

« Les clients considèrent que les voitures électriques sont trop chères », admet Toyota



Le bZ4X fait partie de l'offre 100% électrique de Toyota. Toyota

INTERVIEW - Toyota s'impose toujours comme le leader mondial du secteur automobile en 2023. Mais pour combien de temps ? Face aux assauts des nouveaux entrants comme Tesla et BYD, le président de Toyota France, Frank Marotte, dévoile sa stratégie. Et revient sur le scandale Daihatsu qui a éclaboussé le constructeur japonais.



Par [Simon Chodorge](#) Chef de rubrique (automobile & industrie)
Publié le 31/01/2024 à 18h15 & mis à jour le 01/02/2024 à 14h09

Capital : [Toyota a consolidé sa place de premier constructeur automobile mondial en 2023](#). Avec toutefois une « petite » nuance : la Tesla Model Y a doublé la Toyota RAV4 et la Toyota Corolla en devenant la voiture la plus vendue dans le monde. C'est une première historique pour un modèle 100 % électrique. À quel point les nouveaux entrants peuvent-ils menacer votre leadership ?

Frank Marotte, président de Toyota France : Il faut faire preuve de beaucoup d'humilité. Nous avons longtemps pensé que notre industrie était relativement fermée et qu'il y aurait des consolidations plutôt que des nouveaux entrants. L'histoire est en train de prouver l'inverse.

Jamais avare de promesses, Tesla veut produire à terme 20 millions de voitures par an. C'est plus de 20 % de la production automobile mondiale

actuelle. Est-ce qu'un tel nouvel entrant pourrait devenir le premier constructeur mondial à la place de Toyota ?

Pour nous, la place de premier constructeur mondial n'a jamais été un objectif en soi. Cela ne peut être que la conséquence d'une stratégie pertinente. C'est le cas en ce moment. Qui sera le leader dans l'avenir ? Ce sera peut-être Toyota, ce sera peut-être un autre acteur. Il est incontestable que la croissance de Tesla est extrêmement rapide et qu'elle a surpris bon nombre d'observateurs.

Votre part de marché en France a légèrement diminué, de 0,3 point, entre 2022 et 2023. Ce phénomène pourrait-il s'amplifier avec [l'arrivée des constructeurs chinois](#) ?

C'est encore très tôt pour le dire. Nous avons cité un constructeur américain qui a été un gros disrupteur. Les Chinois peuvent l'être tout autant. Mais ils arrivent à un moment où les constructeurs traditionnels investissent massivement et sont en train de déployer une gamme électrique beaucoup plus sophistiquée. Donc, l'avance que pouvaient avoir les constructeurs chinois dans la technologie des batteries va se réduire. Difficile de prédire comment les places vont évoluer dans les années qui viennent mais le pire n'est jamais certain.

[Une guerre des prix fait rage sur le marché du véhicule électrique. Cette compétition met les constructeurs sous pression. Quelle va être votre stratégie ?](#)

Nous continuerons à adapter notre politique tarifaire à notre clientèle, à son pouvoir d'achat et surtout aux objectifs de vente que nous visons. C'est un équilibre subtil. Il est évident que les clients considèrent que les voitures électriques sont trop chères.

Avez-vous des exemples d'ajustements ?

Nous avons renforcé nos offres sur le bZ4X parce que, dans les premiers retours que nous avons eus, notre clientèle nous disait que l'écart de prix avec l'hybride était trop grand. En plus, nous avons vu disparaître l'aide de l'État puisque notre véhicule n'est pas produit en Europe et [que la région asiatique est défavorisée par le bonus écologique](#). Nous nous sommes adaptés à ces nouveaux paramètres avec une remise de 5000 euros sur le bZ4X.

Deux stratégies s'opposent sur la voiture électrique. Tesla et les groupes chinois comme BYD y vont à fond. Toyota défend plutôt une approche multi-énergies pour l'instant. Certains observateurs estiment que Toyota risque de prendre du retard dans le virage de l'électrique. Comment répondez-vous à cette critique ?

Il y a des incertitudes sur les technologies qui vont s'avérer être les plus pertinentes, que ce soit d'un point de vue économique ou en termes de rendement énergétique. Donc, mettre tous ses œufs dans le même panier est encore un peu prématuré. Et il faudra accompagner la décarbonation dans le temps. De ce point de vue, le véhicule hybride est une solution extrêmement pertinente. Cela nous permet d'ores et déjà de réduire de 25 % les émissions de CO2 de nos voitures. Enfin, nous voulons rester un constructeur mondial. Au-delà de la France et de l'Europe, la décarbonation des mobilités prendra plus de temps dans les pays en développement. Tout

cela nécessite des investissements lourds mais nous en avons la capacité chez Toyota.

Toyota fait partie des défenseurs de l'hydrogène. Cette filière subit quelques vents contraires. Notamment en Chine où des problèmes de performance ont été constatés sur les électrolyseurs qui servent à produire de l'hydrogène. Croyez-vous encore à l'utilisation de l'hydrogène dans la mobilité ?

Toyota y croit et nous allons continuer à investir dans cette technologie. Nous avons développé en Europe un prototype de pick-up Hilux à hydrogène. Et nous avons des discussions très avancées avec des constructeurs de véhicules utilitaires et de poids lourds. Effectivement, le succès de notre Mirai est plus mitigé qu'espéré parce que les infrastructures mettent du temps à se mettre en œuvre. Mais lorsqu'elles se développent, comme en région parisienne, cela fonctionne.

Toyota fait partie des rares constructeurs à avoir une usine en France, située à Valenciennes (Nord). Pour l'instant, votre site ne produit pas de véhicule électrique mais de plus en plus de producteurs de batteries s'installent dans la même région. Y a-t-il des réflexions en ce sens ?

Nous avons réinvesti 400 millions d'euros dans l'usine de Valenciennes entre 2020 et 2023. Cela assure la pérennité du site. La logique voudrait que Valenciennes s'inscrive dans notre stratégie tournée vers les véhicules zéro émission. Mais il faut voir comment cela peut s'exécuter. Je n'ai pas d'annonces à faire aujourd'hui.

Toyota fait actuellement face à une affaire d'irrégularités sur les tests de certains de ses moteurs thermiques. La filiale Daihatsu est concernée et désormais la branche Toyota Industries l'est aussi. Est-ce que vos clients européens doivent être inquiets ?

Nos activités européennes sont concernées de façon marginale. En France, cela concerne des véhicules qui sont diffusés à 3 000 exemplaires par an (soit moins de 3 % des ventes de Toyota France en 2023, ndlr). Ce qui est en cause, c'est un système de calcul de la puissance et du couple moteur. Cela ne met en cause ni la sécurité des clients, ni la performance des moteurs en termes d'émissions de CO2. Tout cela reste à documenter mais il n'y a aucune inquiétude sur l'usage du véhicule par les clients. A priori, cela ne justifierait pas de campagne de rappel mais plutôt éventuellement une information sur les courbes de puissance et de couple du moteur. Cela ne peut pas être générateur d'accident.