

## ■ La dynamique du segment

Au cœur du premier marché mondial de véhicules particuliers, la France est le 5e pays producteur de véhicules, et le 2e producteur européen de véhicules utilitaires et industriels. La logistique automobile est donc en France un segment de marché tout particulièrement performant.

La mondialisation des échanges, la multiplication des marques et des modèles proposés, et des temps de livraison toujours plus courts, sont les principales caractéristiques de la logistique automobile. Comme dans l'ensemble de l'Europe, les échanges dans ce secteur se sont fortement développés : les exportations comme les importations ont connu une croissance de plus de 70% depuis 2000.

Les constructeurs français, Renault et Peugeot - Citroën, travaillent avec des prestataires intégrés ou filialisés.

RENAULT dispose de sites logistiques (ILN) et d'une filiale logistique, SOFRASTOK (approvisionnement, stockage et livraison bord de chaîne) ; CAT, ancienne filiale logistique du groupe, a été externalisée en 2001.

GEFCO est la filiale prestataire logistique de Peugeot Citroën, et a la capacité d'assurer l'ensemble des opérations d'approvisionnement et d'acheminement des pièces et des véhicules pour le groupe.

Les constructeurs européens, extrêmement soucieux de disposer de produits sur mesure et livrés en flux tendus, vont enclencher ces prochaines années des adaptations de leurs outils logistiques.

Les prestations externalisées, notamment avec le développement du « split-manufacturing » (assemblage hors de la chaîne du constructeur), connaissent donc un important potentiel de développement.

De même, avec la pénétration croissante du marché par les constructeurs internationaux, se développent les services de nouveaux prestataires logistiques, tel que NYK Logistics & Megacarrier, qui a notamment pour clients en France Yamaha et Toyota.

Les enjeux et les réponses stratégiques des entreprises

Face à une compétition toujours plus accrue, les constructeurs européens développent notamment une stratégie de riposte par la personnalisation des véhicules et un raccourcissement des délais (« build to market »).

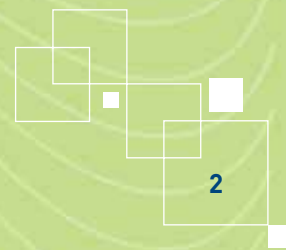
L'intégration des fournisseurs dans la chaîne de commande du véhicule, le tout dans des délais très courts, inférieurs à la semaine : tel est l'objet de la réflexion actuellement menée dans le programme européen Ilipt.

Pour les entreprises logistiques, des opportunités de split manufacturing vont se développer, notamment en post production : configuration, préparation des produits avant livraison, réglage et finalisation de véhicules assemblés, personnalisation de petites séries, etc.

Autre domaine de développement, lié à la concentration régionale des productions, et à la forte croissance de nouveaux constructeurs asiatiques : les entreprises de transport maritime. Le marché des déplacements maritimes des véhicules neufs est en forte croissance (avec un doublement ces 10 dernières années).

Les principaux opérateurs de transport maritime de véhicules neufs sont asiatiques ou norvégiens NYK Line (Japon) ; Eukor (Norvège / Corée du Sud) ; K Line (Japon) ; MOL (Japon) ; WWL (Norvège) ; Leif Hoëgh (Norvège) ; à noter également la présence sur ce marché de l'italien Grimaldi.

Des « hubs » portuaires régionaux, portant sur des liaisons régionales prenant le relais de liaisons navales intercontinentales, vont également se développer.



## ■ L'attractivité de la France pour les nouveaux entrants

La France constitue un accès privilégié à l'Europe de l'Ouest. Cinq des principaux ports d'Europe se trouvent en France : Marseille, premier port français et méditerranéen, est le 3<sup>e</sup> port européen ; Le Havre, sur la façade atlantique, est le 5<sup>e</sup> port européen. Dans le domaine du Roll-on-Roll-off (RORO), la France est le second pays d'Europe en termes de trafic.

Disposant d'un réseau routier de près d'un million de kilomètres, dont 10 000 kilomètres d'autoroute, la France enregistre un trafic routier fluide, dont le taux d'encombrement est de 30 véhicules/km, bien en dessous de la moyenne européenne qui s'établit à 44 v/km.

Les opérateurs du réseau ferré ont entrepris une vigoureuse modernisation de leurs prestations et de la qualité de leurs services, afin d'y développer l'activité fret.

Sur le territoire, en termes d'offre immobilière, la France dispose de nombreux atouts. Les loyers logistiques sont en France particulièrement compétitifs. De plus, il existe des plates-formes modernes de grande qualité, soutenues par l'Etat et les collectivités locales qui accompagnent leur développement et facilitent leur installation.

Enfin, la France dispose d'une main d'œuvre qualifiée dans l'ensemble des postes logistiques. 50 000 cadres spécialisés en logistique sont recensés en France.

## ■ International players in France

GEFCO, filiale de PSA Peugeot Citroën, a réalisé un chiffre d'affaires de 3 milliards d'Euros en 2005. Couvrant les métiers spécifiques automobiles (préparation et distribution de véhicules), de transport logistique et overseas, et de messagerie, il possède un savoir-faire en termes de logistique amont et d'accélération des flux grâce à une importante plate-forme logistique au Havre, et d'un important parc de wagons dédiés à la distribution de véhicules. Disposant d'une forte expertise dans le domaine des flux tendus, GEFCO a également développé une forte maîtrise de la logistique aval et de la gestion des pièces de rechange (gestion de magasins de pièces de rechange, kitting conditionnement, flux urgents, gestion de sas). Il développe enfin un savoir-faire en adaptation de véhicules professionnels, via la réalisation d'aménagements intérieurs en post-manufacturing. Grâce à son savoir-acquis dans l'automobile, Gefco s'est développé auprès de nombreux nouveaux clients.

NYK Logistics France, du groupe japonais Nippon Yusen, s'est fortement développé dans l'automobile, avec une nouvelle plate-forme qui emploiera à terme une centaine de personnes pour le groupe Yamaha dans le sud de la France. Exerçant également une activité de transitaire maritime et aérien, en forte croissance, notamment avec la Chine, la société veut doubler de taille sous trois à cinq ans.