

VÉHICULES ÉLECTRIQUES : UN BUSINESS DE PLUS DE 10 MILLIARDS D'EUROS EN 2025



Dans sa dernière publication (« Le marché français de la voiture électrique et des services associés », octobre 2019), Les Echos Etudes apporte une vision nouvelle du marché des voitures électriques en étudiant l'ensemble de l'écosystème associé à son décollage. Toutes les parties prenantes se préparent au boom du marché mais les opportunités ne sont pas les mêmes le long de la chaîne de valeur.

L'électrification du parc a commencé

La substitution du véhicule thermique par des motorisations alternatives a démarré. Avec le 2e parc européen de véhicules 100 % électriques, la France joue un rôle de premier plan dans cette révolution. Les nouvelles immatriculations ont augmenté de 25 % dans l'Hexagone en 2018 et les records se sont enchaînés, mois après mois, sur la première moitié de 2019.

Il faut dire que le Gouvernement a mis en place un arsenal législatif pour décarboner le parc roulant. Entre obligations, contraintes exercées sur les motorisations thermiques et incitations financières à l'achat d'une voiture électrique (VE), les mesures sont nombreuses. La multiplication des lancements de nouveaux modèles (près d'une centaine attendus dans le monde entre 2020 et 2022) dynamise également les ventes. Parallèlement, les conditions économiques s'améliorent avec le niveau élevé des prix des carburants et la tendance à la baisse du coût de production des batteries. En 8 ans, ils ont été divisés par près de 7.

Les ventes vont décupler d'ici 2025

Tous les voyants sont donc au vert. Selon les estimations des Echos Etudes, les ventes

de voitures particulières 100 % électriques pourraient atteindre entre 300 000 et 420 000 unités en 2025, soit plus de 10 fois les volumes écoulés en 2018.

Du côté des infrastructures de recharge, l'offre se développe également. Leur nombre a bondi de 80% en deux ans, selon Enedis, atteignant les 242 000 points de charge en France au premier trimestre 2019. Plus de la moitié est installée dans des entreprises (123 000). Quant aux particuliers, ils comptabilisent 91 000 points de charge à leur domicile (38 % du total).

De nouveaux business à capter

Avec le développement du véhicule électrique, un nouvel écosystème se met en place. De nombreux business sont aujourd'hui en phase de structuration et offrent des perspectives à toute la filière.

Le plus important est, bien sûr, celui de la vente de voitures. Il représente un marché de près de 1,5 md€ en 2019 d'après les estimations des consultants des Echos Etudes, en hausse de 50 % en un an. L'offre de véhicules électriques est aujourd'hui très restreinte. Mais tous les constructeurs sont engagés dans l'électrification de leur gamme. BMW a pris une longueur d'avance. Les véhicules électriques et les hybrides rechargeables ont représenté 6,7 % de ses ventes en 2018. En queue de peloton, Toyota Lexus, PSA et FCA doivent accélérer s'ils ne veulent pas se faire distancer.

Dans l'amont, le business de la fabrication des batteries est en plein boom. Le marché est, pour l'instant, surcapacitaire mais les besoins s'annoncent colossaux pour répondre à l'explosion attendue des ventes de véhicules

électriques et à l'essor du stockage stationnaire. La capacité de production mondiale de batteries lithium-ion devrait être multipliée par plus de 4 d'ici 2023 et par plus de 7 dans une dizaine d'années.

Du côté des infrastructures de recharge, le marché est encore une niche. Il est évalué par Les Echos Etudes entre 60 et 100 M€ en 2018 pour l'installation de bornes de recharge. Mais les perspectives sont très bonnes. Tout se joue maintenant car une fois le territoire maillé, d'ici 10 ans, le marché va considérablement ralentir. Il ne s'agit donc pas de le rater.

Les offres de mobilité restent à construire

En aval de la chaîne de valeur, le développement des voitures électriques entraîne également l'apparition de nouvelles offres comme celles dédiées spécifiquement à la fourniture d'électricité pour la recharge des véhicules. Pour l'instant, seuls trois fournisseurs (CNR/Enalp, EDF, Engie) proposent une offre spécifique pour les particuliers propriétaires de VE, auxquelles s'ajoute l'offre de Total Direct Energie. Elle ne leur est pas dédiée, mais le fournisseur la préconise pour ce type de consommateur. A plus long terme, d'autres gammes de services liés à la mobilité électrique sont à construire. Le stockage stationnaire notamment constitue un nouveau terrain de jeux à la fois pour les fournisseurs d'énergie et les équipementiers de l'industrie électrique pour qui cette activité est liée à leur cœur de métier, mais aussi pour les constructeurs automobiles et les industriels des batteries. Leur implication dans le VE est ainsi une porte d'entrée sur le marché de l'énergie.

Les services de Véhicule-to-grid (V2G), qui visent à exploiter la batterie lorsque le véhicule électrique n'est pas utilisé pour participer notamment à l'équilibrage du système électrique, constituent également des axes à explorer. Les expérimentations commencent à peine et les freins demeurent nombreux. Le décollage n'aura, vraisemblablement, pas lieu avant une dizaine d'années.

Dans cette chaîne de valeur en phase de structuration, les prétendants sont très nombreux pour participer au décollage du marché et préempter les positions.

D'ici 2025, la voiture électrique représentera un marché de plus de **10 milliards d'euros**, à la fois dans la vente de VN, l'installation des bornes de recharge et la fourniture d'électricité.

Source : Les Echos Etudes

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

Synthèse : points clés et principaux enseignements de l'étude

01 Les moteurs et freins au développement du véhicule électrique

L'impact environnemental du véhicule électrique

L'évolution des coûts de production des batteries

Les coûts d'usage des véhicules électriques et thermiques

L'environnement réglementaire et les dispositifs de soutien

02 La taille du marché français du véhicule électrique

La dynamique des ventes des voitures particulières

La dynamique des ventes des utilitaires électriques

Où en est la France par rapport à ses voisins européens et aux principaux marchés mondiaux ?

Le point sur les IRVE (infrastructures de recharge des véhicules électriques)

Quelles sont les perspectives d'évolution des ventes de véhicules électriques ?

Les business associés au VE : services de mobilité, exploitation de réseau de bornes de recharge, vehicle to home (V2H) et vehicle to grid (V2G)

03 Les forces en présence sur le marché

La chaîne de valeur du véhicule électrique : de la fabrication des batteries à la construction des voitures, en passant par le déploiement de bornes de recharge, les services de mobilité ou encore la fourniture d'électricité...

Tour d'horizon des catégories d'acteurs présentes sur le marché de la voiture électrique : constructeurs automobiles, fabricants de batterie, installateurs de bornes de recharge, exploitants d'IRVE, opérateurs de mobilité... Enjeux et nouveaux business models à explorer

Le détail des parts de marché des constructeurs de véhicules électriques

04 Les stratégies de développement des forces en présence

L'électrification à marche forcée des gammes de véhicules

Fabrication, assemblage, partenariat... les stratégies des constructeurs automobiles dans les batteries

La course à la taille des fabricants de batteries

Stockage stationnaire, services de mobilité, fourniture d'électricité...

Le véhicule électrique comme base des stratégies de diversification

Le développement d'offre de fourniture d'électricité dédiée à la mobilité

Les acquisitions et prises de participations pour accélérer le développement

05 Les perspectives du marché des véhicules électriques

Quelle sera la taille du marché français à moyen terme ?

Comment le jeu concurrentiel va-t-il évoluer ?

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Rakia AHMED tél. 01 87 39 76 26 ou par mail : rahmed@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Études ».

Les Echos

ÉTUDES