

MEMORANDUM

Marché français du vélo à assistance électrique 2009 première analyse (janvier 2010)

Le marché français du vélo à assistance électrique a bénéficié d'une lente croissance ces trois dernières années en raison d'une dé-segmentarisation sportive récente de l'usage du vélo au profit du vélo utilitaire. 2009, devait être une année charnière dans l'analyse du marché pour voir si l'explosion attendue suivrait celle des autres voisins européens, ou si au contraire, nous restions le « french pedelec market paradox ».

Historique

La commercialisation des vélos à assistance électrique par les réseaux traditionnels de commerces de cycles est relativement récente et encore balbutiante.

La maîtrise du discours commercial spécifique au vélo à assistance électrique est rudimentaire, et peine à faire face aux objections du consommateur fortement renseigné par internet.

Contexte

2008 a vu la commercialisation massive de vélos électriques de premier prix dans les GDA. A regret ces produits présentaient une incohérence avec la réglementation en vigueur (activation possible du moteur sans le pédalage...) et une piètre qualité engendrant un taux de retour importants.

En tant que produits d'appels, ils ont parfaitement remplis leur fonction, mais utiliser des vélos électriques pour vendre des micro-ondes est bien loin de l'image de mobilité durable que nous souhaitons leur voir associé.

Ces produits ont fortement dopés les ventes 2008 par rapport notamment aux estimations des professionnels du cycle. Le succès de 2008 a engendré une reconduction de l'opération dans les GDA en 2009, appuyé par la forte communication des médias vers les véhicules électriques.

L'effet VLS parisien a engendré un effet de mode suivi d'un engouement médiatique bénéfique ponctuellement au développement du vélo urbain.

Mais les attentes du consommateur ont été oubliées et la notion de service mise de coté au profit de l'équipement des ménages (voir défaillance des réseaux de commercialisation).

Synthèse

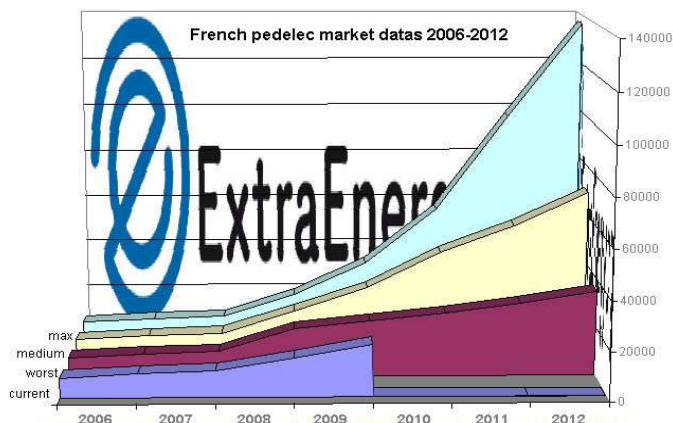
Contrairement à ceux de 2008, les chiffres de 2009 feront plus clairement apparaître les vrais ventes aux consommateurs finaux. En effet, pour marquer une bonne santé dans un marché naissant un grand nombre d'acteurs ont eu tendance, les années précédentes, à confondre chiffres de ventes aux particuliers et chiffres de produits en stock, en dépôt vente, ou en prévision de commande.

Ainsi, la première analyse que nous faisons est que le marché français est en récession par rapport à la croissance attendue dans nos analyses de 2008.

Actuellement seul le marché espagnol a pu annoncer un volume de vente inférieur à 2008. La poursuite de nos analyses nous confirmera ultérieurement si il s'agit d'une baisse de la croissance ou d'un volume inférieur de ventes par rapport à 2008.

En résumé

Des acteurs présents en 2008, ne sont plus présents sur le marché. Certains ont été remplacés par des marques européens, enfin sur l'hexagone, mais l'effet crise et la saturation des réseaux de commercialisation parallèles a réduit le nombre de nouveaux entrants opportunistes.



VAE de supermarchés à bas prix
+
Professionnels du cycle pas tout à fait à l'aise avec les VAE
+
Effet Crise
=
Achat impulsif « pour voir » sur les produits bon marché
=
mutation de la mobilité quotidienne repoussée à des jours meilleurs
=
Non croissance du marché
+ facteur d'instabilité pour 2010

ExtraEnergy France

Filiale d'ExtraEnergy.org Association internationale de promotion des véhicules électriques légers
3 rue du vieil renversé - 69005 LYON

Téléphone : 09 50 58 50 44 - Télécopie : 04 78 42 75 14 - email : france@extraenergy.org