

ÉTUDE

« Les Français et la digitalisation des usages automobiles »

Communiqué de presse



“opinionway”

Achat automobile : 2 français sur 3 souhaitent se faire livrer leur véhicule à domicile

Paris, mars 2022. La crise sanitaire a accéléré la digitalisation des habitudes de consommation des Français encouragés à ne plus se déplacer pour réaliser un nombre croissant d'actes de la vie quotidienne. Une tendance qui infuse tous les secteurs de l'économie, et notamment celui de l'automobile, avec des attentes fortes en matière de digitalisation du parcours client, comme en atteste l'étude réalisée par OpinionWay pour [Hiflow](#), leader du transport de véhicule à l'unité. Fera-t-on toujours appel à un concessionnaire pour acheter une voiture demain ?



S'informer, essayer, acheter : praticité et confort jusqu'au dernier kilomètre plébiscités

Alors que tester un produit chez soi avant de l'acheter est devenu une pratique de consommation courante, les Français semblent unanimement développer des attentes similaires en matière automobile. Position de conduite, performances, confort, tenue de route, accessibilité, habitabilité... **85% apprécieraient réaliser les essais sur route à leur domicile** pour conforter leur choix. Et en cas de rétractation, **80% souhaiteraient faire reprendre le véhicule à l'adresse de leur choix**. De la même manière, comme pour n'importe quel colis, **près de 2 Français sur 3 aimeraient organiser la livraison de leur véhicule directement sur le lieu de leur choix** (63%). Principaux avantages plébiscités : le gain de temps, le choix des dates et modalités de livraison, la praticité du service et sa rapidité avec la réception du véhicule en 24 heures, et la possibilité de suivre simplement chaque étape de l'acheminement du véhicule.

Contraints de s'adapter en période de Covid, les professionnels développent de nouveaux services pour maintenir le lien avec la clientèle à l'instar des showrooms virtuels permettant de découvrir, dans un environnement interactif, les modèles proposés ainsi que leurs spécificités. Aussi, motorisation, options, équipements : **pour 3/4 des Français, la présentation à distance des fonctionnalités du véhicule par un professionnel est une prestation à développer** (76%).



Plus globalement, en phase avec les nouveaux usages numériques, **la réalisation de nombreuses démarches en ligne, en amont mais aussi en aval d'une acquisition, est une évolution très attendue** :

A
V
A
N
T

Négocier le prix d'un véhicule (84%), **faire son choix** grâce à des filtres complets sur la recherche (80%), **prendre rendez-vous** avec un concessionnaire (78%), **organiser une visite interactive** (réalité virtuelle, vidéo, etc.) pour découvrir les caractéristiques proposées (65%) et **accéder à des solutions de financement ou d'abonnement** (63%).

Réaliser les démarches administratives - dématérialisation de la carte grise, commande, plaques d'immatriculation, etc. – (87%), **demander une garantie mécanique** commerciale (83%), **faire déplacer le véhicule au garage**, aller-retour, pour assurer les diverses opérations de maintenance telles que le dépannage ou le contrôle technique (73%) ou encore **signer le contrat de vente ou de location et organiser la remise des clés** (65%).



« Les nouveaux parcours d'achat doivent proposer, en amont et aval, des bouquets de service complets accessibles en ligne pour faciliter le choix, le financement ainsi que la gestion des véhicules au quotidien. Au cœur de ces enjeux, Hiflow a accompagné tous les acteurs proposant les parcours de vente en ligne avec une croissance de +256% de ces acteurs versus 2020. Nous avons résolument orienté notre offre vers les services associés à la livraison avec une logistique adaptée. Prises de rendez-vous, démonstrations, inspections, essais ou reprises à domicile, nous notons une augmentation de 135% de ces services ces deux dernières années. » Claire Cano-Houllier, cofondatrice de Hiflow. « Pour autant, l'étude montre que les Français restent attachés à leur concessionnaire qui est, toute génération confondue, la source d'information jugée la plus fiable (33%). Ces derniers devront réussir leur transition digitale pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, tout en conservant leur rôle de conseil et d'accompagnement des acheteurs ».

A propos de Hiflow

Fondée en 2012 par Claire Cano-Houllier et Idris Hassim, Hiflow est l'acteur n°1 en France et en Belgique de la livraison de véhicules à l'unité avec plus de 120 000 véhicules livrés en 2021. L'entreprise, forte de ses 70 collaborateurs, accompagne la mutation des usages du secteur automobile en permettant aux professionnels comme aux particuliers de se faire livrer en 3 clics et sous 48 heures un véhicule neuf ou d'occasion. Avec 3 solutions de transport inédites, sa plateforme digitale innovante et sa galaxie de services associés, Hiflow s'est imposé comme le partenaire privilégié de plus de 300 clients grands comptes actifs en France (ALD, RRG, Stellantis, Arval, Fraikin, Aramisauto, etc.) et en Belgique (MHC Mobility, Cardoen, RRG, AutoHero, d'Ieteren, etc.).

Plus d'informations : www.hiflow.com

CONTACT PRESSE

Agence Dakota Communication
01 55 32 10 40 - hiflow@dakota.fr