



18 octobre 2021

Le CNPA entre en campagne pour valoriser l'engagement et le modèle des concessions automobiles

Alors que les concessionnaires automobiles font face à de multiples défis, une transition écologique et numérique sans précédent conjuguée à un contexte économique dégradé, le CNPA lance une grande campagne de communication valorisant les atouts du métier. A cette occasion une étude d'opinion inédite a été menée par l'institut Harris Interactive pour le CNPA et révèle le fort attachement des Français pour la Profession.

Un fort attachement des Français à leurs concessionnaires

Les Français sont attachés aux concessionnaires et souhaitent protéger l'avenir de ces derniers. C'est ce qui ressort d'une **étude d'opinion inédite menée par l'Institut Harris Interactive**¹ à la demande du Conseil National des Professions de l'Automobile (CNPA), qui interroge la perception des concessions automobiles par le grand public et mesure le fort attachement qui lie les Français à leurs concessionnaires (*résultats de l'étude exposés ci-après*).

Cette étude montre que les Français apprécient leur expérience en concession automobile, et notamment les jeunes : **près de 90% des Français jugent positivement leur expérience** en concession automobile, cette proportion montant à 95% pour les 18-24 ans.

Les atouts des concessionnaires qui sont mis en avant par les Français sont en premier lieu : la possibilité de revendre son ancien véhicule (83%) ; le conseil apporté aux clients (82%) ; l'accompagnement sur les aides à l'achat (bonus, PAC, etc.) (82%) ; la préservation des emplois locaux (81%) ; la digitalisation et les démarches en ligne (81%) ; le conseil sur le choix du véhicule le plus adapté à son usage et ses moyens (80%) ; le service apporté après la vente du véhicule (entretien, etc.) (79%).

Les Français privilégient majoritairement l'achat d'un véhicule en concession à l'achat sur Internet. La possibilité d'essai du véhicule et l'accompagnement d'un professionnel en cas de soucis sont essentiels pour eux. Ainsi, **66% des Français déclarent vouloir acheter leur future voiture neuve en concession** contre 13% qui le feraient par internet. Les jeunes de 18 à 24

¹ Enquête d'image menée par l'institut Harris Interactive pour CNPA, conduite en ligne du 7 au 12 juillet 2021 auprès d'un échantillon de 1.022 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

ans sont même 70 % à déclarer qu'ils achèteraient leur voiture neuve en concession et non sur Internet. Concernant les véhicules d'occasion, **50% d'entre eux déclarent vouloir acheter leur future voiture d'occasion en concession**, et 20% par internet.

Une grande campagne de communication pour rappeler les fondamentaux du modèle des concessions

En parallèle à cette étude, le CNPA lance une campagne de communication qui valorise les atouts des concessionnaires automobiles, autour de la signature :

« Ma concession, c'est la solution. »

Cette campagne de communication comprend un volet publicitaire en TV, sur le web et sur les réseaux sociaux, qui durera du 18 octobre au 12 décembre 2021.

Parallèlement, elle s'appuie sur une Charte d'engagements listant les engagements concrets pris par les concessionnaires au service de leurs clients, qui sera relayée dans les 7.000 concessions qui maillent le territoire français.

L'ensemble des éléments relatifs à cette campagne et à l'étude d'opinion, réalisées avec l'appui de l'agence CLAI, est disponible sur une page dédiée sur le site du CNPA : <https://www.cnpa.fr/le-point-sur/campagne-communication-2021/>.

<p align="center">Principaux résultats de l'enquête Harris Interactive « Les Français et les concessionnaires automobiles »</p>

Les Français apprécient leur expérience en concession automobile, surtout les jeunes.

- Près de 90% des Français jugent positivement leur expérience en concession automobile.
- Cette proportion monte à 95% chez les 18-24 ans.
- 82% des Français et 89% des 18-24 ans déclarent qu'ils utiliseraient les services de la même concession dans le cadre d'un futur achat.

Les principaux atouts des concessionnaires qui sont mis en avant par les Français.

- La possibilité de revendre son ancien véhicule (83%)
- Le conseil apporté aux clients (82%)
- L'accompagnement sur les aides à l'achat (bonus, PAC, etc.) (82%)
- La préservation des emplois locaux (81%)
- La digitalisation et les démarches en ligne (81%)
- Le conseil sur le choix du véhicule le plus adapté à son usage et ses moyens (80%)
- Le service apporté après la vente du véhicule (entretien, etc.) (79%)

Les Français privilégient majoritairement l'achat d'un véhicule en concession à l'achat sur Internet. La possibilité d'essai du véhicule et l'accompagnement d'un professionnel en cas de soucis sont essentiels pour eux.

- 66% des Français déclarent vouloir acheter leur future voiture neuve en concession contre 13% seulement qui le feraient par internet ;
- Les jeunes de 18 à 24 ans sont même 70 % à déclarer qu'ils achèteraient leur voiture neuve en concession et non sur Internet ;
- 50% des Français déclarent vouloir acheter leur future voiture d'occasion en concession, 20% le feraient par internet.

Les Français sont attachés aux concessionnaires et souhaitent protéger l'avenir de ces derniers. Leurs compétences, leur utilité et leur capital sympathie sont autant de qualités dont ils ont besoin dans le choix de leurs véhicules !

- 7 Français sur 10 ont une bonne image des concessionnaires.
- 34% d'entre eux craignent la disparition des concessionnaires et 54% en seraient très tristes.
- 8 Français sur 10 considèrent les concessionnaires automobiles comme sympathiques, compétents et utiles.

> À propos du CNPA

Le Conseil National des Professions de l'Automobile représente la 5ème branche économique de France avec 150 000 entreprises de proximité et 500 000 emplois non délocalisables. Le CNPA défend l'intérêt général des services de l'automobile en animant une dynamique de filière et en développant une approche prospective sur des thèmes communs à tous les métiers de la mobilité tels que l'activité économique, l'emploi, les nouvelles technologies, le développement durable ou encore l'économie circulaire.

Contacts presse :

- *Dorothée Dayraut-Jullian – Port : 06 16 95 31 35 – ddayrautjullian@cnpa.fr*
- *Laure de Verdun – Port : 06 12 43 33 37 – ldeverdun@cnpa.fr*