

Qui loue et pourquoi ?

A l'occasion de la nouvelle édition du Mondial de l'Automobile qui se tiendra à Paris jusqu'au 16 octobre, Hertz s'est intéressé de près au profil type du locataire ainsi que ses habitudes de consommation.

Selon une étude menée par GMV et le CNPA de Janvier à Décembre 2015 pour Hertz qui révèle ces chiffres sur la consommation des locataires d'automobiles en France, il apparaît en premier lieu que le client type vit dans une grande ville (58% des locataires vivent dans une agglomération de plus de 100 000 habitants) et est âgé de plus de 25 ans (53% contre 37% pour les 18-24 ans).

Les raisons de ces locations varient selon les tranches d'âge. Parmi les 18-24 ans, le motif le plus commun est le déménagement, tandis que les 35-44 ans y ont le plus souvent recours dans un cadre professionnel. Enfin, les plus de 55 ans louent des véhicules pour partir en vacances.

L'étude permet aussi d'identifier que la moitié de la population n'aurait jamais franchi la porte d'une agence de location. Parmi l'autre moitié, le taux de location sur les 12 derniers mois n'atteint pas plus de 14 %, soit un déficit de location de 86 % sur la part totale des clients avérés.

Ces chiffres montrent bien que la location est ancrée dans la conscience collective, mais qu'une grande partie du marché de la location reste à conquérir, notamment chez les jeunes. Une tendance qui pourrait progresser avec une nouvelle génération plus réticente à l'achat d'un véhicule.

Vous prévoyez de vous rendre au mondial de l'automobile en octobre ? Réservez votre [voiture de location](#) dès à présent dans notre agence parisienne la plus proche.

Plus d'information sur le blog d'Hertz [Sur La Route](#).



A propos de Hertz

Le groupe Hertz gère son activité de location automobile par le biais des marques Hertz, Dollar, Thrifty et Firefly à partir de plus de 10 000 agences et franchises implantées dans environ 150 pays d'Amérique du Nord et du Sud, d'Europe, d'Asie, d'Afrique, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Hertz est l'enseigne la plus présente dans les aéroports à l'échelle mondiale : plus de 1 635 agences installées dans les aéroports américains et 1 320 autres localisées dans les aéroports du monde entier. Des innovations en matière de services et de produits telles que Hertz Gold Plus Rewards, NeverLost®, Carfirmations, Mobile Wi-Fi et des modèles de véhicules uniques proposés par les collections Adrenaline, Dream, Green et Prestige distinguent Hertz de ses concurrents. De plus, le groupe Hertz possède Donlen Corporation, le leader en gestion de leasing et de flotte, exploite le service de location à l'heure Hertz 24/7, et assure la vente de véhicules via son programme Rent2Buy. Pour de plus amples informations sur Hertz, consultez www.abouthertz.com.