

La Création de Valeur Durable des Constructeurs Automobiles

Une analyse des performances durables des constructeurs automobiles au niveau mondial



**RÉSUMÉ ET
RÉSULTATS CLÉS**



Sustainable Value
Research Ltd

www.SustainableValue.com

Auteurs

Tobias Hahn

Frank Figge

Ralf Barkemeyer

Andrea Liesen

Les auteurs travaillent comme chercheurs dans les institutions suivantes:



Euromed Management
School
Domaine de Luminy - BP
921
13 288 Marseille cedex 9
France



Queen's University
Management School

Queen's University Belfast
Queen's University
Management School
25 University Square
Belfast BT7 1NN
Northern Ireland, UK



Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung
Institute for Futures Studies and Technology Assessment

IZT – Institute for Futures Studies and
Technology Assessment
Schopenhauerstr. 26
14129 Berlin
Germany

Contacte: automobile@sustainablevalue.com

© 2^e édition, Belfast, Marseille et Berlin, 2009. Tous droits d'auteur réservés. La dissémination de ce document est encouragée sous condition de référence aux auteurs.

Illustration sur la couverture : © iStockphoto.com/William Schultze

Résumé

Cette étude présente les résultats d'un projet de recherche qui tente d'analyser les performances durables des constructeurs automobiles au niveau mondial en utilisant l'approche de la Valeur Durable. Ce projet de recherche a été entrepris par des chercheurs de d'Euromed Management, de la Queen's University de Belfast et d'IZT – l'Institut des Etudes des Futurs et des Technologies de Berlin.

L'approche de la Valeur Durable est la première méthode d'évaluation des performances durables des entreprises à se baser sur la valeur. Elle prolonge les méthodes traditionnelles utilisées en analyse financière en y ajoutant non seulement l'utilisation du capital économique, mais aussi les ressources environnementales et sociales. Un constructeur automobile crée de la valeur durable positive (ou négative) s'il fait une marge plus élevée (ou plus faible) que ses pairs en utilisant ses ressources économiques, environnementales et sociales.

Une analyse fondée sur la méthode de la Valeur Durable permet de déterminer si une société utilise efficacement ses ressources dans la création de valeur. La méthode de Valeur Durable mesure les performances durables d'une société en termes monétaires. Dans le même temps elle établit un lien entre la durabilité de l'entreprise et l'approche basée sur la valeur utilisée traditionnellement dans le management et l'analyse financière des entreprises.

Cette étude analyse les performances durables des entreprises suivantes : BMW Group, Daihatsu, DaimlerChrysler/Daimler AG, Fiat Auto, Ford, GM, Honda, Hyundai, Isuzu, Mitsubishi, Nissan, PSA, Renault, Suzuki, Tata, Toyota et Volkswagen Group au cours de la période allant de 1999 à 2007. Tata figure pour la première fois dans cette mise à jour. En adoptant une approche basée sur la Valeur Durable, cette étude évalue l'utilisation de neuf ressources économiques, environnementales et sociales. L'analyse se fonde sur les données économiques, environnementales et sociales rapportées et publiées par les sociétés elles mêmes.

Les résultats montrent une tendance mixte quant à la performance durable des processus de production utilisés par chaque constructeur automobile. Toyota et BMW Group sont de loin des leaders dans leur secteur. Ces deux sociétés créent de la Valeur Durable positive de façon régulière pendant toute la période d'évaluation et utilisent leurs ressources économiques, environnementales et sociales pour créer de la valeur.

C'est-à-dire qu'elles exploitent ces ressources de façon plus efficace que leurs pairs dans l'industrie. Hyundai, Honda et - dans une certaine mesure - Nissan et Suzuki créent en général de la Valeur Durable également. A part Toyota, le seul autre grand constructeur qui réussit à suivre les deux leaders en termes de durabilité est DaimlerChrysler, mais seulement par intermittence - en 1999, et puis d'une certaine manière de 2004 à 2006. En 2007 Daimler AG (qui remplace DaimlerChrysler dans l'analyse pour 2007) réduit considérablement l'avance de BMW Group et Toyota. GM n'a fait que produire une Valeur Durable négative et montre une tendance vers la dégradation pendant toute la période.

Volkswagen n'a pu créer une Valeur Durable positive significative qu'en 2001, 2002 et 2007. Ford fréquente également les valeurs négatives depuis 2001 et n'a montré des signes de rétablissement que temporairement en 2004 et 2005 (sans pour autant réussir à créer de Valeur Durable positive). Dans le groupe de constructeurs de taille moyenne seul BMW Group et les constructeurs asiatiques ont pu générer de la Valeur Durable positive de façon continue.

Parmi les constructeurs européens de ce groupe, PSA et Renault se maintiennent en général vers le bas de la moyenne avec, pour Renault, une tendance négative vers la fin de la période d'évaluation. Fiat Auto, et dans une certaine mesure Mitsubishi, ont affiché une Valeur Durable négative de manière continue. Dans le group des plus petits constructeurs, Isuzu a affiché une amélioration significative. Daihatsu au contraire est resté en général juste à l'intérieur de la zone négative. En comparaison avec les constructeurs européens et nord américains il est intéressant de noter qu'un nombre relativement élevé de constructeurs asiatiques parviennent à générer de la Valeur Durable positive. Par comparaison à ces derniers, les deux groupes nord américains Ford et General Motors affichent une performance très décevante. La tendance est mitigée parmi les constructeurs européens.

Cette étude présente une description détaillée de l'approche se basant sur la Valeur Durable, de la méthode utilisée pour analyser les performances des 17 constructeurs automobiles et des résultats observés, y compris un classement des constructeurs.

La Marge en Valeur Durable exprime la Valeur Durable créée par rapport aux ventes totales, permettant ainsi la comparaison d'entreprises de taille différente. L'étude contient également un rapport détaillé et une discussion des résultats pour chaque société évaluée. Dans l'ensemble les résultats de ce projet donnent une vue transparente et pertinente des tendances en termes de performance durable dans le secteur automobile. L'étude montre également que l'approche basée sur la Valeur Durable est un outil pratique pour établir une évaluation intégrante et en profondeur des classements de durabilité des entreprises.

Résultats Clés

L'étude « La Création de la Valeur Durable des Constructeurs Automobiles » («Sustainable Value in Automobile Manufacturing») analyse les performances durables des constructeurs automobiles au niveau mondial en utilisant l'approche de la Valeur Durable (« Sustainable Value »).

Cette étude a été entreprise par des chercheurs de d'Euromed Management, de la Queen's University de Belfast et d'IZT – l'Institut des Etudes des Futurs et des Technologies de Berlin.

L'approche de la Valeur Durable est la première méthode d'évaluation des performances durables des entreprises qui se basent sur la valeur.

Une entreprise crée de la Valeur Durable si elle utilise ses ressources économiques, environnementales et sociales plus efficacement que ses concurrents. La méthode compare le bénéfice qu'une société crée en utilisant ses ressources économiques, environnementales et sociales avec le bénéfice qui aurait été atteint par le secteur des constructeurs automobiles avec ces ressources en moyen.

Ainsi la Valeur Durable montre en Euros combien de bénéfice en plus (ou de moins) à été créé par une entreprise avec l'ensemble de ses ressources économiques, environnementales et sociales par rapport à la moyenne du secteur.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
BMW Group	1,501,732	1,994,929	2,733,607	2,439,773	2,296,344	2,648,734	2,986,741	3,224,266	2,816,934
Daihatsu	-224,142	-59,724	44,995	-171,797	-95,668	-80,680	7,075	n/a	n/a
DaimlerChrysler	4,349,228	-186,310	-2,321,165	1,407,408	1,177,407	1,798,905	1,483,721	2,151,231	3,918,822
Fiat Auto	-1,410,984	-1,201,759	-1,211,875	-1,726,769	-1,373,669	-1,322,501	-936,640	-555,391	-754,673
Ford	259,158	1,338,977	-3,538,640	-3,089,081	-2,009,273	-748,786	-1,265,656	-5,356,987	-3,263,710
GM	-3,425,480	-3,133,286	-5,397,841	-8,667,365	-6,276,460	-7,466,090	-13,362,505	-8,659,373	-9,874,113
Honda	358,791	701,926	1,637,889	1,171,532	860,932	793,888	1,882,573	1,175,825	1,101,237
Hyundai	n/a	n/a	1,777,799	1,375,061	832,087	315,677	769,012	674,861	541,429
Isuzu	-432,073	-242,352	-59,113	-55,517	324,682	286,814	258,100	296,600	126,193
Mitsubishi	-605,289	-1,099,094	-196,122	-96,853	-221,874	-796,901	-303,701	-251,764	96,681
Nissan	n/a	n/a	n/a	1,902,383	1,837,363	1,619,980	2,077,359	1,258,378	-79,917
PSA	-894,203	-403,885	349,742	193,197	-351,622	-322,624	159,468	-444,977	-603,548
Renault	-236,811	-195,879	-823,905	-524,293	-524,613	540,553	-103,656	-290,690	-713,957
Suzuki	-68,963	-5,373	155,673	78,339	115,791	84,753	103,546	99,979	-15,714
Tata	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	22,816
Toyota	1,326,944	2,719,925	5,114,023	4,803,193	5,429,324	4,793,832	6,286,917	7,443,699	5,262,013
Volkswagen	-497,907	-228,095	1,734,933	960,789	-2,020,752	-2,145,554	-42,355	-765,657	1,419,506

Tableau 1: Valeur Durable entre 1999 et 2007 (en 1 000 €)

Le tableau 1 ci-dessus montre les résultats de l'analyse de la Valeur Durable créée par les 17 constructeurs automobiles entre 1999 et 2007. En 2007, Toyota a créé une Valeur Durable de 5,26 milliards €. Cela signifie que Toyota a créé 5,26 milliards € de plus de bénéfice avec ses ressources économiques, environnementales et sociales qu'un constructeur automobile moyen aurait atteint avec les mêmes ressources. En 2006, Toyota a même atteint une Valeur Durable de 7,44 milliards €, la valeur la plus importante enregistrée dans cette étude. Suite à la division de Daimler et Chrysler, le constructeur allemand Daimler s'inscrit sur le deuxième rang avec une Valeur Durable de 3,92 milliards € en 2007.

BMW suit comme troisième avec une Valeur Durable de 2,82 milliards €. Cependant, il faut tenir en compte que les différences en termes de Valeur Durable absolue entre ces entreprises sont partiellement dues au fait que BMW est considérablement moins grand que Toyota et Daimler.

Si on prend en compte les différentes tailles des entreprises le palmarès change. Pour la comparaison des performances durables de constructeurs automobiles de différentes tailles l'étude utilise la Marge de Valeur Durable comme indicateur. La Marge de Valeur Durable exprime la Valeur Durable créée par rapport au chiffre d'affaire d'une société.

Le tableau 2 ci-dessous montre le classement des 17 constructeurs automobiles par rapport à la Marge de Valeur Durable.

Il se trouve que Toyota et BMW se retrouvent coude à coude : en 2007, BMW a créé 5 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire alors que Toyota n'atteint que 4,9 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire.

En effet, BMW et Toyota sont en tête de course durant toute la période d'analyse.

En 2007, Daimler ne peut guère suivre le rythme des deux leaders mais s'inscrit comme troisième avec une Marge de Valeur Durable de 3,9%. A la fin du classement et avec un écart considérable il se trouve que le constructeur américain General Motors perd 7,5 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire. L'autre géant américain Ford ne s'en sort pas beaucoup mieux en perdant 2,6 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire, à peu près au même niveau que FIAT Auto qui perd 2,8 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
BMW Group	4.37%	5.36%	7.11%	5.75%	5.53%	5.97%	6.40%	6.58%	5.03%
Daihatsu	-2.27%	-0.68%	0.60%	-2.35%	-1.38%	-1.02%	0.08%	n/a	n/a
DaimlerChrysler	2.90%	-0.11%	-1.52%	0.94%	0.84%	1.30%	0.99%	1.42%	3.94%
Fiat Auto	-2.93%	-4.80%	-4.96%	-7.80%	-6.86%	-6.44%	-4.80%	-2.34%	-2.81%
Ford	0.17%	0.73%	-1.95%	-1.79%	-1.38%	-0.54%	-0.89%	-4.20%	-2.59%
GM	-2.07%	-1.57%	-2.73%	-4.62%	-3.83%	-4.80%	-8.64%	-5.25%	-7.47%
Honda	0.69%	1.43%	3.49%	2.43%	2.05%	1.78%	4.25%	2.38%	3.08%
Hyundai	n/a	n/a	5.23%	3.60%	2.44%	0.86%	1.72%	1.37%	1.08%
Isuzu	-5.22%	-2.62%	-0.80%	-0.84%	4.53%	4.07%	3.60%	4.21%	1.86%
Mitsubishi	-2.86%	-5.03%	-0.92%	-0.75%	-2.34%	-8.56%	-3.09%	-2.72%	0.75%
Nissan	n/a	n/a	n/a	3.83%	3.69%	3.04%	3.72%	2.02%	-0.03%
PSA	-2.64%	-1.02%	0.75%	0.48%	-0.70%	-0.65%	0.23%	-0.86%	-1.08%
Renault	-0.63%	-0.49%	-2.27%	-1.44%	-1.40%	1.33%	-0.25%	-0.70%	-1.75%
Suzuki	-0.57%	-0.04%	1.20%	0.62%	1.00%	0.71%	0.78%	0.72%	-0.12%
Tata	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0.32%
Toyota	1.97%	2.80%	5.28%	5.14%	5.62%	4.66%	5.65%	6.61%	4.91%
Volkswagen	-0.79%	-0.36%	1.96%	1.11%	-2.32%	-2.41%	-0.04%	-0.73%	1.30%

Tableau 2: Marge de Valeur Durable entre 1999 et 2007

Les constructeurs automobiles français PSA et Renault représentent le ventre mou du classement. Durant toute la période entre 1999 et 2007 PSA n'atteint un faible résultat positif qu'en 2001, 2002 et 2005. Le résultat le plus favorable de PSA date de 2001 avec

quelques 350 millions € de Valeur Durable et une Marge de Valeur Durable faiblement positive de 0,75%. Pendant toutes les autres années la performance durable de PSA se retrouve au-dessous de la moyenne des constructeurs automobiles. Les résultats négatifs s'accumulent jusqu'à une Valeur Durable négative de -894 millions € en 1999 ce qui correspond à une perte de 2,6 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire. Le résultat le plus récent de PSA n'est pourtant pas beaucoup plus rassurant avec une Valeur Durable négative de -604 millions € et une Marge de Valeur Durable de -1,1% en 2007. PSA finissait 12e entre les 17 entreprises sous analyse en 2007.

La situation de Renault ne se présente pourtant pas d'une manière plus positive. Au contraire, Renault produisait des résultats négatifs tous les ans sauf en 2004 quand ce constructeur français a atteint une Valeur Durable de 541 millions € et une Marge de Valeur Durable de 1,33%. Plus inquiétant le fait, que Renault est en perte de vitesse depuis 2004 et a inscrit son plus mauvais résultat en 2007 avec une Valeur Durable négative de -714 millions € ou une perte de 1,75 centimes de Valeur Durable par Euro de chiffre d'affaire. Renault se retrouve 13e sur 17 constructeurs analysés en 2007 pendant que la société était arrivée en sixième place en 2004.

L'analyse donc montre que les constructeurs français ont perdu pas mal de terrain en termes de performances durables par rapport à ses pairs en Europe et ailleurs.