



Etude AramisAuto.com - TNS Sofres : « Les Français et l'automobile » - Vague 6

## Les Français et les nouvelles formes d'achat automobile : c'est pas l'envie qui manque c'est la confiance !

Dans un contexte économique contraint, le prix reste le critère numéro un pour 76% des automobilistes habitués à acheter une voiture neuve (+2% versus 2014), un résultat en nette progression chez les acquéreurs de véhicules d'occasion 84% (+4% versus 2014). Malgré un cloisonnement de plus en plus marqué entre acheteurs de voitures neuves (VN) et de voitures d'occasion (VO) et des habitudes de consommation établies, les Français se montrent ouverts à de nouvelles formes d'achat automobile, à condition que le prix et la confiance soient au rendez-vous !

Paris, le 01 juin 2015

- a) Les grandes tendances du marché automobile
- b) 2 acheteurs de voitures neuves sur 3 pourraient basculer vers l'occasion
- c) Près d'1/3 des automobilistes ouverts aux modèles de consommation à l'usage
- d) 3 Français sur 5 seraient prêts à acheter intégralement leur VN ou VO en ligne
- e) Léger ré-enchantement automobile, surtout chez les jeunes

### a) Les grandes tendances du marché automobile

- Dans un pays où 90% des foyers sont motorisés, **la part des véhicules d'occasion ne cesse de progresser. Un cloisonnement de plus en plus distinct mais non réhibitoire s'opère entre les automobilistes.** 56% des foyers sont exclusifs au VO (+3 pts versus 2014), 28% des foyers sont exclusifs au VN (-2 pts vers 2014) et 16% des foyers français possèdent les deux types de véhicules (stable depuis 2014).

- Bien que les ventes réalisées via les formules de location avec option d'achat (LOA) et de location longue durée (LLD) aient progressé en 2014, **la perception des automobilistes pour ces formules semble se dégrader en 2015.**

- **Internet est devenu depuis plusieurs années un acteur incontournable** dans le processus de d'achat d'une nouvelle voiture

- Pour la quatrième année consécutive, **un léger regain d'image de l'automobile est observé**, notamment chez les jeunes.

- **Les intentions d'achat de véhicules diesel (42%) sont largement inférieures à leur présence actuelle dans le parc automobile français (qui s'élève à 61%).** Cette chute significative des intentions d'achat en motorisation diesel correspond très clairement aux différentes annonces « anti-diesel » communiquées

ces derniers mois ainsi qu'à l'attractivité grandissante des motorisations hybrides (23% d'intention d'achat pour un prochain véhicule).

## **b) 2 acheteurs de voitures neuves sur 3 pourraient basculer vers l'occasion**

Pour les possesseurs de VN encore frileux à l'achat d'un VO, le manque de fiabilité (72%), le risque de fraude (56%) et le manque d'information sur l'historique du véhicule (51%), suivis par le manque de garanties (49%) sont les principaux freins à l'achat d'un VO.

Et pourtant, ces freins ne semblent pas insurmontables.

Des éléments apportant confiance et réassurance pourraient venir lever ces freins auprès des 2/3 d'acheteurs VN initialement réfractaires à ce type d'achat.

En cas d'insatisfaction, une garantie proposant le remboursement intégral du véhicule (43%), l'historique détaillé de l'utilisation du véhicule d'occasion (39%) ou encore l'extension de garantie (37%) sont autant d'arguments qui permettraient de faire basculer **66% des actuels acheteurs de VN vers le VO.**

Le véhicule d'occasion « reconditionné », l'avenir du VO ? Près de 6 acheteurs de VN sur 10 se disent prêts à en acheter !

83% des acheteurs de voitures neuves, encore plus en quête cette année de prix compétitifs (+2 pts versus 2014), estiment que les véhicules d'occasion reconditionnés sont une très bonne alternative à l'achat d'un véhicule neuf et sans conteste, beaucoup plus fiable pour 81% d'entre eux, que l'offre de véhicule d'occasion proposée par les particuliers.

72% des acheteurs de voitures neuves considèrent les voitures d'occasion reconditionnées dignes de confiance, et 69% déclarent que ce nouveau standard bâti sur la qualité carrosserie-mécanique et la réassurance obtenue par le biais de garanties change considérablement leur perception des véhicules d'occasion.

## **c) Près d'1/3 des automobilistes ouverts aux modèles de consommation à l'usage**

Dans un contexte où les Français sont de plus en plus exposés à de nouvelles formules d'acquisition, l'achat traditionnel d'une voiture reste pour la majorité d'entre eux (87%) la solution la plus avantageuse, par opposition aux formules de location longue durée (LLD) et location avec option d'achat (LOA).

Bien que les ventes réalisées via les formules de LOA et LLD aient progressé en 2014, l'image de ces formules semble se dégrader en 2015.

Même si la majorité des Français reconnaissent de prime abord que les formules de LOA et LLD représentent un bon moyen d'accéder à un véhicule neuf (71%) et permettent d'en changer plus souvent (53%), le martelage publicitaire des constructeurs et l'absence d'explication rendent leurs efforts contre-productifs.

Ce bourdonnement médiatique rend la perception de ces formules assez opaque, entretenant ainsi un climat de défiance de la part des automobilistes (52% n'ont pas confiance dans ces formules de location).

Seuls 13% des Français considèrent que la LOA / LLD est la meilleure formule (-6pts vs 2014).

6 Français sur 10 ont une compréhension erronée des formules de LOA et de LLD.

45% des Français n'ont pas conscience qu'il s'agit de formules de location, 68% ne savent pas que ces contrats impliquent un kilométrage annuel fixe.

83% des Français considèrent que ces formules brouillent le prix réel d'un véhicule

Ils sont également 73% à estimer qu'il s'agit avant tout d'un artifice de la part des constructeurs pour vendre leurs voitures plus cher.

Ainsi 2/3 des Français ont la certitude que les formules de LLD et LOA reviennent plus cher qu'un achat classique (67%).

Après clarification, 30% des Français envisageraient de faire appel à la LOA/LLD

Une approche pédagogique et un meilleur accompagnement permettraient aux automobilistes d'y voir plus clair. Une fois expliquées, 39% des automobilistes reconnaissent que ces formules de LLD/ LOA répondent à un réel besoin.

### **d) 3 Français sur 5 seraient prêts à acheter intégralement leur VN ou VO en ligne**

Internet est devenu depuis plusieurs années un acteur incontournable dans le processus de commercialisation des voitures : 61% des Français le considèrent comme un canal privilégié dans la vente d'un véhicule, et pour 50% de la population interrogée, Internet est un bon moyen de choisir son véhicule et de s'informer en amont d'un achat.

1/3 des possesseurs de VN (34%) se déclarent prêts à acheter intégralement leur prochaine voiture en ligne. Ce chiffre atteint 45% chez les possesseurs d'un véhicule d'occasion.

Parmi ces promoteurs, les avantages avérés d'un achat 100% en ligne sont nombreux : plus de temps pour comparer les prix (60% des Français), effectuer son choix sans la pression d'un vendeur (47%), large choix disponible (40%) ou encore attractivité des prix (38%) ; certains freins psychologiques persistent pour la majorité des Français.

L'impossibilité de voir et d'essayer le véhicule reste le frein psychologique majeur (53%), une tendance davantage observée dans le cadre de l'achat d'un véhicule d'occasion (60%).

Pour 6 automobilistes sur 10, les services additionnels lèvent le frein à l'achat en ligne

Certains leviers pourraient compenser le risque perçu d'un achat en ligne :

- Pour 67% des automobilistes ayant des doutes sur l'achat en ligne, le fait d'être remboursé intégralement en cas d'insatisfaction,
- Une extension de garantie (45%), une remise additionnelle de 5% pour 44% des Français et la variété du choix disponible (38%),
- Le service de livraison à domicile (27%) est également perçu comme un argument de poids pour acheter en ligne.
- Ces différents leviers pourraient convaincre au global 65% des possesseurs d'une voiture neuve d'acheter leur nouvelle voiture neuve en ligne et 62% chez les possesseurs d'un véhicule d'occasion.

## e) Léger ré-enchantement automobile surtout chez les jeunes

Pour la quatrième année consécutive, un regain d'image des Français envers l'automobile est observé (38% versus 27% en 2012) notamment chez les jeunes (48% chez les 18-24 ans).

Une embellie d'image qui ne profite pas directement aux marques françaises puisque les Français se détachent progressivement des marques nationales (43% des Français se déclarent ainsi attachés aux marques françaises contre 52% il y a 4 ans) : le patriotisme économique, première raison d'attachement aux constructeurs nationaux, est de plus en plus remis en cause.

On notera cependant que les efforts menés depuis quelques années par les constructeurs français pour renouveler stylistiquement leurs modèles, combinés aux technologies embarquées visant à offrir encore plus de services à bord, commencent à porter leurs fruits.

Le design est ainsi un élément différenciant des voitures françaises pour 23% des Français attachés aux marques nationales (+3pts versus 2014).

### Méthodologie

Echantillon de 1000 personnes de 18 ans et plus, interrogées online entre le 08/04 et le 13/04 2015, dont la représentativité est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, PCS du chef de famille), après stratification région x habitat.

### A propos d'AramisAuto.com

*Sans doute la meilleure façon d'acheter sa voiture.*

*Fondé en 2001 par Nicolas Chartier et Guillaume Paoli, AramisAuto.com développe avec succès un nouveau modèle de distribution automobile multimarque au service des particuliers.*

*Avec un chiffre d'affaires de plus de 356 millions d'euros et plus de 22.000 véhicules commercialisés en 2014, AramisAuto.com est dès aujourd'hui le plus important vendeur de voitures sur les nouveaux canaux de distribution automobile en France.*

*AramisAuto.com propose plus de 2 000 modèles de véhicules neufs ou d'occasion de plus de 30 marques. L'entreprise emploie plus de 330 collaborateurs et a servi depuis sa création plus de 120.000 clients particuliers.*

*En ligne, par téléphone comme dans ses 23 points de vente, AramisAuto.com aide les automobilistes à acheter et vendre leur voiture en confiance et dans les meilleures conditions.*

*AramisAuto.com innove constamment pour offrir aux automobilistes une solution unique sur le marché, simple et sans mauvaise surprise : prix fixes, satisfait ou remboursé...*

*Après avoir revisité le métier de mandataire et inventé un nouveau modèle de vente de véhicules neufs fondé sur la confiance et la transparence, AramisAuto.com bouscule le marché de l'occasion avec de nouveaux services inédits : Reprise Illico sans obligation d'achat, transparence des prix, contrôles technique et reconditionnement garantissant un état mécanique irréprochable.*

### Contacts médias : Agence Rumeur Publique

Hélène Laroche – 06 03 10 45 99 / 01 55 74 52 15 – [helene@rumeurpublique.fr](mailto:helene@rumeurpublique.fr)

Camille Penven – 06 95 83 33 95 / 01 55 74 52 14 – [camille@rumeurpublique.fr](mailto:camille@rumeurpublique.fr)