

Quel attrait des VE chinois pour les consommateurs européens ?

WANG Shanjin, expert moteur et président de l'Association des ingénieurs automobiles chinois en France

Eric ESPERANCE, Partner automobile chez Roland Berger

Notes et éléments factuels complémentaires Yves Soronellas

Synthèse — Les véhicules électriques chinois en Europe : menace, révélateur ou accélérateur ?

Les véhicules électriques chinois progressent vite en Europe, mais leur percée doit être regardée avec précision.

En France, BYD atteint déjà environ 7% du marché électrique, soit près de 2% du marché automobile total ; en Europe, les marques chinoises montent rapidement, mais restent encore trop limitées en volume pour expliquer à elles seules la crise du marché automobile européen. Celle-ci est d'abord endogène : prix du neuf trop élevés, instabilité réglementaire, pouvoir d'achat contraint, recul des flottes et report massif vers l'occasion.

L'attrait des marques chinoises tient à une promesse simple : beaucoup de technologie, beaucoup d'équipements, et un prix souvent plus compétitif.

Batteries LFP, intégration verticale, interfaces numériques, ADAS, mises à jour logicielles et recharge rapide donnent à ces véhicules une image de modernité accessible. Pour une partie des consommateurs, ils apparaissent comme les nouveaux challengers que furent hier les Japonais puis les Coréens.

Mais le succès n'est pas automatique. Le marché européen n'est pas le marché chinois.

L'acheteur de voiture neuve en Europe est plus âgé, garde son véhicule plus longtemps, valorise le réseau après-vente, la valeur résiduelle, la lisibilité des commandes et la fiabilité sur huit à dix ans. Or beaucoup de véhicules chinois ont été pensés pour un usage plus jeune, plus urbain, plus digitalisé et plus rapidement renouvelé. Le vrai sujet n'est donc pas seulement le prix : c'est la confiance dans la durée.

L'assemblage ou la production en Europe ?

Les constructeurs chinois l'ont compris : pour s'installer durablement, ils ne peuvent plus se contenter d'exporter. BYD en Hongrie, Chery en Espagne, Leapmotor avec Stellantis, SAIC/MG, XPeng ou Dongfeng explorent désormais l'assemblage ou la production en Europe. L'objectif est clair : réduire l'exposition aux droits de douane, rassurer politiquement, maîtriser la logistique et construire une légitimité industrielle locale.

Adapter leur produit, leur qualité, leur réseau et leur promesse au vrai profil de l'acheteur européen

Au fond, les véhicules chinois ne sont ni un épiphénomène ni la cause unique des difficultés européennes. Ils sont plutôt un révélateur : celui d'une industrie européenne trop chère, parfois trop lente, et fragilisée par ses propres choix stratégiques. La question n'est plus de savoir si les constructeurs chinois entreront en Europe, mais lesquels sauront adapter leur produit, leur qualité, leur réseau et leur promesse au vrai profil de l'acheteur européen.

Durabilité, confiance, ancrage industriel

En résumé : la bataille ne se jouera pas seulement sur le prix ou la technologie, mais sur la durabilité, la confiance et l'ancrage industriel. C'est là que se décidera la place réelle des marques chinoises dans l'automobile européenne.

Table des matières

Synthèse — Les véhicules électriques chinois en Europe : menace, révélateur ou accélérateur ?	1
Les véhicules électriques chinois progressent vite en Europe, mais leur percée doit être regardée avec précision.	1
L'attrait des marques chinoises tient à une promesse simple : beaucoup de technologie, beaucoup d'équipements, et un prix souvent plus compétitif.	1
Mais le succès n'est pas automatique. Le marché européen n'est pas le marché chinois.	1
L'assemblage ou la production en Europe ?	1
Adapter leur produit, leur qualité, leur réseau et leur promesse au vrai profil de l'acheteur européen	2
Durabilité, confiance, ancrage industriel	2
1. Contexte chiffré : percée rapide des EV chinoises	5
La montée en puissance de l'EV au sens large.....	5
Mais « subventions françaises » pour forcer la transition des flottes	5
BYD en France en 2026 : 7% du marché EV.....	5
Les Chinois ne sont pas coupables du recul du marché	5
2. Quels attraits pour les consommateurs européens ?	6
Plusieurs ressorts principaux.....	6
Les différences structurelles de marchés et le mauvais positionnement chinois	7
Tableau comparatif.....	7
Problématiques de qualité et de maturité	8
3. Quelles technologies chinoises séduisent l'Europe ?	8
Batteries et gestion énergétique :	8
Infotainment et interface numérique :	8
Assistance à la conduite et ADAS :	8
Les bornes de recharge rapide : catalyseur ou simple facilitateur ?	9
4. Implantation d'usines chinoises en Europe	9
Les mouvements récents sont structurants :	9
Avenir des 104 usines européennes	10
Avenir hybride.....	10
Et les petites voitures ?	11
Fragilités du marché chinois et crises sociales	11
5. annexes	11
Marché global voitures neuves France S1 2026	11

Part de marché de l'électrique : record historique	11
BYD en France en 2026 : 7% du marché EV	12
Les Chinois ne sont pas coupables du recul du marché	12
Marché européen de l'automobile : pas une crise conjoncturelle mais structurelle	12
Fiscalité véhicules d'entreprise : virage brutal en 2025-2026	13
Ce qui a changé depuis le 1er janvier 2025 :	13
La subvention déguisée au EV entreprise : combien ça coûte ?	13
Le problème de qualité et de durabilité des voitures chinoises	15
1. Ce que dit JD Power 2025 sur la qualité initiale en Chine	15
2. Le cas russe : un test sévère de durabilité	15
3. Le lien structurel entre guerre des prix et dégradation de la qualité	16
4. La réponse chinoise : normes de durabilité et validation logicielle (MIIT 2027)	16
5. Faut-il parler de « voitures jetables » ?	17
Les différences structurelles de marchés et le mauvais positionnement chinois	18
L'âge moyen de l'acheteur de neuf : 54 ans, confirmé et en hausse constante	18
Durée de possession : l'écart abyssal entre Europe et Chine	19
Tableau comparatif	20

1. Contexte chiffré : percée rapide des EV chinoises

La montée en puissance de l'EV au sens large

Les ventes de voitures électriques chinoises en Europe progressent parce qu'elles combinent prix attractifs, équipements technologiques riches et disponibilité rapide, au moment où l'offre européenne est perçue comme plus chère et parfois en retrait sur certains usages. Cependant leur part reste modeste et n'explique pas la chute globale du marché européen de 27% depuis 2019. **(voir chiffres détaillés en annexe)**

Les données européennes récentes confirment la montée en puissance de l'EV au sens large, et dans ce mouvement, la part des marques chinoises croît rapidement dans plusieurs pays. Cela vaut **sur les VE mais globalement sur les hybrides dont les hybrides rechargeables**.

En Italie, par exemple, Leapmotor représente environ 30% des ventes de BEV au premier trimestre 2026, et la part totale des marques chinoises approche 40% ; des mouvements similaires existent en France et dans certains marchés d'Europe centrale.

Mais « subventions françaises » pour forcer la transition des flottes

L'Europe pourrait devenir un débouché majeur pour la production excédentaire d'EV chinoises, et la dynamique de substitution aux thermiques européens est très rapide là où l'élasticité prix est forte.

En France les nouvelles règles imposent quasiment aux **flottes d'entreprises** (environ 50% du marché du neuf) d'être « électriques » avec des mécanismes de « subvention, qui, de fait, avantagent Renault et Stellantis. Il s'agit donc bien d'une subvention de fait massive et ciblée, conçue pour forcer la transition des flottes — avec le critère d'éco-score ADEME pour en exclure les Chinois. La France compte environ **500 000 à 600 000 véhicules de société renouvelés par an** (particuliers + utilitaires légers). Si même 20% basculent vers l'EV, le manque à gagner fiscal se chiffre en **centaines de millions d'euros annuels** — sans compter le bonus écologique et le leasing social (369 M€ budgétés pour 2025 seul).

BYD en France en 2026 : 7% du marché EV

Pour les EV spécifiquement, BYD s'est installé en juin 2026 comme **3e marque** derrière Renault (19%) et Tesla (11%), avec **7% du marché électrique** — ce qui, sur 30% de part EV globale, représente environ **2% du marché automobile total**. C'est donc toujours modeste sur le marché total, mais en forte progression sur le segment électrique.

Les Chinois ne sont pas coupables du recul du marché

En France, les marques chinoises représentent environ **2% du marché automobile total** (7% du seul marché EV × ~30% de part EV). En Europe (UE élargie), leur part atteint **~7,3%** sur janvier-avril 2026, contre 3,7% un an avant.

La progression chinoise est donc réelle mais **récente, concentrée sur l'EV, et insuffisante en volume pour expliquer la chute de -27% depuis 2019**. Cette chute précède largement leur arrivée significative, et ses causes sont entièrement endogènes : prix trop élevés, instabilité réglementaire, pouvoir d'achat contraint, report sur l'occasion.

Ce qui est en revanche vrai, c'est que la croissance chinoise **capte une partie de la demande EV** au détriment de Renault, Stellantis et VW :

- Renault Group a reculé de **-7,4%** sur janvier-avril 2026 en Europe, Dacia accusant -15%.^[13]
- Stellantis et VW glissent de 1 à 3% sur un marché où la croissance est captée par les entrants.

Mais là encore, les difficultés de Renault et Stellantis tiennent d'abord à **leurs propres choix stratégiques** (gammes trop premiumisées, retard sur certains segments EV, guerre des prix subie) plutôt qu'à un effet d'éviction direct imputable aux seuls Chinois.

La crise de l'automobile européenne est **auto-infligée d'abord, aggravée par les Chinois ensuite**.

2. Quels attraits pour les consommateurs européens ?

Plusieurs ressorts principaux.

Les études et reportages auprès d'acheteurs européens convergent sur plusieurs ressorts principaux.

- Prix-performance :

Les EV chinoises offrent souvent un rapport prestations/prix supérieur à celui des modèles européens équivalents (autonomie, équipements, taille du véhicule) pour un prix d'entrée plus bas, même après application des droits de douane. L'écart de prix peut atteindre plusieurs milliers d'euros à prestation comparable, ce qui est déterminant pour des ménages sensibles au coût total de possession.

- Équipements de confort et design intérieur :

Les véhicules chinois sont perçus comme “bien équipés d'emblée” : grands écrans, sièges chauffants/ventilés, toit panoramique, finitions flatteuses, commandes tactiles, souvent de série sur des niveaux de finition intermédiaires. Pour un acheteur européen habitué à devoir monter en gamme ou cocher des options coûteuses, cela donne un sentiment de “valeur perçue” très élevé.

- Disponibilité et diversité :

Les marques chinoises arrivent avec un portefeuille de modèles très rapidement renouvelé (SUV compacts, berlines, crossovers, parfois petits modèles urbains), alors que certaines marques européennes rationalisent leur gamme. Cela offre plus de choix dans des créneaux comme la compacte familiale électrique, où l'offre européenne reste concentrée sur quelques modèles phares.

- Enfin, il ne faut pas sous-estimer l'effet d'image :

Une partie des acheteurs européens voit dans les marques chinoises une forme de “nouveau high-tech”, comparable à ce que furent les marques japonaises dans les années 1980 puis coréennes dans les années 2000.

Toutefois il se pourrait bien que l'achat chinois « tel quel » atteigne ses limites compte-tenu de la spécificités des marchés et des attentes des acheteurs en Chine et en Europe.

Les différences structurelles de marchés et le mauvais positionnement chinois

Eric, expert de Roland BERGER, souligne que le véhicule chinois va avoir du mal à se vendre sur le marché européen car :

- L'acheteur de neuf européens semble avoir 54 ans de moyenne d'âge.
- Le type d'habitacles chinois est très axé vers des jeunes, avec une "bonne vue" pour "jouer" et utiliser les écrans variés et les systèmes très numérisés.
- En outre la durée de possession européenne est longue et le renouvellement moins fréquent qu'en Chine : renouvellement 2 ou 4 ans en Chine, bien plus long en Europe.

Mieux qualifier ces différences de marchés entre Europe et Chine et les difficultés de positionnement chinoises qui en résulte enrichissent (humour) le simplement "c'est moins cher". Un argumentaire structurel bien plus solide que le simple argument prix est à construire. (voir en annexe)

Tableau comparatif

Critère	Acheteur européen neuf	Acheteur NEV chinois
Âge moyen	54 ans	25–40 ans
Durée de possession	6–10 ans	2–4 ans (NEV)
Priorité interface	Boutons physiques, clarté	Tactile, écrans, vocal
Rapport à la marque	Fidélité forte, valeur de revente	Innovation, nouveauté, statut
Réseau SAV attendu	Réseau national dense	Réseau constructeur direct
Sensibilité prix	Importante mais pondérée	Majeure + subventions État
Décote acceptée	Faible (calcul coût total)	Forte (rotation rapide)

La conséquence directe est que le principal frein à l'achat d'un véhicule chinois en Europe n'est pas le prix brut, mais la **combinaison de la décote élevée, du réseau SAV insuffisant, de l'interface inadaptée et de l'incertitude sur la fiabilité à long terme** — soit exactement les critères qui comptent pour quelqu'un qui garde sa voiture 8 ans.

Un acheteur qui change de voiture tous les 3 ans et revend rapidement peut absorber la forte décote d'une marque inconnue en la compensant par le différentiel de prix à l'achat. Un acheteur de 54 ans qui garde sa voiture 8 à 10 ans **calcule différemment** : la décote de 30 à 40% en 3 ans sur un véhicule chinois, couplée aux incertitudes sur le réseau de pièces et la valeur résiduelle, transforme l'avantage de prix initial en risque financier réel.

Ce que l'expert Roland Berger met en lumière est donc juste : le marché européen du neuf n'est pas structuré pour accueillir un produit pensé pour la rotation rapide, la jeunesse technophile et l'écosystème de mobilité chinois.

Les constructeurs chinois qui réussiront en Europe seront ceux qui investiront dans la durabilité longue, le réseau SAV, la valeur résiduelle — et qui repenseront leurs habitacles pour des **utilisateurs de 50 ans, pas de 30 ans**. C'est un vrai défi de repositionnement, bien au-delà du simple ajustement de prix.

Problématiques de qualité et de maturité

Auquel s'ajoutent des problématiques de qualité et de maturité. JD Power 2025 (l'étude de référence sur la qualité initiale, mesurée à 90 jours après achat) est alarmant. Le témoignage le plus sévère vient de Russie — marché captif des Chinois depuis 2022 : durée de vie. Mais la réponse chinoise est déjà en cours. En février 2026, le ministère de l'Industrie et des Technologies de l'Information (MIIT) a annoncé des nouvelles normes de durabilité obligatoires à partir de janvier 2027 : tests de durabilité au-delà de 30 000 km pour les thermiques et 15 000 km pour les VE, validation des logiciels embarqués, démonstration des capacités R&D. (voir en annexe)

3. Quelles technologies chinoises séduisent l'Europe ?

Les technologies mises en avant par les constructeurs chinois ne sont pas seulement spectaculaires (même s'il subsiste des défauts) : il y a des axes où ils sont objectivement compétitifs voire en avance.

Shanjin témoignera combien est récente chez Renault par exemple de la prise de conscience des capacités et compétences chinoises !

Ce qui change en cinq ans, c'est qu'à prix inférieur, les Chinois sont désormais "au niveau" en technologie et en qualité dans bien des domaines ; autrement dit, le compromis coût/techno ne passe plus par un renoncement visible pour l'acheteur moyen.

Batteries et gestion énergétique :

Les constructeurs comme BYD capitalisent sur leurs propres technologies de batteries (ex. batteries LFP type Blade) réputées pour leur stabilité thermique et leur longévité, tout en acceptant une densité énergétique un peu moindre au profit de la sécurité et du coût.

La maîtrise du pack batterie et de la chaîne de traction (souvent intégrée verticalement) permet d'offrir des autonomies crédibles à des prix agressifs.

Infotainment et interface numérique :

Les voitures chinoises proposent des interfaces "type smartphone" : écrans larges, intégration poussée de la navigation, services connectés, mise à jour OTA fréquente, compatibilité avec les écosystèmes mobiles.

Pour certains publics européens, cet aspect compte autant que l'agrément mécanique, surtout chez les acheteurs plus jeunes.

Assistance à la conduite et ADAS :

XPeng, BYD et d'autres mettent l'accent sur des suites ADAS avancées (conduite semi-autonome sur autoroute, stationnement automatique, assistance en trafic urbain

dense), parfois perçues comme plus progressives ou plus riches que les systèmes d'entrée de gamme européens.

On retrouve ici un effet de “suréquipement logiciel” qui, malgré des problèmes de fiabilité qu’il est nécessaire d’évoquer, offre un argument commercial fort.

Les bornes de recharge rapide : catalyseur ou simple facilitateur ?

Les infrastructures de recharge rapide jouent un double rôle vis-à-vis des EV chinoises en Europe.

- Sur le plan technique, les EV chinoises sont généralement conçues pour accepter des puissances de recharge élevées (100–150 kW, voire plus), avec des architectures 800 V pour certains modèles, ce qui les rend aptes à tirer parti des réseaux HPC européens.
- Sur le plan psychologique, l’existence d’un réseau HPC dense réduit l’anxiété d’autonomie, ce qui permet à des marques nouvelles de compenser l’absence de réseau de concessionnaires historique par une promesse de “mobilité électrique sans contrainte” fondée sur l’infrastructure plutôt que sur le constructeur.

Concrètement :

- Une amélioration rapide des réseaux de recharge (autoroutes, axes transfrontaliers, grands centres urbains) favorise tous les EV, mais elle est particulièrement bénéfique aux marques qui misent sur des véhicules à forte valeur perçue et prix agressif, donc aux marques chinoises.
- Si la recharge rapide devient banalisée et fiable, l’un des freins à l’achat d’un EV “exotique” (crainte de se retrouver bloqué) disparaît, ce qui libère encore plus la demande pour les marques non traditionnelles.

On peut donc dire que les bornes HPC sont un multiplicateur potentiel de la pénétration des EV chinoises, mais elles ne sont pas leur avantage spécifique : elles réduisent simplement le coût psychologique du passage à l’électrique, ce dont les constructeurs chinois profitent pleinement.

4. Implantation d’usines chinoises en Europe

Face aux droits de douane et à la pression politique, les constructeurs chinois passent de la simple exportation à la localisation industrielle. Eric nous présentera deux cartes pour illustrer ces mouvements (sont-elles utilisables publiquement ?)

Les mouvements récents sont structurants :

- BYD :

BYD construit déjà un site à Szeged (Hongrie), qui doit monter en puissance d’ici fin 2026, avec une capacité estimée autour de 200 000 véhicules par an (BEV et PHEV). [[france24](#)]

La marque explore activement une deuxième implantation européenne via une acquisition de site existant (“brownfield”), avec des équipes de prospection en France et

en Espagne ; l'objectif est d'accélérer sa présence dans l'UE et au Royaume-Uni tout en réduisant l'exposition aux droits de 10–45%.

- Chery :

Chery a signé une coentreprise avec EV Motors pour produire ses modèles (Omoda notamment) dans l'ex-usine Nissan en Catalogne (Espagne), avec un objectif d'environ 150 000 véhicules par an à l'horizon 2029.

Des discussions sont également en cours pour une présence en Italie via utilisation de capacités existantes, dans le cadre de la stratégie italienne visant à attirer des fabricants d'EV.

- Leapmotor – Stellantis :

Leapmotor, via son partenariat avec Stellantis, prévoit d'assembler deux modèles dans une usine Stellantis à Saragosse (Espagne) et des réflexions existent pour une production sous marque Opel en Europe.

- SAIC (MG) et autres :

SAIC prépare un site d'assemblage en Galice (Espagne) et a déjà annoncé un second centre de pièces MG en France.

XPeng travaille sur l'assemblage de kits en Autriche, tandis que Dongfeng discute de possibles implantations en Italie et d'une utilisation de capacités Stellantis en France (Rennes) vers 2028.

L'ensemble de ces initiatives dessine clairement une stratégie : pour maintenir durablement une part de marché au-delà de 10% en Europe, les constructeurs chinois jugent indispensable d'avoir une production "Made in Europe", à la fois pour des raisons politiques (acceptabilité) et économiques (contournement des droits et logistique).

A noter que l'intérêt de disposer d'une usine nécessite une production d'au moins 70000 véhicules se contenter d'une chaîne dans une usine existante plutôt 30000.

Avenir des 104 usines européennes

Eric et la discussion précisera aussi l'implantation de fournisseurs, notamment dans des « plastiques » qui deviennent des éléments de haute technologie pour à la fois alléger et faciliter l'équipement, l'usage et l'esthétique des habitacles et également d'éléments de roulage.

Il précisera que 13 usines impliquent des constructeurs chinois sur les 104 usines automobiles en Europe dont une trentaine sont menacées car avec un taux d'utilisation très faible et ou vieillissantes (en gros 75% de taux d'utilisation, ce qui est aussi d'ailleurs à peu près le taux en ..Chine). Il faut ajouter les très fortes implantations au Maroc tant d'usines de constructeurs européens que chinois. En substance les constructeurs européens ont « déplacées » leurs usines depuis plus de vingt ans !.

Avenir hybride

A souligner que probablement les modèles hybrides seront ceux qui se développeront le plus vite et donc les équipementiers ont à inventer par exemple des pack énergies modulables à cette fin.

Et les petites voitures ?

La discussion a également portée sur l'absence de « petits modèles » bon marchés en Europe (positionnement premium qui a réduit le marché). Les constructeurs chinois ont de tels modèles mais qu'ils réservent au marché chinois (voire vers PVD). Cependant BYD lance cet été un modèle Key-car au Japon (les key-cars c'est 30 % du marché japonais) qui se dénomme Racoo et qui est donc bien plus petite que la Dolphyn.

Fragilités du marché chinois et crises sociales

Enfin on peut aussi s'interroger sur les risques de développer avant tout des modèles « premium » en Chine, en ciblant une petite partie de la population : outre des effets de « rationalisation » des usines cela peut aussi approfondir des fractures sociales.

5. annexes

Marché global voitures neuves France S1 2026

Voilà les données fraîches, avec le bilan S1 2026 qui vient tout juste de tomber (publication du 7–8 juillet 2026).

Le marché repart légèrement à la hausse après une année 2025 difficile, mais il reste structurellement déprimé par rapport à l'avant-Covid.

- **S1 2026 : 857 177 immatriculations**, soit **+1,8%** par rapport au S1 2025.
- **Juin 2026 : +11,4%** (188 789 immatriculations), meilleur mois de juin depuis 2023.
- **Mais T1 2026 : -2,1%** (401 555 unités), ce qui montre que c'est surtout juin qui tire les chiffres, en partie grâce au leasing social et aux deux jours ouvrés supplémentaires.
- Pour mémoire, en **2025 : 1,665 million** de voitures particulières neuves — en baisse de 5,2% sur 2024 et de **-26,3% par rapport à 2019**. Le retour au niveau pré-Covid est encore loin.^[2]

Part de marché de l'électrique : record historique

C'est la grande tendance structurelle de 2026.

Mois 2026	Part EV (BEV pur)
Janvier	28,1% ^[8]
Février	23,8% ^[6]
Mars	~28% ^[5]
Mai	29,1% (record) ^[9]
Juin	29,9% (nouveau record) ^[2]

L'EV pur représente donc **près de 30% du marché** en France en juin 2026 — porté par le leasing social, les obligations de verdissement des flottes d'entreprise et la montée de Renault, Tesla et BYD. (voir annexe sur verdissement des flottes entreprises)

BYD en France en 2026 : 7% du marché EV

Pour les EV spécifiquement, BYD s'est installé en juin 2026 comme **3e marque** derrière Renault (19%) et Tesla (11%), avec **7% du marché électrique** — ce qui, sur 30% de part EV globale, représente environ **2% du marché automobile total**. C'est donc toujours modeste sur le marché total, mais en forte progression sur le segment électrique.

Les Chinois ne sont pas coupables du recul du marché

En France, les marques chinoises représentent environ **2% du marché automobile total** (7% du seul marché EV × ~30% de part EV). En Europe (UE élargie), leur part atteint **~7,3%** sur janvier-avril 2026, contre 3,7% un an avant.

La progression chinoise est donc réelle mais **récente, concentrée sur l'EV, et insuffisante en volume pour expliquer la chute de -27% depuis 2019**. Cette chute précède largement leur arrivée significative, et ses causes sont entièrement endogènes : prix trop élevés, instabilité réglementaire, pouvoir d'achat contraint, report sur l'occasion.

Ce qui est en revanche vrai, c'est que la croissance chinoise **capte une partie de la demande EV** au détriment de Renault, Stellantis et VW :

- Renault Group a reculé de **-7,4%** sur janvier-avril 2026 en Europe, Dacia accusant -15%.
- Stellantis et VW glissent de 1 à 3% sur un marché où la croissance est captée par les entrants.

Mais là encore, les difficultés de Renault et Stellantis tiennent d'abord à **leurs propres choix stratégiques** (gammes trop premiumisées, retard sur certains segments EV, guerre des prix subie) plutôt qu'à un effet d'éviction direct imputable aux seuls Chinois.

La crise de l'automobile européenne est **auto-infligée d'abord, aggravée par les Chinois ensuite**.

Marché européen de l'automobile : pas une crise conjoncturelle mais structurelle

Ce n'est pas une crise conjoncturelle mais structurelle.

Les causes sont multiples et antérieures à toute pénétration chinoise :

- **Inflation et hausse des taux d'intérêt** : les ménages allongent la durée de détention ou se reportent sur l'occasion.
- **Prix des véhicules neufs** en forte hausse depuis 2020 (pénurie de semi-conducteurs, surcoût EV), première baisse du prix moyen enregistrée seulement en 2025.
- **Instabilité réglementaire** : arrêts et reprises du leasing social, ZFE hétérogènes, débats sur 2035, incertitudes sur les normes CO₂ — tout cela décourage l'achat.
- **Flottes et loueurs** qui réduisent leurs commandes faute de visibilité fiscale et technologique.

Fiscalité véhicules d'entreprise : virage brutal en 2025-2026

Le changement fiscal est majeur et il explique largement la dynamique du marché entreprises.(environ 50 % du marché du neuf).

Ce qui a changé depuis le 1er janvier 2025 :

- **TVS (Taxe sur les Véhicules de Société)** : remplacée par deux taxes — une sur les émissions de CO₂ (barème resserré) et une sur les polluants atmosphériques. **Seuls les véhicules 100% électriques (et hydrogène) sont entièrement exonérés.**
- **Les hybrides (y compris PHEV)** ne bénéficient plus d'aucun allègement depuis 2025 — ils sont désormais taxés comme des thermiques. C'est un changement radical : auparavant, les PHEV bénéficiaient d'un traitement intermédiaire favorable.
- **Avantage en nature** : les VE continuent de bénéficier d'un abattement de **70% sur l'avantage en nature, plafonné à 4 582 €/an**, prolongé jusqu'au 31 décembre 2027.
- Les thermiques émettant plus de **130 g/km** supportent désormais des taxes annuelles cumulées pouvant dépasser **1 300 €/an/véhicule**.

Conséquence directe : Les gestionnaires de flottes n'ont plus de raison fiscale de choisir un PHEV ou un hybride doux. Le seul choix fiscalement rationnel pour une flotte d'entreprise est désormais le **100% électrique**, ce qui crée un effet de basculement accéléré.

En entreprise, la part des marques chinoises reste modeste (1,4% des flottes en 2025), en raison de l'exclusion du score environnemental et des réticences liées à la valeur résiduelle encore incertaine — mais la pression fiscale pour aller vers l'EV pousse les flottes vers Renault et Stellantis en priorité.

La subvention déguisée au EV entreprise : combien ça coûte ?

L'État français empile plusieurs couches d'avantages fiscaux pour les EV en entreprise. Aucune estimation officielle globale n'est publiée, mais les éléments sont suffisamment précis pour cadrer l'ordre de grandeur.

Ce que reçoit une entreprise pour un EV vs un thermique (calcul par véhicule) :

Mécanisme	Thermique ≥ 130 g/km	EV éligible éco-score
TVS annuelle (CO ₂ + polluants)	1 300–2 000 €/an	0 € (exonération totale)
Avantage en nature forfait (véh. 35 000 €)	~5 250 €/an (base imposable pleine)	~1 575 €/an (abattement 70%)
Électricité de recharge au bureau	Imposable	Exonérée totalement

Sur un véhicule de 35 000 €, l'avantage fiscal annuel net pour l'entreprise et le salarié (économies d'impôt + cotisations sociales + TVS) peut dépasser **3 000 à 4 500 €/an par véhicule** selon le taux marginal.

La France compte environ **500 000 à 600 000 véhicules de société renouvelés par an** (particuliers + utilitaires légers). Si même 20% basculent vers l'EV, le manque à gagner fiscal se chiffre en **centaines de millions d'euros annuels** — sans compter le bonus écologique et le leasing social (369 M€ budgétés pour 2025 seul).

Il s'agit donc bien d'une subvention de fait massive et ciblée, conçue pour forcer la transition des flottes — avec le critère d'éco-score ADEME pour en exclure les Chinois.

Le problème de qualité et de durabilité des voitures chinoises

Si on prend au sérieux les données JD Power 2025 et les retours des marchés « captifs » comme la Russie, le problème de qualité et de durabilité des voitures chinoises est loin d'être marginal, et la réaction réglementaire du MIIT en 2026 ressemble clairement à une tentative de rattrapage d'un secteur qui s'est développé trop vite.

1. Ce que dit JD Power 2025 sur la qualité initiale en Chine

JD Power mesure la qualité initiale par les « problèmes pour 100 véhicules » (PP100) sur les 90 premiers jours de possession.

En 2025, la Chine enregistre une dégradation nette : 229 problèmes pour 100 véhicules, soit +17 PP100 par rapport à 2024, avec une hausse dans tous les segments de marques (domestiques, mass market, premium).

L'étude 2025 sur les véhicules électriques et hybrides (NEV-IQS) montre également une hausse à 226 PP100, +16 par rapport à 2024, même si la progression des problèmes ralentit par rapport à 2024 (+37 PP100 alors).

Les domaines les plus problématiques sont précisément ceux où les constructeurs chinois prétendent se différencier : infotainment, interfaces vocales, logiques de commande tactiles, systèmes d'aide à la conduite, ergonomie des sièges et bruits parasites.

Le modèle chinois de montée en gamme technologique s'est fait au détriment de la robustesse globale, surtout dans la phase de « rush » vers les EV intelligentes, où les cycles de développement logiciel et matériel ont été raccourcis.

2. Le cas russe : un test sévère de durabilité

La Russie est devenue, de facto, un laboratoire grandeur nature des véhicules chinois dans des conditions difficiles : climat froid, usage intensif (taxis, flottes), réseau de service sous contrainte.

Les témoignages et rapports locaux convergent sur plusieurs points :

- Corrosion très rapide : des tests montrent que certains modèles chinois rouillent en 2 à 5 ans seulement, avec des cas extrêmes de corrosion visible en six mois sous climat sibérien, faute de traitement anti-corrosion suffisant.^[3]
- Peinture trop fine, suspensions trop souples ou fragiles, électroniques embarquées et pièces de rechange de mauvaise qualité ; près d'un quart des ateliers auraient déjà été confrontés à des pièces contrefaites dans la chaîne de réparation.

Pour les flottes de taxis, la comparaison est particulièrement sévère :

- La durée de vie en service des voitures chinoises est estimée autour de 150 000 km, quand les modèles occidentaux (y compris coréens et japonais) atteignent plutôt 250 000 à 300 000 km avant d'être retirés du service.¹
- 70% des chauffeurs interrogés rapportent des problèmes importants de transmissions, complétés par des pannes de moteur, des suspensions fissurées vers 70 000 km, et des difficultés à faire jouer les garanties ou à obtenir des pièces à temps.¹

Autrement dit : le « cas russe » illustre bien qu'une partie significative de la production chinoise récente fonctionne comme une automobile de courte durée de vie réelle dans des

environnements exigeants, même si cette faiblesse est moins visible dans les marchés urbains tempérés où on remplace la voiture plus tôt.

3. Le lien structurel entre guerre des prix et dégradation de la qualité

JD Power le dit explicitement : la guerre des prix en Chine est un déterminant central de la dégradation de la qualité.

- L'étude 2025 montre que les marques domestiques et les marques de masse ont vu leurs problèmes augmenter de 18 PP100, et les marques premium de 13 PP100, avec des hausses similaires pour les défauts de conception et les défauts de fabrication.
- La course à l'ajout de fonctions intelligentes et d'écrans a généré des risques nouveaux : interfaces vocales peu fiables, écrans tactiles lents ou peu réactifs, connectivité Bluetooth fragile, assistance à la conduite mal calibrée.

On est donc loin d'un simple « bruit statistique » : c'est la structure du modèle industriel chinois – surcapacité, promotion massive des EV, subventions au renouvellement, pression concurrentielle extrême – qui pousse les constructeurs à rogner sur les coûts de validation, de matériaux et de tests, avec des effets directs sur la durabilité effective.

La critique est donc justifiée : les données 2024–2025 montrent un décrochage clair, notamment pour les véhicules sortis trop rapidement dans cette phase de guerre des prix.

4. La réponse chinoise : normes de durabilité et validation logicielle (MIIT 2027)

La décision du MIIT début 2026 de renforcer les normes de durabilité à partir de janvier 2027 s'inscrit précisément dans ce contexte de crise de qualité.

Les éléments clés de ces nouvelles règles sont :

- Tests de durabilité plus longs avant homologation :
 - Tous les véhicules thermiques (essence/diesel) devront passer des tests de fiabilité dépassant 30 000 km.^{[5][4]}
 - Les nouveaux véhicules d'énergie (EV, PHEV, FCEV) devront démontrer une durabilité au-delà de 15 000 km selon les normes GB/T applicables.
- Renforcement de la validation des logiciels embarqués et des mises à jour OTA :
 - Les mises à jour logicielles influant sur la sécurité ou les performances devront être préapprouvées par les autorités, et toute correction de défaut par OTA sera assimilée à un rappel produit, avec suspension possible de la production/vente du modèle concerné.
 - Les constructeurs devront fournir une démonstration plus solide de leurs capacités R&D et de leurs procédures de vérification de tests, y compris sur les fonctionnalités d'assistance à la conduite et d'autonomie.

L'objectif explicite est de contrer la tendance à « sortir trop vite » des modèles pour gagner la bataille de parts de marché, en imposant un minimum de kilomètres de test et une gouvernance logicielle plus stricte.

On peut y voir :

- Un aveu implicite de la faiblesse structurelle de la qualité sur une partie de la production récente.
- Une tentative de recentrer la compétition sur des critères de robustesse et de sécurité, plutôt que sur une surenchère de fonctions numériques peu mûries.

5. Faut-il parler de « voitures jetables » ?

Si l'on assemble JD Power, les retours russes et les nouvelles normes du MIIT, le modèle qui se dessine est le suivant :

- Une grande partie des véhicules chinois sortis dans la phase 2022–2025 ont un cycle de développement trop court, une validation insuffisante, et une robustesse réelle limitée dans des conditions dures, ce qui conduit à des durées de vie inférieures aux standards occidentaux dans certains usages (taxis, climat rude).
- La structure du marché intérieur (subventions, promotions, guerre des prix, solvabilité concentrée dans les grandes villes) **incite fortement les classes urbaines aisées à changer de véhicule fréquemment, ce qui masque partiellement ces limites de durabilité** ressentie chez les particuliers, mais les rend visibles chez les gros rouleurs professionnels.

La formule de « *voitures jetables pour les riches qui changent tous les deux ans* » capture assez bien cette convergence : la « jetabilité » n'est pas tant inscrite dans l'ingénierie de base des batteries ou des châssis (où il y a aussi des progrès et des modèles robustes), que dans :

- la combinaison d'une qualité initiale en baisse,
- d'une surenchère d'électronique et de software mal stabilisés,
- et d'un régime de consommation encouragé par l'État et les constructeurs où la voiture est un bien à haute rotation.

La réaction du MIIT – kilomètres minimum de test, encadrement des OTA, démonstration R&D – est un signal que Pékin ne veut pas laisser ce modèle dériver trop longtemps, notamment parce qu'il compromet la crédibilité des marques chinoises à l'export (Russie, mais aussi Europe, Moyen-Orient, ASEAN).

On peut considérer que la période 2022–2025 constitue, pour une partie des constructeurs chinois, une phase d'« industrialisation sauvage » comparable à ce qu'ont connu d'autres industries, mais amplifiée par l'EV, les OTA et la surcapacité.

Les différences structurelles de marchés et le mauvais positionnement chinois

Eric, expert de Roland BERGER, souligne que le véhicule chinois va avoir du mal à se vendre sur le marché européen car :

- L'acheteur de neuf européens semble avoir 54 ans de moyenne d'âge.
- Le type d'habitacles chinois est très axé vers des jeunes, avec une "bonne vue" pour "jouer" et utiliser les écrans variés et les systèmes très numérisés.
- En outre la durée de possession européenne est longue et le renouvellement moins fréquent qu'en Chine : renouvellement 2 ou 4 ans en Chine, bien plus long en Europe.

Mieux qualifier ces différences de marchés entre Europe et Chine et les difficultés de positionnement chinoises qui en résulte enrichissent (humour) le simplement "c'est moins cher". Un argumentaire structurel bien plus solide que le simple argument prix est à construire.

L'âge moyen de l'acheteur de neuf : 54 ans, confirmé et en hausse constante

La donnée est exacte et provient de sources multiples et fiables.

- En France, selon le cabinet C-Ways cité par *Les Echos* et BFM Auto, l'âge moyen d'un acheteur particulier de voiture neuve est de **54,3 ans** en 2025.
- La progression est spectaculaire : cet âge était de **43,7 ans en 1990**, puis **49,7 ans en 2010**, puis **55,3 ans en 2015-2020** — la tendance est continue depuis 35 ans.
- En Europe globalement, la moyenne est de 53 ans (52 en Allemagne, 46 en Espagne).

Par marque en France, les acheteurs les plus *jeunes* du neuf sont chez Seat (46 ans) et Tesla (44 ans) — ce qui confirme que même les EV "branchées" recrutent bien au-delà des jeunes.

Pourquoi ce vieillissement ?

Le prix moyen d'un véhicule neuf est passé de 26 000 à 36 000 € en six ans. Les moins de 35 ans ne représentent plus que 13% des acheteurs de neuf malgré leur poids démographique de 20%. Les jeunes urbains se détournent de la propriété automobile au profit de la mobilité partagée, de l'occasion et des alternatives. ^{[7][8][4]}

L'habitacle chinois conçu pour les jeunes : un choc culturel profond

Les intérieurs des véhicules chinois — grands écrans horizontaux ou pivotants, interfaces vocales en mandarin adaptées, reconnaissance faciale, "living room on wheels" — sont calibrés pour un profil d'acheteur chinois très spécifique.

L'acheteur NEV chinois typique est un **citadin de 25-40 ans**, techno-enthousiaste, habitué à passer des heures dans des embouteillages urbains où l'interface de divertissement est au moins aussi importante que l'agrément dynamique.

Cet acheteur type n'existe presque pas sur le marché français du neuf :

- **L'acheteur européen de neuf a 54 ans**, une vision souvent dégradée, une préférence pour les commandes physiques et les instruments clairs, et une tolérance plus faible pour la complexité logicielle.
- Les études de terrain montrent que les acheteurs européens sont rebutés par les interfaces entièrement tactiles, les commandes de climatisation noyées dans des sous-menus, et l'absence de boutons physiques.
- Les enquêtes révèlent que la plupart des acheteurs EV européens potentiels **ne reconnaissent pas les marques chinoises**, et ceux qui les connaissent montrent une réticence persistante à l'achat, surtout au-delà du critère prix.

C'est un fossé d'usage réel : une voiture pensée comme un **objet numérique nomade** pour une mégapole chinoise congestionnée ne répond pas aux mêmes attentes qu'une voiture pensée comme un outil de mobilité polyvalente pour un quinquagénaire provincial européen.

Durée de possession : l'écart abyssal entre Europe et Chine

C'est peut-être la différence la plus structurelle et la moins connue.

En Europe :

- L'âge moyen du parc automobile UE est de **12,3 ans**.
- Un acheteur européen garde son véhicule **8 à 12 ans** en moyenne avant de le revendre ou de le retirer ; la durée de possession par le premier propriétaire tourne autour de 6 à 8 ans.
- En Grande-Bretagne, la voiture moyenne a désormais **10 ans**.

En Chine :

- L'âge moyen du parc NEV chinois est de **1,8 an seulement**.
- **90% des propriétaires de NEV chinois** ont un cycle de renouvellement inférieur à 5 ans.
- Pour les thermiques chinois, 70% gardent leur voiture plus de 5 ans — mais pour les EV, le cycle descend à **3 à 5 ans**, avec une fraction significative de propriétaires qui changent en **1 à 3 ans**.
- Plus de 43% des propriétaires de voitures en Chine ont un véhicule de **moins de 3 ans**.

Les causes sont multiples : incitations fiscales à la reprise, mises à jour technologiques très rapides, culture du statut social (la voiture neuve reflète l'ascension sociale), embouteillages qui usent prématurément les véhicules, et systèmes réglementaires qui encouragent la rotation.

Ces quatre facteurs se combinent en une **inadéquation fondamentale** entre le produit conçu pour le marché chinois et l'acheteur européen réel.

Tableau comparatif

Critère	Acheteur européen neuf	Acheteur NEV chinois
Âge moyen	54 ans	25–40 ans
Durée de possession	6–10 ans	2–4 ans (NEV)
Priorité interface	Boutons physiques, clarté	Tactile, écrans, vocal
Rapport à la marque	Fidélité forte, valeur de revente	Innovation, nouveauté, statut
Réseau SAV attendu	Réseau national dense	Réseau constructeur direct
Sensibilité prix	Importante mais pondérée	Majeure + subventions État
Décote acceptée	Faible (calcul coût total)	Forte (rotation rapide)

La conséquence directe est que le principal frein à l'achat d'un véhicule chinois en Europe n'est pas le prix brut, mais la **combinaison de la décote élevée, du réseau SAV insuffisant, de l'interface inadaptée et de l'incertitude sur la fiabilité à long terme** — soit exactement les critères qui comptent pour quelqu'un qui garde sa voiture 8 ans.

Un acheteur qui change de voiture tous les 3 ans et revend rapidement peut absorber la forte décote d'une marque inconnue en la compensant par le différentiel de prix à l'achat. Un acheteur de 54 ans qui garde sa voiture 8 à 10 ans **calcule différemment** : la décote de 30 à 40% en 3 ans sur un véhicule chinois, couplée aux incertitudes sur le réseau de pièces et la valeur résiduelle, transforme l'avantage de prix initial en risque financier réel.

Ce que l'expert Roland Berger met en lumière est donc juste : le marché européen du neuf n'est pas structuré pour accueillir un produit pensé pour la rotation rapide, la jeunesse technophile et l'écosystème de mobilité chinois.

Les constructeurs chinois qui réussiront en Europe seront ceux qui investiront dans la durabilité longue, le réseau SAV, la valeur résiduelle — et qui repenseront leurs habitacles pour des **utilisateurs de 50 ans, pas de 30 ans**. C'est un vrai défi de repositionnement, bien au-delà du simple ajustement de prix.