

Entre loisir et spéculation, quel avenir pour la voiture ancienne en 2016 ?

Synthèse de la thèse de MBA de François Mathieu présentée en décembre 2015 avec le soutien de l'IAE d'Aix-en-Provence

Quand en février 2015 au cours du salon Retromobile, une Ferrari 250 GT California de la collection Baillon est adjugée 16 millions d'Euros, cela suscite fantasme et convoitise et pourrait laisser penser que ce qui n'était qu'un loisir de passionné est devenu un business pour spéculateurs fortunés.

Il n'en est rien. Les ventes aux enchères qui font les gros titres des journaux spécialisés et autres blogs représentent en volume moins de 5% du marché.

En France les véhicules historiques (qui regroupe autos, motos et utilitaires) sont une petite industrie qui emploie 20.000 personnes (équivalent temps plein) au sein de 4.000 entreprises, principalement des artisans et TPE, générant un chiffre d'affaire de l'ordre de 4 Milliards d'euros, en légère croissance depuis plusieurs années. Pour leur 230.000 propriétaires ces véhicules ont pour vocation principale d'occuper leurs loisirs*.

L'étude de cet écosystème que j'ai réalisée montre que les amateurs de voitures anciennes restent attachés au patrimoine, aux belles mécaniques et à la convivialité des rencontres entre passionnés, leurs occupations principales étant les promenades, les rallyes (touristiques ou sportifs) et la restauration (40% des personnes interrogées entretiennent, au moins partiellement, eux même leurs véhicules).

Même s'ils ne sont pas tous désintéressés ni insensibles à une fiscalité attractive, les préoccupations des propriétaires de voitures anciennes sont plus le manque d'occasion d'utiliser leurs véhicules (25% des personnes interrogées) ou le manque de place pour conserver et entretenir leurs biens dans de bonnes conditions (32%), que la spéculation sur les quotations qui flambent.

Et en 2016, comment vont évoluer le marché et le comportement des propriétaires ?

Les spécialistes s'accordent sur le fait que les côtes vont se stabiliser, ce que semblent confirmer les dernières ventes aux enchères mais ce qui ne veut pas dire que certains modèles n'ont pas encore atteint l'asymptote de leur cote.

Ce qui pourrait changer dans les années à venir est plus lié aux nouvelles tendances de consommation et à des besoins non satisfaits des utilisateurs actuels, voire d'un rajeunissement des effectifs.

Les entreprises

Alors que les petits réparateurs, parfois très spécialisés, ont souvent du mal à facturer toutes leurs heures, le fait que quelques grandes enseignes se développent et que des grandes marques à l'image de Mercedes, BMW et plus récemment Porsche ouvrent leurs propres centres de réparation historique, démontre l'attractivité du marché et va sans doute entraîner une certaine restructuration des activités jusque-là très artisanales.

Ce mouvement pourrait être accéléré par l'âge avancé des dirigeants d'entreprise, dans un contexte où le savoir-faire tient entre quelques mains expertes pour des métiers manuels peu attractifs aux yeux des nouvelles générations.

A ce titre les initiatives récentes du CNVA (Conservatoire National des Véhicules Anciens) méritent d'être soulignées et encouragées pour répondre au besoin de pérennité du savoir-faire.

Les usages

Si la convivialité reste l'une des attractions majeures de ces activités de loisir et que 50% des propriétaires ont adhéré à un club, partager un bon moment et partager un véhicule sont 2 sujets bien distincts. La location de véhicule historique n'est à ce jour pas envisageable pour 64% des propriétaires, tout comme acheter une voiture à plusieurs (système de time sharing par exemple), 75% sont contre.

Sans doute une question de génération alors que l'économie de partage pointe le bout de son nez et qu'ubérisation devient un mot courant. Il faudra sans doute encore du temps avant que ce modèle économique s'impose, dans un secteur, il faut bien le reconnaître, conservateur.

Par contre, le besoin en place de parking pourrait permettre de développer des parkings associatifs qui seraient également des lieux de partage et dans une moindre mesure mettre à disposition des moyens d'entretien, à condition qu'ils offrent des services professionnels et de qualité.

Le phénomène qui prend de l'ampleur est celui des Youngtimers, ces voitures qui ont fait rêver les quadras d'aujourd'hui. Mais le phénomène semble plus large qu'un simple mouvement générationnel du fait de leur coût abordable ajouté au besoin largement exprimé de retrouver des voitures de caractères offrant de vraies sensations de conduite, que l'on peut entretenir sans valises électroniques. L'offre actuelle, qui se développe principalement avec les petites annonces, doit se professionnaliser pour accompagner une demande grandissante.

D'autres offres devraient également se développer dans l'organisation d'événements de roulage, plus variés et personnalisés que les sorties club et moins chers que les plus prestigieuses que l'on connaît aujourd'hui. Leurs succès dépendront en grande partie de la flexibilité proposée et d'un rapport qualité/prix bien ajusté.

Tout cela accompagné, voir influencé, par les technologies de mobilité et de partage que nous connaissons déjà.

Le marché de la voiture ancienne existe, même s'il est confidentiel et fragmenté, il évolue, même lentement, et reste en croissance, même modérée, ce qui n'est pas forcément le cas dans tous les domaines. Comment les propriétaires de véhicule vont-ils trouver des solutions à leurs besoins ? Comment les professionnels vont-ils accompagner ces mouvements et s'adapter ? Ce sera l'un des enjeux de 2016.

** Rapport d'enquête FFVE publié en Fév. 2015*