

# Observation du marché INDICATA – COVID-19

Édition 1  
Avril 2020

# Contexte

Le 24 mars, INDICATA publiait son livre blanc « **COVID-19, dans quelle mesure le marché des voitures d'occasion va-t-il être affecté (et comment survivre) ?** ».

Ce document explorait :

- **Premières tendances du marché** - Impact initial du virus et des mesures de distanciation sociale mises en œuvre.
- **Scénarios du marché** - Une série d'impacts sur la base de l'évolution du taux d'infection et de données historiques du marché.
- **Atténuation** - Évaluation du risque par secteur, accompagnée d'actions correctrices potentielles.

Nous nous sommes engagés à garder le marché informé avec des données, des volumes et des prix en temps réel, pour le tenir au fait de cet environnement en perpétuel mouvement.

Nous avons donc le plaisir d'annoncer la création de l' « **observation du marché INDICATA** ».

# Qu'est-ce que l'observation du marché ou Market Watch INDICATA ?

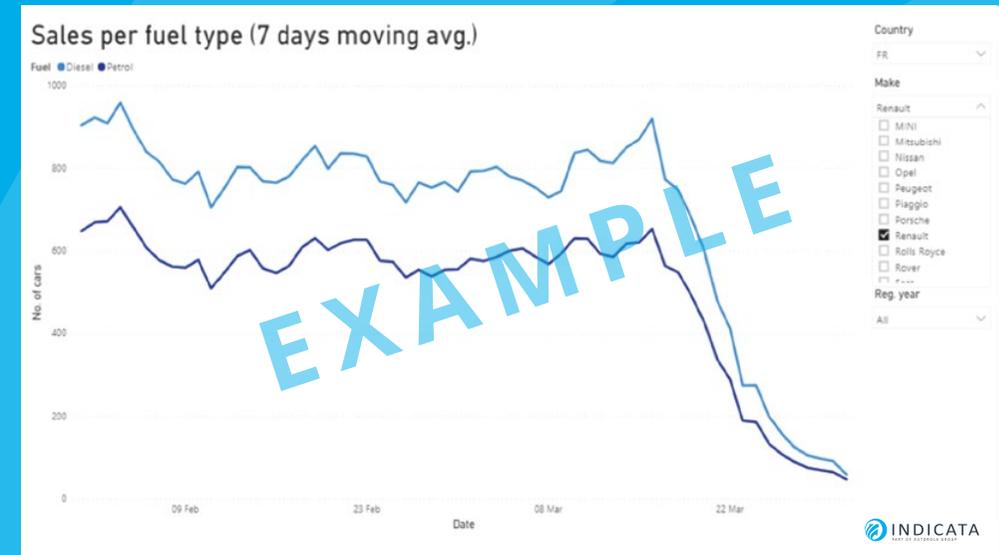
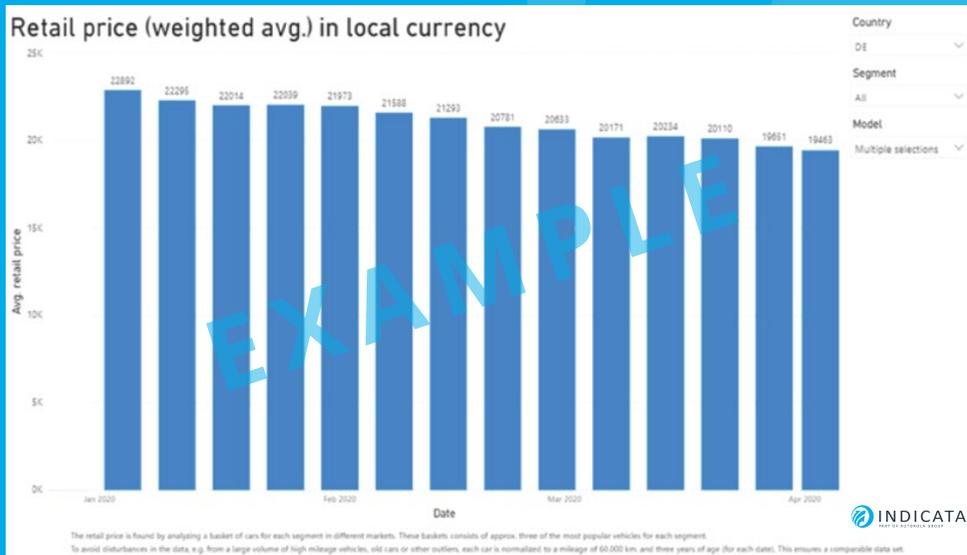
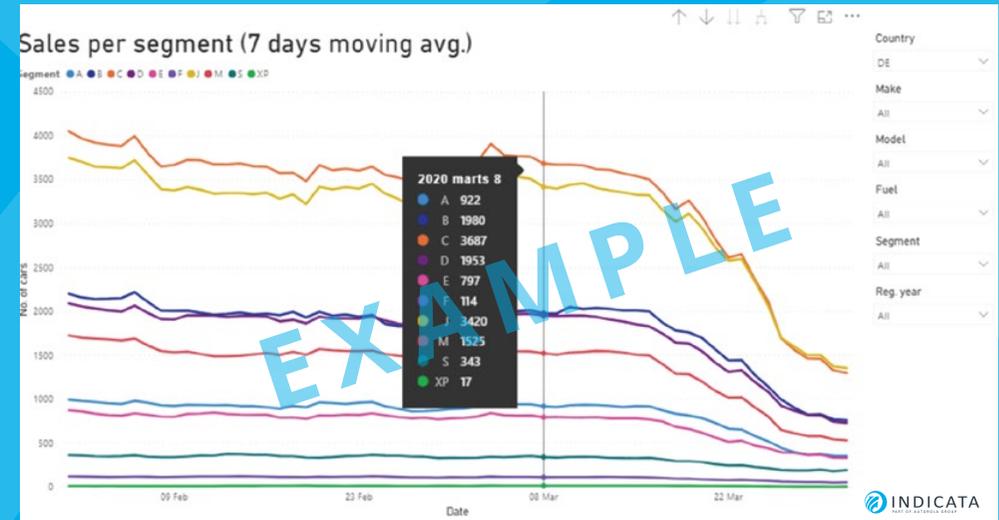
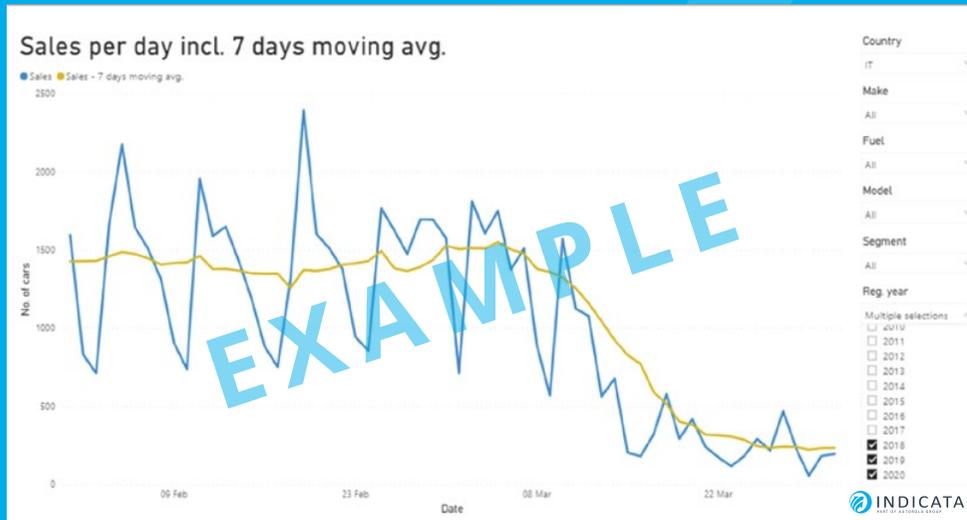
L'observation du marché INDICATA prend 2 formes

1. **Un PDF régulier** - Des vues d'ensemble régulières du marché, disponibles pour tous sur les sites Internet nationaux d'INDICATA (ce document).
2. **Un rapport accessible gratuitement sur notre site** - Disponible pour tous les cadres supérieurs de tous les acteurs importants du secteur du leasing, de la location, des fabricants d'équipements d'origine et des groupes de concessionnaires.

**Si vous souhaitez accéder GRATUITEMENT à l'outil d'observation du marché INDICATA sur notre site Internet (et que vous occupez un poste de cadre supérieur dans l'industrie automobile), veuillez contacter INDICATA Belgique Luxembourg.**



# Exemples de rapports de l'observation du marché sur notre site :

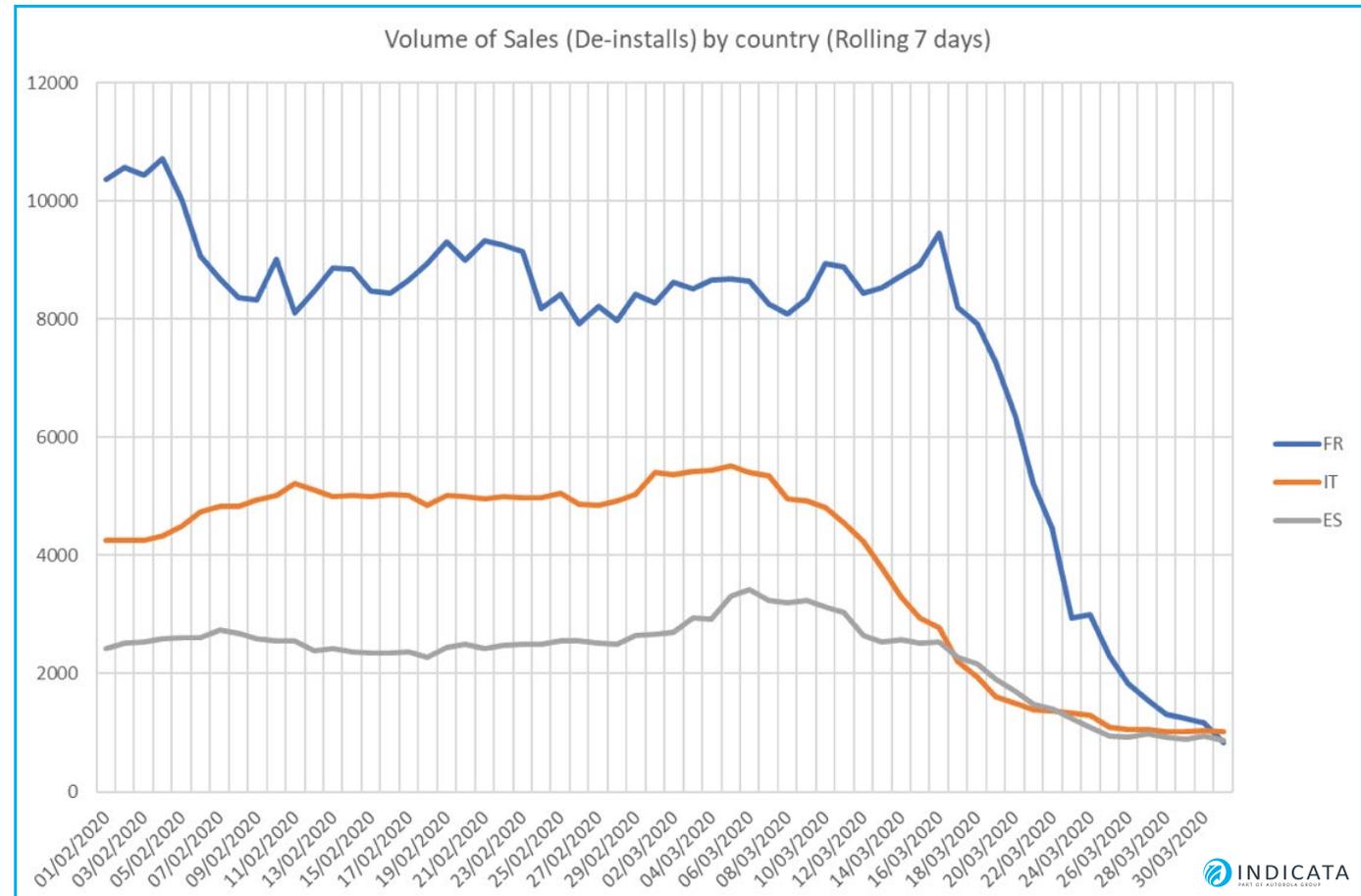


# Progression du marché des véhicules d'occasion jusqu'au 30 mars 2020

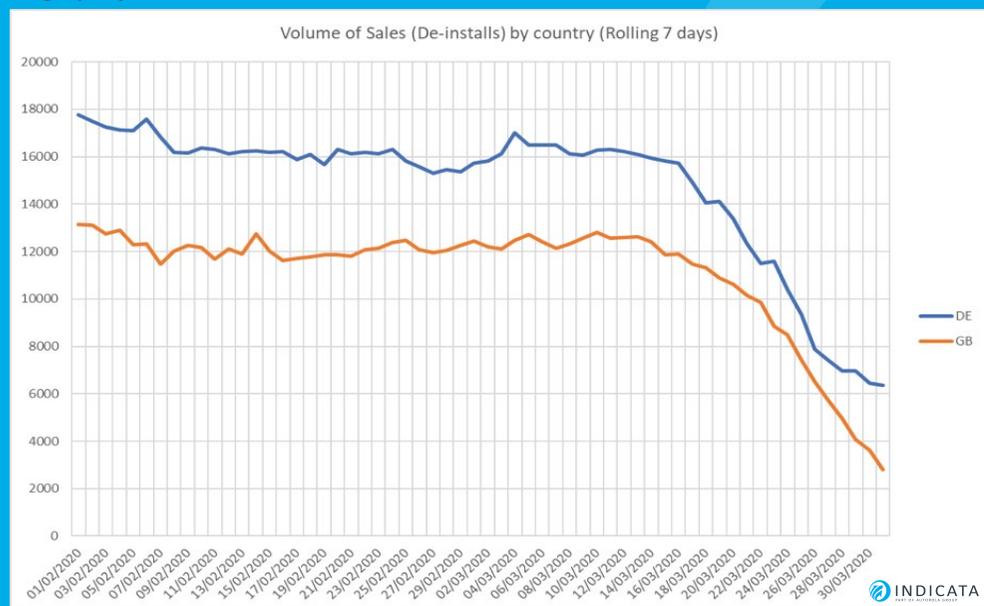
Dans notre dernier rapport, alors qu'il y avait des signes de mouvement dans d'autres pays européens, seule l'Italie, entièrement aux prises de la pandémie, connaissait une transformation significative de son marché. Deux semaines plus tard, l'impact a été abrupt dans de nombreux pays européens.

Il faut noter qu'INDICATA repère les « ventes » au moyen du nombre d'annonces pour des véhicules qui ont été retirées d'Internet. Les « ventes » ne sont donc pas complètement à zéro dans les marchés où aucune transaction commerciale n'est possible, étant donné que des annonces sont retirées par des concessionnaires mais sans que cela soit lié à une vente.

Le graphique 1 ci-dessous montre la diminution marquée en Espagne et en France, équivalente à celle qu'a connu l'Italie.



Le graphique 2

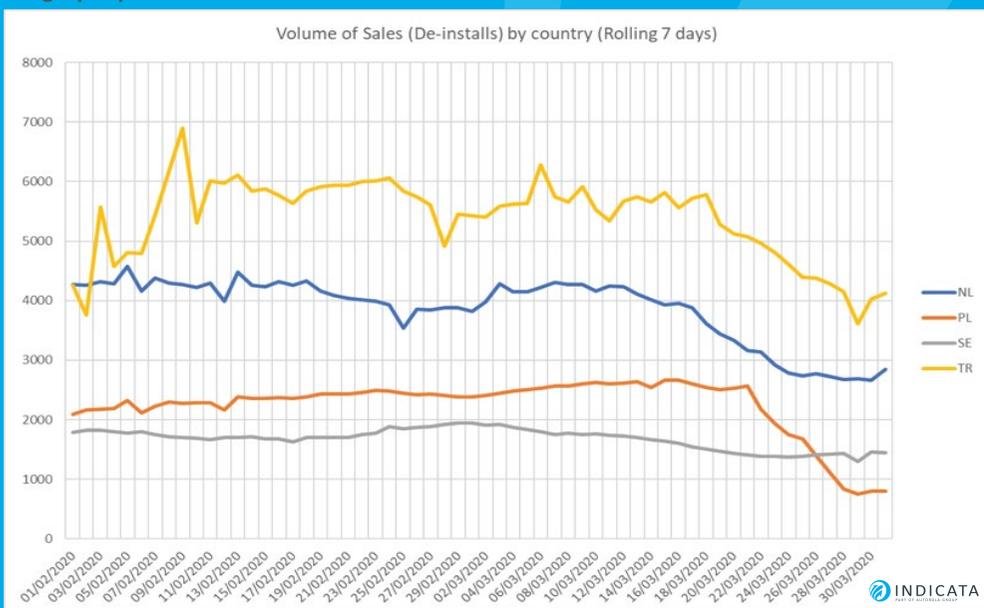


**Le graphique 2 montre la situation au Royaume-Uni et en Allemagne.**

Le confinement rapide au Royaume-Uni se voit clairement avec une trajectoire nette vers zéro. En effet, par souci de clarté, les tableaux sont montrés sous la forme d'un chiffre sur 7 jours glissants, ce qui décale donc légèrement la réalité du marché.

L'Allemagne, par contre, tout en chutant, trouve un point de stabilisation légèrement plus élevé, étant donné que les mesures de distanciation sociale (bien que sévères) sont moins draconiennes que dans d'autres grands pays de l'UE.

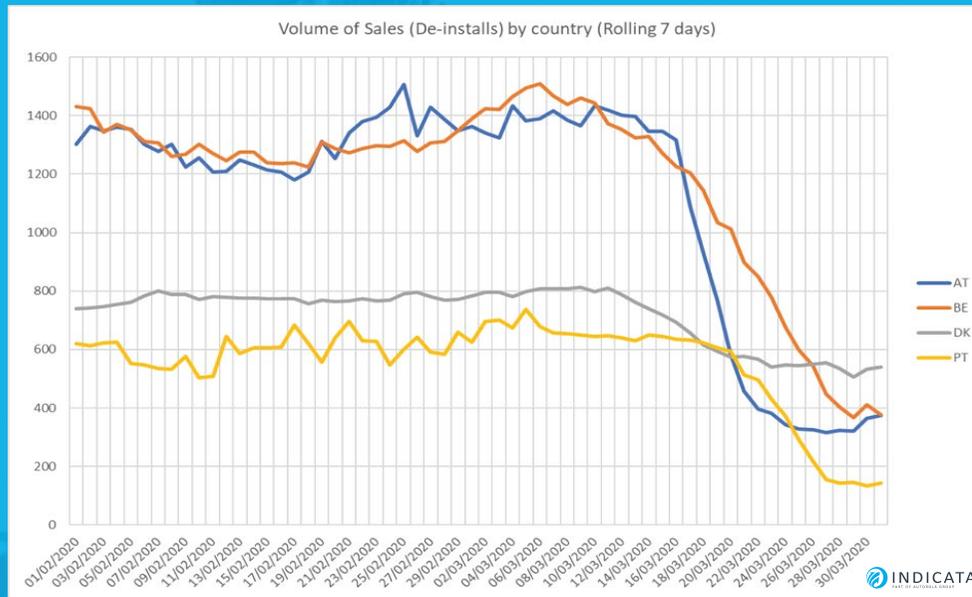
Le graphique 3



**Le graphique 3 donne les détails pour les pays de taille moyenne.**

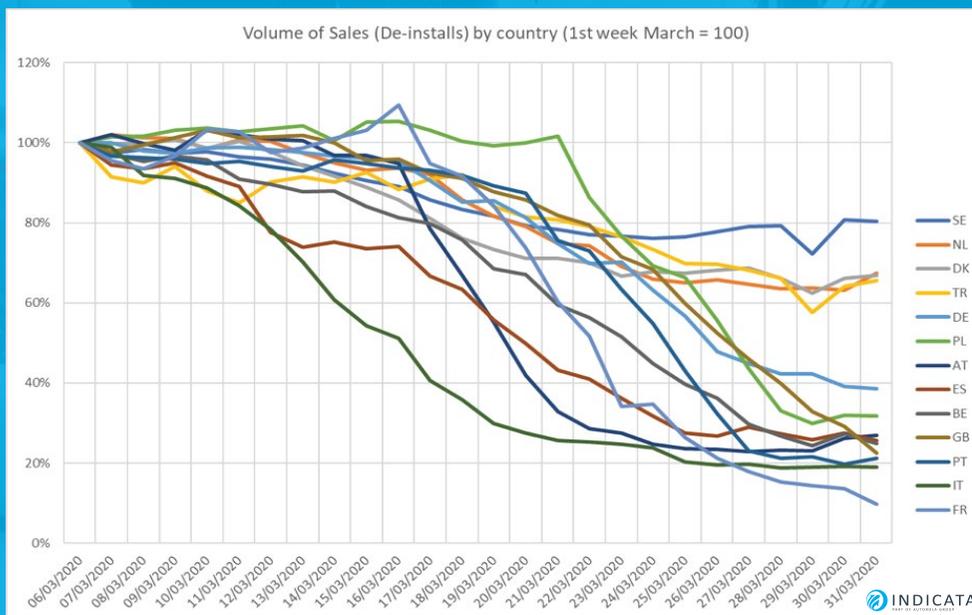
Des locomotives pour les voitures d'occasion comme la Turquie et la Pologne ont connu une augmentation de l'infection plus tard que d'autres pays et avaient à peine changé dans le dernier rapport. Ces deux pays connaissent désormais des modifications brusques. Les Pays-Bas, bien qu'affectés, restent plutôt solides. La Suède ne connaît pas de changement brusque, ce qui reflète la position de son gouvernement qui est le plus accommodant avec les mesures de distanciation sociale.

Le graphique 4



Enfin, si l'on observe les plus petits pays (graphique 4), le changement brusque de volumes en Autriche et en Belgique reflète la sévérité et l'importance des mesures de distanciation sociale qui ont été nécessaires pour contrer le retard de leurs gouvernements à agir. Par contre, le Danemark, qui a réagi de manière précoce, a toujours une certaine activité de vente de voitures d'occasion. Le Portugal, un marché en pleine croissance, a également pris des mesures tardivement et a complètement reculé.

Le graphique 5



Le graphique final des volumes montre la différence flagrante entre les marchés en confinement complet et ceux où des transactions résiduelles ont lieu. En ne tenant pas compte de la 1<sup>re</sup> semaine de mars, la résistance de la Suède (80 %) et de la Turquie, des Pays-Bas et du Danemark (qui conservent deux tiers de leur volume) contraste avec les pays en confinement.

Cette différence est cruciale pour le revendeur. Dans le livre blanc, nous avons identifié que l'importance et le moment de l'entrée dans un ralentissement du marché pouvait varier. De même, le moment de la sortie et sa vitesse seront encore plus différents par pays. Cela souligne l'importance d'avoir une solution de revente transfrontalière hautement flexible, combinée à un accès à des données en temps réel sur le marché qui seront cruciales pour la survie.

# Prix de détail du marché

## Mouvements de prix par pays

Le premier élément intéressant est le manque de mouvement global dans certains pays. Toutefois, il y a une corrélation avec la nature de l'imposition d'une distanciation sociale (sauf en Turquie - concernée plus tard).

Tout d'abord, si l'on regarde le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Autriche, l'Italie et la France, ce sont les pays qui ont imposé le confinement avec les mesures les plus strictes ou les plus rapides. Ils n'étaient pas nécessairement les premiers ; les gouvernements autrichien et britannique ont d'abord mis du temps à réagir, mais ensuite, leur réaction a été sévère et rapide.

Le tableau 5 montre la progression des prix sur la base des véhicules de comparaison de l'observation du marché d'INDICATA.

Country	Change (1st Feb vs 3rd Apr)
TR	7.5%
GB	-0.5%
ES	-0.5%
AT	-0.6%
IT	-0.6%
FR	-0.8%
DE	-1.1%
PT	-1.2%
PL	-1.2%
DK	-1.4%
BE	-1.6%
NL	-2.0%
SE	-2.2%

Les concessionnaires ont eu peu de temps pour réagir avant la fermeture. Ils ont donc également connu les changements de prix les plus petits.

Au contraire, le Danemark, la Belgique, les Pays-Bas et la Suède ont évolué plus lentement vers la distanciation sociale ou avec des mesures moins strictes. La diminution de leurs volumes a donc été soit plus lente, soit moins prononcée que dans d'autres pays. Par conséquent, leurs concessionnaires ont eu plus de temps pour réagir et les prix ont plus baissé que pour le groupe antérieur.

Segment	Model	Change (1st Feb vs 3rd Apr)	Unweighted Average
A	108	1.04%	-0.58%
	Aygo	-0.37%	
	Karl	-2.44%	
B	208	-0.47%	-0.37%
	Fiesta	-0.38%	
C	Polo	-0.29%	-2.16%
	308	-3.71%	
D	Auris	-0.98%	-3.25%
	Golf	-1.95%	
E	C-Class	-3.38%	-2.42%
	Passat	-3.09%	
J	A6	-2.60%	-1.57%
	E-Class	-0.06%	
	V70	-5.68%	
M	V90	-2.25%	-1.81%
	Captur	0.62%	
	CX-3	-2.38%	
M	Qashqai	-2.40%	-1.81%
	C-MAX	-2.34%	
	Note	-2.78%	
M	Venga	-0.54%	-1.81%

## Focus sur les Pays-Bas

Nous avons agrandi les chiffres des Pays-Bas par segment. C'est représentatif des deux autres marchés et de la manière dont nous nous attendons à ce que les choses évoluent.

**Les petites voitures ont mieux conservé leur valeur que les plus grands véhicules au début, tant du point de vue de leur valeur en euros qu'en pourcentage. C'est typique d'une dégringolade du marché.**

Il y a quelques « cas particuliers » : la Peugeot 308 est l'élément du panier qui a chuté le plus vite. Il peut s'agir d'un problème statistique ou d'une tendance de la marque ; à ce stade, il est trop tôt pour tirer une conclusion.

## Tendances turques

La Turquie peut sembler, aux yeux de l'observateur occasionnel, faire preuve d'une croissance remarquable. Cependant, si nous regardons le taux de croissance du passé récent, nous aurions pu nous attendre à une croissance d'environ 10 %. La Turquie est un pays où l'inflation est élevée. De plus, des problèmes de devises ont profondément étouffé le marché des voitures neuves.

Le déplacement vers les voitures d'occasion, à la fois en tant que « valeur refuge » mais aussi alimenté par le manque de voitures neuves et un crédit à la consommation (relativement) bon marché, a potentiellement créé une bulle des prix.

Nous remarquons un aplatissement de la courbe inflationniste des véhicules d'occasion en Turquie et, effectivement, que le prix de certains modèles commence à baisser.

# Conclusions

L'imposition rapide de mesures strictes de distanciation sociale a pris de court le secteur. Les concessionnaires, confrontés aux problèmes pratiques de renvoyer leur personnel à la maison et de fermer boutique, ont eu peu de temps pour réagir au niveau des prix.

Sur les marchés où il reste une activité de vente au détail, les prix ont été légèrement modifiés, mais pas au niveau des prix marchands. (Nous voyons les prix marchands chuter de jusqu'à 10 % même si cela dépend beaucoup du vendeur, qui trouve également difficile de réagir à un environnement évoluant rapidement).

Comme lors de la dernière récession, nous nous attendons à voir augmenter l'écart entre le prix au détail et le prix marchand.

Globalement, le marché des véhicules d'occasion était prospère avant l'épidémie de COVID-19, avec des prix poussés vers le haut par la forte demande et un manque d'offre. Le risque existe qu'il y ait des bulles de prix prêtes à éclater sur de nombreux marchés.

## **Dans notre livre blanc, nous avons suggéré que**

- Les mesures de distanciation sociale seraient en place pour une période significative (12-18 mois), avec un allègement sélectif mais en aucune manière un déconfinement complet.
- Des dommages intrinsèques à l'économie mondiale déboucheront sur une pression négative sur les marchés sur une période plus longue que l'imposition de la distanciation sociale.
- Il n'y aura pas de correction rapide et nette vers le haut des prix des véhicules d'occasion au moment de la suppression de la distanciation sociale, à cause de l'incertitude économique sous-jacente, même si la volatilité des prix sera élevée pendant cette période.

Nous continuons à penser que c'est le scénario le plus probable.



# INDICATA contact informatie

Hieronder vindt u de contactgegevens van de verschillende INDICATA vestigingen.  
Indien u meer wilt weten, neem dan contact op met het lokale INDICATA team in uw land.

**Jon Mitchell – UK**

UK Sales Director  
Mobile: +44 7714 398799  
Email: [jm@autorola.co.uk](mailto:jm@autorola.co.uk)

**Pierre-Emmanuel BEAU – France**

Country manager  
Téléphone: +33 (0)1 30 02 89 01  
Mobile: +33 (0)6 62 43 09 66  
Email: [peb@autorola.fr](mailto:peb@autorola.fr)

**Leyre Delgado – Spain**

INDICATA Product Management  
Phone: +34 91 781 64 54  
Mobile: +34 630 246 158  
Email: [ldel@autorola.es](mailto:ldel@autorola.es)

**Sandra Sequerra – Portugal**

Solutions & INDICATA Business  
Unit Manager  
Phone: +351 271 528 135  
Mobile: +351 925 299 243  
Email: [sas@autorola.pt](mailto:sas@autorola.pt)

**Alberto Ongari – Italy**

Head of INDICATA Italy  
[Autorola.it](http://Autorola.it)  
Mobile: +39335208233  
Email: [ao@autorola.it](mailto:ao@autorola.it)

**Andreas Steinbach – Austria**

Autorola | Market Intelligence |  
INDICATA  
Office: +43 1 2700 211-90  
Mobile: +43 664 411 5642  
Email: [ash@autorola.at](mailto:ash@autorola.at)

**Lars-Alexander Lilje – Germany**

Key Account Manager  
Telefon: +49(0)40/180 370 20  
Mobile: +49 (0)176/180 370 20  
Email: [lal@autorola.de](mailto:lal@autorola.de)

**Jurgen Claus – Belgium**

International Business  
Development Manager  
Phone: 0032 (0)3/887 19 00  
Mobile: 0032 (0)473 96 41 09  
Email: [jcl@autorola.be](mailto:jcl@autorola.be)

**Bobby Rietveld – The Netherlands**

Sales Director  
[indicata.nl](http://indicata.nl)  
Mobile: +31 (0)6 113 091 58  
Email: [bri@autorola.nl](mailto:bri@autorola.nl)

**Yngvar Paulsen – Sweden**

Country Manager  
[Autorola.se](http://Autorola.se)  
Mobile: +46 736871920  
Email: [yph@autorola.se](mailto:yph@autorola.se)

**Thomas Groth Andersen – Denmark**

Country Manager  
[Bilpriser.dk](http://Bilpriser.dk)  
Mobile: +4563147057  
Email: [tga@bilpriser.dk](mailto:tga@bilpriser.dk)

**Michał Wojciechowski – Poland**

Dyrektor Zarządzający  
Telefon: +48 22 300 81 88  
Telefon komórkowy:  
Mobile: +48 602 188 902  
Email: [mw@autorola.pl](mailto:mw@autorola.pl)

**Aslı GÖKER - Turkey**

Sales Director, INDICATA  
Phone: +90 212 290 35 30  
Mobile: +90 533 157 86 05  
Email: [asl@indicata.com.tr](mailto:asl@indicata.com.tr)



**INDICATA**

PART OF AUTOROLA GROUP

[www.indicata.be](http://www.indicata.be)