

LE ZOOM ÉCO DE 15H30 11/07/2018

INDE

COMMENT SKODA COMPTE METTRE UN TERME AUX ÉCHECS DE VOLKSWAGEN EN INDE

Le groupe Volkswagen mise sur le développement du marché automobile indien et a annoncé un **investissement d'un milliard d'euros dans le pays entre 2019 et 2021**.

La marque Skoda sera chargée de développer et produire de nouveaux modèles destinés au marché indien, à la fois pour elle-même mais aussi pour les autres marques du groupe.

Jusqu'à présent, le groupe Volkswagen n'avait que peu de succès en Inde.

En premier lieu, le constructeur allemand avait tenté de s'imposer sur le marché indien en nouant un partenariat avec Suzuki, le leader en Inde, mais cette collaboration s'était terminée dans un climat hostile en 2015.

L'an dernier, Volkswagen a ensuite tenté de collaborer avec le groupe indien Tata Motors, de nouveau sans succès.

Cette fois, le groupe allemand espère rencontrer le succès en Inde en changeant de stratégie et en y travaillant sans partenaire.

Dans une conférence de presse, le président de Skoda, Bernhard Maier, a annoncé le plan Inde 2.0. Il a concédé que Volkswagen n'avait pas réalisé ses objectifs de croissance en Inde mais a souligné que le pays était un « marché tellement important » qu'une nouvelle stratégie était essentielle.

Le groupe allemand doit notamment réduire le coût de ses véhicules destinés au marché indien. En effet, les modèles à bas coûts y sont largement majoritaires et les véhicules du groupe Volkswagen ont de ce fait toujours été trop chers pour s'imposer.

Volkswagen a donc réalisé plusieurs études pour déterminer les freins à son essor en Inde. Il en ressort que le temps de développement des véhicules joue un rôle déterminant. En effet, les modèles du groupe sont « sur-développés » en comparaison avec leurs concurrents.

Les coûts de développement additionnels relèvent les prix des véhicules, ce qui se traduit par une

faible demande. Ainsi, sur les cinq premiers mois de l'année, Volkswagen n'a vendu que 16 657 unités en Inde et Skoda, 6 891. A titre de comparaison, sur la même période, Suzuki a vendu quelque 750 000 véhicules dans le pays.

Pour réduire ses coûts de développement, Volkswagen va localiser sa plateforme pour petites voitures, la MQB A0, en Inde. Le groupe allemand dispose déjà de deux usines d'assemblage en Inde et va ouvrir un nouveau centre d'ingénierie et de recherche et développement. Il va également commencer, pour la première fois, à produire des moteurs en Inde. En ajoutant à tout cela l'agrandissement de l'usine de Skoda à Aurangabad (centre de l'Inde), le groupe Volkswagen devrait créer 4 000 à 5 000 nouveaux emplois.

Le premier modèle issu de cette nouvelle stratégie Inde 2.0 sera un petit véhicule de loisir attendu d'ici à la fin de 2020. Skoda le décrit comme « fait en Inde pour l'Inde ». Il sera suivi par plusieurs petites citadines pour les marques Skoda et Volkswagen.

Ainsi, pour la première fois, Volkswagen dévoilera un modèle en première mondiale en Inde, s'est réjoui Gurpratap Boparai, directeur de Skoda Auto India.

Le modèle devrait néanmoins rester coûteux, notamment en raison de matériaux légers (aluminium et acier à haute résistance formé à chaud). Toutefois, le véhicule pourrait réussir à concurrencer les autres modèles proposés sur le marché indien, au vu de l'augmentation des prix des voitures dans le pays. En effet, les normes de sécurité et d'émissions de plus en plus strictes mises en place en Inde poussent les constructeurs à améliorer la qualité de leurs véhicules et donc à en relever le prix.

Ces normes, baptisée Bhart Stage 6 (environ équivalentes à la norme Euro 6), entreront en vigueur en 2020. Le groupe Volkswagen a fait savoir que sa future gamme pour le marché indien respecterait ces normes.

La réduction de l'écart de prix entre Volkswagen et ses concurrents, la diminution des coûts de production, et la multiplication par deux du nombre de concessionnaires du groupe Volkswagen en Inde d'ici à 4 ans devraient permettre au groupe allemand d'atteindre une part de marché de 5 % d'ici à 2025 (contre 1,6 % actuellement).

Si le marché indien atteint 8 à 10 millions d'unités d'ici à 2025 (comme le prédit le groupe Renault notamment), Volkswagen vendrait ainsi 400 000 à 500 000 véhicules par an en Inde à cet horizon.

Enfin, Skoda prévoit d'utiliser l'Inde comme une base d'exportations vers d'autres marchés émergents.

Par Cindy Lavrut