

# QUI SONT LES ACHETEURS D'AUTOS DANS LES GRANDES VILLES FRANÇAISES ?

## UNE ETUDE EXCLUSIVE AAA DATA POUR L'ARGUS

**Paris le 21 Octobre 2021** – Pour l'automne, L'Argus a sollicité le cabinet AAA Data, qui s'est penché sur le profil des acheteurs d'automobiles (neuves et d'occasion) au sein de dix des plus grandes villes hexagonales (Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Nice, Rennes, Strasbourg et Toulouse\*). L'expert de la donnée a ainsi pu définir 10 profils type d'acheteurs et l'évolution de leur comportement avant et après la crise sanitaire.

Parmi les dix portraits-robots d'acheteurs de voitures déterminés par AAA Data, l'étude a fait ressortir plus particulièrement six profils : **Low Budget** (à petit budget), **Settled** (démarrent des achats engageants), **Middle Class** (classe moyenne), **Primary Needs** (besoins essentiels), **Easy moving** (font de la route facilement) et **Hedonist** (plaisir de conduire). Ces portraits-robots sont proches des tendances observées au niveau national.

Si ce sont sensiblement les mêmes typologies qui animent le marché automobile dans ces métropoles, l'étude a aussi permis de mettre en avant quelques nuances entre les villes.

### **Progression des Primos accédants et des petits budgets**

À Bordeaux et Nice, les Hedonist, pour qui la voiture est associée au plaisir de conduire, représentent une proportion plus élevée des acheteurs que dans les autres villes. Inversement, les Primary Needs, dont l'achat de voiture est une nécessité, sont plus présents à Montpellier et à Lille.

Les profils d'acheteurs n'ont pas non plus réagi de la même manière selon les villes sur la période 2019-2021. À Montpellier et Toulouse par exemple, ce sont les Low Budget qui ont animé le marché, tandis que ce sont les Primary Needs à Nantes, les Hedonist à Strasbourg et les Settled à Rennes. Les Middle Class ont quant à eux animé le marché auto dans toutes ces métropoles, à l'exception de Nantes.

Par ailleurs, le marché a été affecté ces derniers mois par le comportement de certains profils d'automobilistes. Ainsi les Opportunist ont été confrontés à la pénurie de voitures d'occasion très récentes dans les points de vente. Une baisse particulièrement remarquée à Strasbourg.

Les Regular Consumer sont sur une courbe baissière depuis plusieurs années, même si la tendance est plutôt à la reprise en 2021 dans les villes de Nice, Strasbourg et Toulouse. La part des acheteurs dits Conservative est également en recul, particulièrement à Lille, tandis que les Renters (qui préfèrent la location à l'acquisition) ont été légèrement moins actifs ces derniers mois, sauf à Nice, Montpellier et Toulouse.

« *Globalement, dans les dix grandes villes, on observe que le marché tend à se polariser, d'une part vers les Hedonist et les Settled – ces typologies de consommation axées sur le confort, le plaisir avec un pouvoir d'achat plus élevé prennent de plus en plus de poids (en pourcentage) dans le canal des particuliers – et d'autre part vers les Primary Needs et les Low Budget, ces typologies consommant la voiture comme un moyen de transport nécessaire.* » souligne **Marie-Laure Nivot, responsable « intelligence marchés » chez AAA Data.**

« *Cette étude menée par AAA Data permet de donner une vision du marché automobile en se concentrant sur l'individu et son comportement de consommation, plutôt que sur le véhicule en lui-même : Quels types de consommateurs portent le marché en 2021 ? Le marché est-il toujours en crise ? Y a-t-il une saisonnalité des comportements de consommation ? Tant de questions qui permettent aux professionnels du secteur de connaître, plus que jamais, leurs clients et leur mode de consommation afin d'adapter au mieux leur offre.* » **Grégory Pelletier, Rédacteur en chef de L'Argus.**

*\*Paris n'a pas été retenue pour l'étude, la présence des groupes de distribution y étant de plus en plus réduite, et ayant des caractéristiques bien spécifiques.*

### **A propos du Groupe Argus**

Partenaire privilégié des professionnels de l'automobile, le Groupe Argus accompagne ses clients au quotidien grâce à un large choix de solutions : valorisations automobiles avec les Cotes Argus®, logiciels de gestion (Planet VO®, Planet VO<sup>2</sup> et Cardiff VO®), solutions digitales (site internet, acquisition de trafic, module de reprise), sites d'information, marketplace, forum et espace emplois. Acteur incontournable du secteur, le groupe collabore avec 70 % des professionnels de l'automobile. Depuis octobre 2019, le Groupe Argus a rejoint le Groupe leboncoin.