



Les Français et les voitures neuves

Les résultats d'une enquête exclusive Promoneuve / OpinionWay

Dossier de presse

Septembre 2016



Communiqué de presse
Paris, le 20 septembre 2016

A l'occasion du Mondial de l'Automobile, le site Promoneuve ausculte les comportements des Français et leurs motivations à l'achat d'une voiture neuve

Promoneuve, site du groupe CarBoat Media, propose des véhicules neufs en promotion issus de distributeurs agréés et destinés à 100% au circuit de distribution français. Promoneuve se positionne comme un intermédiaire « vitrine » et un facilitateur tant pour les consommateurs que pour les concessionnaires, l'achat d'un véhicule s'effectuant directement en concession et non sur Internet. Le site propose, en effet, des véhicules neufs à des prix remisés et permet à l'internaute de faire son choix parmi les différents constructeurs automobiles, les différents types de véhicules (de la citadine au SUV en passant par la fourgonnette) et les différentes marques. Le site indique l'état des stocks en fonction, notamment, des caractéristiques souhaitées, du budget envisagé et de la localisation de l'internaute. Un véritable gain de temps pour ce dernier qui, une fois l'objet de ses rêves identifié, n'a plus qu'à se rendre en concession pour finaliser son achat.

C'est cette complémentarité entre Internet et concession automobile que Promoneuve a notamment souhaité étudier avec le concours d'OpinionWay, qui a interrogé, du 24 au 26 août dernier, un échantillon de 1052 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Premier constat : posséder une voiture, voire plusieurs, apparaît comme indispensable dans la majorité des foyers français. Symbole de liberté et d'indépendance, elle permet de se déplacer sans entraves et constitue encore aujourd'hui une marque de prestige social. Le *made in France* constitue un véritable argument de vente, puisqu'une majorité de Français privilégie les constructeurs nationaux.

Second constat : l'achat d'une voiture neuve plutôt que d'occasion est guidé en premier lieu par des questions budgétaires. Les offres de reprises, ainsi que les divers bonus proposés par les constructeurs ou l'Etat, constituent des arguments de poids qui incitent à se tourner vers l'achat d'un véhicule neuf. **Au-delà de cet aspect financier, le neuf offre également un cadre rassurant** et la garantie de pouvoir faire réparer ou remplacer son véhicule en cas de problème.

Une fois le processus d'achat d'un véhicule neuf déclenché, si le prix reste le critère déterminant pour le choix d'un véhicule, les acheteurs potentiels accordent aussi de l'importance au fait de pouvoir personnaliser son véhicule et d'en choisir les options, afin de se doter d'une voiture qui les satisfait.

Troisième constat : la majorité des Français (85%) estime que les prix des véhicules neufs sont toujours ou souvent négociables à la baisse. 2 Français sur 3 considèrent que c'est en concession qu'ils feront de meilleures affaires, en négociant avec le vendeur. **Alors que l'offre de véhicules neufs se développe depuis peu sur Internet, portée par des acteurs nouveaux comme Promoneuve, il est intéressant de noter que déjà 1 Français sur 3 estime que ces sites représentent une source potentielle de bonnes affaires, même sans négocier.**

Nombre d'acheteurs potentiels devraient se retrouver, dans les prochains jours, dans les allées du **Mondial de l'Automobile, période propice, selon 53% des Français, pour négocier une voiture neuve au meilleur prix.**

Contact presse : Anne Perthuis - aperthuis@les-influenceurs.com - 01 53 53 36 87

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE PROMONEUVE / OPINIONWAY

« LES FRANÇAIS ET LES VOITURES NEUVES »

Une majorité de Français aspire toujours à l'achat d'une voiture neuve

Alors que les politiques publiques tendent à développer des solutions alternatives à la voiture individuelle, il n'en reste pas moins que **92% des ménages français en possèdent au moins une, voire plusieurs** (c'est le cas pour 40% d'entre eux).

Adeptes du « made in France », les Français privilégient les marques françaises dans le choix de leur véhicule. Ainsi, 71% déclarent posséder une voiture d'un constructeur français, loin devant tous les autres constructeurs. Les constructeurs allemands arrivent en seconde place avec 20% du parc de véhicules possédés par les ménages français, les constructeurs des autres pays ne dépassant pas le seuil des 10%.

L'achat d'une voiture neuve apparaît toujours être une étape incontournable dans la vie d'une majorité de Français. 53% d'entre eux ont déjà réalisé cet investissement et 18% l'envisagent.

Ce sont surtout les hommes (56% contre 49% des femmes) et les seniors (75% des plus de 50 ans) ainsi que les personnes à haut niveau de revenu (64% de ceux qui gagnent plus de 2000 euros par mois) qui ont déjà investi dans un véhicule neuf. Malgré tout ce qu'on peut dire sur l'évolution du rapport à la voiture, notamment chez les jeunes, il convient de souligner que 61% des 18-24 ans ont ou envisagent de s'acheter une voiture neuve.

Reste que près d'1 Français sur 3 (29%) n'a jamais acheté de voiture neuve et ne l'envisage pas à l'avenir.

Une voiture neuve représente un investissement de départ conséquent et entraîne des dépenses d'entretien, ce qui peut expliquer la réticence ou le renoncement de certains.

Les personnes réticentes sont plus particulièrement des personnes jeunes (36% des moins de 35 ans et 39% des 35-49 ans contre 20% des personnes âgées de plus de 50 ans) et des personnes des catégories populaires (39% contre 23% des catégories supérieures).

Arbitrage neuf vs occasion : la « prime à la reprise » premier critère de motivation

Si l'achat d'un véhicule neuf continue de séduire les Français, cette décision représente un budget important dans un contexte économique toujours tendu. De fait, la question du coût est l'élément primordial dans l'arbitrage entre l'achat d'un véhicule neuf ou d'occasion. Ainsi, 1 Français sur 2 (52%) se déciderait pour une voiture neuve plutôt que pour un véhicule de seconde main s'il pouvait bénéficier d'une offre de reprise de son ancien véhicule. Pour plus d'1 Français sur 4 (28%), il s'agit même du premier critère d'arbitrage.

Un critère encore plus prégnant pour ceux qui déclarent avoir déjà acheté une voiture neuve (58%) ou qui possèdent une voiture (55%).

De même, bénéficier d'aides d'Etat, telles la prime à la casse ou un bonus pour l'achat d'un véhicule écologique, convaincraient 33% des Français de choisir plutôt du neuf, alors que le fait de pouvoir bénéficier d'une location avec option d'achat semble moins décisif (12%).

Les Français sont aussi en recherche de sécurité et de sérénité. Ainsi, 38% opteraient pour un véhicule neuf afin de bénéficier de la garantie constructeur, leur assurant de pouvoir faire réparer ou remplacer leur véhicule en cas de problème. De même, l'achat d'une voiture neuve permet d'éviter les arnaques et les mauvaises surprises encore souvent associées à un véhicule d'occasion (34%) dans l'esprit des Français.

Loin de rêver au tout dernier modèle (un critère de décision pour seulement 18% des Français) ou au plaisir d'être le premier conducteur au volant de son véhicule flambant neuf (11%), **les Français ont donc des aspirations plus matérielles. Un constat qu'il faut nuancer, toutefois, en fonction du sexe des personnes interrogées.** 40% des femmes interrogées placent ainsi au second rang des critères de motivation le fait d'éviter les arnaques ou les mauvaises surprises de l'occasion, juste derrière la possibilité de bénéficier d'une offre de reprise de leur ancien véhicule (53%). Un critère auquel les hommes sont moins sensibles (28%), se sentant peut-être plus à même de juger de la qualité d'une offre d'occasion que les femmes.

En revanche, avoir le choix dans les options et les configurations (32%) ou bénéficier des tout derniers modèles (24%) s'avère un critère plus incitatif pour ces messieurs. Les jeunes de moins de 35 ans (32%) se montrent aussi particulièrement sensibles à la possibilité de personnaliser leur véhicule.

Le prix demeure le critère d'achat décisif pour un véhicule neuf...

C'est encore et toujours le nerf de la guerre. Parmi les critères jugés les plus importants pour conclure l'achat d'une voiture neuve, celui du prix arrive largement en tête. **87% des Français y sont attentifs, estimant que bénéficier du tarif le plus attractif est un critère de décision important, et 61% jugent que c'est le 1^{er} critère de décision.**

... mais les Français sont aussi exigeants sur le choix des options et des équipements

Comme il s'agit d'un bien qui sera utilisé au quotidien, les acheteurs souhaitent s'y sentir à l'aise et attachent également une grande importance au choix précis des options et des équipements du véhicule. 65% estiment qu'il s'agit d'un critère important et 22% le jugent prioritaire.

La disponibilité immédiate du véhicule, la proximité du lieu d'achat et les conseils du vendeur semblent des critères de moindre importance (cités parmi les plus importants par respectivement 35%, 27% et 15% des Français).

Très clairement, s'ils choisissent d'investir dans une voiture neuve, les Français souhaitent se doter d'un véhicule à leur image, pour lequel ils peuvent choisir exactement les options qu'ils souhaitent, comme la couleur ou les équipements (87%, dont 37% tout à fait d'accord). Cependant la question du prix reste sous-jacente et ils restent prêts à envisager des concessions sur ces éléments (74%) pour obtenir un tarif plus attractif.

Face au développement des offres sur Internet, les comportements évoluent

Phénomène récent, porté par des acteurs comme Promoneuve qui offrent la possibilité aux acheteurs de rechercher sur le web le véhicule qui correspond le mieux à leurs critères de choix, avant de se rendre en concession pour finaliser la vente, **l'offre de véhicules neufs sur Internet convainc déjà 1 Français sur 3 qui estime que c'est l'occasion de dénicher de bonnes affaires, même sans négocier.** Les plus jeunes (45% des moins de 35 ans) et les personnes aux revenus les moins élevés (46% des personnes gagnant moins de 1000 euros par mois), envisagent de passer commande directement sur Internet pour obtenir de meilleurs prix.

Pour autant, l'achat d'une voiture neuve reste encore intimement lié au fait de se rendre chez un vendeur professionnel pour choisir son véhicule. Etre accompagné d'un vendeur lors de la finalisation de l'achat permet de confirmer son choix et rassure (79%). Les primo-accédants dans l'achat d'un véhicule neuf attachent une importance particulière au fait d'être conseillés par un professionnel, qu'il s'agisse des jeunes (83% des personnes âgées de moins de 35 ans) ou de ceux qui n'ont jamais acheté de voiture mais l'envisagent (85%).

2 Français sur 3 (66%) considèrent également qu'ils feront de meilleures affaires en se rendant dans une concession où ils négocieront directement avec le vendeur. Les femmes notamment (73% contre 57% des hommes) pensent obtenir de meilleurs prix avec les vendeurs, tout comme les personnes qui n'ont jamais acheté de voiture neuve mais l'envisagent (73%).

Une majorité de Français (85%) estime enfin que les prix des véhicules neufs sont toujours ou souvent négociables à la baisse (49% estiment que *c'est toujours le cas*, 36% que *c'est souvent le cas*).

Une certitude qui vaut plus encore chez les hommes (89%), pour les générations les plus âgées (89% des 65 ans et plus) et les acheteurs expérimentés qui ont déjà acheté une voiture neuve (90%). Les femmes (81%) et les jeunes de 18 à 24 ans (70%) se montrent plus mesurés.

Certains de pouvoir négocier, les Français estiment que le salon de l'Automobile, qui se tiendra en octobre 2016, marquera le début d'une période propice pour négocier au meilleur prix une voiture neuve. Qu'ils se rendent ou non sur le salon, **53% des Français considèrent que cette période est favorable** (dont 9% *tout à fait*). Ceux qui n'ont encore jamais acheté de véhicule neuf, qu'ils l'envisagent ou pas, apparaissent plus particulièrement convaincus qu'il s'agit d'un événement propice aux bonnes affaires (à 58%).

Rappel méthodologique

L'étude « Les Français et les voitures neuves » a été menée par OpinionWay pour Promoneuve auprès d'un échantillon de 1052 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les échantillons ont été constitués selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 24 au 26 août 2016, par questionnaire auto administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Sondage OpinionWay pour Promoneuve » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.