



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

emploi et activité

Question écrite n° 86460

Texte de la question

M. Pierre Morel-A-L'Huissier attire l'attention de M. le ministre chargé de l'industrie sur la part de marché des marques françaises dans le marché des automobiles. Il souhaiterait en connaître l'évolution depuis cinq ans.

Texte de la réponse

En 2005, avec 1,5 million de véhicules vendus (1,2 million de véhicules particuliers et 300 000 véhicules utilitaires légers), les marques françaises détenaient 58,5 % du marché national (56 % pour les véhicules particuliers et 70,7 % pour les véhicules utilitaires légers). Leur part de marché diminue jusqu'en 2007 pour atteindre 54,4 % (51,8 % pour les véhicules particuliers et 65,9 % pour les véhicules utilitaires légers). Depuis 2007, malgré la forte concurrence et la montée en puissance de nouveaux acteurs comme Dacia, la place des marques françaises augmente régulièrement tant sur le marché des véhicules particuliers (52,8 % en 2008 et 53,9 % en 2009) que sur le marché des véhicules utilitaires légers (66,5 % en 2008 et 66,9 % en 2009). Au total (véhicules particuliers et véhicules utilitaires légers), la part de marché des marques françaises était de 55,3 % en 2008 et de 55,8 % en 2009. Au cours des sept premiers mois 2010, la part des marques françaises continue à progresser (56,76 % pour l'ensemble du marché, 55,05 % pour les véhicules particuliers et 56,76 % pour les véhicules utilitaires légers). Cette augmentation de la part de marché des marques françaises depuis 2007 s'est réalisée essentiellement au profit de la marque Citroën qui est passée de 13,8 % en 2005 à 15,4 % en 2009 avant de connaître un léger recul sur les sept premiers mois de l'année (15,2 %). La marque Peugeot enregistrait 17,5 % des immatriculations en 2005, 17 % en 2007 et en 2008 et 16,8 % en 2009. Sur les sept premiers mois 2010, Peugeot gagne un point de part de marché par rapport à 2009, grâce au bon accueil du public pour ses nouveaux modèles, notamment la 206 +, le cross-over 3008 et le monospace 5008. Au total, le groupe PSA voit sa part de marché progresser de 31,4 % en 2005 à 33 % en 2010 (7 mois). En revanche, la place de la marque Renault se contracte de 2005 à 2007 passant de 26,7 % à 23,5 % et reste quasi stable depuis (23,7 % en 2008, 23,5 % en 2009 et 23,7 % sur les sept premiers mois 2010).

Données clés

Auteur : [M. Pierre Morel-A-L'Huissier](#)

Circonscription : Lozère (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 86460

Rubrique : Automobiles et cycles

Ministère interrogé : Industrie

Ministère attributaire : Industrie, énergie et économie numérique

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 17 août 2010, page 8990

Réponse publiée le : 11 janvier 2011, page 249