



Les marques françaises répondent à l'appel de la croissance

En ordre de bataille pour 2022

Après une hausse en 2019, le marché du VAE a enregistré une forte croissance en 2020, comme l'indiquent l'Union Sport & Cycle et la Fédération française des usagers de la bicyclette (FUB). Selon les deux organismes, plus de 500.000 VAE auraient été vendus en 2020. Plus généralement, les ventes de vélos neufs devraient dépasser la barre de 3,3 millions d'unités. Dans cette période d'euphorie, les marques françaises n'ont rien à envier à leurs homologues européens. Qu'ils assemblent en France, en Europe ou en Asie, les fabricants hexagonaux ont pu, et su, répondre aux challenges de la pandémie de la Covid-19. Malgré l'arrêt des productions et des ventes pendant deux mois, la plupart des acteurs français ont enregistré une croissance à deux chiffres (volume et valeur) au cours de l'exercice 2020 en raison de l'explosion de la demande après le confinement. Cela se confirme cette année et pour 2022 puisque toutes les marques interrogées par BIKEéco prévoient encore une hausse de leurs volumes de ventes, même si elles sont confrontées à des problèmes d'approvisionnements.

De la Manufacture française du cycle (voir BIKEéco n° 95 du 22 février) à Cycleurope, en passant par Moustache Bikes, Lapierre, O2Feel, Néomouv, Arcade Cycles, Easybike, les grands acteurs français sont impactés à différents niveaux. Mais malgré ces contraintes (qui touchent l'ensemble du marché mondial), certaines marques hexagonales s'en sortent mieux que d'autres, car elles avaient anticipé cette situation. Cela s'est traduit par une augmentation des commandes de pièces avant la pénurie, l'agrandissement des lignes d'assemblage, évolution des postes de travail pour augmenter la cadence de production, reconduction d'une large partie des gammes 2021 pour la saison 2022. Bref, les fabricants (ou assembleurs) français semblent être en ordre de bataille pour répondre à ces challenges. Il faudra toutefois attendre le courant de cette année et la disponibilité des gammes 2022 pour voir comment les marques françaises auront su d'adapter. (Laurent Garrigues)

