

Paris, le 22 septembre 2016

L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2017

Une étude internationale sur 15 pays – Afrique du Sud, Allemagne, Belgique, Brésil, Chine, Espagne, Etats-Unis, France, Italie, Japon, Mexique, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Turquie. 8.500 automobilistes interrogés.

Etude disponible sur www.observatoirecetelem.com

Ma voiture bien-aimée

90 % des automobilistes ont une bonne image de la voiture

Vilaine sorcière pour certains, bien-aimée pour d'autres, la voiture fait débat. Souvent critiquée voire stigmatisée, pour la pollution qu'elle entraîne, la congestion urbaine qu'elle provoque, les scandales retentissants qu'elle déclenche, l'automobile est sous pression. Elle doit faire face à des réglementations de plus en plus strictes et démontrer sa capacité à se renouveler. Et pourtant, malgré un contexte économique difficile et un cadre contraignant, le marché automobile mondial est en constante progression depuis 2009 (+39,9 %). La voiture est plus populaire que jamais. Et ce sont les automobilistes eux-mêmes qui le démontrent à travers cette étude de L'Observatoire Cetelem. Plaisir de la conduite, liberté... la voiture fait toujours autant rêver 90 % des automobilistes et reste indispensable pour 88 % d'entre eux.

Ce que nous disent les automobilistes...

Une image positive de la voiture

Neuf automobilistes sur dix ont une bonne image de la voiture avec des pics enregistrés dans les pays émergents (94 %). Près d'un quart d'entre eux en ont même une très bonne image. Une tendance que l'on retrouve aussi bien en Europe (83 %) – la France recueille 89 % d'opinion positive – qu'au Japon et aux Etats-Unis (83 %). La voiture reste populaire malgré une image écornée dans le débat public. Un Français sur deux trouve en effet que lorsque l'on parle de la voiture dans les médias, c'est plutôt en termes négatifs. C'est beaucoup plus que la moyenne des 15 pays étudiés (31 %).

Liberté – Utilité – Efficacité : le trio gagnant

Plusieurs facteurs d'attachement à la voiture expliquent l'engouement des automobilistes. La voiture est-elle toujours synonyme de liberté ? Oui, sans hésitation. C'est ce que pensent 87 % des automobilistes dans le monde et 95 % en France. Ces derniers l'associent également à l'indépendance et à l'utilité. Enfin, le gain de temps complète le podium des qualités reconnues de la voiture pour 93 % des personnes interrogées. Sa disponibilité immédiate est un atout par rapport aux modes des transports collectifs.

La voiture toujours indispensable

La voiture s'est imposée depuis longtemps dans nos vies quotidiennes. Elle est donc jugée incontournable par les automobilistes du monde entier et sa place ne recule pas. Seuls 8 % des automobilistes la jugent moins indispensable qu'il y a 20 ans. De la même façon, ils ne sont que 17 % à pouvoir se passer d'une voiture au quotidien, et 23 % à considérer qu'il s'agit d'un bien obsolète.

Le plaisir de conduire : un moteur essentiel

Voilà de quoi ravir les professionnels du secteur : la bonne image de l'automobile n'est pas qu'utilitaire mais elle est aussi associée au plaisir de la conduite. 84 % des automobilistes interrogés déclarent « adorer conduire ». Ils sont 81 % en France, 89 % en Allemagne, mais seulement 66 % au Japon et 69 % aux Etats-Unis. Sans surprise, la voiture reste un véritable objet de plaisir pour sept automobilistes sur dix. Les succès des salons spécialisés et l'intérêt que portent les automobilistes aux nouveaux modèles (73 % déclarent que les nouveautés leur font « envie ») confirment que cette notion de plaisir reste essentielle pour l'industrie automobile.

Des paroles et des actes

La déclaration d'amour des automobilistes envers leur voiture n'est pas une simple parole en l'air. Parmi ceux qui déclarent vouloir acquérir une automobile dans les deux ans à venir, neuf sur dix envisagent de débourser une somme au moins aussi importante que pour leur véhicule actuel. Et surtout, ils sont six sur dix à se déclarer prêts à dépenser davantage. Le succès commercial des SUV et la montée en puissance des marques premium traduisent bien cette tendance. Il faut néanmoins préciser que si la voiture tient une place particulière dans le cœur des automobilistes, celle-ci semble avoir définitivement perdu sa valeur statutaire. Seuls 4 % des personnes interrogées dans le monde disent que l'image de soi renvoyée par la voiture est un critère d'achat important.

Méthodologie :

Les analyses économiques et Marketing ainsi que les prévisions ont été réalisées en collaboration avec la société d'études et de conseil BIPE. Les terrains de l'enquête consommateurs quantitative ont été conduits par TNS-Sofres en juin 2016 en Afrique du Sud, Allemagne, Belgique, Brésil, Chine, Espagne, Etats-Unis, France, Italie, Japon, Mexique, Pologne, Portugal, Royaume-Uni et Turquie. Au total, plus de 8 500 possesseurs d'automobiles ont été interrogés online, méthode des quotas. Le terrain de l'enquête qualitative a été mené en juin 2016 par la société Harris Interactive auprès de 30 Français invités à s'exprimer durant 8 jours sur un forum online.

L'Observatoire Cetelem

L'Observatoire Cetelem est une cellule d'études et de veille économique, créé en 1985 et dirigé par Flavien Neuvy. Chaque année plusieurs études sont publiées concernant les marchés automobiles dans le monde et la consommation des ménages en Europe. Présent dans 18 pays – Afrique du Sud, Allemagne, Belgique, Brésil, Chine, Danemark, Espagne, Etats-Unis, France, Hongrie, Italie, Mexique, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni et Slovaquie – L'Observatoire Cetelem est devenu une référence et un partenaire privilégié pour les principaux acteurs du monde de l'automobile et de la consommation avec lesquels il entretient des relations permanentes.

www.observatoirecetelem.com | @obs_cetelem

BNP Paribas Personal Finance

BNP Paribas Personal Finance est n°1 du financement aux particuliers en France et en Europe au travers de ses activités de crédit à la consommation et de crédit immobilier. Filiale à 100 % du groupe BNP Paribas, BNP Paribas Personal Finance compte plus de 20 000 collaborateurs et opère dans une trentaine de pays.

Avec des marques comme Cetelem, Findomestic, Cofinoga ou encore AlphaCredit, l'entreprise propose une gamme complète de crédits aux particuliers disponibles en magasin, en concession automobile ou directement auprès des clients via ses centres de relation client et sur Internet. BNP Paribas Personal Finance a complété son offre avec des produits d'assurance et d'épargne pour ses clients en Allemagne, Bulgarie, France, Italie.

Plus d'informations sur : www.bnpparibas-pf.com - @bnpp_pf