

Automobile: Toyota dépasse Ford sur le marché américain en 2007

NEW YORK (AFP) - Le constructeur automobile japonais Toyota a détrôné son rival Ford sur le marché automobile américain en 2007, le constructeur de Detroit perdant la place de numéro deux, derrière General Motors (GM), qu'il occupait sans discontinuer depuis 1931.



Sigle Toyota sur la calandre d'une voiture de la marque japonaise
(© AFP/Archives - Jacques Demarthon)

Ford a annoncé jeudi avoir immatriculé 2,57 millions de véhicules aux Etats-Unis sur l'année écoulée, contre 2,62 millions pour Toyota.

General Motors (GM), dépassé pour la première fois de son histoire par Toyota en termes de ventes mondiales au 1er semestre, est resté maître chez lui, avec 3,87 millions de véhicules vendus l'an dernier aux Etats-Unis.

Le marché automobile américain a fait les frais en 2007 du ralentissement économique. Dans ce contexte difficile, les trois constructeurs locaux --GM, Ford et Chrysler-- ont poursuivi de lourdes restructurations pour regagner du terrain face à leurs rivaux asiatiques, en progression régulière.

L'an dernier, Toyota a affiché des ventes "record" et en hausse de 2,7%. Il a expliqué ses performances par "des produits de formidable qualité, qui ont aidé les consommateurs à faire leurs choix dans un marché très volatil".

Parmi les modèles à succès de Toyota figurent les véhicules à propulsion hybride essence/électricité. Son modèle Prius, sorti en 1997 au Japon et lancé en 2001 au niveau mondial, a vu ses ventes américaines bondir de 44% en 2007. Mais son gros 4x4 Tundra --un segment jusqu'ici resté le pré-carré

des constructeurs américains-- a pu afficher des ventes en hausse de 57%.

Face au rouleau compresseur japonais, Ford a expliqué le recul de 12% de ses ventes par l'impact de sa restructuration: priorité donnée aux ventes aux acheteurs individuels --avec en corollaire la baisse des ventes, moins rentables, aux gestionnaires de flotte-- fermetures d'usines et lancements encore récents des nouveaux modèles qui portent ses espoirs.

Chez GM, qui accuse des ventes en recul de 6%, les explications sont de même nature que chez Ford. Mais le numéro un américain semble avoir une longueur d'avance, assurant avoir stabilisé ses parts de marché et faisant mieux qu'attendu par les analystes.

GM n'a pas donné de chiffres de parts de marché. Mais l'objectif de stopper le déclin des ventes --à eux trois, GM, Ford et Chrysler sont passés courant 2007 sous la barre des 50% de parts de marché-- avait été défini comme une priorité depuis le début de sa restructuration.

"Nous avons exécuté cette année notre stratégie de lancements de nouveaux véhicules, et les résultats se font sentir dans la stabilisation de nos parts de marché", a souligné GM.

Ford n'a pas promis un redressement très marqué pour l'année en cours, puisqu'il invoque un "environnement difficile".

"Nous restructurons notre activité pour être rentables avec une demande moindre (en volume) mais avec un meilleur +mix-produit+, tout en accélérant la sortie de nouveaux véhicules que les consommateurs veulent acheter". Selon Ford, ses nouveaux "crossover", des véhicules de loisirs dotés d'un moteur plus économe, ont dégagé les meilleures performances de ce segment de marché.

"Nous avons encore du travail à faire pour atteindre notre objectif, qui est d'être rentable dans toutes nos activités", a poursuivi Ford, dont les activités automobiles nord-américaines sont déficitaires.

Chrysler, repris cet été par le fonds Cerberus, n'avait pas encore publié ses ventes vers 21H15 GMT.

Les deux autres principaux constructeurs du marché, les japonais Honda et Nissan, ont publié des ventes annuelles de, respectivement, 1,55 million d'unités, en hausse de 2,5%, et 1,06 million, en hausse de 4,5%.