

1^{er} baromètre AramisAuto.com

LES FRANÇAIS SONT PRETS A ACHETER LEUR VOITURE SUR INTERNET !

*D'après la première étude **AramisAuto.com**, réalisée par l'institut de sondages Ifop, près de quatre Français sur dix (37%) sont prêts à acheter leur voiture sur Internet et près des deux tiers des Français (62%), se déclarent disposés à choisir leur voiture sur Internet.*

Paris, le mercredi 9 juin 2010

Alors que le marché de l'automobile voit arriver de nouveaux acteurs au positionnement innovant, les Français ont aujourd'hui une perception et un usage totalement différents de la voiture.

Le premier baromètre annuel AramisAuto.com, leader de la distribution automobile multimarque et multicanal, met en avant les nouveaux modes de pensée et de comportements des automobilistes français.

L'émergence d'Internet

37% des Français sont prêts aujourd'hui à acheter leur voiture sur Internet. Les hommes s'approprient, plus particulièrement, l'outil Internet dans le processus d'achat d'un véhicule avec 71% d'entre eux contre 55% pour les femmes. Les professions intermédiaires, les cadres supérieurs et les personnes entre 35 et 49 ans se sentent plus à l'aise dans cette démarche que les autres catégories de la population. Les habitants de communes rurales, qui ont un accès plus difficile aux concessions automobiles, sont davantage prêts à acheter leur voiture sur Internet que les personnes vivant en zones urbanisées. Le principal frein qui explique la réticence à l'achat d'une voiture sur Internet est, pour 48% des Français de ne pas pouvoir voir la voiture avant de l'acheter, 27% indiquent qu'ils préfèrent être en contact direct avec un vendeur, et 12% des français s'inquiètent de ne pas pouvoir bénéficier du même niveau de garanties et de service après-vente qu'auprès d'un concessionnaire.

Commodité & liberté

Pour 71% des Français, la voiture se banalise, ne fait plus rêver et est devenue en quelques années un objet de commodité, un simple moyen de transport notamment pour se rendre au travail et ce particulièrement en Ile de France. Seuls 29% des Français jugent qu'il s'agit d'un objet qui fait toujours rêver.

D'un autre côté, pour 40 % des Français, la voiture évoque la notion de liberté et d'autonomie de déplacements plus particulièrement pour les femmes 43% contre 36% pour les hommes.

Autre indice de cette banalisation, la voiture n'est plus considérée comme un outil de séduction pour 28% des Français, notamment les hommes (32% versus 25% pour les femmes).

La voiture n'est d'ailleurs plus considérée, ni comme une expression de sa personnalité, ni même comme une marque de réussite sociale (Moins de 1% de la population interrogée).

Le prix & la transparence

Le critère de choix le plus déterminant dans l'achat d'un véhicule neuf ou d'occasion, notamment chez les jeunes de moins de 35 ans, dans un contexte économique difficile, reste le prix.

En ce qui concerne l'achat d'un véhicule neuf, 76% des Français citent le prix comme critère déterminant versus 68% des Français pour l'achat d'un véhicule d'occasion.

Toujours en matière de prix, les Français attendent également de la part des professionnels lors de l'achat d'un véhicule plus de transparence sur les prix pratiqués (24 %).

Arrive en deuxième critère qui détermine l'achat d'un véhicule neuf, la consommation du véhicule (63%). Paradoxalement et dans le cadre de l'achat d'un véhicule d'occasion, la consommation ne paraît essentielle que pour 40% des Français interrogés.

L'attachement aux marques françaises

La moitié des Français, 49%, se dit attachée à l'achat de véhicules de marques françaises versus 51% qui indiquent ne pas y porter d'importance. Parmi ces 49%, on retrouve majoritairement des seniors (entre 50 et 64 ans) qui culturellement sont très attachés aux constructeurs français.

Outre la fidélité historique à une marque, l'attachement s'explique également par le critère de la sécurité : 46% des interviewés estiment qu'il est plus rassurant d'acheter une marque française qu'une marque étrangère.

Malgré ces deux points, 83% des interviewés estiment que certaines marques étrangères offrent un meilleur rapport qualité-prix.

Le phénomène de patriotisme économique

L'attachement aux marques françaises tient avant tout du patriotisme économique.

Au total 57% citent cette raison comme étant le principal critère d'attachement.

La crise économique mondiale, que traverse également le secteur de l'industrie automobile française avec la fermeture de certains sites, génèrent au global un climat anxieux ressenti par la population qui renforce probablement ce comportement.

Un seul point d'entrée

La très grande majorité des Français, 94% d'entre eux, reconnaît l'utilité des outils comparatifs lors de l'achat d'un véhicule et plus particulièrement de pouvoir comparer, en un même lieu, les marques et modèles de différents constructeurs.

L'ensemble de l'étude « Les Français et l'automobile » est accessible via :

<http://www.aramisauto.com/aramisauto/doc/Etude-AramisAuto.com-les-francais-et-l-automobile.pdf>

ainsi que l'analyse de l'Ifop via : <http://www.aramisauto.com/aramisauto/doc/Synthese-conference-AramisAuto.com.pdf>

AramisAuto.com

Le Prix, Le Choix, les Marques

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, avec plus de 1,5 millions de visiteurs uniques par mois ;
- **15 agences commerciales**: un réseau physique de points de vente détenus en propre et répartis sur l'ensemble du territoire français.

AramisAuto.com est née 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 (en agence, par téléphone ou par internet), la reprise du véhicule d'occasion, 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 automobile multimarque accompagnent les clients dans leur achat de véhicule neuf ou d'occasion, parmi plus de 30 marques proposées.

AramisAuto.com en chiffres: 140 collaborateurs, plus de 35 000 clients, une entreprise rentable depuis sa création et un chiffre d'affaires de 115 millions d'euros en 2009.

Contacts Presse

Agence RUMEUR PUBLIQUE

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

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

Laura Sergeant – 01 55 74 52 35 – laura@rumeurpublique.fr

