

Comprendre la **prime à la conversion**

*(et en tirer parti
grâce au digital)*



Temps de lecture : 5 min.

Artur 

Introduction

La prime à la conversion n'est pas tout neuve, mais le dispositif a (encore) évolué cet été. Cette fois, les modifications du texte visent à le rendre plus simple pour les professionnels.

Le gouvernement définit l'objectif de la prime à la conversion comme suit : "aider tous les Français, particuliers et professionnels, à acheter un véhicule neuf ou d'occasion en échange de la mise au rebut d'un vieux véhicule". L'État récompense donc le recyclage de véhicules anciens au profit d'automobiles ou utilitaires moins polluants.

Concrètement, c'est un argument marketing et commercial fort pour les distributeurs VO et VN, qui pourront utiliser la Prime à la Conversion pour inciter des particuliers et professionnels hésitants à réaliser l'achat d'un véhicule !

Comment préparer au mieux ce changement ? On vous dit tout dans notre guide qui va vous aider à mieux comprendre la prime à la conversion... pour mieux en tirer parti grâce au digital !

1 Qu'est-ce que la prime à la conversion ?



La prime à la conversion (anciennement prime à la casse) est une aide de l'état français, à destination des propriétaires d'un véhicule essence ou diesel ancien afin qu'ils puissent racheter une voiture moins polluante, neuve ou d'occasion.

La prime est accordée à l'achat d'un véhicule de moins de 60 000€, selon le revenu fiscal du ménage.

2 Prime à la conversion : les chiffres-clés



300 000

demandes de primes ont été
faites en 2019.



250 000

demandes ont été acceptées par
l'état français.



500 000 000 €

montant versé par l'état en 1 an pour aider les
Français à changer de véhicule.

3 Des changements depuis le 1^{er} août 2019



Depuis sa création en 2018, la loi a été modifiée avec notamment des changements en date du 1^{er} août 2019 :

- 1 Changement de nom : la prime à la casse est devenue la prime à la conversion.
- 2 Le montant de la prime a globalement été réduit.
- 3 Les véhicules diesel d'occasion ne bénéficient plus des conditions de reprise.
- 4 Seuls les véhicules d'un montant inférieur à 60 000€ peuvent bénéficier de la prime.
- 5 La prime est accordée à tous les ménages selon leur revenu fiscal de référence.

4 Comment bénéficier de la prime à la conversion ?



Voiture à acheter	Super Prime			
	RFR ¹ /part ≤ 6 300 € ou RFR/part ≤ 13 489 € et gros rouleur ²	RFR/part ≤ 13 489 €	13 489 € ≤ RFR/part ≤ 21 690 €	RFR/part > 21 690 €
Conditions de revenu Prix max : 60 000 €				
Essence CRIT'Air 1 (neuf ou d'occasion)	3 000 € (limité à 80% du prix du véhicule)	1 500 €	0 €	0 €
Diesel CRIT'AIR 2 (immatriculé après le 01/09/2019)	3 000 € (limité à 80% du prix du véhicule)	1 500 €	0 €	0 €
Essence ou Diesel CRIT'AIR 2 (immatriculé avant le 01/09/2019)	0 €	0 €	0 €	0 €
Électrique (taux ≤ 20g Co ² /km)	5 000 € (limité à 80% du prix du véhicule)	2 500 €	2 500 €	2 500 €
Hybride rechargeable (20g/km < taux ≤ 50g Co ² /km)	Autonomie électrique ok ³ : 5 000 € (limité à 80%...)	2 500 €	2 500 €	0 €
	Les autres : 3 000 € (limité à 80%...)	1 500 €	1 500 €	0 €
2-roues électrique	1 100 €	1 100 €	100 €	100 €

¹RFR : Revenu fiscal de référence (par foyer).

²Gros Rouleur : Dont la distance entre son domicile et son lieu de travail est supérieure à 30 km ou effectuant plus de 12 000 km par an dans le cadre de son activité professionnelle avec son véhicule personnel.

³Autonomie électrique ok : Pour les véhicules dont l'autonomie équivalente en mode tout électrique en ville déterminée en application du règlement (UE) 2017/1151 de la Commission du 1^{er} juin 2017 est supérieure à 40 km ou l'autonomie déterminée en application du règlement (CE) n° 692/208 de la Commission du 18 juillet 2008 est supérieure à 50 km.

5 Comment préparer au mieux ce changement ?

Les changements récents liés à la prime à la conversion sont une véritable aubaine pour développer la notoriété et le CA de votre concession. Voici quelques exemples de bonnes pratiques à mettre en place



Analyse des aspects légaux

En tout premier lieu, il est important de se renseigner sur toutes les contraintes légales autour de la prime à la conversion, aussi bien du côté professionnel que particulier. Ce guide peut vous aider.

Revoir sa stratégie marketing et commerciale

Pour le consommateur, la prime à la conversion rime avec économies. L'occasion de revoir votre stratégie et de proposer des options supplémentaires, sur les ventes VN notamment.



Communiquer sur le lieu de vente

Vous mettez en place des promotions ou des offres particulières liées à la prime à la conversion ? Votre concession est le premier lieu sur lequel vous devez communiquer.

Développer sa stratégie digitale

Pour mieux tirer parti de la prime à la conversion, votre atout le plus efficace reste le digital. Blog, réseaux sociaux, newsletter sont autant de canaux qui vous permettent de toucher vos cibles.



6 Quelle stratégie digitale adopter ?

Le digital reste votre arme principale pour communiquer sur ces changements. Le but est de valoriser la prime à la conversion tout en mettant en avant votre concession, votre expertise et vos atouts de différenciation. Voici quelques canaux que vous pouvez exploiter en priorité :

:

Travailler son référencement Google



Avec Google My Business, veillez à ce que votre page soit bien à jour. Véritable vitrine digitale, elle doit mettre en avant votre accessibilité : vos horaires, votre localisation, une courte présentation parlante et attractive, votre site et vos réseaux sociaux. Elle est un enjeu pour votre visibilité et peut vous mettre en avant devant les concurrents.

Communiquer sur les réseaux sociaux (et créer un blog)



Soyez présents sur les réseaux sociaux, principalement sur Facebook, Twitter, LinkedIn, pour mettre en avant vos services, vos valeurs et vos véhicules. Publiez des articles pour présenter les avantages de la prime à la conversion et n'hésitez pas à répondre aux interrogations de vos abonnés afin de faciliter leur décision d'achat.

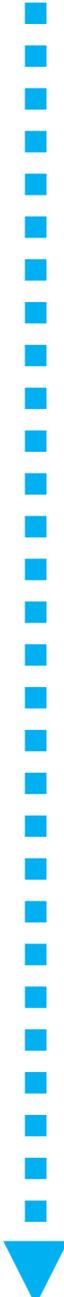
Mettre en place une newsletter



L'e-mail est l'outil indispensable pour garder contact avec vos prospects et clients, tout en communiquant sur les nouvelles conditions de reprises et vos offres VN et VO. C'est aussi l'occasion de leur prodiguer des conseils régulièrement pour travailler au mieux la fidélisation.

7 La méthode Artur'In en 5 étapes

Chez Artur'In, nous avons développé une véritable expertise dans le domaine du digital et du content management. Notre intelligence artificielle, Artur, détecte les meilleurs contenus et les communique de la meilleure des manières pour générer de l'engagement et de la visibilité.



■ Curation de contenu : Artur repère et sélectionne les meilleurs articles dans l'automobile.

■ Création de contenu : à partir des passages et des informations retenues, Artur crée du contenu pour vos réseaux sociaux.

■ Classification et mise en page du contenu : après avoir élaboré du contenu complet et pertinent, le contenu est contrôlé, évalué, classé et mis en forme par nos équipes.

■ Distribution du contenu : le contenu sélectionné (ou produit) est programmé sur les différents canaux de votre communication digitale : votre newsletter, vos réseaux sociaux, votre blog...

■ Création de campagnes digitales : si la publicité Facebook peut vous offrir une belle visibilité, elle demande de solides connaissances en la matière. Artur vous fait gagner du temps en automatisant vos campagnes digitales.

Qui est Artur'In ?

Artur'In accompagne les professionnels de l'automobile dans leur communication auprès de leurs prospects et leurs clients.

Plus de 3000 clients nous font confiance pour les accompagner dans la gestion de leur communication digitale. Nous assurons votre visibilité auprès des prospects locaux et clients de votre concession.

Un responsable marketing digital dédié, pour que vous puissiez vous concentrer sur votre activité... Pour moins de 200€ par mois !

Artur^{'in}



Gestion automatisée de vos réseaux sociaux



Envoi de vos newsletters



Votre vitrine web : création d'un blog



Organisation de jeux-concours



Gestion de votre publicité digitale

Conclusion

Si la prime à la conversion n'est pas toute neuve, les changements récents de la loi modifient la donne. L'objectif : rendre le texte plus simple pour les professionnels et simplifier les conditions de reprise pour les particuliers à la recherche d'un nouveau véhicule. La prime à la conversion est donc une loi qui a pour but de favoriser le pouvoir d'achat des Français et on comprend très vite tout l'intérêt qu'elle peut également avoir en matière de communication pour les concessionnaires.

Communiquer de manière efficace sur les offres de votre concessions vis-à-vis de la prime à la conversion vous permet de garder un train d'avance sur votre concurrence et bien entendu, de booster vos ventes. C'est aussi (et surtout) l'occasion de mettre en avant des offres et options particulières lors de la vente de vos VN et VO.

Tout naturellement, le digital est le levier le plus puissant pour faire connaître votre concession et communiquer sur la prime à la conversion, même localement. Artur'In peut vous accompagner dans la mise en place de votre stratégie digitale pour vous faire gagner du temps et vous permettre de vous concentrer sur votre business.



Merci d'avoir pris le temps
de lire ce guide pratique.

N'hésitez pas à prendre contact
avec nous pour tester Artur,
votre futur responsable marketing digital !



178 boulevard Haussmann
75008 Paris

✓ [Consulter notre site web](#)
✓ [Faire une demande de démo](#)

Suivez-nous :
   