



Podcast On the Move #3 by BNP Paribas / script FR – Mars 2023

## Le secteur automobile aux Etats-Unis : quelles mutations pour un marché à plusieurs vitesses ?

### Présentation de la série « On the Move »

Bonjour. Bienvenue dans la série de podcasts On the Move BNP Paribas sur les thèmes de la mobilité durable. Tout au long de cette série, nous irons à la rencontre d'experts pour faire la lumière sur les enjeux liés au développement de la mobilité durable et découvrir comment, avec le soutien du secteur financier, les acteurs de la chaîne de mobilité, constructeurs, intégrateurs, entreprises, experts en infrastructures, pouvoirs publics, et bien sûr les usagers, se mobilisent pour concevoir et mettre en œuvre une mobilité plus écologique, responsable et inclusive.

Et ce qui est bien quand on est en mouvement, c'est qu'on a le temps d'écouter. Alors profitez-en !

### Questions :

Aujourd'hui, nous accueillons Matthieu Soulé, responsable de BNP Paribas C.Lab Americas, correspondant de Cardif Lab aux Etats-Unis.

Bonjour Matthieu ! Merci de nous rejoindre pour parler des transitions du marché automobile nord-américain. Matthieu, vous êtes reconnu comme un spécialiste de l'innovation au sein du Groupe BNP Paribas, vous travaillez avec les différents métiers du Groupe sur des sujets de mobilité, mais aussi avec des entreprises clientes externes.

Pouvez-vous nous en dire un peu plus à ce sujet ?

Merci, Juliet. Donc, oui, historiquement, nous travaillons avec les différents métiers du Groupe BNP Paribas. L'un d'entre eux, comme vous le savez, est BNP Paribas Arval, un autre est Personal Finance pour les prêts à la consommation, et le troisième est BNP Paribas Cardif pour les assurances. Au-delà de ces trois clients, nous travaillons également avec de grandes entreprises internationales.

C'est-à-dire des constructeurs automobiles, ou d'autres types de véhicules comme des trains ou des bus, ce genre de véhicules. Nous travaillons également du côté des start-up, et du côté des investissements pour identifier, sur le marché américain, des cibles potentielles pour des investissements minoritaires, des « start-up » en phase de démarrage dans l'espace de la mobilité en général.

Comme vous êtes basé à San Francisco, quel est votre point de vue sur l'évolution du marché automobile ?

Historiquement, nous examinons le marché des voitures, ou des véhicules de tourisme, à partir des voitures neuves. L'année dernière par exemple, en 2022, environ 13,7 millions de véhicules ont été vendus sur le marché américain. C'était un chiffre bas, je dirais que ce n'était pas une année très forte. C'est-à-dire qu'il y a quelques années, juste avant la Covid, nous avons atteint 17 millions de véhicules, donc c'est un peu en baisse.

Ceci étant dit, le prix moyen des véhicules est en hausse. Donc en fait, les constructeurs s'en sortent plutôt bien. Nous parlons des voitures neuves. Nous parlons aussi des véhicules d'occasion, dont environ 30 millions ont été vendus en 2022. Sur tous les marchés du monde, il se vend plus de voitures d'occasion que de voitures neuves.

Et pour vous donner une idée du marché automobile, aux États-Unis, il y a environ 283 millions de véhicules légers en circulation et l'âge moyen d'un véhicule est de 11 ans. Et c'est un sujet : la moyenne des voitures vendues est un peu différente de celle de l'Europe, puisque la moyenne des voitures neuves est de quarante-cinq mille dollars.

Donc le prix a augmenté de plus de 20 % au cours des deux ou trois dernières années. Il a beaucoup augmenté. Et c'est la même chose pour le marché des voitures d'occasion, à environ trente mille dollars, ce qui représente plutôt 50 % au cours des dernières années. Donc, pour faire court, il y a moins de voitures vendues, mais leur prix est un peu plus élevé.

**Pourriez-vous nous donner une vue d'ensemble du marché nord-américain en nous indiquant qui sont les principaux fabricants d'aujourd'hui ? Est-ce un marché très différent du marché européen ou asiatique ?**

Si l'on considère le marché américain, les principales entreprises aux États-Unis ne sont pas une grande surprise. Parmi les deux plus grandes entreprises américaines, General Motors est le numéro un et Ford le numéro trois. Le deuxième, historiquement, est Toyota et ils se battent toujours avec General Motors pour savoir qui est le numéro un ou deux chaque année.

Et plus loin dans le classement, vous avez plus d'acteurs japonais et, ou, coréens. Vous avez des acteurs comme Hyundai, et vous avez Stellantis qui, comme vous le savez, était une fusion entre PSA et Fiat Chrysler - Chrysler était le côté américain. Et vous avez Honda, Nissan, et Subaru. C'est vraiment un mélange de marques américaines et de marques japonaises et coréennes. Les Européens sont un peu en retard, sauf Stellantis, avec la fusion.

Comme vous le savez peut-être, en Europe, les principaux acteurs sont Volkswagen, le Groupe Renault, qui sont très petits, en fait, sur le marché américain.

**Et lorsque nous parlons du marché nord-américain, qui est un très grand marché, pouvons-nous parler d'un marché unique ou existe-t-il des marchés très différents selon les États, et peut-être aussi selon l'usage entre les villes et le pays ?**

Bien sûr, la grande différence géographique se situe plutôt entre les villes et la campagne, d'une certaine manière. Globalement, la grande différence est le type de véhicule. Sur le marché américain, vous avez beaucoup de ce que nous appelons des « cross-overs », donc une sorte de petit SUV. Et vous avez aussi des pick-up, ce qui n'est pas quelque chose que l'on voit beaucoup en Europe. La taille moyenne des véhicules est plus grande que ce que l'on peut attendre en Europe. C'est donc la principale différence avec les marchés européens.

**On a parlé de ces « pick-up » et de ces gros véhicules, donc c'est vrai que pendant longtemps, les États-Unis ont été perçus comme la « nation de l'automobile » grâce à la fabrication, mais aussi à l'essence bon marché, qui a notamment permis le développement des véhicules « gaspilleurs**

**d'essence ». Donc on dit « gas guzzler » quand on parle de véhicules qui consomment beaucoup de carburant, mais est-ce qu'aujourd'hui les voitures ont changé pour s'adapter au prix de l'essence et est-ce que les consommateurs américains prennent davantage conscience de l'impact des véhicules sur le climat ? Est-ce qu'ils sont forcés de le faire ? Et le prix jouerait-il davantage ?**

Je pense que le premier point concerne l'électrification des véhicules. Le chiffre actuel pour 2022 est d'environ 5 % de véhicules entièrement électriques et 5 % de plus de véhicules hybrides. Donc 90% du marché n'était pas encore constitué de véhicules électriques : une grande différence par rapport à l'Europe ou à la Chine qui mène la course.

Il y avait deux facteurs spécifiques. Tout d'abord, la plupart des gros véhicules, notamment les pick-up, et comme Rivian l'a annoncé l'année dernière, n'étaient pas électriques depuis de nombreuses années. Ce n'est que l'année dernière, en 2022, que de nombreux nouveaux véhicules ont été introduits pour la première fois sur le marché. Il y a donc un jeu de rattrapage, je dirais, en termes de type de véhicules.

Le carburant est historiquement, selon les États, un peu moins cher aux États-Unis. Mais la préoccupation de nombreux Américains, comme en Europe, est l'autonomie du véhicule, y a-t-il des stations de recharge ? Et c'est aussi un problème aux États-Unis aujourd'hui, qui ont 3 ou 4 ans de retard dans ce domaine.

Et l'un des grands changements, je dirais culturel, est qu'à l'heure actuelle, par exemple, presque 40 % du marché des VE aux États-Unis est en Californie. La Californie représente environ 12 % de la population américaine, mais près de 40 % des véhicules y sont vendus. Nous pouvons donc constater que certains marchés ressemblent beaucoup à l'Europe en termes de préoccupations climatiques. La Californie mène la course pour l'instant, et les autres États suivront probablement.

**Est-ce que cela est dû aux politiques mises en place pour encourager le développement des véhicules électriques ?**

C'est en partie dû à la politique, comme dans les pays européens aujourd'hui, certains États, la Californie, l'État de Washington et d'autres, ont mis en place des interdictions de véhicules thermiques d'ici 2030-2035, pour la Californie c'est 2035. C'est aussi culturel, par exemple avec la Toyota Prius, qui a été l'un des premiers véhicules hybrides vendus principalement aux États-Unis. Il y a presque 20 ans, plus de 50 % des ventes de la Toyota Prius, le véhicule hybride, ont été réalisées en Californie. Ce n'est donc pas quelque chose de nouveau, puisque le marché californien était déjà positionné, mais il est aujourd'hui en tête du jeu aux États-Unis pour l'adoption des véhicules électriques.

**Pour conclure, quels sont les principaux problèmes des consommateurs américains en matière de véhicules électriques ? Il y a le prix, mais peut-être aussi les points de charge non ?**

Oui le prix c'est sûr, c'est le premier critère. Ensuite, il y a l'endroit où l'on peut recharger. Il n'y a pas encore beaucoup d'accès à la recharge publique. Il y a toujours la question des voyages de longue distance - comme vous le savez, les États-Unis sont un très grand pays, donc les gens ont l'habitude de faire de très longs voyages pour les vacances ou simplement pour le travail. Ils sont donc inquiets : est-ce que ce sera possible ?

Il y a encore des questions concernant la batterie : Faut-il la remplacer ? Comment fonctionne-t-elle, etc. Donc, une certaine éducation est encore nécessaire sur le marché américain pour cela.

**Vous avez mentionné plus tôt le marché des voitures d'occasion. Quelles sont les alternatives aux voitures neuves aux Etats-Unis ? Je veux dire, il y a les voitures d'occasion bien sûr, mais qu'en est-il du leasing et du partage de voitures ? Y a-t-il de nouvelles formes d'utilisation ?**

Historiquement, le marché américain a inventé le modèle de leasing de voitures pour les consommateurs. C'est donc quelque chose qui existe depuis près de 50 ans. Ces dernières années, quelques start-up et constructeurs automobiles ont essayé, je dirais, ce que nous appelons un modèle d'abonnement, c'est-à-dire une sorte de modèle de paiement mensuel pour votre véhicule, tout compris avec l'assurance et d'autres choses, et en gros vous pouviez arrêter les paiements, reprendre la voiture chez le concessionnaire ou la start-up... La plupart de ces modèles commerciaux posaient des problèmes pour changer d'échelle et beaucoup d'entre eux étaient des pilotes au niveau local.

La Covid est arrivée, ce qui n'a pas aidé. Mais maintenant, surtout en ce qui concerne les véhicules électriques, il y a une nouvelle vague de start-ups, et de constructeurs automobiles, qui essaient ce modèle parce qu'il pourrait être très approprié en raison du coût plus élevé des véhicules électriques. C'est quelque chose qui est attrayant à la fois pour les consommateurs et pour les détenteurs de parcs automobiles.

**En ce qui concerne la technologie, diriez-vous également que les véhicules autonomes et connectés sont une option, ou sont en cours d'exploration ?**

Sur le marché américain, les véhicules connectés sont presque la norme. Ainsi, tout nouveau véhicule a maintenant une sorte de connectivité à la 5G ou à d'autres options. La grande nouveauté, qui est en quelque sorte unique sur le marché américain, à l'exception peut-être de la Chine aujourd'hui, est le véhicule autonome. Nous en avons déjà sur la route à San Francisco. Vous pouvez les essayer avec une application mobile comme Uber et Lyft. Vous pouvez commander votre « Cruise ». Cruise est une start-up qui a été rachetée il y a quelques années par General Motors. Vous commandez simplement la voiture. Il s'agit d'une voiture sans conducteur, qui vient donc vous chercher.

Avant de démarrer, une voix vous recommande que vous boucliez votre ceinture de sécurité et après le trajet se déroule un peu comme un Uber. Donc c'est encore un petit marché, c'est-à-dire quelques milliers de véhicules à San Francisco, et c'est testé la nuit, et c'est moins cher qu'Uber. Donc les véhicules autonomes sont en phase d'expérimentation. Et pour finir sur ce sujet, je pourrais mentionner quelques autres start-ups : Waymo qui était le nom de la voiture de Google, historiquement. Waymo est déjà opérationnel à Phoenix, aux États-Unis, et s'étend à d'autres villes. Il y a également Uber et Lyft, qui sont des sociétés de covoiturage historiques qui se sont associées à une société appelée Motional, pour s'étendre en 2023 à Phoenix, Los Angeles et d'autres villes des États-Unis. Donc les consommateurs commencent dans les grandes villes, ou les villes moyennes, à expérimenter de plus en plus la conduite autonome, pour leur « robotaxi » en fait.

**Ça a presque l'air sympa ! Donc, au-delà de l'énergie propre et des infrastructures connexes, des voitures autonomes et du covoiturage : voudriez-vous mentionner d'autres challengers ou nouvelles associations telles que « la voiture rencontre la technologie » qui améliorent votre expérience utilisateur ? Je veux dire, ce que vous nous avez décrit maintenant est un exemple, mais peut-être cela va-t-il encore plus loin ?**

Aux États-Unis, ou dans la Silicon Valley, nous utilisons le terme « Technologies de la mobilité » pour décrire le nombre d'investissements réalisés dans l'espace de la mobilité dans tous les domaines. Juste pour vous donner un chiffre, en 2021, environ quatre-vingt-treize milliards de dollars ont été investis dans des start-up, donc dans plus de 1 800 startups dans le monde entier, et la moitié de ce montant, plus ou moins, se trouve aux États-Unis.

Si je prends un seul exemple de modèle perturbateur : nous avons parlé des véhicules autonomes et des robots-taxis, l'un des espaces intéressants aujourd'hui est appelé « Mobilité avancée ». Vous avez donc ce genre de ce que j'appellerais un drone volant, ou un taxi volant, comme dans le *Cinquième élément*, qui commence à être de plus en plus robuste.

Cela fonctionne techniquement, et comme vous le savez peut-être, Paris ou Dubaï et d'autres villes essaient de les faire vivre en direct, soit pour les Jeux Olympiques, soit pour différents événements spéciaux. Techniquement, ça fonctionne. C'est toujours la même chose dans l'espace de mobilité : la technologie est là, mais il y a toujours une question de politique : ce qui est autorisé ou non. En fin de compte, c'est toujours une question d'adoption, les consommateurs se sentent-ils en sécurité ou non pour adopter la technologie, et nous sommes toujours dans cette phase d'apprentissage. Mais la technologie avance, donc nous verrons à quelle vitesse elle sera adoptée, ou pas.

**L'un a l'air amusant, l'autre a l'air un peu effrayant - voler dans nos taxis individuels - au-dessus de la Seine pour voir les Jeux Olympiques ! Nous sommes arrivés, je crois, à la fin de nos questions. Merci beaucoup de vous être joints à nous et de nous avoir éclairés sur ce qui se passe aux États-Unis dans le secteur de la mobilité, depuis la fabrication jusqu'à l'avenir.**

Merci pour votre temps, Juliet.

