

**Étude Dailymotion Advertising :
Quels comportements et tendances d'achat dans le secteur automobile ?**

- **Plus d'1/4 (27%) des sondés déclarent envisager acheter une voiture dans les douze prochains mois et ce, toute catégorie d'âge et pays confondus ;**
 - **Parmi les intentionnistes, la moitié est âgée de 50 ans et plus ;**
- **Pour 38% des personnes ayant un projet d'achat, le prix est le premier critère de choix. En France, pour 28% des potentiels acheteurs, il est le principal facteur d'attention ;**
- **Avec plus de 43% d'intention d'achat cumulé, le SUV et la citadine restent les modèles de voiture le plus plébiscités par les futurs acheteurs.**

Paris, le 6 juin 2024 - Le département insights de Dailymotion Advertising, plateforme marketing vidéo de Dailymotion, dévoile les résultats de son étude portant sur les tendances observées en matière de comportements d'achat dans le secteur automobile en 2024 dans le but d'aider les acteurs du secteur à mieux naviguer dans ce marché et à cerner les attentes des consommateurs.

Le panel de l'étude se compose de 14 000 répondants âgés de 18 ans et plus, basés en France, en Espagne, en Italie, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

Critère d'achat : le prix devance l'innovation et l'impact environnemental

L'étude révèle que plus d'un quart (**27%**) des sondés déclarent vouloir acheter un véhicule dans les douze prochains mois. Si l'on s'attarde sur l'âge de ces futur acheteurs, l'étude fait nettement ressortir que ce sont les personnes âgées de 50 ans et plus qui les plus susceptibles d'acquérir une voiture (**50%**), suivis par les 30-49 ans (**32%**) puis les jeunes conducteurs âgés de 18 à 29 ans (**18%**).

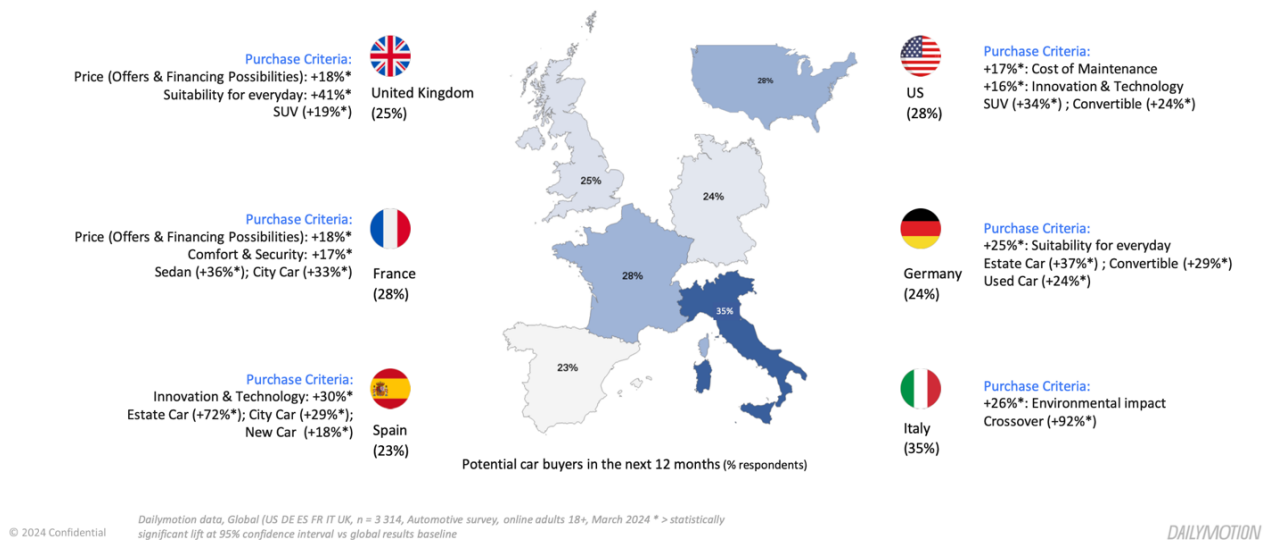
Lorsque l'on évoque les critères guidant le parcours d'achat, sans surprise ces derniers sont d'abord pragmatiques. Dans le contexte inflationniste actuel impactant le pouvoir d'achat des consommateurs, le prix – offres et possibilités de financement - est le critère déterminant pour **38%** des personnes ayant un projet d'achat. Un facteur primant sur le confort et la sécurité (**30%**), la praticité (**27%**), la technologie embarquée (**20%**) mais aussi l'empreinte environnementale de la voiture, dernier paramètre étudié (**17%**).

Autre point notable, chaque facteur de décision est associé à un type de voiture spécifique trouvant un écho auprès des acheteurs potentiels. Le SUV, apprécié par les acheteurs en quête de confort, et la citadine, appréciée pour sa maniabilité en ville, figurent ainsi en haut du podium cumulant à eux deux **43%** des intentions d'achat.

Si l'on s'attarde sur les motivations et les attentes des consommateurs, des différences notables se dessinent par pays. Si le prix reste globalement la principale préoccupation des acheteurs, on

constate que 28% des Français ayant un projet d'achat misent d'abord sur le confort et la sécurité et optent pour la berline ou la citadine. En comparaison, au Royaume-Uni, le SUV gagne du terrain (+19%) auprès de potentiels acheteurs souhaitant avant tout un véhicule adapté aux déplacements quotidiens. En Allemagne, pour 24% des répondants et intentionnistes, le break (+37%) domine, adapté à la polyvalence recherchée par les futurs acheteurs.

Les facteurs influençant l'achat d'une voiture par marché sondé :



Voiture d'occasion ou neuve : des disparités générationnelles

L'étude met en lumière une segmentation marquée concernant l'achat d'un véhicule neuf ou d'occasion. Le choix d'un véhicule de seconde main, est plébiscité par **45%** des futurs acheteurs contre **37%** pour le neuf. À noter que le choix de l'occasion est plus important chez les plus de 30 ans (25%), une tranche d'âge à la recherche d'une voiture pratique et à un prix raisonnable. Au sein de cette même tranche d'âge, **18%** se montrent indécis mais se montrent préoccupés par la maintenance et l'entretien de leur véhicule.

Dans leur choix, les 18-29 ans **(+38 %)** se montrent plus attirés par les véhicules neufs. Une génération qui ne souhaite pas rogner sur l'innovation et qui en conséquence dispose d'un budget plus élevé allant de 18 000 à plus de 45 000 euros. Davantage sensibilisée aux enjeux climatiques et à la mobilité durable, ce budget plus conséquent peut aussi s'expliquer par une préférence pour des véhicules dit « verts » à l'achat, type électrique ou hybride souvent plus onéreux.

« Inflation, crise des semi-conducteurs, contexte géopolitique, le secteur automobile a connu de nombreux défis ces dernières années. Cependant, nous voyons que le marché connaît une reprise graduelle portée par de nouvelles attentes des consommateurs et de nouveaux enjeux sociétaux. Cette étude doit servir de boussole pour mieux cerner les nouveaux comportements d'achats et tendances. »

Nikhil Jain, Senior Director, Insights & Marketing Solutions
Dailymotion Advertising

Des tendances de consommation, reflets de modes de vie pluriels



Les pionniers de demain

Un groupe dynamique en quête de sensations fortes à la recherche de la nouvelle voiture idéale et disposant d'un budget substantiel afin de répondre à leur attrait pour l'innovation.

**Modèles de voiture privilégiés :
SUV, Citadine, Berline**



Les jeunes actifs

Des jeunes à la recherche de leur première voiture pour des aventures urbaines quotidiennes, équilibrant leur mode de vie avec les loisirs et les divertissements

**Modèles de voiture privilégiés :
Citadine, Berline**



Les acheteurs pragmatiques

Familles de 30 à 49 ans qui apprécient la fiabilité et qui ont un œil attentif et en recherchent un d'un service après-vente exceptionnel qui garantissent la tranquillité d'esprit

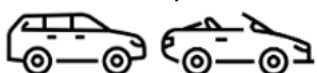
**Modèle de voiture privilégiée :
SUV / Crossover**



Les élites

Animés par la recherche de l'excellence automobile, ces personnes recherchent des véhicules dotés d'équipements de pointe qui redéfinissent le luxe. Sans restriction budgétaire, elles privilégient la sécurité et le confort.

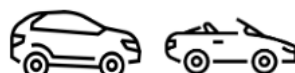
**Modèles de voiture privilégiés :
Break, décapotable**



La génération éthique

Les personnes d'âge moyen Intéressées par les enjeux climatiques et l'innovation disposant d'un budget modéré. Ils privilégient les véhicules ayant un faible impact carbone.

**Modèles de voiture privilégiés :
Crossover, décapotable**



A propos de Dailymotion Advertising :

Dailymotion Advertising, la plateforme vidéo marketing de Dailymotion, est la première audience vidéo française, rassemblant plus de 5000 éditeurs de contenu professionnels utilisant notre technologie vidéo. Dailymotion Advertising met en place un écosystème pour proposer des campagnes publicitaires vidéo performantes, transparentes, personnalisées et respectueuses de la vie privée. Avec son studio créatif intégré et son département insights, Dailymotion Advertising façonne des stratégies vidéo sur mesure, optimisant l'engagement à travers tous les appareils et tout le funnel marketing. Les campagnes réalisées affichent des résultats tangibles, avec un taux de visionnage de plus de 80 %, un score de qualité d'attention de plus de 89/100 (MOAT, 2023), un taux de complétion de plus de 80 % et un taux d'interaction de plus de 3 % sur des expériences engageantes.