



ESSEC
Solutions Entreprises

ESE INSIGHTS

Comment les jeunes choisissent-ils
leur automobile ?

Novembre 2019



Sommaire

- 1** Les conclusions de l'étude *P. 03*
- 2** Profil des répondants *P. 05*
- 3** Les jeunes
& leur parcours d'achat *P. 07*
- 4** Les jeunes & les innovations
dans le secteur automobile *P. 13*

Les conclusions de l'étude

1 Les conclusions de l'étude

Les 18-25 ans sont particulièrement sensibles au **prix** et continuent à privilégier les **concessions** pour acheter leur automobile, alors que les **critères environnementaux** et les **canaux digitaux** prennent de l'ampleur



des jeunes ne sont pas prêts à acheter une voiture sans la voir physiquement



citent le prix comme 1 des 3 premiers critères d'achat de leur automobile



aimeraient retrouver des systèmes anti-pollution dans leur voiture

1. PARCOURS D'ACHAT

Pour la majorité des jeunes, **se rendre dans les concessions** avant d'acheter un véhicule reste essentiel notamment **pour voir et essayer ce dernier**.

Ils **découvrent de nouveaux modèles** principalement grâce à la **publicité télévisée**, au **bouche-à-oreille**, et de façon croissante grâce **aux plateformes digitales** (sites internet, réseaux sociaux) qui leur sont de plus en plus utiles.

Les plateformes digitales gagnent en importance dans le processus d'achat d'automobiles, en particulier pour la **recherche de renseignements sur le véhicule** (avis, caractéristiques, tests, comparaisons) et la **finalisation de l'achat**, plus simple et plus sûre en ligne.

2. CRITÈRES D'ACHAT ET PERCEPTION DES MARQUES

Le prix reste de loin (54%) le premier critère de choix lors de l'achat d'un véhicule, suivi par **le design** (13%), **l'empreinte écologique** du véhicule (10%) et **l'image de marque** (10%).

Concernant les trois premiers critères, les consommateurs interrogés citent **Renault et Peugeot** comme les marques ayant les **prix** les plus abordables, **Tesla** pour les modèles ayant la plus **faible empreinte écologique**, et **Audi, Mercedes et Peugeot** pour les constructeurs proposant le meilleur **design**.

3. INNOVATIONS DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE

En termes d'innovation, les jeunes s'intéressent plus particulièrement à **des innovations ayant un impact positif sur l'environnement** : systèmes anti-pollution (64% le mentionnent), moteurs plus propres (45% le mentionnent). La voiture autonome est une innovation qui **les intéresse** mais qui **leur inspire encore peu confiance**.

Les jeunes, particulièrement sensibles au critère du prix, optent plus facilement pour **un modèle hybride qu'électrique** en raison de **leur budget**. Plus généralement, ils expriment une volonté de moins polluer avec leur voiture, mais leurs efforts sont **contraints par le coût des technologies propres**.

Profil des répondants

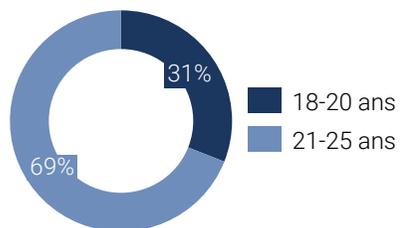


Les répondants ont entre 18 et 25 ans : la majorité d'entre eux sont **étudiants**, relativement **intéressés** par l'automobile mais **ne possèdent pas** leur propre voiture

LEURS CARACTÉRISTIQUES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

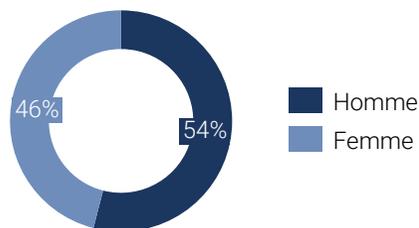
Quel âge avez-vous ?

450 répondants



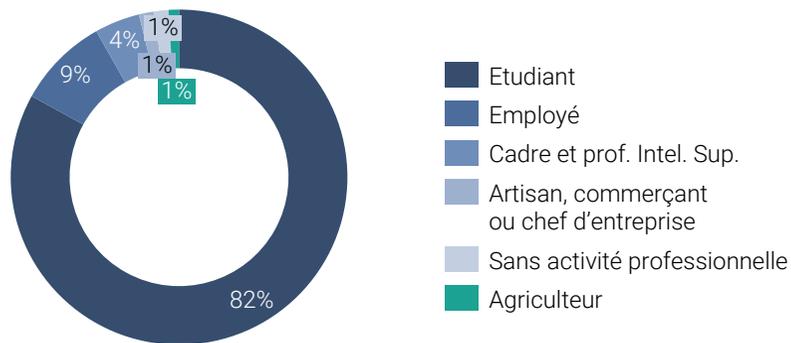
Quel est votre sexe ?

450 répondants



Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?

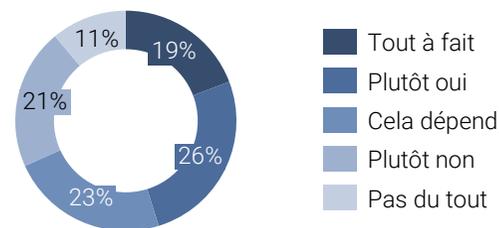
450 répondants



LEUR RAPPORT À L'AUTOMOBILE

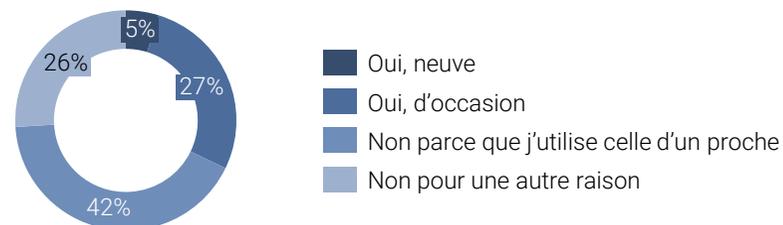
Êtes-vous intéressé par l'automobile ?

450 répondants



Avez-vous déjà acheté une voiture ?

450 répondants



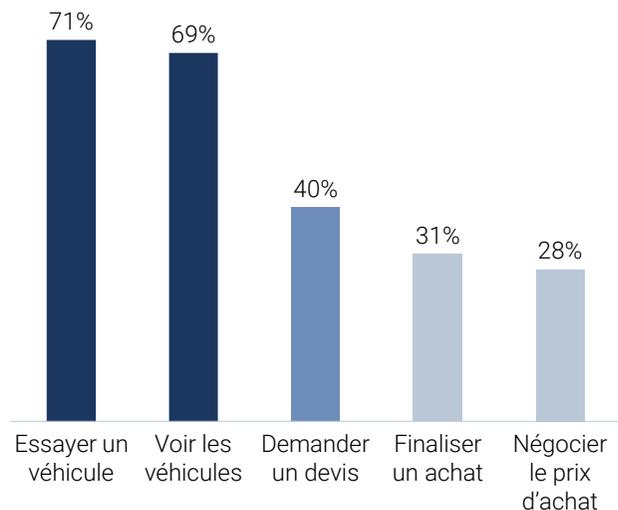
Les jeunes & leur parcours d'achat



Malgré la multiplication des offres d'achat en ligne, les jeunes restent **attachés aux concessions** qui leur permettent de **découvrir** et d'**essayer** les modèles de voiture avant de prendre une décision d'achat

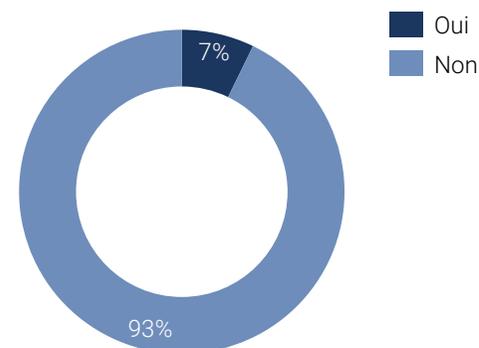
Pour quelles raisons vous rendez-vous en concession ?

450 répondants – Plusieurs réponses possibles



Seriez-vous prêt à acheter une voiture sans la voir physiquement ?

450 répondants - %



L'avis des professionnels

« Les concessions ne sont pas destinées à disparaître parce qu'il faut de **l'après-vente**, même si les clients ne vont pas chez le même concessionnaire pour faire le suivi de leur véhicule. »

VP Marketing

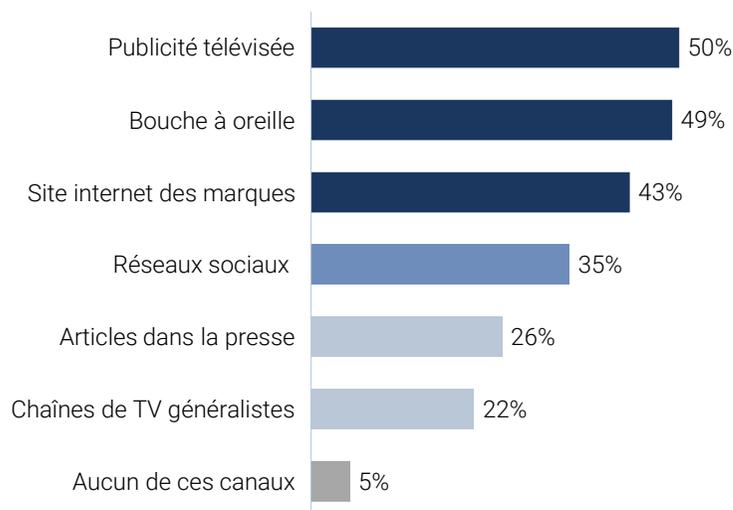
« **Les concessions restent essentielles** pour voir la voiture, et être rassuré par un spécialiste qui peut répondre à toutes les questions techniques. Acheter une voiture représente **un investissement conséquent** donc les consommateurs ont besoin de toucher, de sentir le produit, de voir les émotions qu'il procure. »

VP Marketing

Les jeunes consommateurs découvrent de nouveaux modèles via la publicité télévisée et le bouche-à-oreille mais aussi les plateformes digitales qui leur sont particulièrement utiles

Par quels canaux découvrez-vous de nouveaux modèles de voiture ?

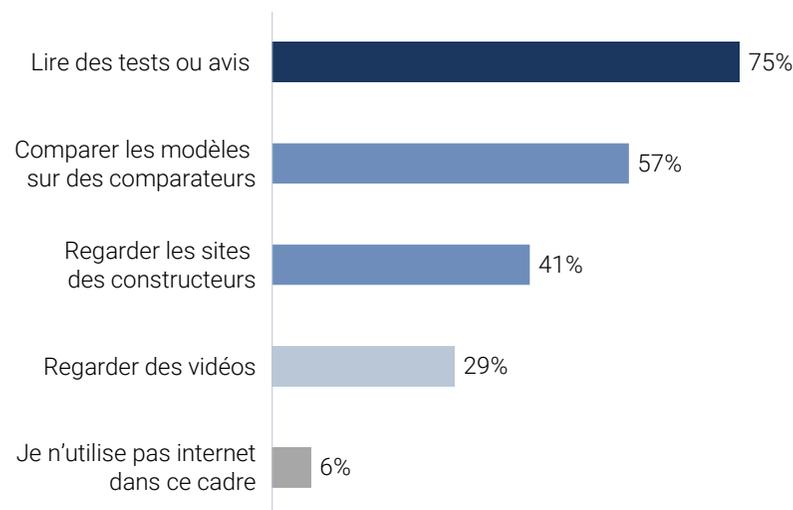
450 répondants – Plusieurs réponses possibles



Si la **publicité télévisée** et le **bouche à oreille** restent les deux canaux traditionnels privilégiés pour découvrir de nouveaux modèles de voiture, les **plateformes digitales** (sites internet des marques, réseaux sociaux) jouent un rôle d'importance non négligeable dans le processus.

Avant d'acheter un véhicule, utilisez-vous internet et si oui, pourquoi ?

450 répondants – Plusieurs réponses possibles



L'avis des professionnels

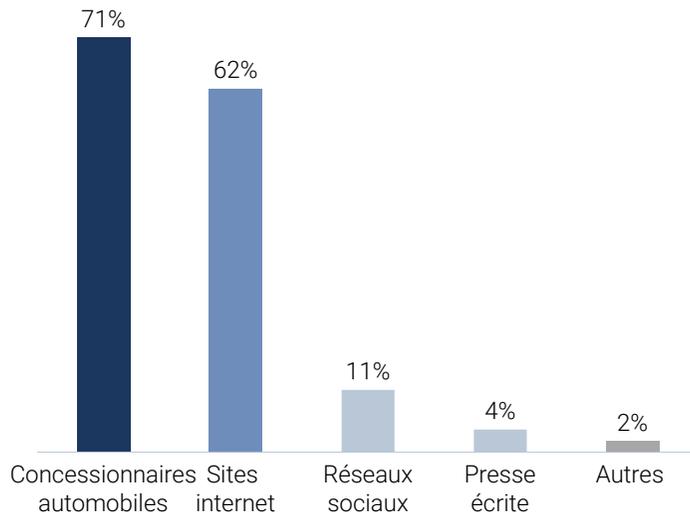
« Plus le prix d'achat est élevé, plus la recherche en amont est importante. 90% du travail est fait en amont, les gens se renseignent et se déplacent en concession surtout pour **finaliser la vente, et négocier.** »

Vice-Président Marketing & Digital Europe

Les plateformes digitales gagnent en importance auprès des jeunes dans le processus d'achat de leur automobile

Quel canal utilisez-vous pour acheter une voiture ?

450 répondants – Plusieurs réponses possibles



Les concessions automobiles restent le canal privilégié par presque 3/4 des jeunes pour acheter une voiture. Cependant, les **plateformes digitales**, en particulier **les sites internet**, jouent un rôle non négligeable et presque équivalent à celui des concessions dans le processus d'achat des jeunes.

L'avis des professionnels

LES MODES DE DISTRIBUTION EN LIGNE SE DÉVELOPPENT...

Ce qu'il faut retenir c'est que certains clients seront plus ou moins intéressés par un mode de distribution ou un autre mais il est certain que **les modes de distribution en ligne gagnent de l'importance** et que **les concessions devront s'adapter dans un futur relativement proche.** »

Directeur marketing Europe

... POUR PLUSIEURS RAISONS...

« Certains clients **ne veulent pas avoir affaire au vendeur** car ils pensent qu'il tente de **les influencer** dans leurs achats, alors qu'en ligne ils sentent qu'ils ont la mainmise sur leur prise de décision. **En ligne, tout est plus pratique** en termes d'horaires ou de lieu. Les véhicules y sont d'ailleurs plus souvent et plus rapidement disponibles.

Directeur marketing Europe

... CE QUI FORCE LES CONCESSIONS À S'ADAPTER

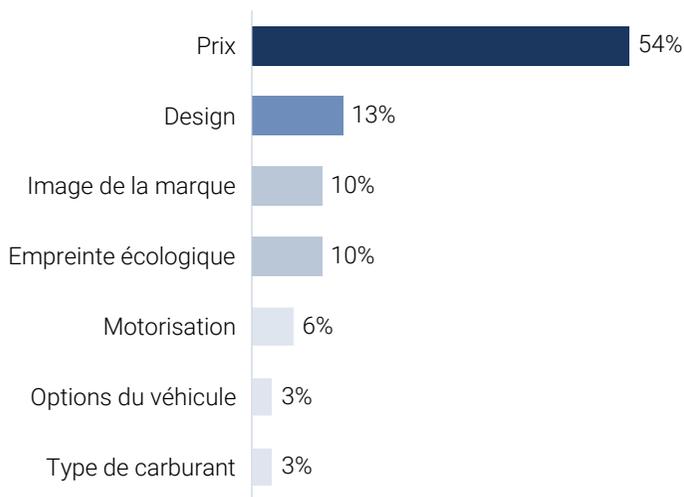
« De plus en plus, la concession devra être **un acteur de la mobilité** et pas seulement un point d'achat et de réparation. Elle devra **suivre les tendances et s'adapter à ces dernières**. Elle pourra par exemple devenir un hub de carsharing mais **c'est aux constructeurs de les accompagner** dans ces changements. »

VP Marketing Crossbrands Products

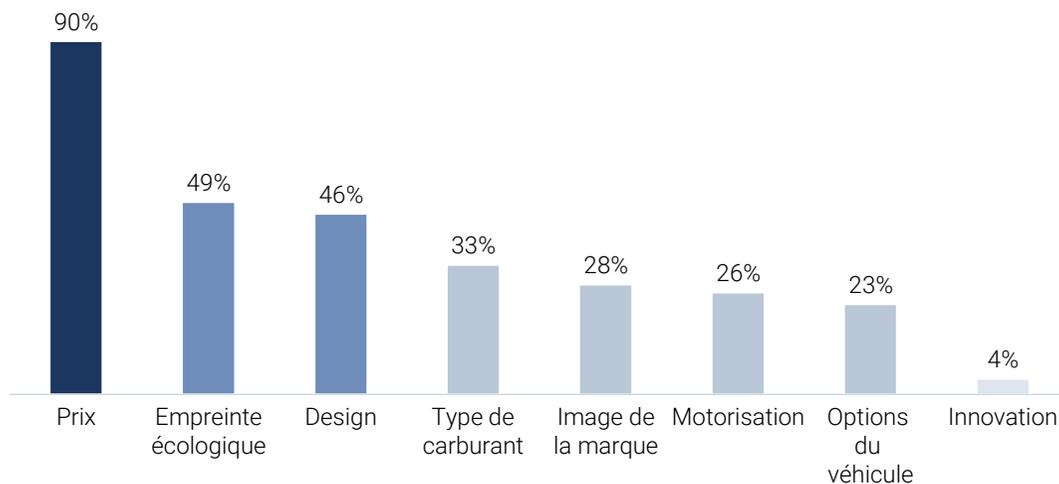
Le prix est le principal critère d'achat des jeunes, suivi par le design, l'image de marque et l'empreinte écologique du véhicule

Classez les 3 critères les plus importants à vos yeux lors de l'achat d'un véhicule.

450 répondants – Critère le plus important



450 répondants – Fréquence d'apparition des critères parmi les 3 plus importants



L'avis des professionnels

« Il faut garder en tête que le client est inévitablement rattrapé par la réalité et doit prendre en compte le prix. Par exemple, les jeunes sont **moins sensibles à l'électrification à cause du prix.** »

VP Marketing Crossbrands Products

« Les consommateurs, et notamment les jeunes, ont de plus en plus envie d'autonomisation de leur véhicule avec de nombreux outils **d'assistance à la conduite.** »

Directeur marketing Europe

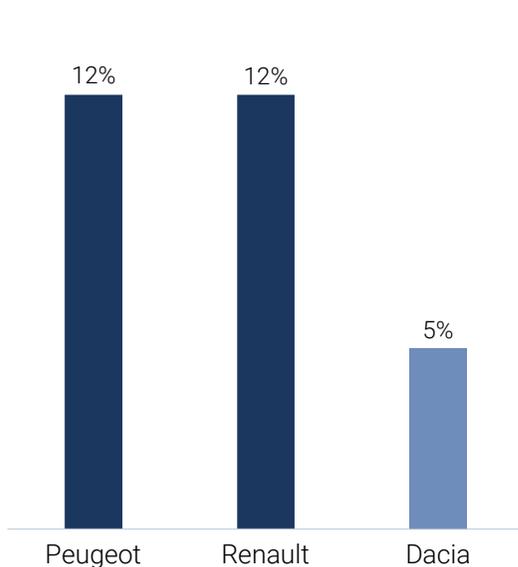
« Les jeunes se mettent de plus en plus à acheter **des voitures hybrides**, mais ils achètent encore peu de voitures électriques **car les prix restent élevés.** »

Vice-Président Marketing & Digital

En évoquant le critère d'un **prix abordable**, les jeunes citent en premier **les grands groupes français**, mais lorsqu'il s'agit de **design**, ce sont **les constructeurs allemands** qui sont mis en avant

Marques les plus citées pour leur prix abordable

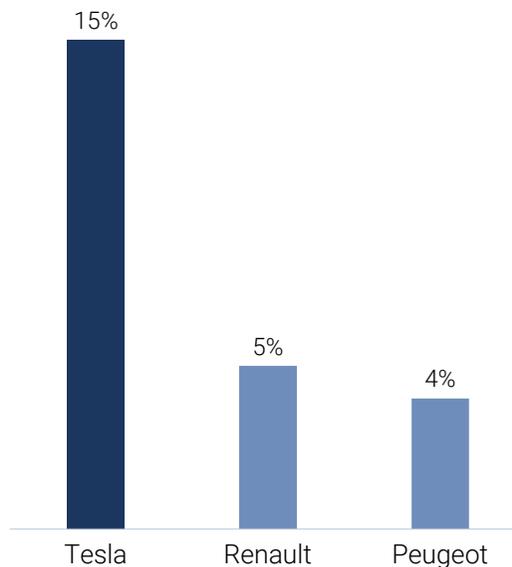
400 répondants mentionnant le prix comme un critère de choix important – Réponse libre



En termes de prix, ce sont **les constructeurs français** qui obtiennent la plus grande reconnaissance, Dacia étant elle-même une filiale du groupe Renault.

Marques les plus citées pour la qualité de leur empreinte écologique

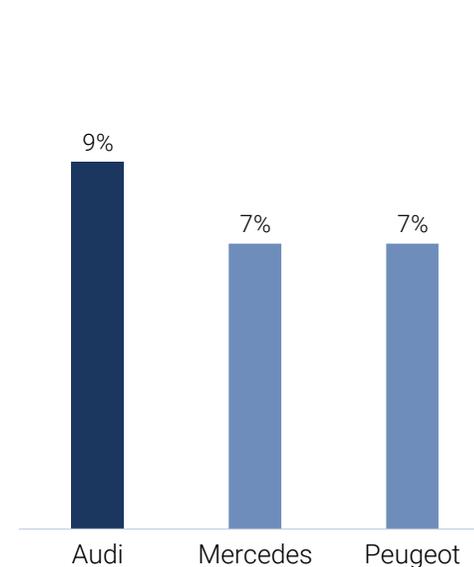
125 répondants mentionnant l'empreinte écologique comme un critère de choix important – Réponse libre



Le groupe Tesla est particulièrement reconnu par les jeunes par rapport aux autres constructeurs en termes de qualité de l'empreinte écologique, alors que Renault, placé second est 3 fois moins cité.

Marques les plus citées pour la qualité de leur design

214 répondants mentionnant le design comme un critère de choix important – Réponse libre



Le design des marques allemandes est particulièrement apprécié des jeunes, qui citent également **Peugeot** comme un constructeur au design agréable.

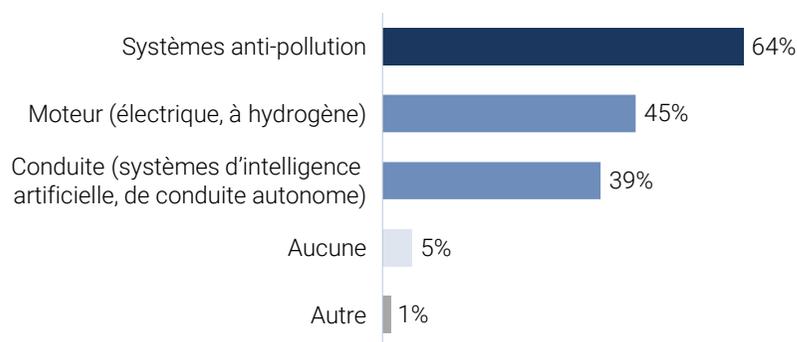
Les jeunes & les innovations dans le secteur automobile



L'enjeu écologique est particulièrement important aux yeux des jeunes, ce qui explique leur intérêt pour les innovations concernant **des systèmes anti-pollution**

Quelles innovations récentes dans le secteur automobile aimeriez-vous retrouver dans votre voiture ?

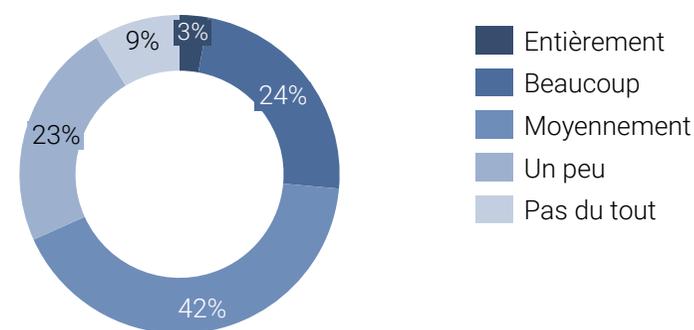
450 répondants – Plusieurs réponses possibles



L'enjeu écologique est particulièrement important aux yeux des jeunes, ce qui se reflète par leur sensibilité aux **systèmes anti-pollution** et aux **nouveaux systèmes de motorisation**.

À quel point faites-vous confiance aux dispositifs intelligents et automatisés d'aide à la conduite ?

450 répondants – Plusieurs réponses possibles



Si les consommateurs souhaitent avoir des **moments d'autonomie**, leur confiance envers les systèmes d'intelligence artificielle est limitée à cause du **manque de sécurité**.

L'avis des professionnels

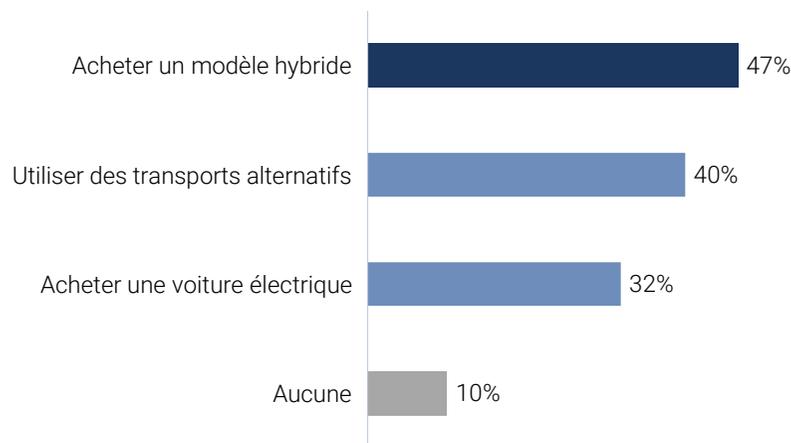
« Le vrai problème des voitures autonomes reste **la sécurité**. Elles seront connectées entre elles donc en soi ce sera plus sûr mais il sera difficile d'anticiper un chien ou un enfant qui traverse. L'automatisation est donc un sujet essentiel, sur lequel il faut encore se pencher. »

Vice-Président Marketing & Digital Europe

Pour limiter leur empreinte carbone, la plupart préfère acheter un modèle hybride, plus adapté à leur budget que la voiture électrique

Quelle solution vous intéresse le plus pour limiter l'empreinte carbone de votre véhicule ?

450 répondants – Plusieurs réponses possibles



Si une motorisation plus propre reste un argument récurrent pour limiter les émissions polluantes, 4 jeunes sur 10 se disent prêts à délaisser l'automobile pour les transports en commun.

L'avis des professionnels



LE MARCHÉ AUTOMOBILE A TOUT INTÉRÊT À SE SAISIR DES ENJEUX ÉCOLOGIQUES...

« Le public y est **favorable** car la **conscience écologique** évolue. »

VP Marketing Crossbrand Products

« Les utilisateurs sont de plus en plus **sensibles à l'enjeu écologique**, notamment les jeunes, ce qui force les constructeurs à **s'adapter** à cela. »

Directeur marketing Europe

« L'**électrification** s'accélère, des **économies d'échelle** ont lieu, d'autant que les **politiques gouvernementales** encouragent ce phénomène, en **pénalisant** fortement les **voitures polluantes** et en **subventionnant** les voitures **électriques**. »

Vice-Président Marketing & Digital Europe

... MAIS LES CONTRAINTES RESTENT NOMBREUSES

« L'adoption des innovations anti-pollution est encore loin. Mais les torts sont partagés entre les **consommateurs** (qui ne sont **pas prêts à s'investir**) et les **constructeurs** (qui ont **tardé** à se lancer dans les voitures électriques, même si le **Dieselgate** a accéléré les choses).

Enfin, le budget reste un frein majeur : les jeunes sont moins sensibles à l'électrification à **cause du prix**. »

VP Marketing Crossbrand Products

ESE INSIGHTS

Comment les jeunes choisissent-ils leur automobile ?

Contactez nos chefs de projet en charge de cette étude :

- > Marion DECLOUX-CARRÉ : m.declouxcarre@essecolutionsentreprises.com
- > Pauline CAVÉ : p.cave@essecolutionsentreprises.com
- > Jean-Baptiste NASCIET : jb.nasciet@essecolutionsentreprises.com

ESSEC SOLUTIONS ENTREPRISES

Cabinet de conseil étudiant de l'ESSEC

3, avenue Bernard Hirsch – 95021 Cergy-Pontoise

01.34.33.38.88

ese@essecolutionsentreprises.com

Novembre 2019

