

Estudio Mercado Mundial en Pandemia

Nota: *He traducido esta nota, si algunos de Uds. están interesados en conocer lo que paso en nuestra actividad en el mundo, durante la pandemia, disculpa si algunos cuadros no son prolijos son fotos.*

Cetelem: Es una importante financiera francesa especialista en nuestra actividad

EDITORIAL

En 2017, el “Observatorio Cetelem” dedicó "*Mi auto amado*", el matrimonio exitoso entre consumidores y fabricantes. Pero algunos dicen que el amor dura tres años. Debe reconocerse que estos años pasados y una crisis de salud después, debería titularse "*Mi coche no amado*" si nos atenemos a las apariencias, si fue debido a los únicos hechos que oscurecen esta imagen una vez idílico. *¿Entonces, después de las alegrías del matrimonio la agonía del divorcio?* No tan simple... No tan seguro. Este “*Observatorio Cetelem 2021*” destaca un contexto abrumador para el automóvil. Económicamente, el sector ha sido particularmente afectados por la crisis sanitaria con las implicaciones resultados sociales. Su lugar en las ciudades en particular, es cada vez más controvertido. El tiempo parece lejano donde despertó la pasión; ahora invita a la razón. Pero este “Observatorio Cetelem” lo demuestra, además, el automóvil es fundamental que insustituible. Ella lleva muchas apuestas, apuestas económicas, de uso, de libertad, que solo cobró más importancia con la crisis sanitaria. Entonces, *¿el divorcio está en camino?* Todavía no, no por ahora. Numerosos destellos de esperanza retrasan la fecha límite para mucho tiempo, tal vez para siempre. Comprar diferente, local, eléctrico, siendo apoyado por estados activos, establece un nuevo horizonte portador de esperanza. Los automovilistas y el coche, es un poco como Los fuegos del amor. Sabemos cuándo empieza no sabemos cuándo termina ...
¡Feliz lectura para todos!

SOCIOS & METODOLOGÍA

RESUMEN

Los análisis económicos y de marketing, así como las previsiones se llevaron a cabo en colaboración con:

Empresa de investigación y consultoría *C-Ways* especializada en marketing de anticipación.

Los campos de la encuesta cuantitativa al consumidor fueron realizados por Harris Interactive del 2 al 11 de septiembre de 2020 en 15 países: Sudáfrica, Alemania, Bélgica, Brasil, China, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Holanda, Polonia, Portugal, Reino Unido y Turquía. En total, 10,000 personas fueron

Encuestados en línea (*método de recopilación CAWI*) ***. Estas personas de 18 a 65 años proceden de muestras representativas nacionales de cada país. La representatividad de la muestra está garantizada por el método, cuotas (sexo, edad). Se llevaron a cabo 3000 entrevistas en Francia y 500 en cada uno de los demás países.

*** Las encuestas CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) son cuestionarios digitales distribuidos a través de medios online que permitieron a los investigadores recabar información de manera más rápida y analizarla de una forma óptima.

1.- AUTOMÓVIL EN EL CORAZÓN DE LAS CRISIS 07

Un sector económicamente debilitado 08

Apoyo estatal considerado insuficiente 16

Presión ambiental sostenida 20

2.- UNA RELACIÓN DE LA CUAL NO PODEMOS TENER 35

Indispensable, especialmente en la vida cotidiana 36

Un sector económico con peso 44

Un refugio seguro 48

3.- UNA UNIÓN QUE SE REINVENTA 53

Uso adicional 54

Ver el automóvil en VO 60

Comprar diferente 62

Soporte estatal de bienvenida 66

Un futuro más virtuoso 70

EPÍLOGO 78

LOS PAÍSES DEL “OBSERVATORIO CETELEM” 7

1.- AUTOMÓVIL EN EL CORAZÓN DE LAS CRISIS

Después de haber sido durante mucho tiempo el símbolo del desarrollo el progreso económico, social o incluso el éxito, el automóvil se asoció gradualmente con una oveja negra. Tan negro como los rechazos que se abrumaban con rociar las ciudades, en un momento en el que el desarrollo solo puede ser sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Y como si no fuera. Basta, ha llegado el año 2020. Un año negro también que ve el colapso del mercado. Un año que demuestra que el sector de la automoción se sitúa en una zona de turbulencia múltiples que lo hacen flaquear seriamente.

UN SECTOR ECONÓMICAMENTE FRAGILIZADO UN MERCADO GLOBAL MUY IMPACTADO POR COVID

2019 vio sonrisas en los rostros de los protagonistas del mundo del automóvil. Había sido un año bastante bueno y se fue augura meses prometedores por venir. Y luego era el 17 de noviembre de 2019. En Wuhan, China, se descubrió el coronavirus SARS-Cov-2. Unas semanas después, las sonrisas habían desaparecidas.

Si bien el impacto económico de la pandemia ha sido general, afectando profundamente a todos los sectores económico, con algunas excepciones, el sector automóvil fue uno de los primeros en experimentar los efectos graves. En China, a partir de febrero, las ventas casi desaparecieron. La propagación del virus engendró rápidamente el mismo colapso en el mundo.

Dos países están escapando de este estancamiento. China, por lo tanto, con un mercado que se recupera en abril para desde entonces han experimentado una estabilización gradual. Y Turquía con una subida espectacular en ventas que

debieron todo al colapso de 2019 de la lira turca, que había provocado un declive mercado espectacular. De lo contrario, de todos los países de este Observatorio, Japón es el que sale el "mejor", mientras que España y Reino Unido ver las mayores caídas. La pandemia no solo está afectando las ventas, sino también producción. Detén las cadenas asamblea, personal afectado por la enfermedad en proporciones más o menos fuertes ... las consecuencias en el aparato industrial eran fuertes con caídas intensas de la producción en algunos países, particularmente en Alemania y España. Como corolario, el empleo se ha visto afectado directamente. (*Cuadro N° I – Contexto*)

CHINA, TOCADA PERO NO HUNDIDA

Primer país afectado por COVID -19, China fue el primer mercado automotriz en experimentarlo las consecuencias. A partir de enero, las rebajas serán contraído 20% para colapsar en febrero en un 81%. Luego se estabilizaron para ver un primer repunte en abril. primero país también para controlar la pandemia, China ha visto un cambio mensual en sus ventas entre 3% y + 9%, en comparación a 2019 (fuente: CAAM).

MUCHOS TRABAJOS AMENAZADOS POR LA CRISIS

En abril de 2020, Europa representó al menos 1,1 millones de puestos de trabajo afectados en el sector automóvil. Estas cifras no son exhaustivas y solo conciernen a las personas directamente empleado por los fabricantes de automóviles, camiones, camionetas y autobuses. El impacto en la cadena de suministro automotriz en el sentido amplio es aún más crítico.

Cuadro N° I contexto

Comparación de las ventas de unidades entre 2019 y 2020

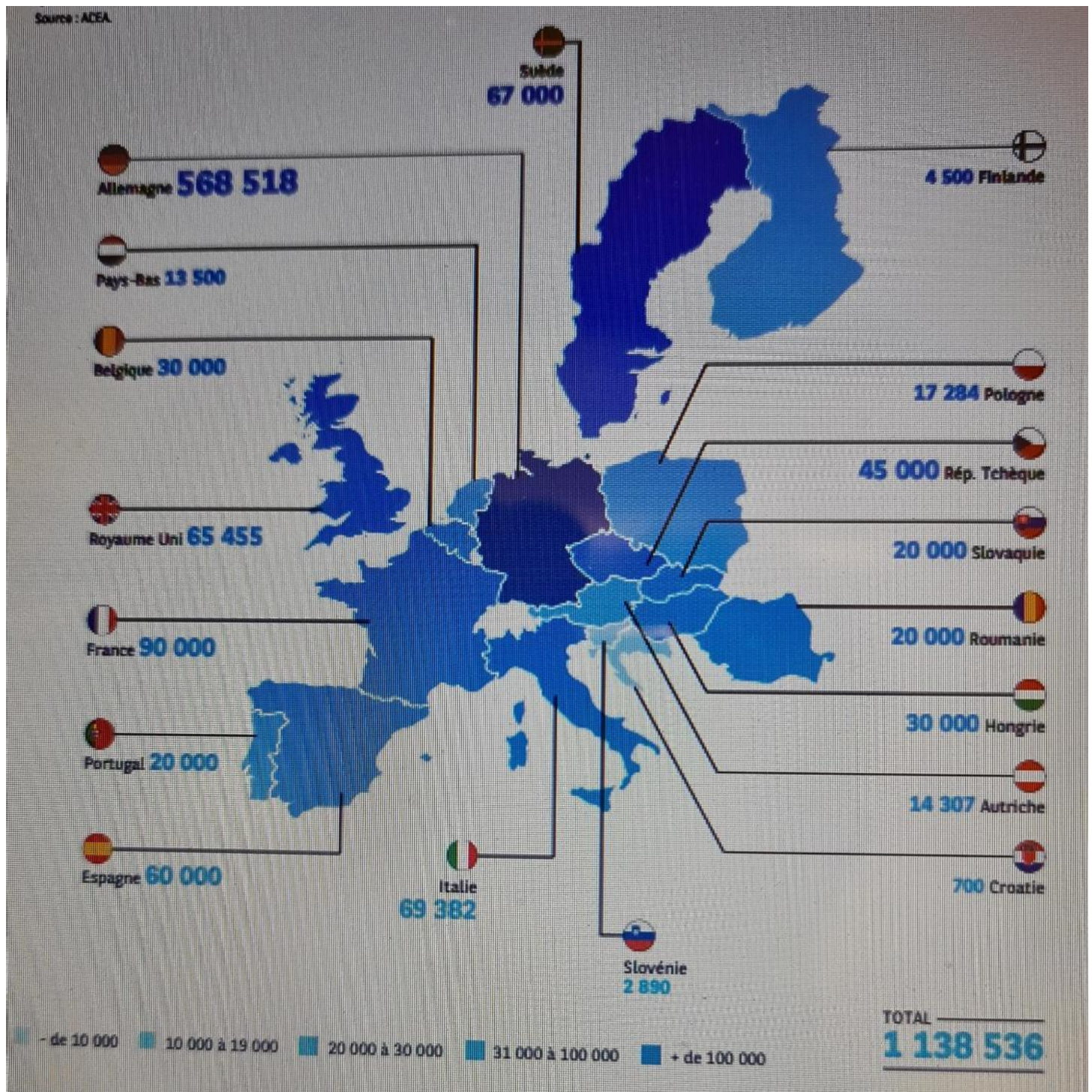
Ventas parciales 2029 Ventas 2019
 Ventas parciales 2020 Diferencias Ventas 2020 Diferencias

País	Ventas parciales 2029	Ventas parciales 2020	Diferencias	Ventas 2019	Ventas 2020	Diferencias
Afrique du Sud	377 931	249 093	-34% ↓	538 611	358 654	-33% ↓
Allemagne	2 969 985	2 228 612	-25% ↓	4 017 059	3 133 308	-22% ↓
Belgique	494 590	375 285	-24% ↓	644 041	498 202	-23% ↓
Brésil	1 940 170	1 301 659	-33% ↓	2 787 850	1 925 927	-31% ↓
Chine	18 935 008	15 295 003	-10% ↓	25 768 677	23 449 496	-9% ↓
Espagne	1 131 801	706 591	-38% ↓	1 501 260	963 172	-36% ↓
États-Unis	12 823 701	10 318 830	-20% ↓	17 480 004	14 333 603	-18% ↓
France	1 997 567	1 449 675	-27% ↓	2 755 696	2 000 000	-27% ↓
Italie	1 602 483	1 071 183	-33% ↓	2 131 916	1 425 084	-33% ↓
Japon	3 991 776	3 271 879	-18% ↓	5 195 216	4 363 981	-16% ↓
Pays-Bas	391 778	295 415	-25% ↓	538 742	416 199	-23% ↓
Pologne	457 521	335 343	-27% ↓	656 265	489 944	-25% ↓
Portugal	200 179	124 281	-38% ↓	271 817	184 836	-32% ↓
Royaume-Uni	2 148 887	1 451 736	-32% ↓	2 676 918	1 872 730	-30% ↓
Turquie	281 309	493 621	75% ↑	491 909	688 673	40% ↑
Europe	11 394 791	8 038 101	-29% ↓	15 193 714	10 983 472	-28% ↓
Monde	47 744 686	38 968 186	-18% ↓	67 453 981	56 103 807	-17% ↓

Cuadro N° II contexto

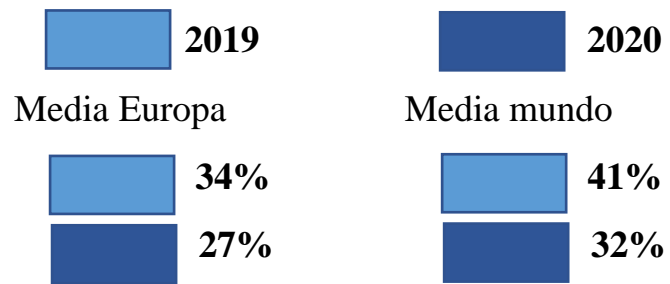
Empleos afectados por la crisis del Covid 19. En el sector automotor en Europa por países

Estadísticas a abril 2020



Cuadro N° III contexto

¿Piensa compra una unidad automotriz en los próximos 12 meses?



Afrique du Sud  62 %
42 %

Allemagne  34 %
23 %

Belgique  24 %
15 %

Brésil  68 %
51 %

Chine  43 %
43 %

Espagne  46 %
33 %

États-Unis  48 %
37 %

France  36 %
26 %

Italie  54 %
46 %

Japon  26 %
18 %

Pays-Bas  31 %
18 %

Pologne  44 %
31 %

Portugal  35 %
23 %

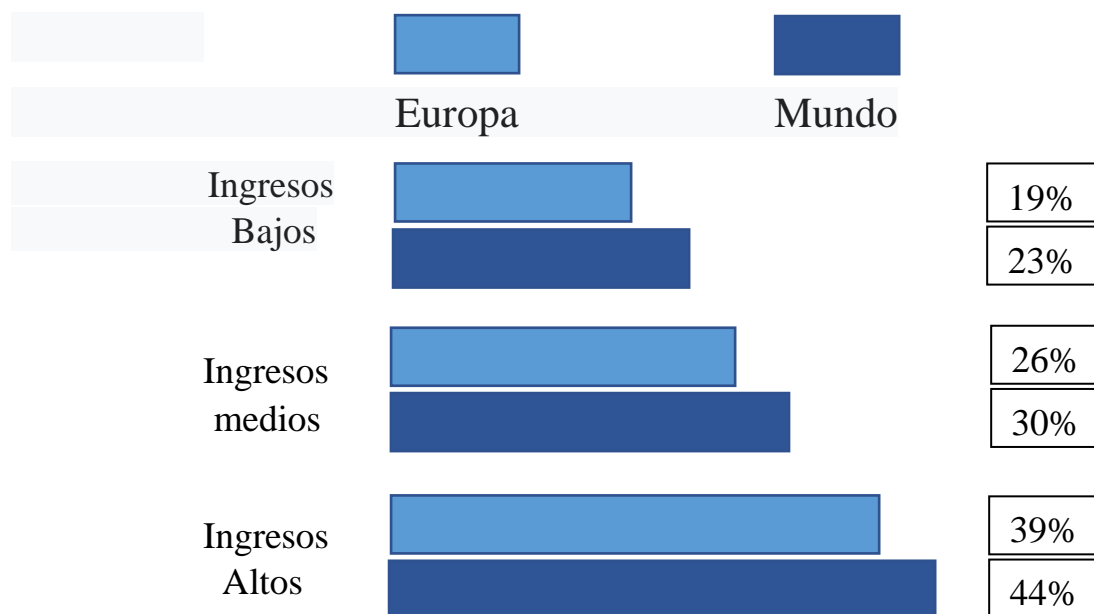
Royaume-Uni  35 %
27 %

Turquie  57 %
50 %

Cuadro N° IV contexto

¿Piensa compra una unidad automotriz en los próximos 12 meses?

Solo se puede contestar con "SI" o "NO"



INTENCIONES DE COMPRA EN BAJA

Producción y ventas a la baja para 2020, y intenciones de compra para los próximos 12 meses que no fomenta el optimismo sostenido. Especifiquemos desde el principio que la encuesta se realizó en septiembre, antes de la segunda ola de la pandemia que afectó a todos los países afectados. Sin embargo, ella subrayó intenciones de compra significativamente más bajas en comparación con 2019. Mientras que el 41% de las personas entrevistadas estaban considerando comprar un vehículo en los próximos 12 meses, ya no son más del 32% para hacerlo (27% de los europeos) (Contesto III)

Los países emergentes, así como China, Italia y Estados Unidos, compensar este efecto péndulo negativo siendo el más proactivo. Para tanto, excepto en China que, hemos subrayado, primero experimentó una cierta "recuperación", estos

las intenciones están en fuerte declive en todas partes. La segmentación en términos de ingresos muestra los hogares más ricos que el promedio para desear comprar un vehículo nuevo (Contesto IV)

EL IMPACTO RELATIVO DE LA CRISIS DE SALUD

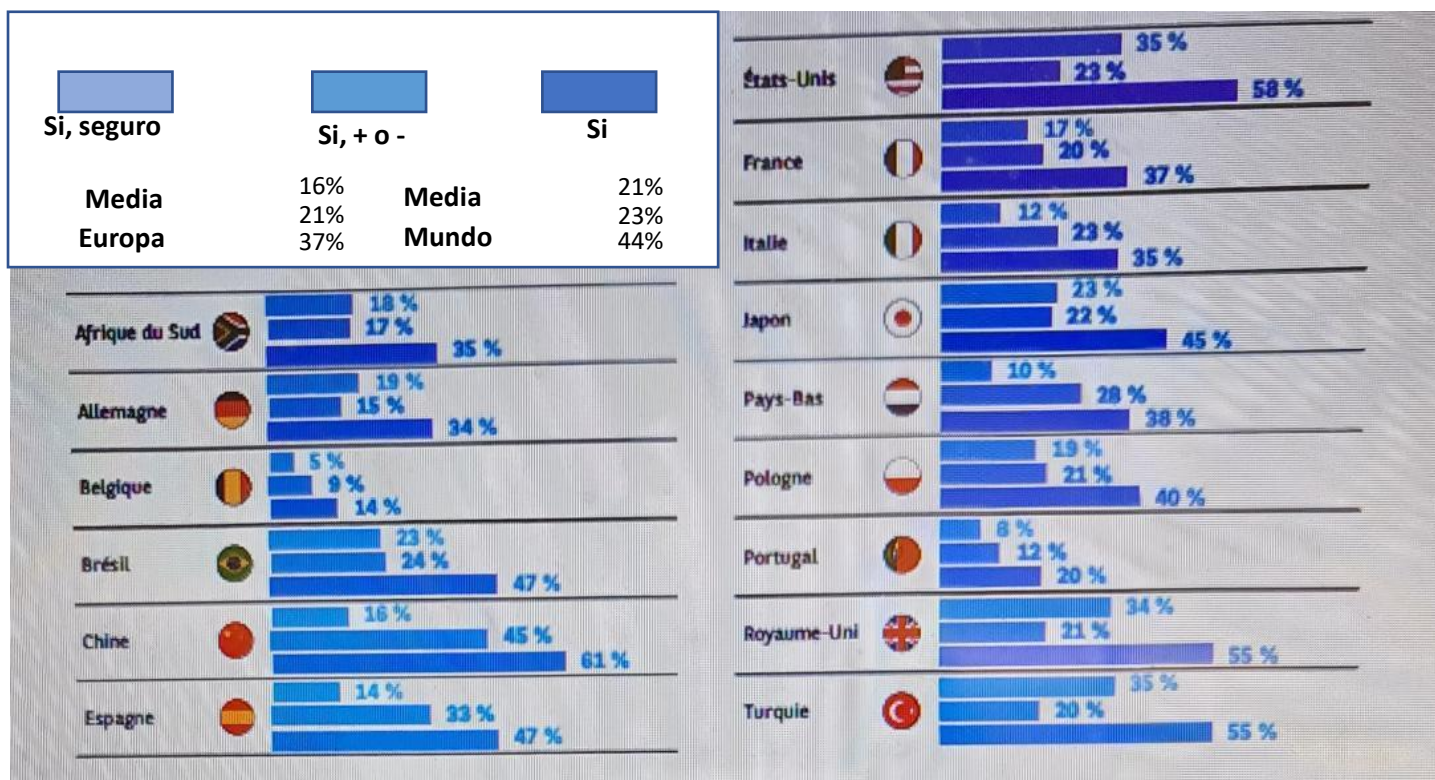
La pandemia tuvo un impacto real pero sin embargo moderado en estas intenciones de compra.

Un poco más de un tercio de los encuestados reportalo. Sin embargo, las disparidades son importante entre China, Estados Unidos, Turquía y Reino Unido, donde más de 1 persona de 2 dicen que han sido influenciados por COVID-19, y Portugal y Bélgica, donde están solo 1 de cada 5, o incluso menos (*Contesto V*)

¿Esta intencion de compras fue sucitada por la crisis sanitaria del Covic 19?

Solo se puede contestar por "SI" o "NO". Para los que contestan, deben ser compardores de unidades dentro de los proximos 12 meses.

CUADRO N° V contesto



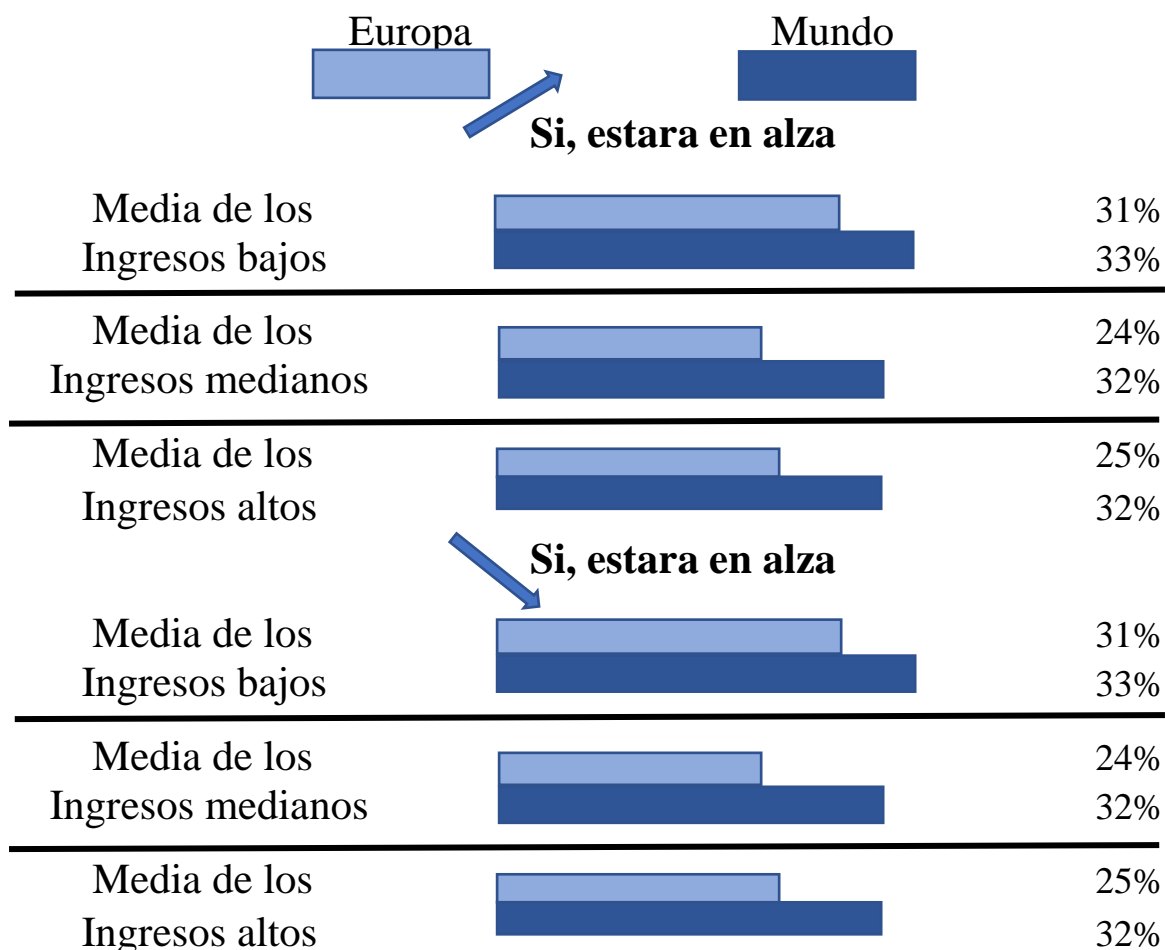
UN PRESUPUESTO DE COMPRA REVISADO A LA BAJA

Asimismo, el impacto presupuestario del virus en la compra del futuro vehículo muestra dos grupos de países opuestos, mientras que globalmente hay tantos automovilistas que quieren gastar más que gastar menos (35% en ambos casos) (Contesto VI). Los mayores gastadores incluyen principalmente países emergentes, pero también Estados Unidos, Reino Unido y Japón.

Cuadro Contesto VII

¿Las consecuencias económicas serán o no afectar el presupuesto que gastará al comprar tu auto?

Solo una respuesta posible. Porcentaje de "Sí, habrá una incidencia". Entre los encuestados que piensan en comprar un coche en los próximos 12 meses.



Los turcos muestran intenciones sobre este tema aumento muy marcado del presupuesto (62%), en línea con las compras masivas de 2019. Por el contrario, el futuro presupuesto automotriz será en declive principalmente en países latinos con casi 1 de cada 2 italianos para proyectar en este sentido.

Casi en todas partes, los ingresos más bajos anuncian quiere gastar menos (*Contesto VII*) Tenga en cuenta que en tres países, intenciones de disminuir y aumentar del presupuesto son casi iguales: en Alemania, en Sudáfrica y Brasil.

Cuadro Contesto VIII

¿Cree que la crisis de la salud y sus consecuencias económicas serán o no afectar el presupuesto que gasta en la compra de su coche?

Solo una respuesta posible. Participación de "Sí, habrá un impacto". Entre los encuestados que planean comprar un automóvil en los próximos 12 meses.