
Les dépenses des consommateurs en matière de rechange automobile

Franck Fontanesi
Clotilde Grandval
Lucas Requet



27 septembre 2019

L'enquête Internet - Méthodologie

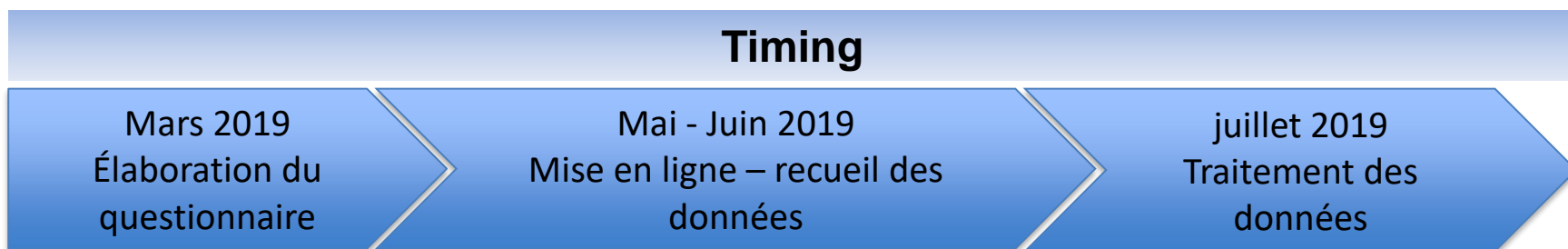
Spécificité de l'enquête : 5000 personnes interrogées

Echantillon représentatif en termes de :

- parc automobile (marques)
- genre
- âge
- catégorie socio-professionnelle
- région

Qualité des personnes interrogées : particulier propriétaire du véhicule et l'ayant fait entretenir ou réparer durant les 12 derniers mois.

Ceci exclut tous les véhicules de sociétés ou de location.



Echantillon de 5000 personnes

Hommes
50,4%

Femmes
49,6%

LES CSP

-
35,1%

- Employés
- Ouvriers (y compris agricoles)

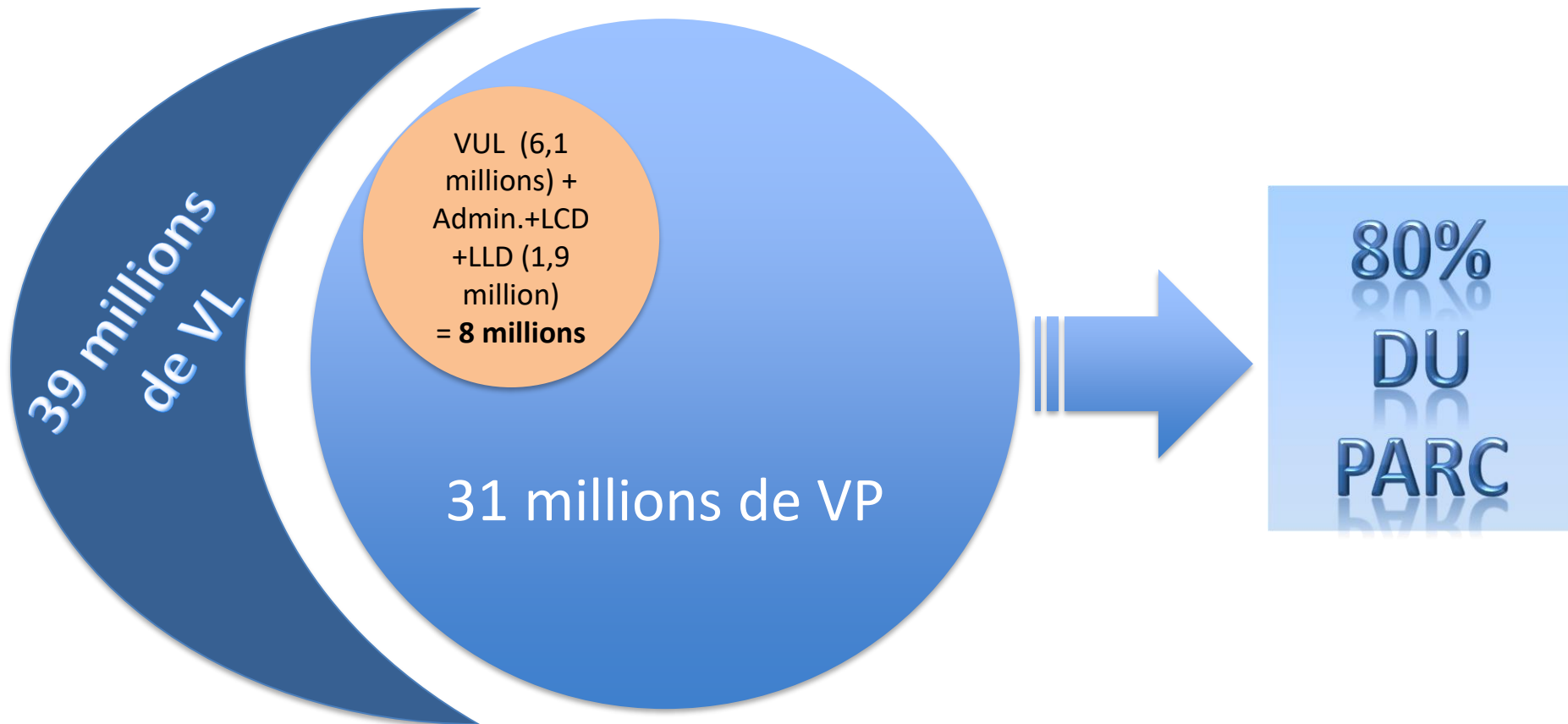
+
34,9%

- Agriculteurs exploitants
- Artisans, commerçants, chefs d'entreprise
- Cadres, professions intellectuelles supérieures
- Professions intermédiaires

Inactifs
30%



Le champ de l'enquête



Résultats : âge du véhicule

Hommes 7,3 ans				
Y < 20 k€	20 k€ < Y < 35 k€	35 k€ < Y < 50 k€	50 k€ < Y < 65 k€	> 65 k€
10 ans	8,2 ans	6,6 ans	5,2 ans	5,4 ans
Femmes 8 ans				
Y < 20 k€	20 k€ < Y < 35 k€	35 k€ < Y < 50 k€	50 k€ < Y < 65 k€	> 65 k€
10,2 ans	8,4 ans	6,6 ans	6 ans	5,4 ans

60% des hommes ont acheté leur voiture neuve

(81% pour ceux qui se trouvent dans un foyer dont les revenus sont supérieurs à 65 k€)

47% des femmes ont acheté leur voiture neuve

(77% pour celles qui se trouvent dans un foyer dont les revenus sont supérieurs à 65 k€)



Résultats : âge du véhicule par réseau

Réseau	Age moyen du véhicule
Démolisseurs/ Casseurs	10,7
Distributeurs Internet (ex. Oscaro, Mister Auto, 123 pièces autos, etc.)	10,6
Garagiste/ réparateur indépendant	9,5
Pneumaticiens (ex. Eurotype, Euromaster, Point S, Accès Pneu, Vulco, Profit+, Firststop, Siligom, Massa pneus, etc.)	8,8
Centre auto (ex. Rody, Speedy, Midas, Norauto, Feu Vert, Leclerc Auto, etc.)	8,7
Enseignes de vitrage (ex. Carglass, France Pare-brise, etc.)	8,5
Grande surface (ex. Carrefour, Auchan, Intermarché, Leclerc, Système U, etc.)	7,8
Pétroliers / Stations-service (ex. Total, Efi, BP, Carrefour, Leclerc, etc.)	7,8
Nouveaux réseaux (ex. Eurorepar, Motrio, Motorcraft, etc.)	7,6
Concessionnaire (ex. Peugeot, Volkswagen, Volvo, etc.)	5,3
Total général	7,7

Résultats : kilométrage des véhicules

54% des personnes interrogées ont acheté leur véhicule neuf
et 46% d'occasion

	Kilométrage moyen du véhicule - Ensemble de l'échantillon				
Total	Y < 20 k€	20 k€ < Y < 35 k€	35 k€ < Y < 50 k€	50 k€ < Y < 65 k€	> 65 k€
87 501	104 423	93 632	81 252	71 135	66 091

	Kilométrage annuel moyen				
Total	Y < 20 k€	20 k€ < Y < 35 k€	35 k€ < Y < 50 k€	50 k€ < Y < 65 k€	> 65 k€
14 128	12 451	13 554	14 759	16 377	15 318



Résultats : kilométrage des véhicules

Réseau	Kilométrage moyen
Distributeurs Internet (ex. Oscaro, Mister Auto, 123 pièces autos, etc.)	112 340
Garagiste/ réparateur indépendant	108 251
Démolisseurs/ Casseurs	102 761
Pneumaticiens (ex. Eurotype, Euromaster, Point S, Accès Pneu, Vulco, Profit+, Firststop, Siligom, Massa pneus, etc.)	100 090
Centre auto (ex. Rody, Speedy, Midas, Norauto, Feu Vert, Leclerc Auto, etc.)	99 405
Enseignes de vitrage (ex. Carglass, France Pare-brise, etc.)	95 608
Pétroliers / Stations-service (ex. Total, Efi, BP, Carrefour, Leclerc, etc.)	90 491
Nouveaux réseaux (ex. Eurorepar, Motrio, Motorcraft, etc.)	84 523
Grande surface (ex. Carrefour, Auchan, Intermarché, Leclerc, Système U, etc.)	78 564
Concessionnaire (ex. Peugeot, Volkswagen, Volvo, etc.)	65 428
Total général	88 515



Résultats : prix d'achat des véhicules neufs et d'occasion

	Prix d'achat Neuf	Prix d'achat occasion
< 12 000 €	14%	72%
Entre 12 000 à 20 000 €	38%	21%
Entre 20 000 à 35 000 €	37%	6%
> 35 000 €	11%	0%
Total général	100%	100%

Résultats : prix d'achat des véhicules neufs

Prix d'achat Neuf	H		Total	F	
	Total	Cumul	Total Prix d'achat Neuf	Total	Cumul
< 8000€	2,4%	2,4%	3,2%	4,1%	4,1%
8000-11999€	7,8%	10,2%	11,1%	15,3%	19,5%
12000-14999€	14,6%	24,8%	17,2%	20,5%	40,0%
15000-19999€	19,9%	44,8%	21,0%	22,4%	62,4%
20000-24999€	21,7%	66,5%	19,3%	16,1%	78,6%
25000-34999€	20,6%	87,1%	17,3%	13,1%	91,6%
35000-49999€	9,8%	96,9%	8,5%	6,8%	98,5%
50000€ et plus	3,1%	100,0%	2,4%	1,5%	100,0%
Total des achats neufs	100,0%		100,0%	100,0%	

Résultats : prix d'achat des véhicules d'occasions

Prix d'achat Occasion	H		Total	F	
	Total	Cumul	Prix d'Achat	Total	Cumul
< 5000€	28,3%	28,3%	30,3%	31,8%	31,8%
5000 - 6999€	14,1%	42,5%	15,2%	15,9%	47,8%
7000 - 9999€	17,3%	59,8%	17,7%	18,0%	65,8%
10 000-11 999€	9,9%	69,6%	9,6%	9,4%	75,2%
12 000-14 999€	13,1%	82,7%	12,1%	11,4%	86,5%
15 000-19 999€	9,6%	92,3%	8,5%	7,8%	94,3%
20 000-24 999€	4,1%	96,4%	3,8%	3,5%	97,8%
25 000€ et plus	3,6%	100,0%	2,8%	2,2%	100,0%
Total achats occasion	100,0%		100,0%	100,0%	

Résultats de l'enquête

Définition des réseaux

RECHANGE CONSTRUCTEUR	RECHANGE INDEPENDANTE								
ex : Peugeot, Volkswagen, Volvo, etc.	Quelque soit le réseau	Rody Speedy Midas Norauto Feu vert Leclerc Auto etc	Carrefour Auchan Intermarché Leclerc Systeme U etc	Eurorepar Motrio Motorcraft etc	Oscaro Mister auto 123 pièces autos etc		Eurotyre Euromaster Point S Accès pneu Vulco Profil + First Stop Siligom Massa pneus	Total Elf BP Esso Carrefour Leclerc etc	Carglass France pare brise etc
Concessionnaire et agent de marque	Garage et réparateur indépendante	Centre auto	Grande surface	Nouveaux réseaux	Distributeurs Internet	Démolisseurs casseurs	Pneumaticiens	Pétroliers - station services	Enseignes de vitrage

Répartition du chiffre d'affaires entre RC et RI chez les particuliers

Tous véhicules confondus (% dépenses)	TOTAL	CONCESSIONNAIRE (RC)	RI
Activité	100%	39,0%	61,0%
Rappel 2013	100%	37,0%	63,0%



GARAGE MRA	CENTRE AUTO	GRANDE SURFACE	NOUVEAUX RESEAUX	DISTRIBUTEURS INTERNET	DEMOLISSEURS, CASSEURS	PETROLIERS, STATIONS SERVICES	PNEUMATICIENS	ENSEIGNES DE VITRAGE
32 %	16,7%	2,9 %	1,7 %	3,1%	0,6 %	0,4%	2,2 %	1,3%
30,5%	16,6%	5,1%	3,6%	2,3%	1,5%	1,2%	1,1%	1,0%



Pour quelles raisons les consommateurs choisissent-ils les principaux réseaux

Raisons qui ont poussé à choisir le réseau	Centre auto			Concessionnaires R1-R2			MRA			Internet		Enseigne Vitrage		Grande surface		Pneumaticiens		
J'habite à côté / il se trouve sur mon chemin habituel	37,40%			34,10%			38,40%					14,00%			13,00%			33,00%
Un(e) ami(e)/ un membre de la famille m'en a parlé	23,10%			15,10%			42,80%			33,00%		20,00%			16,00%			21,00%
Une publicité à la télévision	10,60%	33,60%	Publicité	6,10%	22,70%	Publicité	3,40%	14,80%	Publicité	57,00%	Publicité	58,00%	Publicité	70,00%	Publicité	39,00%	Publicité	
Une communication par email / Une bannière publicitaire sur internet	3,90%			3,40%			1,20%											
Une publicité à la radio	3,80%			1,30%			1,30%											
Une publicité dans le journal ou un magazine	3,50%			1,50%			1,60%											
Une communication par texto	3,10%			3,60%			1,60%											
Une publicité sur un affichage dans la rue (affiche, abribus, bus)	2,50%			1,20%			1,70%											
Un flyer dans le courrier	2,40%			2,70%			1,00%											
Les réseaux sociaux	2,40%			1,80%			2,20%											
Une application de téléphone	1,40%	1,10%	0,80%															
Garantie				7,60%														
Contrat ou carnet d'entretien				4,10%														
Une autre raison	5,90%			16,40%			3,90%			10,00%		8,00%		1,00%		7,00%		
	100%			100%			100%			100%		100%		100%		100%		

Pour quelles raisons choisit-on son réparateur ?

	R1-R2	MRA	Centre Auto
Rapidité de la prestation	8,5%	8,0%	18,8%
Qualité de la prestation (compétence)	33,9%	29,0%	15,2%
Prix	9,7%	14,0%	28,1%
Relationnel client	23,0%	29,8%	11,8%
Proximité et maillage du réseau	15,0%	12,0%	18,1%
Aucun de ces atouts	10,0%	7,1%	8,0%



Vous arrive t-il d'espacer un entretien ?

Jamais	15,4%
Parfois	33,7%
Rarement	26,5%
Souvent	19,7%
Toujours	4,7%



Perception des pièces qui ne possèdent pas le label “origine”

Comment percevez-vous le qualité des pièces qui ne sont pas d'origine ?	Réponses
Inférieure	34,9%
Equivalente	46,1%
Supérieure	8,0%
Sans opinion	11,0%
Total général	100,0%



La place des pièces automobiles dans les achats sur INTERNET

Au cours des douze derniers mois avez-vous commandé sur internet un produit qui appartient à une des familles suivantes ?

Type d'achat sur Internet	Homme	Femme	Ensemble
Vêtements	49,5%	66,6%	58,0%
Chaussures	37,4%	44,5%	40,9%
Biens culturels (cinéma, théâtre, livres, CD, jeux vidéo, etc)	38,9%	41,1%	40,0%
Voyages	37,8%	32,6%	35,2%
Multimédia (smart phone, ordinateur, hi-fi, etc)	34,5%	24,3%	29,4%
Equipement de la maison (art de la table, literie, meubles, cuisines, etc)	24,5%	29,7%	27,1%
Alimentation (hypermarché)	24,1%	28,5%	26,3%
Electroménager (produits blancs)	20,5%	19,9%	20,2%
Pièces automobiles	20,0%	13,8%	16,9%
Bijouterie horlogerie	10,7%	14,3%	12,5%
Automobile neuve	3,8%	2,5%	3,2%
Un autre produit	5,6%	6,4%	6,0%

A close-up photograph of a person's hand holding a small white rectangular sign. The person is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The sign is held in the center of the frame and contains the text 'Merci de votre attention' in a bold, black, sans-serif font. The background is dark and out of focus.

**Merci de votre
attention**