

# ÉTUDE

## « Les Français et la digitalisation des usages automobiles »

Communiqué de presse



“opinionway”

### Services en ligne et livraison à domicile : comment les nouvelles habitudes de consommation des Français dessinent l’avenir du secteur automobile ?

Du choix d’un véhicule aux prestations après-vente, 96% des Français sont en attente de solutions digitales pour un parcours client global et plus fluide.

Paris, février 2022. Faire aussi bien ou mieux à distance : 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 notre société, multipliant les recours à la livraison et à la dématérialisation, avec un impact direct sur la gestion de la relation client.

C’est dans ce contexte que [Hiflow](#), leader du transport de véhicule à l’unité, a sollicité l’institut OpinionWay pour cerner les attentes spécifiques relatives au parcours d’achat automobile. Constructeurs, concessionnaires, mandataires : les acteurs sont-ils prêts à y répondre ? Éléments de réponse et analyse avec Claire Cano-Houllier, cofondatrice de Hiflow.

#### S’informer, essayer, acheter : une relation client à l’épreuve du dernier kilomètre

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**, et cela sans distinction notable selon la localisation géographique, la catégorie socio-professionnelle ou le genre des répondants.

Ainsi **85% apprécieraient réaliser les essais sur route à leur domicile** et **80% y faire récupérer le véhicule en cas de rétractation**. Autre enseignement, **le plébiscite du service à distance y compris pour la présentation des fonctionnalités du véhicule par un professionnel par 3/4 des personnes interrogées (76%)**.

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%)**.

- **Top 5 des principaux avantages perçus** : **1/** le gain de temps, **2/** le choix des dates et modalités de livraison, **3/** la praticité du service, **4/** sa rapidité avec la réception du véhicule en 24 heures, contre 51 jours en moyenne chez le concessionnaire<sup>1</sup>, et **5/** la possibilité de suivre simplement chaque étape de l’acheminement du véhicule.

<sup>1</sup> Source : Enquête UFC Que Choisir, 2017

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 importante pour les Français :**

A  
V  
A  
N  
T

**Négocier le prix** d'un véhicule (84%), **affiner leur sélection** avec 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%).

A  
P  
R  
È  
S

**Réaliser leurs démarches administratives** - dématérialisation de la carte grise, commande, plaques d'immatriculation, etc. – (87%), **demandeur 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%).

### La digitalisation du marché va-t-elle sonner le glas des vendeurs en concession ?

Paradoxalement, si le parcours d'achat d'un véhicule débute sur Internet pour 6 Français sur 10, **la concession reste, toute génération confondue, la source d'information jugée la plus fiable** (33%), loin devant les sites des constructeurs (11%) ou les plateformes en ligne d'achat/vente de véhicule (5%). Cette caution de confiance représente un atout compétitif intéressant à condition de réussir à transformer cette opportunité en captant les consommateurs sur la durée grâce à la prise en compte de leurs comportements digitaux. Selon une étude menée par MotorK en 2019, un long chemin semble à parcourir si l'on considère que 56% des sites internet des concessionnaires automobiles européens ne possèdent pas de fonctionnalités de base, pourtant indispensables dans le processus de recherche et de décision (actualisation des modèles disponibles en magasin, mise à disposition en ligne de calculatrices financières, simulateurs de crédit ou encore d'outils d'évaluation de reprise).



Claire Cano-Houllier,  
cofondatrice de Hiflow

*« Si le marché automobile mondial est aujourd'hui essentiellement préoccupé par la pénurie de semi-conducteurs, la révolution des usages numériques s'accélère poussant les professionnels à s'adapter pour développer leur activité. Alors que la réglementation européenne permettra en 2023 aux constructeurs de remettre en question leurs contrats avec les concessions automobiles, ces dernières déjà impactées par l'arrivée d'une nouvelle concurrence, essentiellement numérique, ont toujours un rôle crucial à jouer auprès des consommateurs, à condition de réussir leur transition digitale. 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 résolument orienté son 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 notre activité ces deux dernières années, reflet d'une prise de conscience du marché de l'urgence digitale. »*

#### 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](http://www.hiflow.com)