

En Allemagne, la fin de « Das Auto »

Titre(s) : En Allemagne, la fin de « Das Auto » [[periodique]] / Christophe Bourdoiseau

Ensemble : Express (L') 3900

Auteur(s) : Bourdoiseau, Christophe

Editeur, producteur : 02/04/26

Description matérielle : pp.52-54

ISSN : 0014-5270

Note sur la description matérielle : 3

Résumé ou extrait : En Allemagne, la voiture demeure un objet culturel, politique et identitaire central, si bien que l'affaiblissement de l'industrie automobile est présenté comme une crise nationale autant qu'économique. Longtemps portée par des groupes comme Mercedes, Porsche, Volkswagen et Bosch, cette puissance industrielle est aujourd'hui fragilisée par la transition vers l'électrique, l'avance prise par les constructeurs chinois et l'évolution des mentalités, notamment chez les jeunes pour qui l'automobile n'incarne plus la réussite sociale. Les industriels allemands ont tardé à prendre la mesure de la rupture technologique et ont sous-estimé la vitesse du basculement. Porsche symbolise ce retournement : après une entrée remarquée au DAX en 2022, la marque en est sortie trois ans plus tard, notamment à cause de l'effondrement de ses ventes en Chine, tombées à 40 000 unités en 2025 contre près de 100 000 en 2021. La situation sociale se dégrade fortement : près de 50 000 emplois ont déjà été supprimés dans l'automobile en un an, Volkswagen a vu son bénéfice reculer de 44 % en 2025, sous les 7 milliards d'euros, et prévoit 50 000 suppressions de postes d'ici à 2030, tandis que Bosch a annoncé 13 000 licenciements en Allemagne. L'article souligne toutefois que l'économie allemande ne se résume pas à l'automobile : 800 000 emplois y sont directement liés, sur 45 millions d'emplois cotisants, et le Mittelstand représente 70 % des emplois. Malgré la crise, la classe politique continue largement de défendre la voiture et le moteur thermique, jusque dans les politiques urbaines berlinoises. En toile de fond, la domination chinoise dans l'électrique — 16,1 millions de véhicules produits en 2025 contre 1,7 million en Allemagne — accentue la pression sur un fleuron national qui perd à la fois son avantage compétitif et sa place dans l'imaginaire collectif...

Sujet - Nom commun : Automobiles, Industrie et commerce -- Allemagne -- Évolution