet segmentation (une plus grande proportion de gros véhicules, ou de véhicules plus « SUVisés » dans le mix des ventes),
- l'effet « mix énergie » (une plus grande part de véhicules électrifiés, plus chers à l'achat, même si leur coût total à l'usage peut être moins élevé pour ce qui concerne le véhicule électrique),
- l'augmentation de prix résiduelle (augmentation de prix pour un véhicule de même taille et de même motorisation).

Les caractères subis et choisis de la part des constructeurs s'entremêlent pour certains de ces leviers.

Pour la segmentation, le constructeur doit certes et en priorité, tenir compte de la demande du client final (qui a choisi le SUV une fois sur deux en 2024 sur le marché VN), mais il dispose tout de même des leviers de l'offre d'une part (les modèles berlines et break ont quasi disparu de certains segments au profit de modèles de type SUV – cf sur le sujet cf la [note du WWF](#) rédigée en partenariat avec l'IMT et l'UFC Que choisir) et des moyens commerciaux d'autre part (publicité, remises et rémunération des concessions/vendeurs) pour orienter les ventes vers des produits aux marges unitaires plus élevées. Or malgré les réglementations européennes et nationales visant à réduire les émissions de CO₂, favorisant de plus en plus les véhicules plus petits et moins SUVisés, le constructeur choisira souvent le niveau de SUVisation et l'évolution segment de sa gamme pour optimiser son équation volume/profitabilité. Rappelons que plus l'on monte en segment, plus les marges unitaires sont élevées.

Pour le « mix énergie », la transition vers une mobilité à faible impact climatique pousse le constructeur à proposer des véhicules électrifiés, plus coûteux à produire. Il dépend aussi de l'envie du client de se tourner ou non vers ces modèles électrifiés. Néanmoins, le choix n'est pas que subi : le constructeur a des marges de manœuvre dans le choix de son mix motorisation pour optimiser, là également, son équation volume/profitabilité/ conformité émissions de CO₂. Rappelons qu'en général, et pour quelques années encore probablement, plus un véhicule est électrifié, moins il est rentable à l'unité pour le constructeur.

Concernant la part de l'augmentation des prix qui ne relève pas de la montée en gamme, ni des obligations réglementaires, celle de l'on nomme dans cette étude

ENCADRÉ 2. CHOIX ET STRATÉGIES DES CONSTRUCTEURS POUR SATISFAIRE L'OBLIGATION CAPE

L'obligation réglementaire à réduire les émissions de CO₂ pour la moyenne des véhicules vendus chaque année (standards CO₂ liés au règlement européen 2019/631 "Normes de performance en matière d'émissions de CO₂ pour les voitures et les camionnettes" et conduisant à la fin de vente de véhicules neufs à motorisation thermique à partir de 2035), constitue une forme hybride de contrainte et de marge de manœuvre pour les constructeurs. Il existe bien un aspect subi lié à l'objectif réglementaire, mais ce règlement est jusqu'en 2030 au moins « neutre technologiquement » et la préparation du passage à l'objectif 2025 relève de choix entiers et spécifiques à chaque constructeur. La palette de leviers pour atteindre l'objectif individuel assigné à chacune des marques comprend en effet :

Un travail sur l'efficacité énergétique des véhicules thermiques (véhicules plus légers ou aérodynamiques, donc moins SUVisés par exemple),
Un travail sur la segmentation pour revenir à une gamme plus centrée sur les véhicules de type citadine

ou de gamme moyenne. Ce levier est doublement valorisé par la réglementation puisque les petits véhicules émettent moins et le règlement européen les favorise pour le calcul de la cible individuelle de constructeur,

Le niveau d'hybridation ou d'électrification dans l'offre et dans les ventes, qui laisse là encore beaucoup de latitude stratégique aux constructeurs dans le choix de leurs technologies, du moins jusqu'en 2030.

Jusqu'ici, les constructeurs ont fait le choix de ne pas renoncer aux gros véhicules et aux SUV, plus générateurs de marges. La part des SUV en France est ainsi passée sur la période de quatre ans étudiée de 39 % à 49 %, et le poids moyen des véhicules vendus de 1365 à 1490kg. Les constructeurs ont généralement choisi au contraire de massivement électrifier leur gamme pour baisser les émissions de CO₂ moyennes puisque la part de véhicules électrifiés est passée de 17 % à 47 % entre 2020 et 2024. Ce choix a généré un double renchérissement du prix des véhicules.

Cette situation est probablement en train d'évoluer, avec l'arrivée sur le marché, à la faveur des obligations réglementaires CO₂ imposées au niveau européen, d'une offre de petits véhicules électriques abordables, tels que la e-C3 de Citroën, et la R5 ou la future Twingo électrique de Renault.

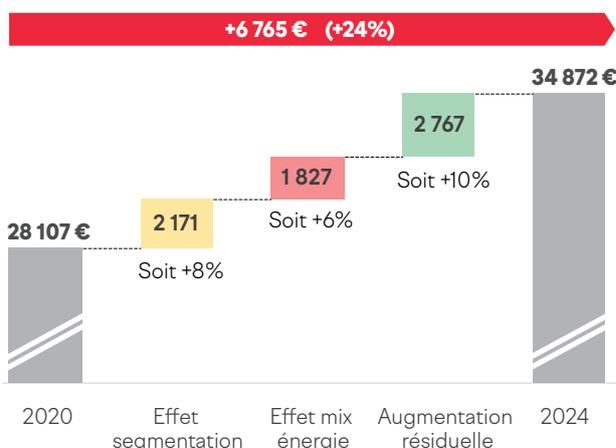
« augmentation résiduelle », elle peut résulter, a priori, de trois phénomènes :

- d'une inflation subie des coûts de production, notamment des cours des matières premières, de l'énergie ou des salaires, que l'Europe a connue entre 2022 et 2024 ;
- des normes européennes, notamment Euro6dFull pour la dépollution (entrée en vigueur en 2021) ou GSR2 quant à la sécurité (entrée en vigueur en 2024),
- d'une politique simple d'augmentation des marges des constructeurs pour ceux pouvant se le permettre.

La composante subie (inflation, normes) devrait être similaire pour tous les acteurs, alors que la composante choisie (marges) relève d'une stratégie spécifique à chaque constructeur, ce qui permet notamment de différencier les mécanismes en jeu.

Les résultats macro de l'analyse produite (sans différenciation par constructeurs) indique que les trois leviers ont joué dans des proportions variables, le moins impactant étant celui de la contrainte réglementaire. **Fig. 3.**

FIGURE 3. Décomposition des effets dans l'augmentation des prix des VP neufs (€ TTC, 2020-2024)



2.1. L'effet segmentation

L'effet macro-segmentation comme cause de l'accroissement des prix de transaction, n'a que peu à voir avec la pression réglementaire, pourtant il est assez massif sur la période récente (2019-2024). Il relève d'une baisse importante des ventes de petites berlines des segments A (type Renault Twingo) et B (type Peugeot 208) qui perdent 7pts de part de marché, au profit notamment des gros segments comme le C-SUV (VW Tiguan), le D-SUV (Tesla Model Y), et le segment E (Mercedes Classe E). Revenir à un « mix segment » typique de la décennie précédente permettrait de faire baisser le prix moyen de plus de 2000 € (soit un tiers de la hausse observée en quatre ans). Il s'agit là d'une marge de manœuvre pour l'intervention publique via la fiscalité ou la réglementation en vue de façonner le marché ou l'offre, notamment pour privilégier les véhicules de type citadines ou de gamme moyenne, plutôt sobres en matériaux (malus poids, éco-bonus).

Cette correction de tendance à la montée en gamme de l'offre et des ventes pourrait, si l'on n'y prend garde, potentiellement avoir un impact sur les marges des constructeurs. Il convient donc de réfléchir au moyen d'assurer à la fois un prix de revient abordable pour ces plus petits véhicules (notamment électriques) et des marges suffisantes pour leurs producteurs. C'est l'esprit de la demande conjointe des constructeurs généralistes Stellantis et Renault, dont les PDG se sont exprimés récemment sur le sujet. Le levier volume est de ce point de vue déterminant : toutes les mesures fiscales ou réglementaires touchant à la fois les flottes publiques, d'entreprise ou les particuliers visant à abaisser préférentiellement les coûts d'acquisition (malus/bonus), de détention (taxe sur les voitures de société, avantages en nature) ou d'usage (parking) de ces plus petits véhicules sont favorables. Les politiques de type leasing social, du fait du caractère relativement captif, additionnel, prévisible, ainsi que du fait de la réduction des frais de commercialisation, constituent également des moyens d'engager des capacités industrielles supplémentaires avec un effet d'échelle indéniable sur les prix de revient et de sécuriser ainsi des marges raisonnables.

3.1.2. Analyse par segment

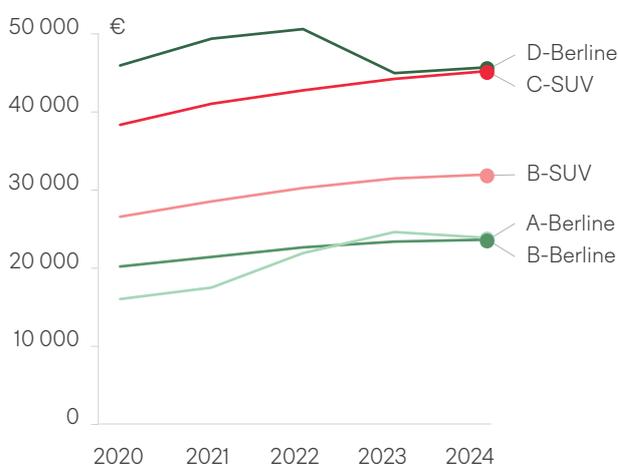
Deux tendances contradictoires semblent structurer les prix du marché par segment :

- une montée du plancher, due à une électrification du segment A, et une forte augmentation résiduelle sur les segments A et B (+21 et +16 % respectivement),
- et une baisse du plafond, due à la perturbation par Tesla d'un segment D traditionnellement premium, et qui a mis toutes les énergies au même prix. **Fig. 4.**

Ainsi le segment A a augmenté de +50 % en mutant complètement vers le Full EV, et en perdant plus de

FIGURE 4. Prix moyen par énergie

(€, 2020-2024)



la moitié de ses volumes sur la période, du fait d'une absence d'offre principale (disparition de modèles de type Twingo).

Les segments du cœur de marché (B-C) ont augmenté de 16-21 %, emmenés par le « mix énergie » et l'augmentation résiduelle des prix.

Le B-berline n'a subi aucun effet mix énergie car l'hybride a remplacé le diesel, et la part d'électrique est restée constante à 12 % depuis la Renault Zoé. En revanche l'augmentation résiduelle (inflation de base + marge constructeurs) est plus forte que la moyenne, à +16 % (à noter l'effet *pricing* sur la Sandero essence qui est un des modèles ayant le plus augmenté du point de vue des prix catalogues sur la période (+37 %)).

Le B-SUV a augmenté de +21 % dont +11 % de « mix énergie » (dû à l'hybridation) et 10 % d'augmentation résiduelle.

Le C-berline a moins augmenté, à +16 % dont +8 % de « mix énergie » (le VE qui remplace le diesel) et +8 % d'augmentation résiduelle, plus contenue que les autres segments à cause de la guerre des prix déclenchée par Tesla et MG.

Le C-SUV a augmenté de +18 % dont +7 % de « mix énergie » (remplacement du diesel par l'hybride et l'hybride rechargeable sur le haut de gamme) et 11 % d'augmentation intrinsèque avec une montée en gamme importante et l'enrichissement de prestations sur un segment à fort *pricing power*.

Sur les segments supérieurs, l'augmentation est quasi nulle, car Tesla a cassé le marché avec ses véhicules électriques au prix des thermiques. On est ainsi passé de 0 à 50 % de mix pur électrique sans aucun changement de prix.

On remarquera que l'augmentation résiduelle est de moins en moins forte au fur et à mesure de la progression dans les segments (~20 % pour A-B, 10-15 % pour C, <0 %

pour D), ce qui montre une capacité de résilience plus élevée des hauts segments pour encaisser les hausses de coûts des matières premières ou d'une guerre commerciale (baisse des prix de Tesla) ou encore du fait des exigences réglementaires.

Cela indique également, dans une certaine mesure, que l'offre de petits véhicules importés d'Asie (segment A et B) restant très faible (du fait du peu d'intérêt à l'export vers l'Europe de ce type de véhicules de la part des producteurs asiatiques), permet une meilleure gestion des prix et des marges pour la production européenne ou pan-européenne (Maroc, Turquie) sur ce segment.

2.2. Effet mix énergétique et réglementaire

L'effet « mix énergie » est évident, mais bien moindre que ne pourrait le laisser croire sa couverture médiatique ou les affirmations de certains acteurs économiques prompts à pointer du doigt le rôle de l'électrification dans l'augmentation des prix. En effet, même si les véhicules électriques (16 % du mix) et l'hybride rechargeable (7 %) ont fait grimper le prix moyen, le fait majeur en « mix énergie » est le remplacement du diesel (~30 % du marché en 2020) par l'hybride non-rechargeable pour un prix équivalent. L'hybride non-rechargeable a donc permis d'électrifier le marché sans faire augmenter le prix moyen. **Fig. 5.**

A noter que le prix moyen de ces PHEV, du fait de la structure du prix de revient de ces véhicules dotés de deux moteurs, est resté particulièrement élevé et cantonne cette technologie aux segments supérieurs (usages recherchés par des clients dotés de budgets confortables ou véhicules nominatifs d'entreprise). Leur polyvalence est intéressante mais leur prix pose la question de leur avenir et de leur intérêt dans le marché de l'occasion (d'autant qu'un usage vertueux économiquement et environnementalement implique des cycles de charge/décharge très fréquents, ce qui tend à réduire leur durée de vie *in fine*).

Analyse par énergie

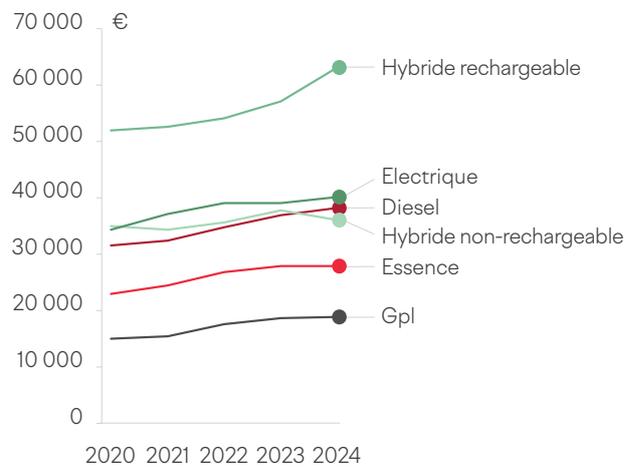
L'augmentation des prix est assez similaire pour toutes les énergies (entre +17 et +21 % en quatre ans), sauf pour le *full hybride* dont le prix n'a augmenté que de +3 %.

Cette spécificité s'explique simplement : l'hybride s'est en réalité banalisé sur la période, passant d'une motorisation de niche (6 % du mix), souvent réservée au haut de gamme ou aux spécialistes (Toyota RAV4, marques premiums), à une motorisation de cœur de marché (24 % du mix) diffusée dans tous les segments. Cette démocratisation de l'hybride, notamment sur le segment B, est à mettre au crédit de Renault et Toyota.

Les véhicules électriques ont vu leur prix augmenter (+17 %) malgré une baisse des prix des batteries. Cette augmentation est quasi entièrement due à un fort effet

FIGURE 5. Prix moyen par énergie

(€, 2020-2024)



de segmentation et à la disparition de l'offre Zoé à la charnière 2023/2024, puisque le segment B qui représentait 73 % des VE en 2020, n'en représente plus que 34 % en 2024. Les constructeurs ont adopté une stratégie d'entrée du véhicule électrique « par le haut » en pariant sur le fait que le surcoût dissuaderait moins d'acheteurs sur un véhicule à 40 000 € que sur un véhicule à 20 000 €. L'explosion des volumes de Tesla a également poussé ce « mix segment » vers le haut. Cette tendance s'inverse actuellement, ce qui est positif pour l'avenir.

La contribution des véhicules électriques à l'augmentation des prix généralisée fait l'objet de deux tendances qui se compensent et vont continuer de se compenser dans l'avenir. D'une part l'augmentation programmée des volumes de véhicules électriques dans le mix des ventes (inéluçtable du fait de la réglementation CO₂ et de l'engagement stratégique et industriel des constructeurs qui ne peuvent se laisser décrocher sur le plan technologique), d'autre part la baisse des prix unitaires (à modèle équivalent de véhicule électrique ou PHEV), par l'apparition de plus petits modèles, plus abordables dans l'offre des constructeurs depuis six mois, ainsi que par la tendance forte, observée depuis un an notamment, à la baisse des prix de revient des batteries.

Segment par segment, l'on observe le même phénomène sur le marché du VE que sur le marché total, avec une hausse du plancher et une baisse du plafond :

- le segment A a augmenté de 15 % (montée en gamme via la Fiat 500) ;
- la B-Berline a augmenté de 19 % en remplaçant la Zoé par la e-208 et la e-Corsa, au positionnement prix très élevé ;
- le B-SUV et la C-berline ont le même prix et sont restés à 41k € ;
- le B-SUV est très élevé, avec presque un alignement sur les marques premiums (Volvo, Mini) ;

- le C-Berline a subi la guerre des prix par la MG4 et la Tesla Model 3, ce qui a occasionné un repositionnement des VW ID3 et Renault Megane E-Tech vers le bas ;
- les D-Berline et D-SUV ont vu leur prix baisser sous l'impulsion du repositionnement de Tesla en 2023.

2.3. L'augmentation résiduelle (inflation + politique prix/marges des constructeurs)

L'« augmentation résiduelle » est le premier inducteur de hausse des prix avec +2800 € et +10 % à elle seule. Cette composante mérite une analyse plus précise et par constructeur.

Analyse de l'effet de l'inflation

Les coûts de production automobile ont crû d'environ 12 % entre 2020 et 2022, avant de refluer à nouveau pour se stabiliser en 2024 à un niveau supérieur de 7,5 % à celui de 2020, soit environ 1200 € de plus sur un coût de production de 16 000 €. **Fig. 6.**

Même si le pic de 2022 était surtout porté par l'acier et les énergies, c'est le coût du travail, le cuivre, l'aluminium et le gaz qui restent à des niveaux élevés et sont responsables de cette inflation résiduelle, une fois « toute la poussière retombée ».

Si l'on met en parallèle l'augmentation de prix résiduelle, et cette inflation du coût des composants ramenée au prix (en rajoutant TVA, etc.), on obtient deux courbes qui semblent décalées dans le temps d'environ un an. **Fig. 7.**

Ce délai pourrait en partie s'expliquer par le délai de répercussion par l'industrie automobile de ses coûts sur les prix, notamment lors de la période 2021-2023 durant laquelle les délais de livraison ont frôlé l'année complète.

Il est néanmoins intéressant de constater que la baisse des coûts en 2023 n'a pas été répercutée dans l'augmentation résiduelle des prix en 2024. Comme il est rare pour les constructeurs de faire baisser les prix catalogues (pour ne pas déstabiliser les valeurs résiduelles), on pourrait faire l'hypothèse que la baisse des coûts s'est néanmoins accompagnée d'une baisse des prix réels par le biais des rabais, qui ont probablement été plus généreux en 2024 que lors des années précédentes.

Cependant, au regard du maintien de bons résultats financiers des constructeurs tout au long de la période — les résultats d'exploitation de ces derniers se sont élevés en moyenne à 145 Mds € (2021-2024), contre 80 Mds € sur les cinq ans ayant précédé la crise COVID (2015-2019), selon les calculs du cabinet de conseil EY, publiés

FIGURE 7. Inflation des composants du coût et augmentation de prix résiduelle constatée

(€, 2020-2024)

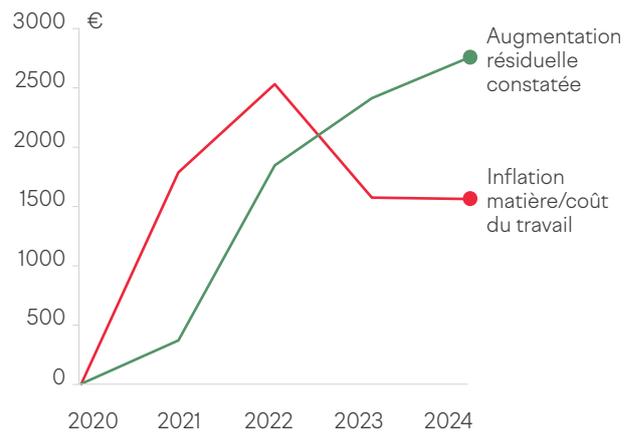
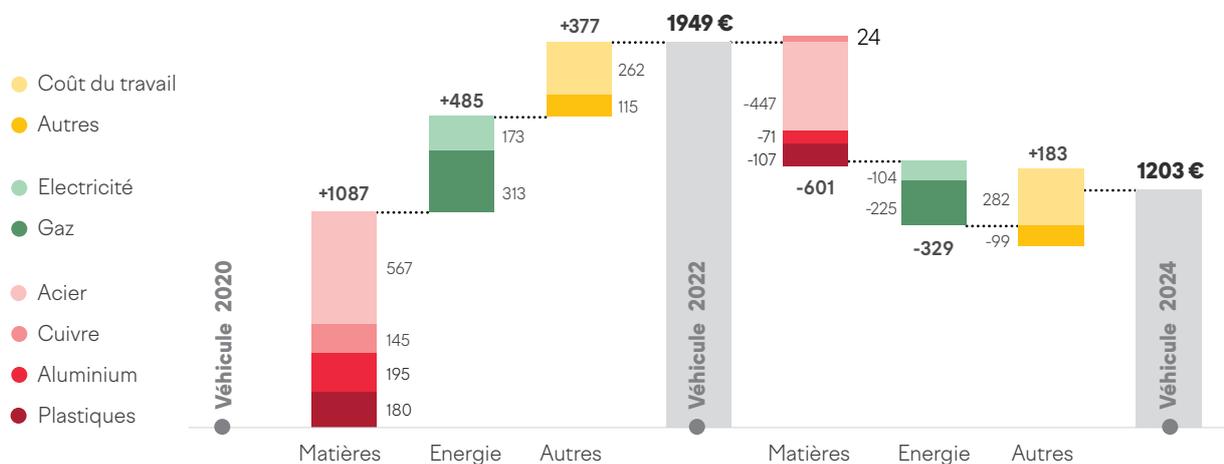


FIGURE 6. Inflation des composants du coût de production d'une automobile

(Segment C, full hybride, 2020-2024, €)



par France Info — l'on peut également faire l'hypothèse que certains constructeurs ont su conserver sous forme de marge une part de cette baisse des prix de revient de fabrication en 2023/2024. Là encore la pression réglementaire n'est pas en cause et l'on voit bien que la recette du *pricing power* a bien fonctionné sur la période.

Sur les 2800 € (+10 %) d'augmentation résiduelle des prix catalogues, 1600 € (+6 %) sont dus à l'inflation et 1200 € (+4 %) peuvent être attribués au *pricing power*.

L'analyse des leviers ou impacts par constructeur est de ce point de vue éclairante, comme nous le montrons ci-dessous.

3. DIFFÉRENCES ENTRE LES STRATÉGIES DES CONSTRUCTEURS

Comme évoqué précédemment, l'augmentation constatée des prix est pour partie subie par les constructeurs, pour partie le fruit de choix commerciaux ou stratégiques. Le tableau ci-dessous démontre, par la diversité importante de ces choix, que la voie de l'explosion des prix est loin d'être une fatalité ou un fait réglementaire. **Fig. 8.** L'augmentation des prix varie fortement par marque, de la baisse de Tesla (-15 %) à la flambée de Fiat (+44 %), traduisant des stratégies extrêmement différenciées pour gérer les mutations inflationnistes du marché.

Un premier groupe de marques assume une stratégie de montée en gamme par la segmentation ou l'énergie :

- Mercedes (+44 %) et son passage de premium à Luxe, avec l'abandon progressif du segment C,
- Renault (+32 %) et son recentrage de gamme sur le C-SUV plutôt que sur le segment B historiquement après la Renaultion,

- Nissan (+39 %), Hyundai, Kia (+25 %) et Ford (+24 %) qui abandonnent les petites berlines pour se recentrer sur les SUV,
- Fiat (+53 %) passé d'un mix électrique à 4 % en 2020 à 60 % en 2024 via la gamme « 500 ».

Un deuxième groupe de marques a purement et simplement augmenté ses prix à segment et énergie équivalente :

- Dacia (+44 %) qui assume son repositionnement de *low-cost* à *value-for-money* ;
- Skoda (+21 %) surfant sur sa désirabilité intrinsèque ;
- Opel (+27 %) pour se différencier de Citroën au sein de Stellantis.

Un troisième groupe de marque forme le cœur du marché avec une augmentation de prix moyenne (+17-19 %) dont (+11-19 %) d'augmentation résiduelle :

- Peugeot (+17 %) ;
- VW (+18 %) ;
- Citroën (+18 %) ;
- Toyota (+19 %).

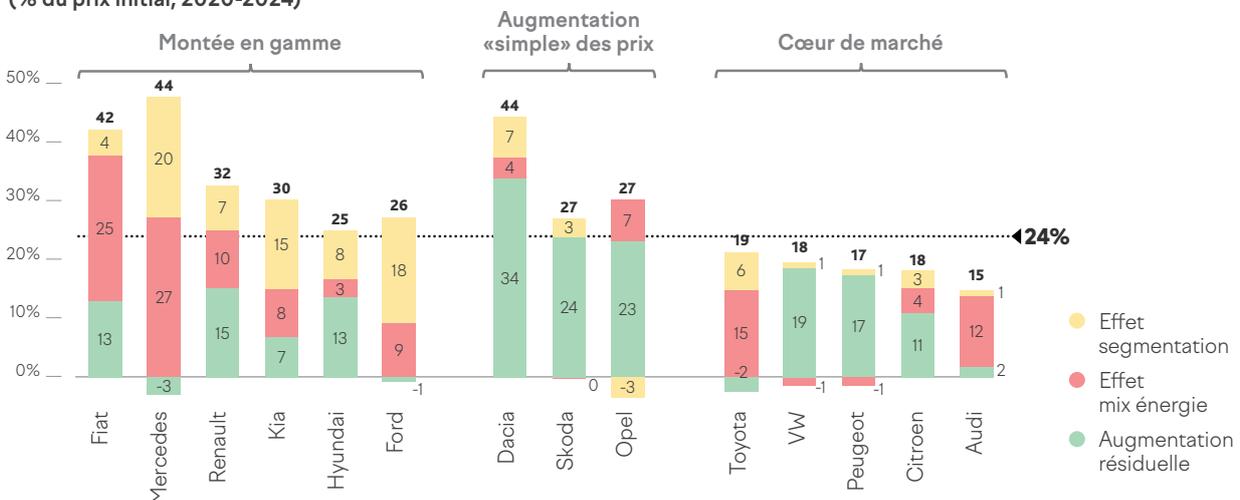
4. LEVIERS POUR LE RETOUR À UN MARCHÉ PLUS ABORDABLE ET PLUS DYNAMIQUE

Trois solutions pourraient *a priori* être activées pour faire baisser les prix aux consommateurs et se donner une chance collectivement de réussir la transition énergétique :

- proposer des véhicules plus petits, plus légers et plus abordables. Cette solution ne peut être imposée

FIGURE 8. Augmentation des prix par effet par marque

(% du prix initial, 2020-2024)



au marché que de l'extérieur, avec des politiques publiques plus interventionnistes sur la demande, car un constructeur isolé adoptant cette stratégie mettrait en danger sa rentabilité et ses volumes. Cette solution est poussée par certains gouvernements tel que le gouvernement français (malus poids, éco-score) ;

- faire baisser les coûts en se sourçant dans des pays en surcapacité, notamment la Chine. Cette solution proposée par les constructeurs les préserve, mais met en danger les fournisseurs européens et la capacité de l'Europe de se doter d'une industrie européenne de la batterie (et à terme de fait la compétitivité long terme des constructeurs européens) ;
- introduire de la flexibilité réglementaire et réduire l'ambition environnementale européenne. Cette demande avancée par les constructeurs ne reflète pas qu'Euro6DFull et GSR2 n'ont généré aucune augmentation visible des prix finaux, et que les surcoûts ont été absorbés sans dommage pour la rentabilité.

Aucune de ces solutions n'est satisfaisante pour les parties. Concilier acceptabilité sociale, politique industrielle européenne, transition écologique et performance des constructeurs européens requiert une approche négociée et plus interventionniste des politiques publiques et industrielles. Parmi celles-ci :

- assortir des obligations de contenu local à un soutien financier massif à l'industrie de la batterie (à l'installation capacitaire d'une part et à la production d'autre part) pour l'aider à traverser la « vallée de la mort ». Cette solution préconisée par le rapport Draghi permettrait de baisser les coûts des batteries « Made in Europe », réduirait la tentation du *sourcing* à l'étranger et mettrait une pression à la baisse sur les prix des véhicules électriques ;

- accentuer et pérenniser les mesures fiscales incitatives sur les véhicules lourds et peu aérodynamiques, via le malus au poids (comme en France), ou le conditionnement du bonus écologique à une efficacité de consommation d'électricité pour les VE (comme au Luxembourg), ou un encore un « CAFE » (trajectoire de décarbonation réglementaire) élargi à l'empreinte carbone batterie et à quelques commodités ou autres composants clés (acier, aluminium, intensité carbone des pays de production, etc.) ;
- créer un marché européen de véhicules bas carbone plus prévisible avec la construction de « lead markets » se fondant sur une politique de commandes publiques, de verdissement des flottes privées qui intègre un soutien aux véhicules les plus abordables ou encore le développement de plans de leasing social, qui génèrent un marché additionnel de véhicules petits à moyens, également conditionné en termes de taille de véhicule, prix et contenu local ;
- créer une catégorie de petits véhicules, en prenant exemple sur les « Kei Cars » japonaises, aidée fiscalement ou réglementairement à l'échelle européenne. Cette solution permettrait selon certains dirigeants du secteur d'offrir de petits véhicules sous les ~15000 €, d'enrayer les spirales inflationnistes des prix et de baisse des volumes.

Le vrai du faux sur les causes de l'augmentation des prix des véhicules entre 2020 et 2024

Jean-Philippe Hermine (IMT) et Clément Dupont-Roc (C-Ways)

Hermine, J.-P., Dupont-Roc, C. (2025). Le vrai du faux sur les causes de l'augmentation des prix des véhicules entre 2020 et 2024. *Étude N°01/25*, IMT.

jeanphilippe.hermine@sciencespo.fr

clement.dupontroc@c-ways.com

Institut des mobilités en transition
41, rue du Four – 75006 Paris – France

institut-mobilites-en-transition.org