



## ***73 % des automobilistes estiment que le marché automobile est devenu complexe à comprendre***

**Adot et Reworld MediaConnect décryptent les nouvelles attentes des Français en matière automobile.**

Adot – suite marketing cross-device qui accompagne les marques de l'identification, à l'analyse de leurs audiences affinitaires, jusqu'à leur activation média – et Reworld MediaConnect, régie publicitaire du groupe Reworld Media (leader des contenus média sur l'automobile avec ses marques Auto Plus, L'Auto Journal et Sport Auto) ont réalisé une étude commune afin de dresser **un état des lieux des attitudes, opinions et attentes des Français en matière automobile.**

Un an et demi après le début de la crise sanitaire, l'industrie automobile est touchée de plein fouet alors même qu'elle se trouvait déjà confrontée aux mutations d'un secteur soumis à d'importantes évolutions sociétales, économiques et environnementales. En interrogeant des échantillons de populations complémentaires (France entière, possesseurs de véhicules et intentionnistes), cette étude souhaite **apporter aux acteurs de l'automobile des éléments opérationnels pour orienter leurs actions marketing à venir.**

### ***Un affect qui reste très fort autour de la voiture***

Malgré une utilisation plus raisonnée de la voiture, l'affect reste encore très fort puisque **92% des automobilistes affirment que posséder sa propre voiture est important pour eux.** En parallèle, on constate que **seulement 27% souhaiteraient pouvoir utiliser librement une voiture sans en posséder.** Les notions de liberté, d'utilité et de plaisir prévalent et rendent la notion de possession encore majoritaire.

### ***Mais des consommateurs en décalage avec un marché de plus en plus complexe***

Néanmoins, face aux mutations rapides de l'industrie, **73% des automobilistes estiment que le marché est devenu complexe à comprendre.** Un **besoin de pédagogie et de mise en avant des bénéfiques conducteurs se fait ressentir** dans les nombreux verbatims exprimés.

### ***L'hybride convainc plus que l'électrique et les nouveaux services à domicile représentent une opportunité pour séduire un public plus jeune***

Face à cette complexité, c'est **l'offre de véhicules hybrides qui émerge le mieux et parvient à convaincre 54% des Français** interrogés et 42% des intentionnistes, notamment les femmes. Il est jugé comme le meilleur compromis entre écologie et contraintes. Bien que la dimension écologique progresse dans les esprits, elle reste encore secondaire dans les critères d'achat.

## COMMUNIQUE DE PRESSE – 10/09/2021

Outre le véhicule, c'est toute l'offre de services autour des concessions qui s'est aussi réinventée. On constate **un intérêt marqué pour les services à domicile que ce soit pour l'entretien (qui séduit 60% des possesseurs de véhicules) ou les essais et la livraison de véhicule (52%). Ces nouveaux services représentent une opportunité pour les marques** notamment auprès des 35-49 ans.

### ***Concession et marques de presse, toujours au cœur du parcours d'achat***

A toutes les étapes du funnel d'achat (recherche d'info, comparaison, décision), les points de contacts privilégiés par les automobilistes restent les **supports des constructeurs (concession à 51% et sites à 36%) et les marques de presse (print et digital) à 50%.**

### ***Infographie jointe au communiqué au format jpg***

**Méthodologie** - Interrogation de 2 échantillons complémentaires

#### **Adot**

- Création de questionnaires digitaux sur-mesure
- Echantillon ciblé représentatif de la population française en termes d'âge et de sexe
- Total de 702 répondants.
- Terrain du 04/06/2021 au 14/07/2021

#### **Reworld MediaConnect**

- Echantillon ciblé sur propriétaires de voiture 25+ représentatifs selon le sexe et l'âge
- Questionnaires on-line auto-administrés sur panel Reworld MediaConnect
- Total de 413 répondants
- + sous-échantillon « Intentionnistes Auto » dans les 12 mois (80 répondants)
- Terrain du 20/07/2021 au 20/08/2021

*La présentation détaillée des résultats est disponible sur demande*

**A propos de Adot :** Adot est la seule suite marketing cross-device, exploitant des données online et offline exclusives, afin d'accompagner les marques sur l'ensemble du parcours client, de l'identification à l'analyse de vos clients jusqu'à leur activation media La société compte aujourd'hui plus de 100 employés avec des bureaux à Paris, Lyon, Madrid et Milan.

Pour plus d'informations : [www.we-are-adot.com](http://www.we-are-adot.com)

Twitter : @WeAreAdot

**Contact presse :** Lydia Berkani - [lydia.berkani@we-are-adot.com](mailto:lydia.berkani@we-are-adot.com)

**A propos de Reworld MediaConnect :** Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, leader français des médias thématiques (1er éditeur de presse thématique\*, 4ème groupe média thématique dans le digital\*\*). Reworld MediaConnect commercialise ainsi les 48 marques media du groupe, hébergées sous 8 univers thématiques que sont : Auto – sport ; Santé – bien être – cuisine ; Femmes ; Maison – nature ; Entertainment ; Sciences – culture ; Business. Les publications du groupe Reworld Media adressent 31 millions\*\*\* de Français par mois, soit 6 Français sur 10. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 26 millions\*\* de visiteurs uniques. Au-delà des media, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'advocacy, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Ainsi, le déploiement de marques media print sur le digital, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du media et du hors-media, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à Reworld MediaConnect de répondre à toutes les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions, de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés. \* Diffusion moyenne par parution, OJD 2020 \*\*

# COMMUNIQUE DE PRESSE – 10/09/2021

Médiamétrie – Juillet 2021 \*\*\* One Next 2021 V3 Pour plus d'informations, <https://www.linkedin.com/company/reworld-mediaconnect>

Contact media : PCE - Ségolène de St Martin – 33 (0)6 16 40 90 73 - [sdestmartin@p-c-e.fr](mailto:sdestmartin@p-c-e.fr)

