



Les Français et l'automobile : la tentation de la location

Présente dans neuf foyers sur dix, la voiture est toujours perçue comme une nécessité par les Français. Ils entretiennent néanmoins un rapport ambivalent avec leur véhicule et recherchent des solutions facilitant la gestion de leur budget. A cet égard, la location automobile est de plus en plus connue et commence à séduire les Français.

La voiture, indispensable au quotidien...

La voiture reste perçue comme une nécessité par les Français : 78% la voient comme indispensable au quotidien et 77% des propriétaires de voiture ne pourraient s'en passer. Dans les faits, plus de neuf Français sur dix utilisent au moins une voiture au sein de leur foyer (92%) ; la plupart en ont une (51%) et 41% deux ou plus. La majorité l'utilise de manière quotidienne (55%) et 27% au moins une fois par semaine.

... mais contraignante

Cependant, être propriétaire d'une voiture induit des obligations matérielles dont les Français sont conscients. Ils estiment en effet que la voiture est une contrainte en termes d'entretien (68%) et de budget (77%). Plus de huit propriétaires de voiture sur dix (83%) souhaitent d'ailleurs réduire les dépenses qui lui sont liées.

La location, une solution jugée intéressante...

Désormais connues des deux tiers des Français (respectivement 67% et 63%, +4 points et +9 points vs 2017), la LOA (location avec option d'achat) et la LLD (location longue durée) sont perçues comme ayant des atouts réels pour répondre aux contraintes évoquées ci-dessus. 47% des Français déclarent ainsi que le fait de ne pas avoir à gérer les pannes et les réparations les inciterait à s'intéresser à la LOA ou à la LLD. Le plaisir de changer régulièrement de voiture séduit un tiers des Français (35%). Par ailleurs, 26% des personnes interrogées choisiraient la location parce qu'elles n'ont pas les moyens d'acheter une voiture à l'instant T, et pour 22% il n'est plus nécessaire d'être propriétaire de son véhicule.

... mais qui reste encore peu utilisée

Pourtant, la LOA et la LLD sont encore peu utilisées aujourd'hui : 14% des Français ont déjà eu recours à la LOA et 5% à la LLD. Le coût reste un frein important : les Français seraient prêts à dépenser des sommes limitées pour ces solutions, et en décalage avec la réalité du marché (145€ par mois en LOA et 149€ par mois en LLD).

Une évolution attendue dans les années à venir

Un quart des Français pourrait recourir à la location à l'avenir : 24% pour la LOA et 26% pour la LLD. 68% préféreraient une voiture neuve, et 29% une voiture d'occasion. Ils feraient avant tout confiance aux acteurs classiques du secteur automobile : 53% à un concessionnaire dédié à une marque, 44% à un constructeur automobile, et 33% à un concessionnaire multimarques. Les loueurs spécialisés en LOA et LLD se classent juste derrière, à 31%, et 29% des personnes interrogées pourraient envisager de passer par une plateforme en ligne.

LES FRANÇAIS ET L'AUTOMOBILE : LA TENTATION DE LA LOCATION

La voiture, indispensable au quotidien mais contraignante

92%

des Français utilisent **au moins une voiture** au sein de leur foyer



82%

conduisent **au moins une fois par semaine**



Les Français ont du mal à envisager la vie sans voiture :



78%

la voient comme **indispensable** au quotidien



77%

des propriétaires de voiture **ne pourraient pas s'en passer**

Mais la voiture présente des contraintes :



D'entretien

68%



De budget

77%



83%

des propriétaires de voiture voudraient **réduire les dépenses** liées à leur voiture

La LOA et la LLD, des solutions jugées intéressantes mais qui restent peu utilisées

La **location avec option d'achat (LOA)** et la **location longue durée (LLD)** sont de plus en plus connues :

67%

connaissent la **LOA** (+4 pts vs 2017)



63%

connaissent la **LLD** (+9 pts vs 2017)

POURTANT

La LOA et la LLD sont encore **peu utilisées** aujourd'hui :



LOA 14%

y ont eu recours

LLD 5%

y ont eu recours

La LOA et la LLD sont perçues comme ayant des atouts réels...



Ne pas avoir à gérer les pannes et les réparations

47%



Pouvoir changer régulièrement de voiture

35%



Acquérir une voiture pour les personnes n'ayant pas les moyens d'en acheter

26%

...et être **propriétaire** de sa voiture n'est pas nécessaire pour **22%**

Le coût reste un frein : les Français seraient prêts à dépenser des sommes limitées pour ces solutions.

149€/mois

pour une voiture en **LLD**

145€/mois

pour une voiture en **LOA**



Pour la location, les acteurs traditionnels resteraient privilégiés

1 Français sur 4

pourrait avoir recours à la location à l'avenir :

24%

LOA

26%

LLD

68% préféreraient une **voiture neuve**

vs

29% une **voiture d'occasion**



Ils feraient avant tout confiance à :

53%

Un concessionnaire dédié à une marque

44%

Un constructeur automobile

29%

pourraient envisager une **plateforme en ligne**

33%

Un concessionnaire multimarque

31%

Un loueur spécialisé



Étude OpinionWay pour Sofinco réalisée auprès d'un échantillon de 1004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées les 15 et 16 septembre 2021 par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

“**opinionway**”

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».

Service presse de Sofinco : +33 (0)1 87 38 11 81 - presse@ca-cf.fr

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole Consumer Finance. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées en ligne les 15 et 16 septembre 2021 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. qui distribue une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2021 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ». En 2020, Sofinco a financé 1,8 million de projets de consommation.

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr