

Zeitschrift: Technique agricole Suisse
Herausgeber: Technique agricole Suisse
Band: 70 (2008)
Heft: 5

Artikel: Marché des tracteurs : splendeur et gloire
Autor: Kutschenreiter, Wolfgang
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1086075>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Marché des tracteurs: splendeur et gloire

En 2007, le marché des tracteurs s'est maintenu à haut niveau. Avec 168016 immatriculations, contre 164478 en 2006, la croissance correspond à 2,2% par rapport à l'année dernière. Cela se situe bien au-delà des pronostics établis au début de cette décennie et des attentes de la plupart des acteurs du marché. Dans l'ensemble – et tous marchés confondus – une tendance aux classes de tracteurs de puissance supérieure se dessine; ainsi le chiffre d'affaires a augmenté encore davantage que le nombre d'unités.

Wolfgang Kutschenreiter,
Gailingen am Hochrhein

Cette évolution s'appuie sur trois tendances. Premièrement, le revenu agricole s'est amélioré. Deuxièmement, la politique agricole de l'UE (PA 2013 pour la Suisse) donne la sécurité nécessaire pour procéder à des investissements. Troisièmement, les restructurations des exploitations agricoles tournées vers l'avenir poussent au remplacement des techniques obsolètes par des machines modernes puissantes.

Comparaison en Europe: le nombre d'unités

Le marché dans les 18 pays d'Europe de l'Ouest (15 pays de l'UE plus la Suisse, la Norvège et l'Islande) ne se développe pas partout de la même manière (tableau 1). Ainsi par exemple, parmi les cinq pays affichant les plus gros chiffres de vente, la France, l'Espagne et la Grande-Bretagne ont fortement progressé en 2007, bien qu'à des degrés divers. En revanche, l'Italie a nettement régressé, alors que la diminution en Allemagne est restée plus modérée.

Nouveauté sur le marché des tracteurs 2007, les marchés d'exportation, en particulier en Europe de l'Est, se sont cumulés à ceux des pays de l'UE, ce qui a provoqué des difficultés de livraison. Cela continue d'ailleurs en 2008. John Deere

et Fendt augmentent donc encore leur production de 10 % en leurs usines de Mannheim et Marktoberdorf. L'ensemble de la production annuelle est déjà absorbée par les commandes des commerçants et des clients en Allemagne et dans les marchés d'exportation. La technique agricole constitue un bien d'investissement de haute valeur qui n'est en général pas disponible en stock. Un constat auquel le marché devra encore s'habituer.

Le nombre des immatriculations en 2006 et 2007 est connu pour les 18 pays examinés (tableau 1). Le tableau 2 résume la position des groupes de constructeurs principaux dans quatre marchés-clefs. Malheureusement, il n'existe en Europe aucune règle uniforme relative à la publication des immatriculations selon un standard commun.

Classes de puissance supérieures: la plus grande croissance

En Allemagne par exemple, les immatriculations de la classe de puissance de 201 à 250 ch ont augmenté de plus de 100 %, soit de 1005 tracteurs en 2006 à 2073 tracteurs en 2007. Dans la classe de puissance de plus de 250 ch les immatriculations ont progressé de 42 % pour atteindre 1650 unités en 2007. En ce qui concerne la France, les immatriculations des tracteurs de plus de 180 ch se sont accrues en 2007 de 74 % soit 2811 tracteurs. Les leaders dans ces classes de puissance élevée sont John Deere et Fendt, suivis de Case IH et Claas.

Economie et écologie: la technique le permet

Dans le domaine de la construction de moteurs, deux tendances déterminent le développement des tracteurs: D'une part, il s'agit du passage fixé par la législation au niveau d'émissions de gaz d'échappement de niveau III (= US Epos Tier 3) qui poursuit l'objectif de diminuer les émissions d'oxyde d'azote et de hydroxyde de carbone. Déjà entre 2011 et 2014, la norme de niveau IV, encore plus restrictive à ce propos, va suivre. D'autre part, la technique agricole tend à la réduction de la consommation de carburant en raison de l'augmentation constante des prix. En réalité, le passage de Tier 2 à Tier 3 (pratiquement achevé dans la plupart des marques pour les tracteurs dès 100 kW) provoque une augmentation de la consommation

jusqu'à 6 % si aucune mesure technique spécifique n'est entreprise. Grâce à la technique sophistiquée Common Rail et à l'injection électronique à haute pression, ainsi que la réintroduction de gaz d'échappement avec refroidissement, il est possible de compenser cette augmentation de consommation, voire de la réduire de 3%. Cette technique est très onéreuse. C'est pourquoi les constructeurs, surtout Fendt et John Deere, ont démarré avec elle dans les classes de puissance supérieure. L'utilisation d'énergie dépend de la bonne conjonction entre le moteur, la boîte de vitesses et la transmission de la puissance. Hormis l'augmentation du confort, le réglage fin de la vitesse avec des transmissions à passage sous charge – voire des transmissions en continu – s'avère très positif en termes de consommation.

Des systèmes d'assistance à la conduite ou de guidage automatique sont de plus en plus utilisés. Ils augmentent la précision de travail et améliorent l'efficacité du carburant.

De manière générale, les tracteurs sont aujourd'hui plus intelligents, plus puissants et plus chers. Ils permettent aussi, avec des pneus ménageant le sol et une grande largeur de travail par exemple, de remplir des exigences écologiques et économiques. Dans cette phase de changement, les «investissements dans l'innovation» des agro-entrepreneurs et des agriculteurs donnent des ailes au marché des tracteurs.

Tableau 1: Marché des tracteurs en Europe de l'Ouest: comparaison de 2007 à 2006

Source: Statistiques des organisations agricoles et publications de la presse spécialisée nationale. Les critères des statistiques d'immatriculation divergent selon les pays et des comparaisons entre eux doivent être relativisées en conséquence.

Pays	2006		Différence %
	2006	2007	
Belgique	2 748	2 680	-2.5
Danemark	3 110	3 479	11.9
Allemagne	29 009	28 469	-1.9
Finlande	4 172	4 245	1.7
France	27 388	29 129	6.4
Grèce	3 518	4 170	18.5
Angleterre	14 944	17 089	14.4
Irlande	4 221	5 029	19.1
Islande	375	368	0.0
Italie	29 752	26 837	-9.8
Luxembourg	183	231	26.2
Hollande	4 054	5 425	33.8
Norvège	4 371	4 185	-4.3
Autriche	7 152	6 792	-5.0
Portugal	5 415	6 122	13.1
Suède	4 238	4 465	5.5
Suisse	2 129	2 060	-3.2
Espagne	16 605	17 241	3.8
Europe de l'ouest total	164 478	168 016	2.2

Tableau 2: Groupes de constructeurs des quatre marchés-clefs d'Europe: Nombre d'unités; % quote-part du marché

Groupe (marques)	Comp. CH unités, %	2007				2006		2007/2006 Diff. en %
		Italie unités, %	France unités, %	Allemagne unités, %	Espagne unités, %	Total 4 pays unités, %	unités, %	
CNH NH, Case, Steyr	528; 25.7	6 104; 22.7	6 946; 23.8	4 258; 15.0	4 028; 23.4	21 336; 21.0	21 439; 20.9	-0.5
John Deere	307; 17.7	1 796; 6.7	5 547; 18.7	5 625; 19.8	5 224; 30.3	18 093; 17.8	18 124; 17.6	-0.2
Agco MF, Fendt, Valtra, Challenger	483; 19.6	1 647; 6.1	7 676; 26.4	6 687; 23.5	2 074; 12.0	18 084; 17.8	17 279; 16.8	4.7
Same Deutz-Fahr	460; 23.6	660; 24.6	3 248; 11.2	4 111; 14.4	1 937; 11.2	15 900; 15.6	16 353; 15.9	-2.8
Argo Landini, McCormick	74; 4.7	3 454; 12.9	1 262; 4.3	700; 2.5	940; 5.5	6 356; 6.3	7 199; 7.0	-11.7
Claas	127; 5.4	562; 2.1	4 048; 13.9	1 922; 6.8	433; 2.5	6 965; 6.9	7 019; 6.8	-0.8
6 groupes totaux	1980; 95.9	20 167; 75.1	28 628; 98.3	23 300; 81.8	14 636; 84.9	86 734; 85.3	87 413; 85.0	-0.8
Autres	80; 4.1	6 670; 24.9	501; 1.7	5 166; 18.2	2 693; 15.1	14 942; 14.7	15 333; 15.0	-2.6
Totaux	2060; 100.0	26 837; 100.0	29 129; 100.0	28 469; 100.0	17 241; 100.0	101 676; 100.0	102 745; 100.0	-1.0

Stratégie multi-marques ou mono-marque: le pour et le contre

Les avantages de la stratégie mono-marque s'expliquent à l'exemple de John Deere et de Claas. La part de marché de John Deere a atteint quelque 18 %. JD obtient actuellement les meilleurs rendements par rapport au chiffre d'affaires de tous les constructeurs comparables. D'autre part, Claas fait la démonstration, qu'une nouvelle ligne de produits bénéficie du rayonnement de la marque. «Ce qui est bon dans la technique agricole doit également l'être pour les tracteurs», se dit le client de Claas.

New Holland, leader européen du marché jusqu'au moment où, en 2000, la marque a été rattachée au groupe CNH nouvellement constitué. Maintenant, sa part de marché en Europe peut être estimée à 16%, ce qui la place en deuxième position, l'ambition étant de retrouver la première place.

Dans tous les cas, la stratégie multi-marques a des racines historiques. La volonté de gagner des parts de marché est permanente, soit par la fusion avec un concurrent (CNH), soit par l'acquisition de plusieurs entreprises comme chez AGCO, SDF et ARGO.

Les mono-marques reconnues ont poursuivi leur chemin au sein des quatre groupes d'entreprises, afin de conserver les clients fidèles à l'une ou l'autre marque. La stratégie multi-marques est un art véritable et il faut beaucoup de doigté pour constituer la plate-forme de produits adéquate et le réseau de distribution des marques impliquées.

Résumé:

Seul un regard sur les statistiques de marché ne suffit pas. Il faut bien davantage, en tant que constructeur, importateur, distributeur régional, agro-entrepreneur ou agriculteur, pour savoir reconnaître et anticiper les tendances et les évolutions techniques afin de conforter sa place sur le marché. La forte demande avive une concurrence féroce sur les marchés des tracteurs et de la technique agricole en Europe. Il n'y a aucun répit pour se reposer sur ses lauriers, faute de quoi on se fait immédiatement dépasser.

Le tableau 3 offre un aperçu du positionnement des marques individuelles dans les 18 pays de l'ouest européen.

Marchés-clefs et groupes de constructeurs

Les constructeurs multi-marques mettent en valeur leur potentiel en profilant les marques selon les groupes-cibles et les conditions géographiques. Leurs forces et perspectives d'avenir se mesurent très bien dans le récapitulatif. Le tableau 2 présente les marchés représentatifs pour l'Europe (soit l'Italie, la France, l'Allemagne et l'Espagne) avec les six groupes de constructeurs qui couvrent 85 % du marché des tracteurs dans ces pays.

Ces quatre pays représentent près de deux tiers du marché ouest-européen des tracteurs.

John Deere ne s'est pas développé en 2007, sur le plan européen, malgré de grandes ambitions quant à sa croissance en termes de part de marché. Malgré cela, l'entreprise a vu son chiffre d'affaires évoluer pour les tracteurs en raison de la part croissante des classes de puissance supérieures. En ce qui concerne le concept des prix, John Deere se place dans la catégorie supérieure, ceci principalement en rai-

son de l'augmentation des coûts de fabrication (technique des moteurs, prix de l'acier, etc.). Dans l'année en cours, l'augmentation des prix devrait fléchir et la meilleure disponibilité des nouvelles séries 6030 et 7030 doit donner davantage d'impulsions. Ses atouts stratégiques restent une offre large et diversifiée en profondeur, ainsi qu'un réseau de distribution dense et géré de façon rigoureuse.



Tableau 3: Les pays et ses tracteurs sur les rangs 1,2 et 3

Pays	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Pays	Rang 1	Rang 2	Rang 3
Belgique	NH	JD	Fendt	Italie	NH	Same	Landini
Danemark	NH	JD	MF	Luxembourg	JD	NH	Fendt
Allemagne	JD	Fendt	Deutz-Fahr	Hollande	NH	JD	Fendt
Finlande	Valtra	JD	MF	Norvège	JD	MF	NH
France	JD	NH	Claas	Autriche	NH	Steyr	JD
Grèce	Landini	NH	Claas	Portugal	NH	Kubota	JD
Angleterre	JD	NH	MF	Suède	Valtra	JD	MF
Irlande	JD	NH	MF	Suisse	NH	JD	Fendt
Islande	NH	MF	Valtra	Espagne	JD	NH	SLH

CNH est conforté dans son choix de différenciation accrue de ses marques. Les chiffres de vente dans tous les pays, à l'exception de l'Allemagne, montrent que la combinaison des marques Case IH/Steyr a un bon impact. L'offre renouvelée en profondeur chez New Holland et Case IH laisse augurer une belle progression en 2008. La tâche principale consistera à renforcer le réseau de distribution et à positionner les marques dans les pays-clefs que sont la France, l'Espagne, l'Angleterre et l'Allemagne.



Sources des photos:
Firmes et archives ASETA

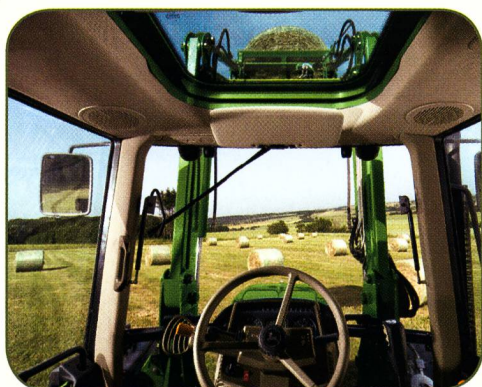
AGCO se cantonne toujours dans le développement stratégique de ses quatre marques de tracteurs pour l'Europe: Fendt maintient sa position en tête et consolide son avance technique avec la transmission Vario, son équipement high-tech et sa prédominance dans la classe de puissance supérieure. MF se situe à un bon niveau technique dans son positionnement universel et polyvalent, comprenant de nombreuses va-

riantes d'équipement. Valtra poursuit la construction de ces caractéristiques de différenciation, par exemple avec le développement des moteurs diesel Sisu ou de l'évolution annoncée d'une variante propre de transmission en continu. Challenger permet au groupe d'entreprises de disposer d'une bonne avance dans le domaine de l'agriculture sur grandes surfaces, avec des puissances de 400 CV et davantage.



Découvrir de nouveaux horizons

Avec les tracteurs de la nouvelle série 6030, de 83 à 155 ch



Meilleure vue circulaire

Grâce au vaste pare-brise et au toit de verre en option, vous avez à tout instant une vue parfaite sur votre champ d'action. Rien ne gêne votre vue, pas non plus à l'arrière. Ainsi, même l'attelage des plus grands engins n'est plus qu'un jeu d'enfant.

Les nouveaux tracteurs de la série 6030

Vous recherchez un tracteur puissant et confortable pour votre exploitation agricole? Eh bien, nos nouveaux modèles de la série 6030 sont d'une polyvalence inégalée et avec leurs puissants et nouveaux moteurs, vous aurez tout à fait ce qu'il vous faut.

Vous êtes intéressé? Rendez-vous tout simplement chez votre concessionnaire tout près de chez vous. Il se fera un plaisir de vous fournir des informations qui vous ouvriront de nouveaux horizons.

Matra

3250 Lyss
1400 Yverdon
6517 Arbedo
7302 Landquart

Industriering 19
Le Bey
Via Cerinasca 6
Weststrasse 5
www.matra.ch

Tél. 032 387 28 28
Tél. 024 445 21 30
Tél. 091 820 11 20
Tél. 081 300 05 80
www.johndeere.ch



JOHN DEERE

Solide. Stable. John Deere.



Same Deutz-Fahr maintient sa politique de marques différenciées selon les exigences diverses des agriculteurs: vers l'ouest avec la marque Deutz-Fahr, vers le sud avec Lamborghini et Same, vers l'est avec ses appuis en Pologne et en Croatie, ainsi que, essentiellement pour

la Suisse, avec la marque indigène Hürli-mann. Ses forces résident principalement dans les produits de puissance moyenne et inférieure, avec de nouvelles percées de l'Agrotron dans la catégorie des plus de 200 CV.



ARGO, avec ses marques de tracteurs Landini et McCormick, a perdu quelques plumes lors de l'exercice 2007 et se retrouve avec une part de marché estimée à 6,5 %. En 2007, le transfert de la production de tracteurs McCormick de Doncaster en Angleterre à la fabrique d'origine italienne sise à Fabbro a été achevé.



Claas n'a pu, malgré des performances extraordinaires sur le marché allemand, s'imposer en France et a même perdu deux points de part de marché pour se retrouver en troisième position. La firme table maintenant, surtout avec l'introduction de l'Axion, sur les développements techniques de l'usine de tracteurs du Mans. Sur le plan européen en général, Claas a cependant déjà dépassé la part de marché du groupe ARGO et se place en cinquième position, juste en dessous de 7%. ■

