

« Made in China » ou « Made in France » : les Français choisiront le prix !

Portées par la volonté de l'Union Européenne de réduire les émissions de gaz à effet de serre, la réglementation CAFE et la future norme Euro7, la commercialisation des voitures électriques s'accélère en Europe avec l'arrivée de marques chinoises ou de constructeurs occidentaux qui produisent en partie en Chine. La 12^{ème} édition du baromètre annuel « **Les Français et l'automobile** » commanditée par **Aramisauto**, auprès de l'institut KANTAR s'est donc intéressée cette année à la perception que portent les Français aux marques automobiles chinoises alors que les Français n'ont pourtant jamais été autant attachés au « Made in France » **(+5 pts vs 2020)**.

Paris, mercredi 28avril 2021

En un an, les Français ont fortement diminué leurs postes de dépenses

1/3 des répondants à notre enquête déclarent des revenus et des dépenses en baisse. Ils sont aussi très nombreux à déclarer économiser d'avantage ou vouloir le faire (70%).

L'attentisme dans les décisions d'achat automobile des Français est palpable.

26% des Français projetant l'achat d'une nouvelle voiture déclarent avoir reporté leur décision. Ces reports d'achat concernent plus fortement encore les intentionnistes de voitures neuves (33% d'entre eux) que d'occasion (24%).

Principales raisons de ces reports : 38% attendent de voir comment la situation évolue, 29% ressentent le besoin de faire des économies face au contexte incertain, 24% ont vu leur revenu diminuer et 23% attendent surtout de pouvoir faire une bonne affaire (prix cassés, déstockage).

Des intentions d'achat à court terme qui basculent vers la voiture d'occasion

Un basculement s'opère progressivement depuis plusieurs années : de l'achat d'une voiture neuve vers l'achat d'occasion. La crise sanitaire accélère cette tendance.

Parmi les 83% de Français qui déclarent avoir l'intention d'acheter une voiture dans un horizon plus ou moins proche, 66% envisagent l'achat d'une occasion récente plutôt que neuve (parmi eux, 50% d'intentionnistes d'une voiture neuve, qui pourraient opter pour une occasion récente)

La voiture d'occasion « idéale » est âgée de 3 ans et 56 000 kilomètres au compteur.

Pour 86% des Français la voiture d'occasion reconditionnée permet d'accéder au meilleur rapport qualité prix

La voiture reconditionnée permet aussi à leurs yeux de faire une bonne affaire (86% versus 76% en 2019) tout en faisant un choix écologique responsable (81%).

86% des Français considèrent que cette nouvelle offre automobile va se développer l'avenir.

« Dans un contexte difficile, les automobilistes sont plus que jamais à la recherche du meilleur rapport qualité-prix. Les voitures d'occasion que nous reconditionnons répondent à cette forte attente. »
déclare Guillaume Limare – Directeur Marketing d'Aramisauto.

Une augmentation de l'attachement (+5 pts vs 2020) aux marques françaises ...

La crise sanitaire a considérablement impacté les comportements d'achat des Français, en marquant un recentrage en faveur des productions locales, des circuits courts et une préférence accrue pour les marques françaises.

L'automobile n'échappe pas à cette tendance, avec un attachement aux marques automobiles françaises qui n'a jamais été aussi fort depuis 8 ans (57% cette année *versus* 50% en 2020 et 46% en 2014).

... Qui va de pair avec une amélioration de la perception des marques françaises

Dans les raisons de l'attachement aux voitures de marques françaises, le bon rapport qualité-prix a progressé de 14 pts en 8 ans (mentionné par 28% des répondants vs 14% en 2014). Le souhait de rester fidèle aux marques françaises se renforce aussi, + 10 points (21% versus 11% en 2014).

A l'opposé, le patriotisme économique est en repli de 20 points par rapport à 2014 (39% versus 58%).

Mais, la préférence pour la production sur le sol français peut les conduire à opter pour une marque étrangère

69% des Français préféreront acheter une marque étrangère produite en France (versus 74% en 2014). Même si cette préférence s'érode au fil des ans, les Français restent très sensibles au pays de production. Une tendance qui se confirme avec le succès commercial de la célèbre marque nipponne produite en France avec son label « Origine **France** Garantie ».

Les Français sont d'ailleurs très avertis sur les lieux de production des voitures. En revanche, ils sous-évaluent encore le leadership de la Chine dans la fabrication des batteries.

Les Français estiment que seulement 51% des batteries sont fabriquées en Chine, alors que la part de marché des batteries produites en Chine est en réalité de plus de 65% ([Source](#))

Toujours une grande méfiance vis-à-vis des marques automobiles chinoises

L'attrait pour les marques automobiles chinoises s'est affaibli en 8 ans.

En 2014, 40% se disaient prêts à considérer une marque chinoise pour un prochain achat versus 34% aujourd'hui (-6pts).

Une évolution des perceptions certainement pour partie liée à la crise sanitaire.

72% s'accordent sur le risque de dévaluation d'une voiture de marque chinoise lors de sa revente et 60% un risque de durabilité moindre.

A noter, le risque pour la sécurité, frein prédominant en 2014, semble un peu moins jouer désormais (59% *versus* 53% en 2021).

En outre, 74% perçoivent les marques automobiles chinoises comme menace pour l'industrie automobile européenne et pour 68%, acheter une voiture chinoise revient à favoriser l'apparition d'un monopole chinois, comme s'est déjà le cas pour de nombreux matériaux et produits manufacturés.

Mais, dans la tension prix-valeur qui anime aujourd'hui les choix de consommation des Français, le prix l'emporte sur le « Made in France » et l'attrait des motorisations hybrides et électriques

Plus que jamais attachés aux voitures de marques françaises, neuves ou d'occasion, les Français se déclarent prêts à payer +11% plus cher une marque française qu'une marque étrangère de gamme équivalente.

Mais, le prix restant leur critère d'achat numéro 1, ils envisageraient l'achat d'une marque chinoise si l'écart de prix avec une voiture européenne de gamme équivalente s'avérait être de -25%.

Malgré les appréhensions à l'égard des voitures de marques chinoises, leur image low-cost, et leur achat synonyme de compromis (pour 47%), elles apparaissent aussi comme un des moyens d'obtenir un bon rapport qualité / prix (58%).

L'étude dévoile aussi que les motorisations hybrides et électriques remportent la préférence des intentionnistes à l'achat notamment dans le neuf (39% d'intention d'achat versus 23% en 2020, +16 pts). Mais le prix de ces véhicules reste le frein principal invoqué (54%) à l'achat d'une voiture électrique par les 67% des personnes qui ne sont pas encore prêtes à acheter ce type de motorisation.

Échantillon :

- Individus de 18 ans et plus – **1000 interviews**
- La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, PCS, région UDA 5)
- Périmètre géographique : France

Mode de recueil :

- Interviews réalisées via notre panel online **LSR**
- Questionnaire de **10 minutes**

Terrain :

- Réalisé du **24 février au 1^{er} mars 2021**

Lien vers le rapport complet « Les Français & l'automobile »

[RAPPORT- ARAMISAUTO 2021](#)

A propos d'Aramisauto

Aramisauto est le n°1 de la vente de voitures en ligne en France, et est l'entité française d'AramisGroup, le leader européen de la vente en ligne de voitures d'occasion. En plus de sa présence dans l'hexagone, le groupe réunit 3 marques en Europe : Cardoen, Clicars et CarSupermarket.com, respectivement en Belgique, en Espagne et au Royaume-Uni. Le Groupe transforme le marché de la voiture d'occasion et place la technologie digitale au service de la satisfaction du client avec un business model verticalement intégré. Hors contribution de CarSupermarket.com, en 2020, Aramis Group a généré un chiffre d'affaires de 831 millions d'euros, vendu plus de 67 000 véhicules, et compte plus de 800 employés qui travaillent dans son réseau de 48 agences et dans ses deux usines de reconditionnement. Les sites internet du Groupe ont attiré 39,9 millions de visites en 2020.

Pour en savoir plus :

[NewsroomAramisauto&Aramis Group](#)

Contact médias | Agence Rumeur Publique

Hélène Laroche – 06 03 10 45 99 / 01 55 74 52 15 – helene@rumeurpublique.fr

