

Résultats de la 3ème vague du baromètre annuel AramisAuto.com / Ifop *Les Français & l'automobile*

Jamais sans ma voiture !

Prix de l'essence qui explose, coûts d'entretien élevés, l'automobile pèse dans le budget des Français. Malgré tout et d'après la troisième étude **AramisAuto.com** réalisée par l'institut Ifop, **86% des Français restent fermement attachés à la possession de leur véhicule**. Seuls 14% des Français estiment que posséder son propre véhicule est « dépassé ».

Paris, le mercredi 6 juin 2012

Pour les Français, se passer de la voiture ne semble pas d'actualité

Depuis trois ans, le baromètre **AramisAuto.com** observe une progression constante du nombre de personnes estimant que la voiture est devenue un objet qui se banalise, qui devient une commodité (54%, +7 points depuis 2010) au détriment de la proportion de Français qui se la représente avant tout comme une liberté, un moyen d'accéder à l'autonomie dans ses déplacements (31%, -9 points depuis 2010).

La voiture ne fait plus rêver qu'un quart de la population (27%), notamment les jeunes de moins de 25 ans (38%) et les personnes de catégories socio-professionnelles modestes (37% des ouvriers et employés).

Malgré le renforcement de la perception de la voiture comme un objet qui se banalise (73%, +3 points en un an), les Français ne sont pas disposés ou capables aujourd'hui de se passer d'un véhicule, même si les coûts associés (essence, entretien) pèsent sur le budget familial. En effet, posséder son propre véhicule n'est pas dépassé et est toujours d'actualité pour une très grande majorité des Français (86%).

A cet égard, 61% des Français prendront leurs voitures pour partir en vacances cet été, même si 49% d'entre eux déclarent que le prix du carburant aura un impact sur le choix de la destination.

Ainsi, 19% d'entre eux partiront moins loin, 28% compenseront le prix du carburant par une diminution du budget vacances, et 8% partiront moins longtemps que ce qu'ils auraient souhaité. Certains Français économiseront sur tous ces postes à la fois.

Fermement attachés à leur véhicule personnel, les Français se tournent timidement vers des solutions alternatives à l'achat

Ces dernières années, de nouvelles façons d'utiliser un véhicule ont été imaginées comme alternative à l'achat d'une voiture où à son utilisation par un passager unique. Bien qu'ils affirment plutôt bien les connaître, les Français semblent **encore peu disposés à les utiliser**.

Parmi les nouveaux modes de consommation automobile, c'est le **co-voiturage** qui bénéficie de la plus grande notoriété au sein de la population : **98% des interviewés en connaissent le principe, notamment chez les moins de 25 ans**. Des nouvelles formes de consommation de la voiture, le co-voiturage n'est pas seulement la plus connue, **c'est également la plus pratiquée : un quart des personnes connaissant le principe de co-voiturage y a recours ponctuellement**, une proportion qui atteint 36% chez les moins de 25 ans et 38% chez ceux qui ne possèdent pas de véhicule. Enfin, plus d'un tiers des personnes ne connaissant pas cette formule se dit prêt à l'utiliser (34%).

La location de véhicule de courte durée est, quant à elle, occasionnellement utilisée. Dans sa formule habituelle, la location de véhicule de courte durée est bien entendu largement connue (96%) et de manière précise (70%). En pratique, **la location de véhicule de courte durée est la seule alternative à l'achat utilisée**, au moins de temps en temps, **par une majorité des Français (53%)**. La LOA (location avec option d'achat), une forme de financement et de détention alternative à l'achat automobile prête encore à confusion : 81% des interviewés connaissent le principe mais seulement 46% savent précisément de quoi il s'agit. La location avec option d'achat (LOA) est, très peu pratiquée (14% des interviewés y ont recours).

Autolib', service public d'automobiles électriques accessibles en libre-service à Paris, est un système relativement bien connu du grand public : **79% des personnes interrogées en ont entendu parler, mais seuls 43% savent réellement de quoi il s'agit**. Cette solution suscite toutefois l'intérêt de 32% des personnes qui ne la connaissent pas, notamment les jeunes (41%) et les catégories socio-professionnelles supérieures (40%).

Enfin, **l'auto-partage** bénéficie d'une notoriété plus faible: **67% des Français connaissent ce système dans lequel des particuliers mettent en location leur propre voiture pour une durée limitée**, mais la plupart ne le connaît que partiellement (39% contre 28% précisément). Il n'est également utilisé que par un public restreint (8% des personnes qui le connaissent, 14% chez les moins de 25 ans) et intéresse relativement peu les personnes qui ne le connaissent pas (15%).

Signe de son attachement, ou de sa dépendance, à la possession d'un véhicule, une très grande majorité de Français estime que l'achat constitue une meilleure solution que, par exemple, la location d'un véhicule (89% contre 11%).

Coûte que coûte, les Français sont même prêts à mutualiser l'achat d'un véhicule. En effet, 21% des personnes interrogées se déclarent prêts à acheter un véhicule à plusieurs et à le partager afin d'économiser sur le coût d'achat et les charges, comme l'entretien ou l'assurance.

Internet, guide incontournable de l'achat d'une voiture pour deux Français sur trois

A l'instar de ce que l'on observait dans les deux précédentes éditions du baromètre **AramisAuto.com**, **Internet apparaît principalement comme un guide voire un soutien pour l'acquisition avec la possibilité de comparer les modèles (62%)**. **65% des Français se disent prêts aujourd'hui à choisir leur voiture sur Internet** alors qu'un peu plus d'un tiers pourrait se lancer dans un achat en ligne (35%).

Alors que les foyers français sont préoccupés par leur budget, l'avantage du prix reste pour Internet un argument de poids face aux réseaux de distribution traditionnels : **l'achat sur Internet représente la promesse de prix plus attractifs pour (68%) des Français**

En matière d'achat d'un véhicule, et bien qu'il présente des avantages certains, **Internet reste toutefois distancé par les réseaux de distribution traditionnels sur plusieurs critères :**

L'achat chez un distributeur traditionnel conserve une image plus favorable sur **la garantie du véhicule (90%)**, **la sécurité de la transaction financière (90%)**, **l'accessibilité du point de vente (82%)**, **la qualité de l'information (77%)**, **la facilité de la démarche (63%)**, **la disponibilité des modèles (60%)** et **la qualité des informations (59%)**.

Les personnes qu'Internet rebute dans le cadre d'un achat de véhicule avancent principalement le souhait de voir la voiture avant de l'acheter (47%). 28% des Français préfèrent le contact direct avec un vendeur en concession (+6 points depuis 2011), notamment les personnes âgées (35% des 50-64 ans).

Sur deux critères, Internet et les distributeurs traditionnels se retrouvent à égalité : la rapidité de la commande (49% pour Internet contre 51% pour les distributeurs) et l'importance du choix des modèles (48% pour Internet, contre 52% pour les distributeurs).

Les réticences qu'Internet peut susciter chez les acheteurs potentiels de véhicules peuvent être atténuées par certaines garanties innovantes que proposeraient les professionnels de la vente en ligne.

La formule « *satisfait ou remboursé* », proposée par ailleurs par **AramisAuto.com**, faciliterait la décision d'un achat sur Internet : **70% des personnes interrogées considèrent qu'une telle offre les inciterait davantage à franchir le pas de l'achat d'une voiture en ligne (+15 points en un an).**

31% considèrent même qu'elles seraient « tout à fait » susceptibles d'acheter en ligne avec une telle offre.

Autre solution, le remboursement de la différence de prix pour un même modèle de véhicule d'occasion, trouvé moins cher ailleurs, également proposée par **AramisAuto.com**, **inciterait un peu plus de la moitié des Français à se tourner vers l'achat en ligne (52%, dont 19% « tout à fait »).**

Les Français affichent toujours leur préférence pour les marques nationales

Sous l'influence probable des messages sur le patriotisme économique martelés dans les grandes périodes électorales, **les Français sont encore plus nombreux cette année à affirmer leur préférence pour les voitures de marques françaises : 52% (+6 points en un an) indiquent préférer les marques nationales.** 16% y sont même très attachés. A l'inverse, 48% des interviewés ne prennent pas ce critère en considération.

Le patriotisme économique constitue la principale préoccupation des personnes choisissant d'acheter un modèle français : 67% d'entre eux avancent cet argument pour justifier leur préférence pour une voiture de marque française (dont 50% en premier lieu), encourager ces constructeurs permettant de créer des emplois et d'éviter les délocalisations.

En deux ans, le patriotisme des consommateurs a connu **un fort renforcement (+10 points).** Près d'une personne sur deux considère également que les constructeurs français font davantage la promesse d'un produit sûr et argue qu'il s'agit pour elle d'un achat plus sécurisant puisqu'elle connaît la marque (45%, -5 points). **Le style de ces voitures convainc un peu plus d'un quart des personnes interrogées (29%, +4 points)** et 24% (-4 points) se disent simplement fidèles à une marque française. 17% (-4 points) des interviewés considèrent que le rapport qualité-prix qu'offrent les constructeurs français est plus avantageux que celui présenté par les constructeurs étrangers et enfin une proportion plus restreinte évoque de meilleures performances environnementales (7%, -1 point).

Dans le détail, notons que les très jeunes générations et les personnes les plus âgées avancent davantage l'argument patriotique (respectivement 76% et 72%), de même que les cadres (72%). Les femmes semblent plus séduites par l'aspect sécurisant des modèles français (51% contre 40%) tandis que les hommes évoquent davantage le style des voitures (33% contre 26%).

A propos d'AramisAuto.com

Sans doute la meilleure façon d'acheter ou de vendre sa voiture

Créé en 2001 par Guillaume PAOLI et Nicolas CHARTIER, AramisAuto.com est le premier distributeur automobile multimarque et multi-canal de France:

AramisAuto.com: le site de vente de véhicules neufs et d'occasion leader en France,

17 agences commerciales: un réseau physique de points de vente détenus en propre et répartis sur l'ensemble du territoire français.

AramisAuto.com est né d'une vision : proposer aux consommateurs une alternative compétitive, moderne, multimarque et sûre pour leur achat automobile. **AramisAuto.com** commercialise un large choix de marques et de modèles de véhicules neufs (vendus en mandat) et d'occasion aux prix les plus compétitifs, et propose à ses clients une nouvelle expérience d'achat automobile :

*Un haut niveau de service : la transparence des prix, un système de commande simple (par internet, téléphone ou en agence), la reprise du véhicule d'occasion sans aucune obligation d'achat (**Reprise illico**), la garantie **Satisfait ou Remboursé**, la garantie valable dans tout le réseau européen de la marque du véhicule, et la livraison personnalisée dans un point de vente AramisAuto.com,*

Un niveau de conseil inégalé: des experts de l'achat automobile multimarque accompagnent les clients dans leur achat de véhicule neuf ou d'occasion, parmi plus de 30 marques proposées.

AramisAuto.com en chiffres: 180 collaborateurs, plus de 55 000 clients, et un chiffre d'affaires de 183 millions d'Euros en 2011.

Contacts Presse

Agence RUMEUR PUBLIQUE

Hélène Laroche – Consultante Senior - 01 55 74 52 15 – 06 03 10 45 9 – helene@rumeurpublique.fr

Elodie Bailly – Consultante - 01 55 74 52 32 – 06 27 36 22 17 – elodie@rumeurpublique.fr

Laura Sergeant – Consultante - 01 55 74 52 35 – 06 25 58 59 59 – laura@rumeurpublique.fr