



Information presse



Mitsubishi Motors Europe Résultats de l'année 2011 : 149 967 ventes (+ 7%)

Born, le 25 janvier 2012 - Bien qu'ayant été confronté à de redoutables défis tout au long de l'année 2011, Mitsubishi Motors Europe (MME) a enregistré une hausse de 7 % de son volume de ventes par rapport à l'année dernière, avec 149 967 ventes contre 140 311 en 2010*.

De nombreux défis

MME a réussi à obtenir ce résultat positif malgré un contexte économique très difficile en Europe, la fin des primes à la casse dans des pays tels que la France, l'effet des mesures d'austérité mises en place en Espagne, en Grèce, au Portugal ou en Irlande, et une confiance en dents de scie de la clientèle.

Outre des clients européens frappés par des conditions économiques difficiles, Mitsubishi Motors a également subi les conséquences de taux de changes très défavorables et de plusieurs catastrophes naturelles en Asie, tout comme l'ensemble des autres constructeurs japonais :

- Impact des inondations en Thaïlande sur la chaîne d'approvisionnement (L200) : même si le centre de production locale de Mitsubishi Motors (MMTh) n'a pas été directement touché, l'approvisionnement en pièces a quant à lui été affecté, ce qui a engendré une perte de production d'un mois. L'objectif est de compenser au maximum ce manque avant la fin de l'exercice fiscal (31 mars 2012).
- Impact du tremblement de terre au Japon sur la chaîne d'approvisionnement des produits fabriqués localement (ASX, Lancer, Pajero/Montero/Shogun, i-MiEV, etc....) : les installations de production de MMC n'ont subi aucun dommage direct. Cependant, les coupures d'électricité et les interruptions d'approvisionnement de certaines pièces spécifiques à certains modèles ont eu des répercussions sur le calendrier de production et ont modifié temporairement le mix des modèles – favorisant les versions non affectées par ces problèmes d'approvisionnement de composants. Les volumes et la production sont revenus à la normale en octobre.

* 34 pays (sauf la Russie et l'Ukraine) - L200 inclus.

Des efforts importants

Face à ces nombreux défis, les distributeurs européens de Mitsubishi Motors ont mis tout en œuvre pour surmonter cette situation défavorable et ont enregistré de solides résultats, MMC a ainsi été l'un des deux seuls constructeurs japonais à afficher une hausse annuelle (+3,1 % janv-déc.) selon le rapport de l'ACEA pour l'année civile 2011.

Si l'ensemble du marché a été frappé par la crise économique, certains pays ont réussi à tirer leur épingle du jeu, à commencer par le premier marché de MME, l'Allemagne (+27 %).



On notera les remarquables performances de :

- la Norvège (+48 %), se classant désormais en 3^{ème} position (le plus important marché de l'i-MiEV en Europe et le deuxième plus grand marché de l'Outlander),
- l'Italie (+19 %) dans un marché très déprimé (-10,9 % entre janvier et décembre),
- la Turquie (+31 %), les Pays-Bas (+13 %), la Belgique (+25 %), la Suisse (+24 %) ou l'Autriche (+20 %), en constante progression,
- la France (+18 %), évoluant à nouveau dans des eaux plus calmes.

Tous ont contribué aux résultats positifs de Mitsubishi en Europe cette année – voir tableau page suivante pour de plus amples détails.

Fondamentaux produits

Avant l'introduction progressive d'une toute nouvelle génération de modèles à compter de fin 2012, la gamme actuelle continue de séduire les clients européens, confortant notamment les bons résultats de Mitsubishi sur le segment du crossover et du SUV.

- Avec près de 50 000 ventes sur l'année civile 2011, l'ASX – le bon véhicule au bon moment – a largement dépassé son objectif de ±30 000 unités, malgré une concurrence de plus en plus forte.
- Les éternels L200 et Pajero ont également affiché de solides performances (volume + rentabilité), représentant 22 % du volume total de MME.

Préfigurant l'évolution future de la gamme Mitsubishi, l'i-MiEV poursuit sa progression à mesure du développement du marché et des infrastructures dédiées aux véhicules électriques en Europe, avec un total de 2 660 unités vendues en 2011 sur la vingtaine de marchés où elle est commercialisée.

Prochaines étapes

Dans l'environnement économique actuel, des plus volatiles et imprévisibles, il ne serait pas raisonnable de formuler des prévisions trop tranchées pour l'année 2012, l'objectif étant - au minimum - de maintenir le volume actuel.

Malgré tout, Mitsubishi Motors Europe et ses distributeurs s'efforceront de relever les défis de 2011, grâce à toute une série d'initiatives produit, notamment :

- La première mondiale d'un nouveau modèle premium lors du salon international de l'automobile de Genève
- La présentation de la version européenne de la « Global Small » (commercialisation en Europe : fin 2012)
- De nouvelles initiatives pour la promotion des ventes des modèles ASX, Pajero et L200
- Les préparatifs pour le lancement de la technologie P-HEV de Mitsubishi en Europe (dans un premier temps au Japon, dans le courant de l'exercice 2012)



Ventes Mitsubishi Motors en Europe

Année civile 2011 - Volume par pays (Top 15) :

1. Allemagne :	30 971 unités	+ 27%
2. Royaume-Uni :	17 060 unités	- 10 %
3. Norvège :	8 996 unités	+ 48 %
4. Italie :	8 759 unités	+ 19 %
5. Espagne :	8 254 unités	- 14 %
6. Turquie :	7 677 unités	+ 31 %
7. Pologne :	7 071 unités	- 29 %
8. Israël :	7 050 unités	- 16 %
9. Pays-Bas :	6 910 unités	+ 13 %
10. France :	6 725 unités	+ 18 %
11. Suède :	6 324 unités	+ 7 %
12. Belgique :	5 897 unités	+ 25 %
13. Suisse :	5 617 unités	+ 24 %
14. Autriche :	5 017 unités	+ 20 %
15. Portugal :	3 279 unités	- 33 %

Année civile 2011 - Volume par modèle :

1. ASX :	49 463 unités	Lancement mi-2010
2. Colt :	26 193 unités	- 12,7 %
3. L200 :	23 684 unités	+ 6 %
4. Outlander :	19 779 unités	- 22 %
5. Lancer :	18 138 unités	- 32 %
6. Pajero :	9 116 unités	+ 1 %
7. i-MiEV :	2 660 unités	Lancement début 2011

Contact presse Europe : Daniel Nacass - d.nacass@mitsubishi-motors-euro.com
Contact presse France : Caroline Caquot - c.caquot@mitsubishi-motors.fr