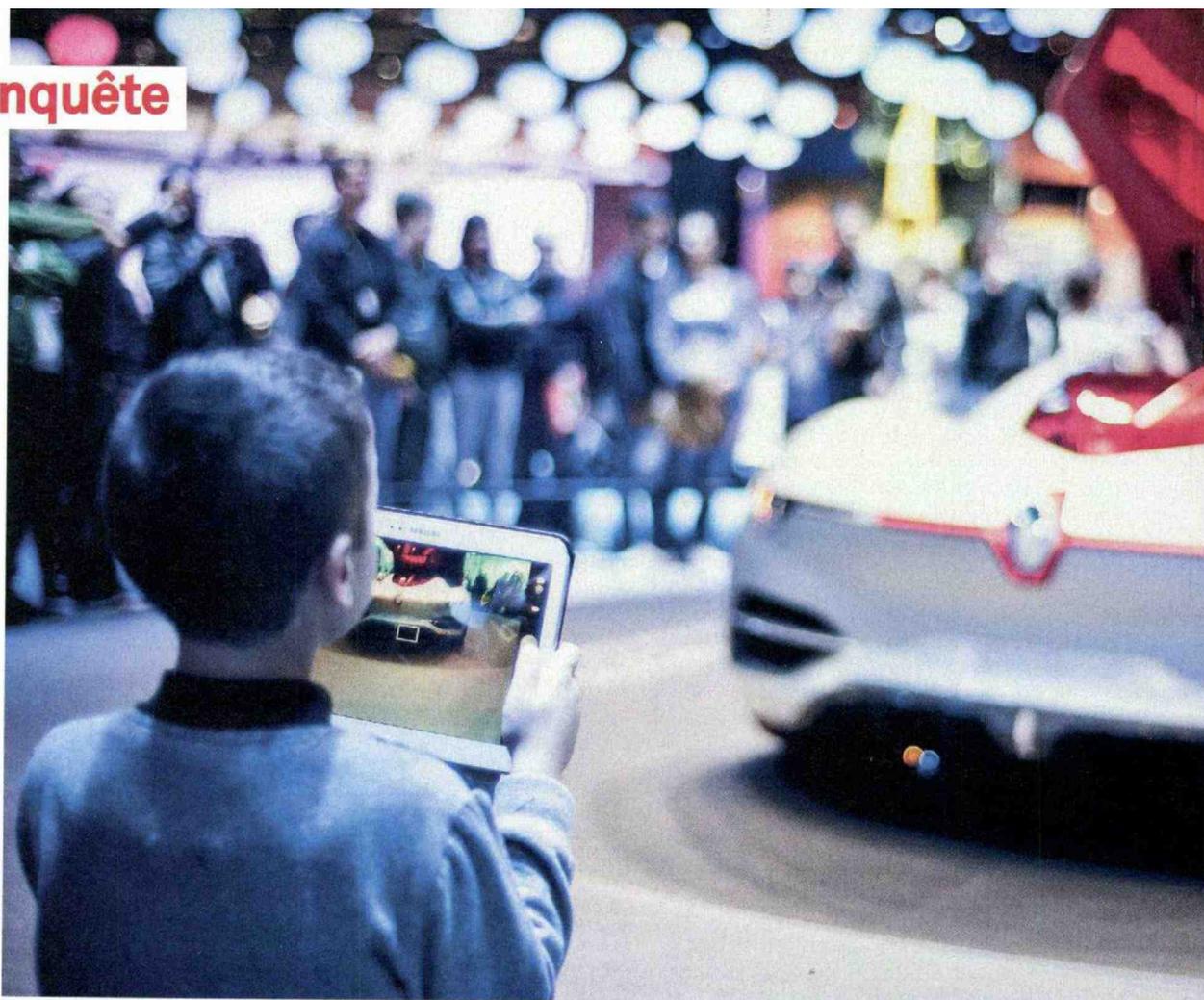


enquête



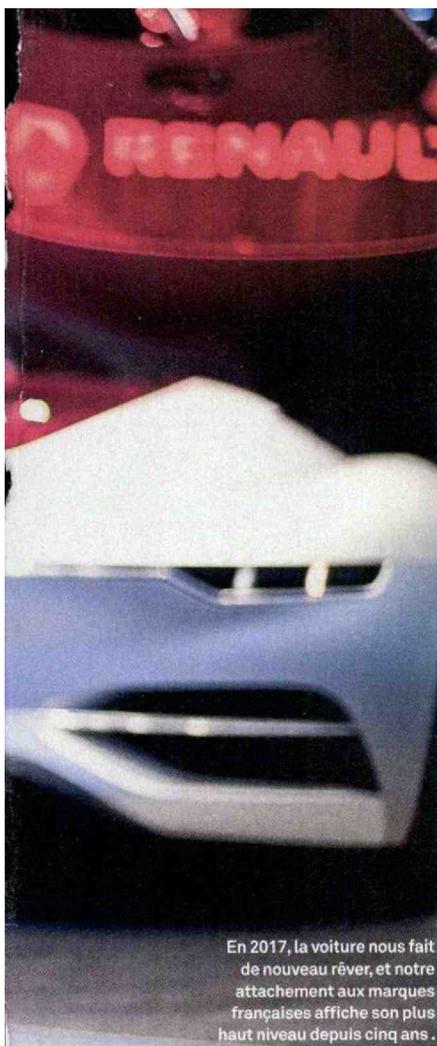
Entre l'auto et les Français, tout roule !

Démodée, polluante, onéreuse... On pensait l'image de l'automobile très abîmée. Pourtant, l'étude que nous publions en avant-première montre que **la voiture est de nouveau synonyme de plaisir et de liberté.**

par Julien Marival infographie Ask Media

Le bonheur est un rêve d'enfant réalisé dans l'âge adulte. » La formule de Sigmund Freud résume bien les rapports que les Français entretiennent avec leur véhicule. Selon la dernière édition de l'étude annuelle « Les Français et l'automobile », réalisée par Kantar TNS pour le site de vente de voitures AramisAuto.com, et dont nous vous présentons les premiers résultats en exclusivité (lire ci-contre), 41 % des sondés affirment que la voiture les fait toujours rêver. Ils n'étaient que 36 % en 2016 et 34 % en 2013. « Il y a une sorte de réenchantement, observe Muriel Goffard, spécialiste de l'auto chez Kantar TNS. Même si neuf foyers sur dix sont désormais motorisés, la voiture est un objet qui tend à se débanaliser. Après des années de contrition liées à la crise économique, les Français retrouvent le moral, et cela passe notamment par un désir de voiture. » Un désir qui

photo © Nicolas Messyasz / Sipa



En 2017, la voiture nous fait de nouveau rêver, et notre attachement aux marques françaises affiche son plus haut niveau depuis cinq ans.

s'est d'ailleurs traduit dans les faits par deux années de forte hausse pour les ventes de véhicules neufs en France (+ 6,8 % en 2015, + 5,1 % en 2016), après cinq années consécutives de baisse ou de stagnation.

Un rapport décomplexé

Seules 38 % des personnes interrogées considèrent ainsi que la voiture est « avant tout un moyen de transport », contre 43 % en 2016... et 54 % en 2012. Elle est de plus en plus associée à la liberté (35 %) et au plaisir (9 %), la part des sondés qui la réduisent à « une source de dépenses » restant stable depuis cinq ans (7 %). Une tendance plus accentuée chez les 18-34 ans. « C'est le signe que les Français ont un rapport plus décomplexé avec la voiture, note Muriel Goffard. Entre les années 1970 et 1990, c'est sa dimension statutaire qui primait : elle était perçue en premier lieu comme un symbole de réussite.

Aujourd'hui, il s'agit moins de montrer qui l'on est que de se faire plaisir. » Un plaisir de plus en plus accessible : avec les sites de location de voitures entre particuliers, l'autopartage et les nouvelles formules de location longue durée, se mettre au volant n'a jamais été si facile. Selon Guillaume Paoli, le cofondateur de AramisAuto.com, à l'origine de l'étude, ce retour en grâce s'explique aussi par une communication moins négative et par le renouvellement de gamme réussi par les marques françaises. « Les effets du "Dieselgate" commencent à s'estomper, explique-t-il. Surtout, nos constructeurs ont consenti de gros efforts pour lancer des modèles moins insipides. Le Kadjar ou le Captur de Renault et la nouvelle Peugeot 3008 sont de vraies réussites commerciales et esthétiques. »

Le design, décisif dans le choix

D'ailleurs, avec 53 % d'opinions favorables dans le dernier baromètre AramisAuto.com, le taux d'attachement aux marques françaises affiche son plus haut niveau depuis cinq ans. Et si le patriotisme économique reste la principale motivation pour acheter français (46 %, en recul néanmoins de 11 points par rapport à 2016), 27 % des consommateurs mettent en avant le style (contre 19 % l'an dernier) pour expliquer leur attachement aux modèles tricolores. Un enthousiasme que partage Rémi Depoix, le président du Festival automobile international, qui organise depuis 1987 l'élection de la plus belle voiture de l'année. « Depuis plusieurs années, on note chez les constructeurs français une volonté d'appuyer leur stratégie sur le design, dit-il. Ils ont compris que, à prix égal, le style et l'impact émotionnel font souvent basculer le choix d'un côté ou de l'autre. Dans les années 1980 et 1990, on parlait "moteur turbo" et "freins ABS" pour vendre une voiture. Aujourd'hui, le design est remis en avant. C'est une bonne chose car la plupart des voitures sorties en France depuis vingt-cinq ans ne sont pas entrées dans l'histoire ! » Aujourd'hui, elles en prennent enfin le chemin. ■

Retrouvez l'ensemble du baromètre sur www.leparisienmagazine.fr

Une perception de plus en plus favorable

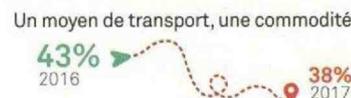
Un produit qui fait rêver

Diriez-vous qu'aujourd'hui la voiture est un objet qui fait toujours rêver ?



Un moyen de transport autant qu'un symbole de liberté

Pour vous, la voiture, c'est avant tout... ?



Une majorité de Français attachés aux marques tricolores

Diriez-vous que vous êtes attaché à une voiture de marque française ?



Pourquoi ?
Par patriotisme économique



Le style me plaît davantage



Source : baromètre AramisAuto.com « Les Français et l'automobile », réalisé en ligne du 9 au 12 mai 2017 auprès d'un échantillon de 1 010 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Intervalle de confiance à 95 % : de 1,4 à 3,1 points.