

2022

LES CONCESSIONNAIRES AUTO



Sandrine GIROLLET

Observatoire de la Consommation
UFC-Que Choisir
Avril 2022

Contenu

Le contexte	3
Le déploiement de l'enquête	4
Les résultats sur le conseil.....	6
I. Le discours sur les motorisations : l'électrique en rade	7
II. L'essence malgré tout favorite	9
III. Le surcoût de l'hybride et l'électrique, une réalité.....	11
Les résultats sur la tarification et les devis	13
I. Le devis, pas systématique	13
II. La LOA, nouveau levier des constructeurs automobiles.....	16
Les résultats sur l'accueil.....	20
I. Le showroom, en libre accès.....	20
II. Des interlocuteurs agréables	20

Le contexte

Un marché automobile français morose. Conséquence d'un attrait grandissant des consommateurs pour les véhicules d'occasion, couplé à l'effet de la crise sanitaire de 2020 – fermeture des usines françaises, pénuries de composants – les ventes se sont effondrées et peinent à remonter. Seule la voiture verte tire son épingle du jeu et voit ses ventes progresser.

Réduction des émissions de gaz à effet de serre, amélioration de la qualité de l'air en milieu urbain, tels sont les enjeux gouvernementaux de la promotion des véhicules propres. Pour se faire, un certain nombre de mesures incitatives sont mises en place côté consommateurs (bonus écologique, primes à la conversion, bornes de recharge publiques, etc.). Côté constructeurs, les mesures se veulent plutôt réglementaires, le but étant « de faire de l'agenda environnemental un levier de croissance pour l'industrie automobile »¹.

SYMPATHIQUE, LA VOITURE ÉLECTRIQUE !

Pas si chère !			Pas si compliquée !		
Économies 2 à 3 € pour 100 km contre 6 à 8 € pour un véhicule thermique*	Aides Jusqu'à 11 000 € d'aides de l'État à l'achat	Location 7 037 € : prix plancher pour une location longue durée (37 mois et 22 500 km)	Charge Recharge à domicile ou dans l'une des 27 600 bornes publiques	Autonomie Entre 200 et 600 km d'autonomie, selon le modèle	Entretien Un moteur plus simple (moins de pièces) que le moteur thermique

Plus silencieuse !

Chuuuuut !
56 décibels** en ville,
soit l'équivalent
du bruit d'un lave-vaisselle

Plus écologique !

Propre	Recyclable	Responsable
2 à 6 fois moins polluante qu'un véhicule thermique* sur l'ensemble de son cycle de vie	80 % des composants des batteries lithium déjà recyclables	Plusieurs technologies déjà développées par les constructeurs pour remplacer les terres rares

* essence ou diesel
** niveau sonore minimum imposé par l'UE depuis le 1er juillet 2019 pour des raisons de sécurité

ecologique-solidaire.gouv.fr

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOLIDAIRE

DCOM - Calligraphy 19116 - Octobre 2019

A l'heure de la prise de conscience sur l'urgence climatique, la voiture verte envahit les plages publicitaires et panneaux d'affichages, l'UFC Que Choisir a cherché à voir le discours tenu en concession automobile : l'hybride et l'électrique sont-elles vendues au consommateur coûte que coûte ?

¹ <https://pfa-auto.fr/transition-ecologique/>

Le déploiement de l'enquête

Entre le 5 et le 19 mars 2022, les enquêteurs de 76 associations locales UFC-Que Choisir se sont rendus anonymement en concessions automobiles pour tester le discours des vendeurs. Au total, **402 points de vente** situés dans 55 départements en métropole et à la Réunion ont fait l'objet de cette enquête, et ils se répartissent comme suit :

Enseignes	Effectifs
Audi	7
Autre enseigne	2
BMW	8
Citroën	41
Concession multimarques	3
Dacia	9
Fiat	15
Ford	22
Honda	6
Hyundai	17
Kia	16
Mazda	6
Mercedes	11
Mitsubishi	3
Nissan	23
Opel	18
Peugeot	59
Renault	68
Seat	4
Skoda	7
Suzuki	13
Toyota	21
Volkswagen	20
Volvo	3

Les généralistes Renault, Peugeot et Citroën comptent à eux seuls pour 42% de l'échantillon.

L'UFC Que Choisir, au travers de cette enquête, a cherché à voir le discours tenu en concession automobile : l'hybride et l'électrique sont-elles vendues au consommateur coûte que coûte ?

Pour se faire, 4 scénarios d'utilisation de la voiture ont été élaborés : diesel, électrique, essence et hybride rechargeable. Chacun décrivait le profil idéal pour cette motorisation. Les scénarios variaient sur 3 critères principaux :

- Le nombre de kilomètres parcourus annuellement.
- La proportion de très courts trajets (~10 km), de courts trajets (~50 km), de moyens trajets (~300 km) et de longs trajets (~900 km).
- Le lieu d'habitation (appartement/maison), qui conditionne l'accès à la prise.

Chacune des 135 AL de France s'est vue affecter aléatoirement un des 4 scénarios ; au regard des AL participantes, voici les proportions de scénarios joués :

Scénario	%
Electrique	38%
Essence	24%
Diesel	22%
Hybride	16%

Il était attendu que les enquêteurs-mystère se rendent chez un concessionnaire automobile, et prétextant la recherche d'un nouveau véhicule sans avoir décidé lequel précisément, utilisent les éléments du profil type, et voient vers quelle motorisation les orienterait le vendeur. Ainsi, dans le profil essence, le meilleur conseil que pouvait faire le concessionnaire était la motorisation essence. Pour l'électrique, le meilleur conseil était la motorisation électrique, etc.

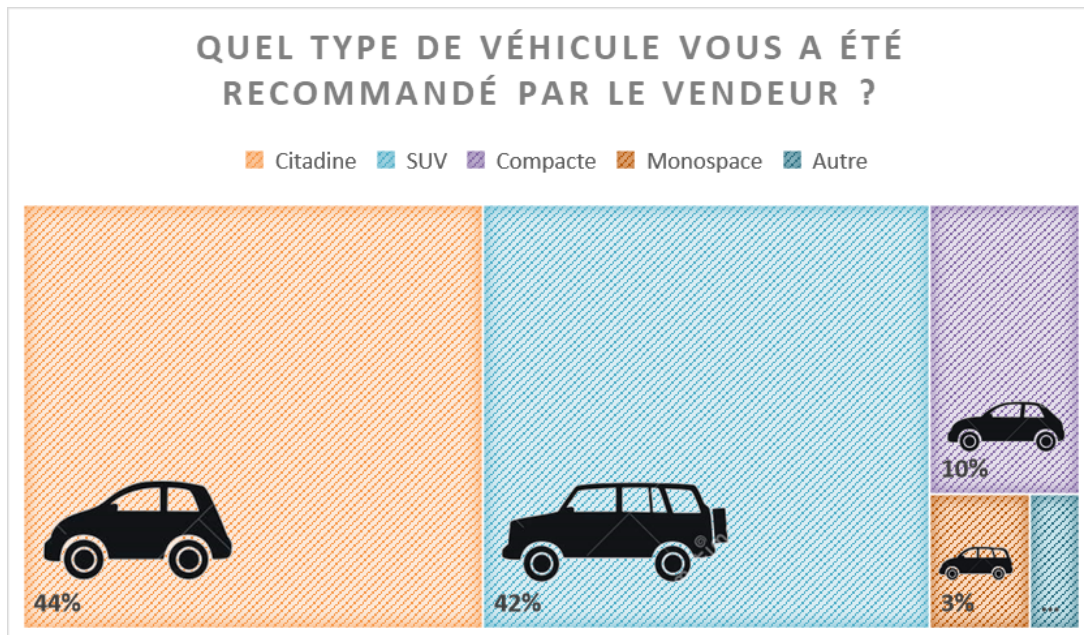
Au-delà de ce conseil, les enquêteurs devaient essayer d'obtenir un devis et noter le discours du vendeur sur la LOA (location avec option d'achat). Enfin, il leur était demandé d'observer la concession automobile et de noter l'accueil et la disponibilité de leur interlocuteur.

Les résultats sur le conseil

Du fait d'une grande variété d'enseignes automobile, peu d'entre elles atteignent les seuils d'effectifs nécessaires pour être publiées en clair dans le tableau de résultats. Ainsi, seuls les 3 constructeurs français seront présentés à part, leurs effectifs étant suffisamment conséquents ; le reste des analyses est présenté toutes enseignes confondues.

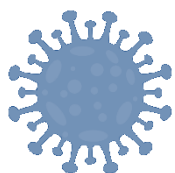
1. Les citadines et SUV plébiscités :

Les scénarios établissaient que les usagers étaient souvent 2 dans le véhicule. Ce faisant, les recommandations des vendeurs sont assez homogènes, et surtout reflètent assez bien l'offre du marché automobile actuel : 44% proposent une citadine, et 42% un SUV. 10% ont proposé des compactes, et 3% des monospaces, tandis que 1% a proposé un autre type de véhicule (berline, routière, etc.).



2. Des délais de livraison rallongés :

L'effet de la crise sanitaire de 2020 est encore présente aujourd'hui. Pour preuve, les délais de livraisons sont encore allongés par rapport à ce qu'ils étaient habituellement. Toutes marques et modèles confondus, les vendeurs annoncent un délai de livraison de :



15
semaines



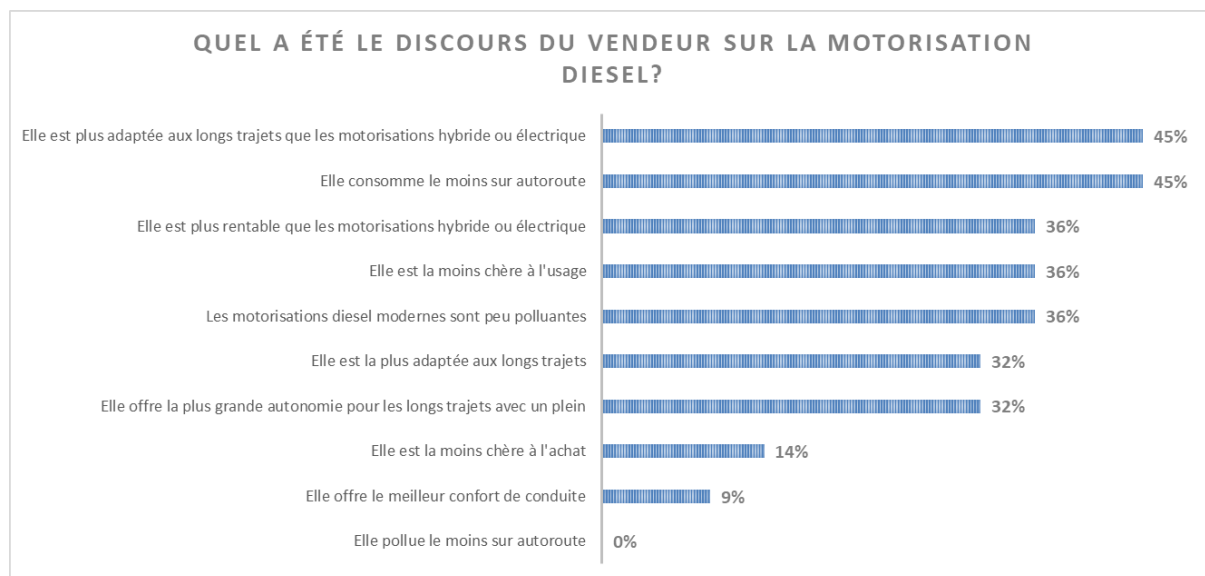
contre **12**
semaines habituellement

Côté motorisation, le délai de livraison actuel varie également : les thermiques affichent un délai plus court (12 semaines pour le diesel, 15 pour l'essence), tandis que la voiture verte se fait désirer (16 semaines pour l'hybride, 17 semaines pour le 100% électrique).

I. Le discours sur les motorisations : l'électrique en rade

1. Le diesel, pus adapté aux longs trajets :

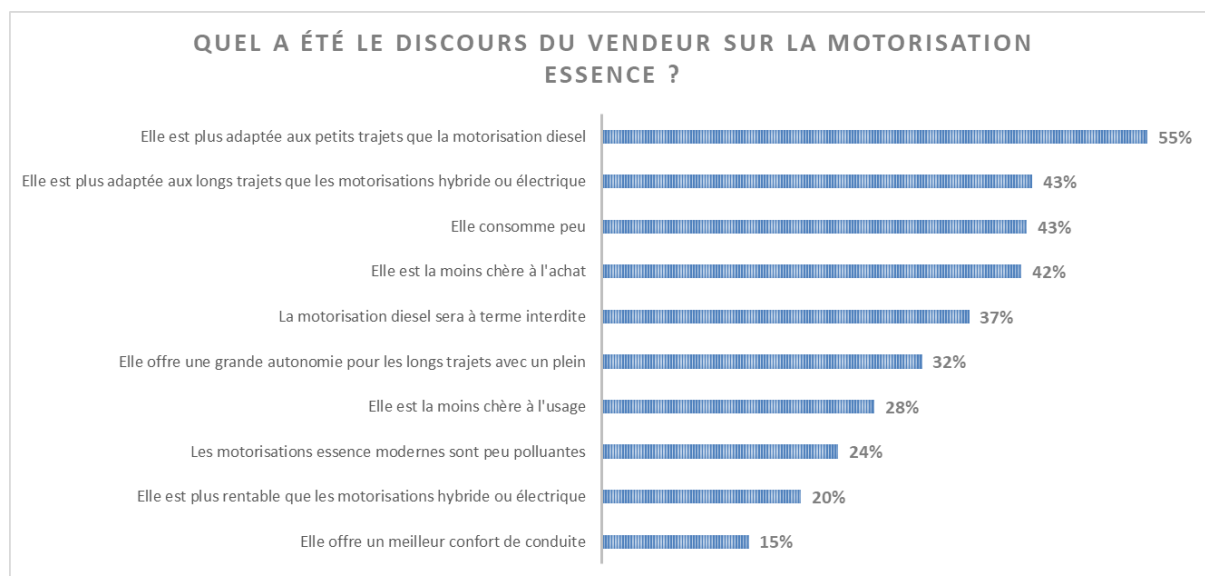
Les arguments mis en avant sur le diesel font surtout état de sa performance sur les longs trajets. Son niveau de pollution n'a jamais été mentionné, et son confort de conduite par seulement 9% des vendeurs.



2. L'essence, meilleure sur les petits trajets :

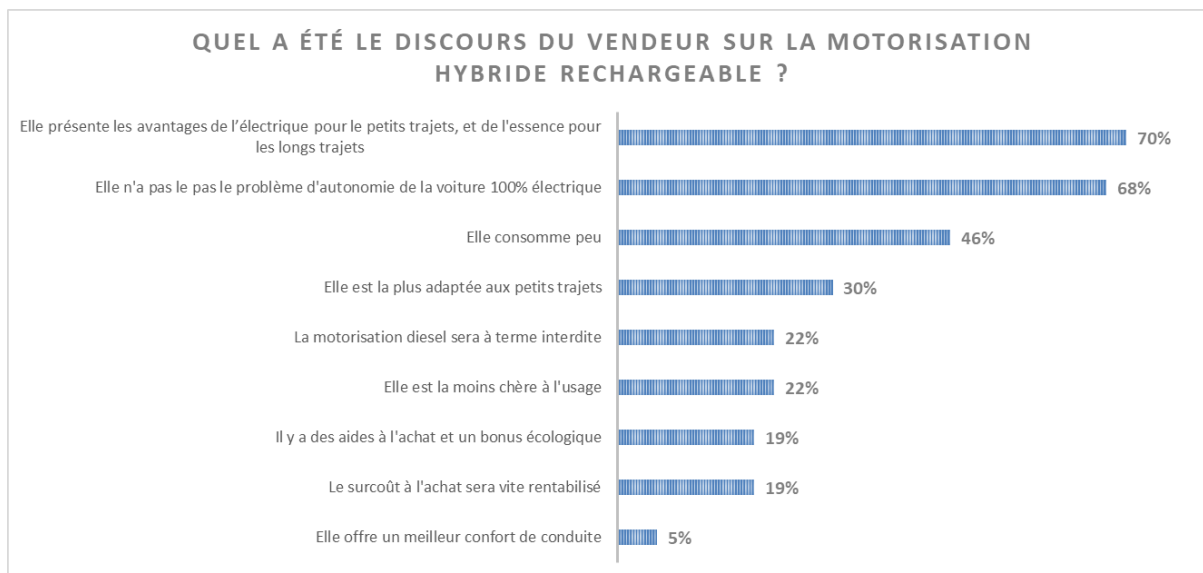
Les motorisation essence mild hybride et essence full hybride (c'est-à-dire la récupération de l'énergie du freinage par exemple), ont été regroupées avec la motorisation essence simple.

Les vendeurs reconnaissent à l'essence sa performance sur les petits trajets par rapport au diesel (55%), et sa performance sur les longs trajets par rapport à l'hybride rechargeable ou l'électrique (43%). Il est également avancé qu'elle consomme peu (43%), et qu'elle est moins chère à l'achat (42%).



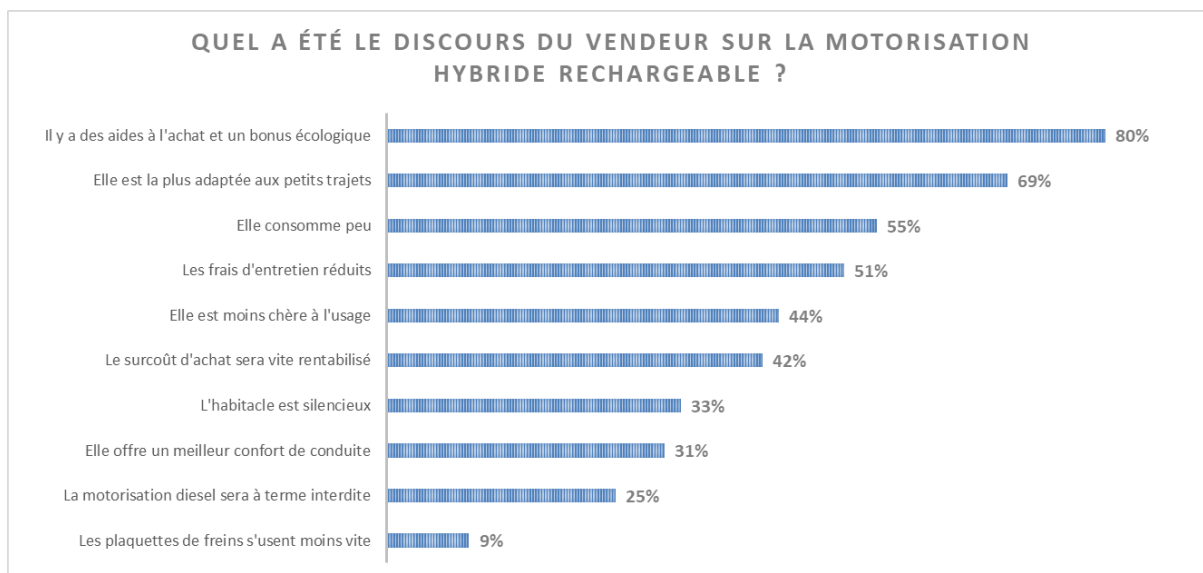
3. L'hybride rechargeable, à mi-chemin entre électrique et essence :

Côté hybride, 7 concessionnaires sur 10 lui reconnaissent les avantages de l'électrique pour les petits trajets et de l'essence pour les longs trajets, et 68% parlent de son autonomie. Seuls 5% disent qu'elle offre un meilleur confort de conduite.



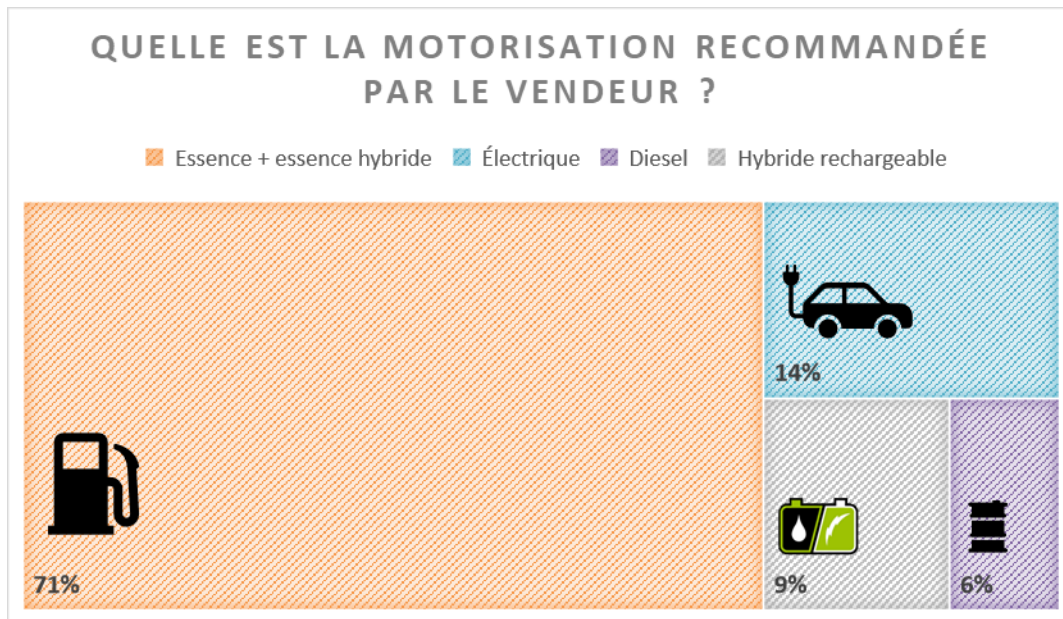
4. L'électrique, aides et bonus écologique avant tout :

L'argumentaire est focalisé sur les aides à l'achat et la dimension financière, contrairement aux 3 autres motorisations : 80% des vendeurs ont cité les aides à l'achat et le bonus écologique, très loin devant les autres arguments. 11 points plus bas, les professionnels avancent sa meilleure adéquation aux petits trajets, puis citent sa faible consommation (55%) et les frais d'entretien réduits (51%).



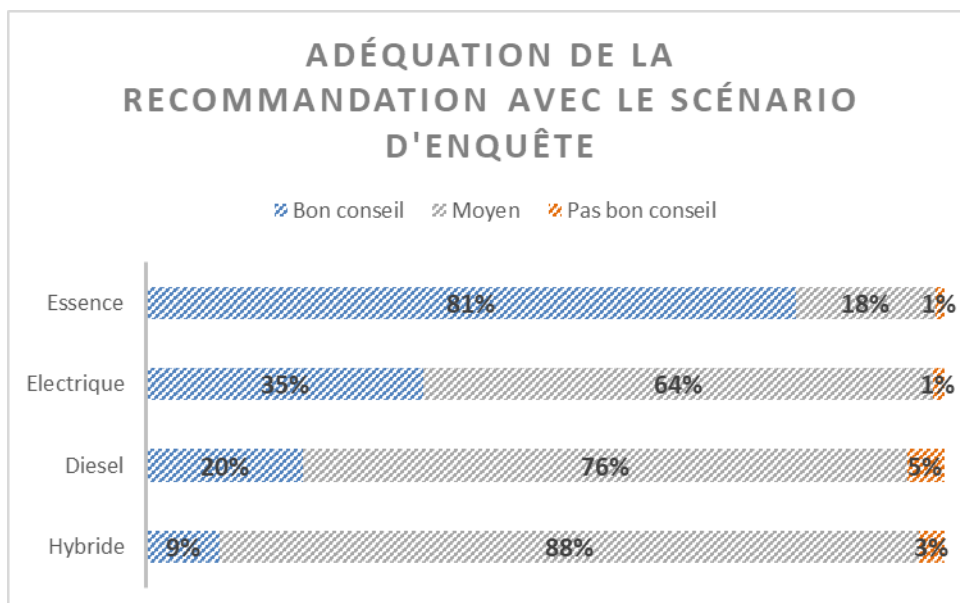
II. L'essence malgré tout favorite

La grande gagnante, c'est l'essence, recommandée dans 71% des enquêtes en magasins. Les concessionnaires ne semblent pas vendre coûte que coûte, à tous les consommateurs, la voiture verte. Dans de plus faibles proportions, la voiture électrique est recommandée dans 14% des cas, et l'hybride rechargeable dans 9%. L'effet flambée des prix du diesel concomitant avec l'enquête – en plus d'une image dépassée – cette motorisation a été la moins promue par les concessionnaires, avec seulement 6% des recommandations des vendeurs.



1. Des recommandations en décalage par rapport aux scénarios

Sur le scénario essence, pas de grosse difficulté pour les concessionnaires, puisque 81% d'entre eux ont orienté vers des véhicules essence, et donc vers la motorisation attendue. 18% ont proposé une motorisation acceptable (hybride ou électrique), mais pas optimale pour ce profil. Seuls 1% n'ont pas du tout visé juste, et ont recommandé un diesel.



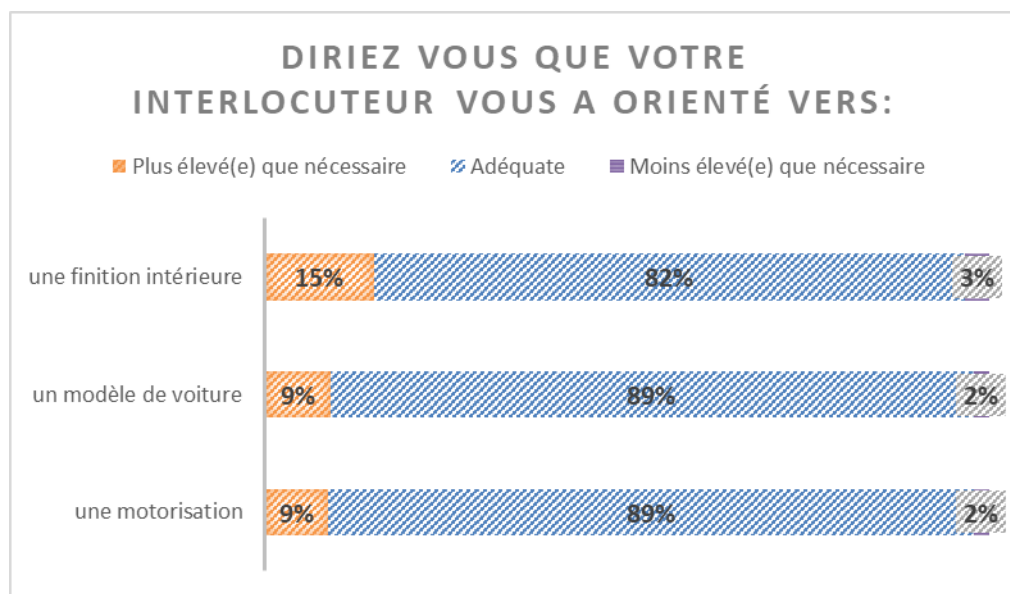
Pour la motorisation électrique, gros loupé : les vendeurs ne jouent pas le jeu. En effet, une majorité des concessionnaires (64%) a recommandé une motorisation acceptable, ici l'essence, mais qui n'était pas celle attendue – électrique ou hybride rechargeable. 1% a renvoyé vers du diesel et in fine, seuls 35% ont orienté vers la bonne motorisation. Ce constat, à contrecourant des tendances écologiques et des initiatives des pouvoirs publics en matière de réduction de gaz à effet de serre, semble indiquer un sérieux problème de maîtrise du sujet par les vendeurs, ou a fortiori, un problème d'identification des profils auxquels cette motorisation serait adaptée.

Côté scénario diesel, c'est encore pire ! 20% seulement des concessionnaires ont fait un bon conseil et ont effectivement orienté vers du diesel. Ici encore grosse erreur : pour un profil diesel de gros rouleur, la motorisation diesel reste adaptée. 5% de concessionnaires ont tout de même proposé une électrique ou hybride à ce profil, et 76% ont proposé de l'essence, acceptable, mais pas idéal.

Enfin, pour l'hybride rechargeable, le score est au plus bas : tout juste 9% orientent vers de l'hybride ou de l'électrique. Comme pour le scénario électrique, on remarque que les habitudes ont la vie dure, avec 88% de recommandation pour de l'essence et 3% du diesel.

2. Un conseil jugé adéquat

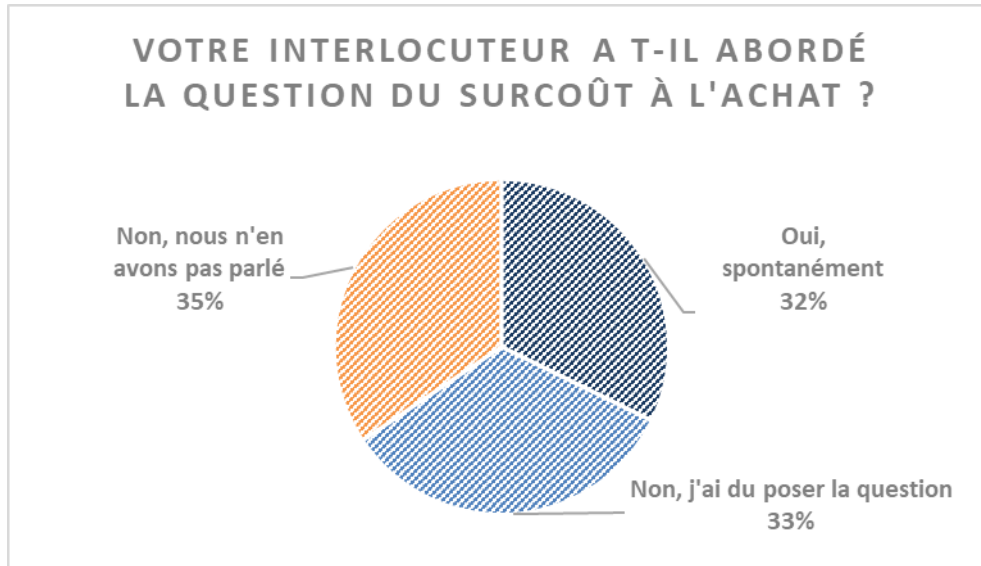
Il a été demandé aux enquêteurs d'exprimer leur opinion quant au conseil reçu suite à l'expression de leurs besoins : il ressort en grosse majorité que les vendeurs ont orienté vers des modèles, motorisations, et finitions intérieures considérées comme adéquates aux besoins exprimés par les enquêteurs.



Globalement, la promotion de l'électrique reste compliquée pour les professionnels, qui préfèrent se tourner vers l'essence, concurrente directe de l'électrique en termes d'usage (prédominance des petits trajets). Cette motorisation « refuge », est un parfait intermédiaire entre un diesel obsolète à mauvaise image, et une voiture verte dont l'utilisation nécessite quelques adaptations de mode de vie, tout en ayant l'avantage pour les vendeurs, de ne pas sortir de leur zone de confort.

III. Le surcoût de l'hybride et l'électrique, une réalité

Seuls 32% des vendeurs ont spontanément abordé la question du surcoût à l'achat lors de l'échange avec les enquêteurs. 1/3 des enquêteurs ont dû poser la question, et pour les 35% restants, le point n'a même pas été abordé.



Par rapport à un véhicule essence, en moyenne, toutes marques et modèles confondus, le surcoût se chiffre à :

	Hybride rechargeable : 	Électrique : 
	+ 2 500€	+ 5 576€
	+ 4 667€	+ 8 460€

1. L'amortissement du surcoût

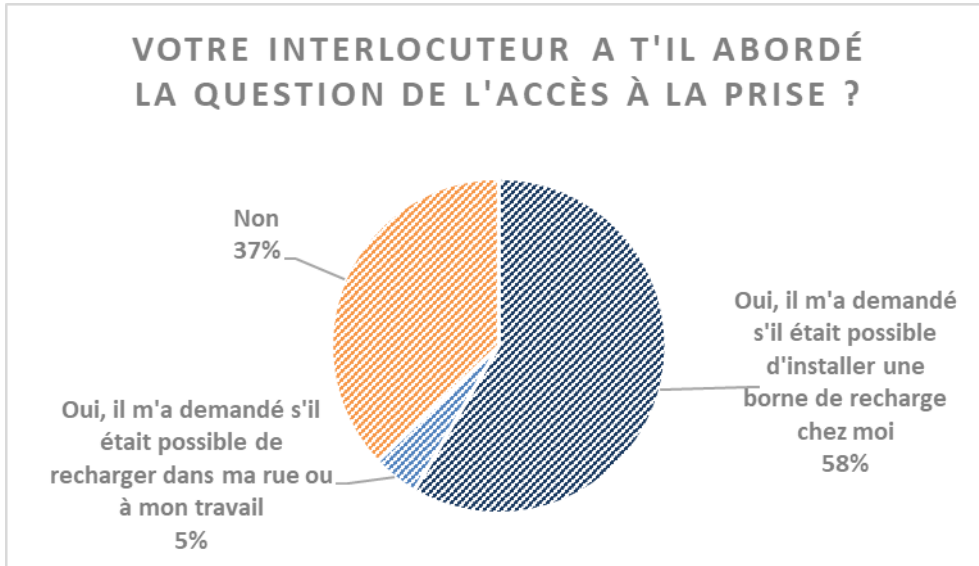
Interrogés sur la durée d'amortissement du surcoût d'une voiture verte, 75% des vendeurs ont annoncé 4 ans, sans différence significative entre hybride rechargeable et électrique.

Cette déclaration est hélas très optimiste et surtout erronée pour la motorisation électrique. Il faudra plutôt compter entre 8 et 10 ans pour amortir les 6 424 € de surcoût moyen d'une électrique (tous modèles confondus), à raison d'une recharge à 2,50€ pour 100km.

2. L'accès à la prise

Cette question est essentielle, car nos études d'usage montrent que la grande majorité des utilisateurs de système électrique (tout électrique ou hybride rechargeable) restent réticents à l'usage de bornes en dehors du domicile.

Lors des visites mystères, 37% des vendeurs ne se sont pas enquis de l'accès à la prise, alors même que la voiture sélectionnée était hybride rechargeable ou électrique !



S'agissant du prix de l'installation, les concessionnaires déclarent un prix moyen de

833€



Dans le cas de l'achat d'un véhicule hybride et électrique, il est nécessaire de bien vérifier ces deux points que sont l'amortissement du surcoût, et l'accès à la prise.

Les résultats sur la tarification et les devis

I. Le devis, pas systématique

Conséquemment à leur demande,



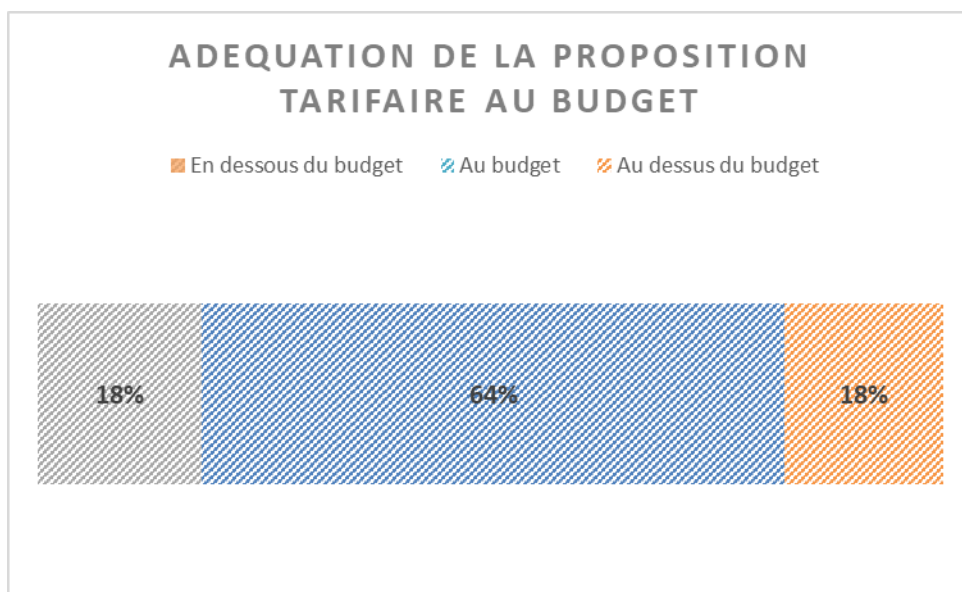
64% des enquêteurs-mystère ont obtenu un devis de la part du vendeur,



Et 36% n'ont pas eu de devis.

Côté constructeurs, Peugeot tire son épingle du jeu : 73% des concessions Peugeot ont fourni un devis à l'enquêteur, score qui baisse à 64% chez Renault et dégringole à 48% pour Citroën.

Pour tous les scénarios, le budget était de 20 000 à 30 000€, hors marques premium qui ont été sorties de cette analyse (Audi, BMW, Mercedes, Volvo, etc.) au regard de leur positionnement. 64% des concessionnaires ont proposé un devis, prix final, qui était en accord avec le budget de départ. 18% ont proposé moins que cette fourchette, et 18% ont proposé plus.



En termes de prix, parmi les véhicules recommandés aux enquêteurs pour leurs besoins, les citadines s'affichent sans surprise moins chères, que les SUV :



21 800€



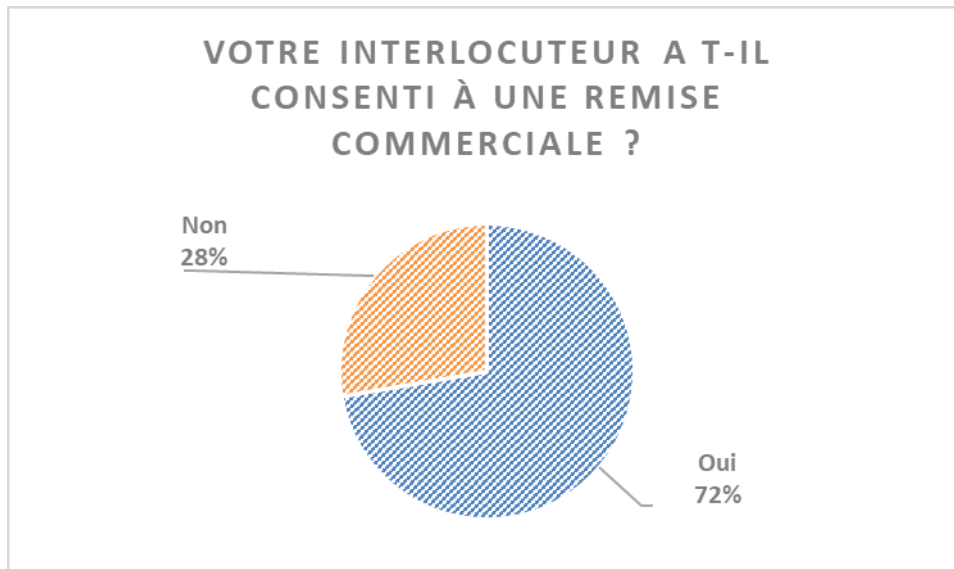
29 300€

1. Des remises commerciales souvent possibles

72% des concessionnaires ont consenti à établir une remise commerciale aux enquêteurs-mystère. Parmi les 3 constructeurs français, Peugeot en octroie le plus, avec un taux de 85%, suivi par Citroën (78%) et Renault (75%), très proches.



Dans le cas de l'achat d'un véhicule neuf, il ne faut donc pas hésiter à négocier un peu avec le vendeur, la demande de remise aura de fortes chances d'aboutir.



La remise commerciale moyenne, toutes marques et tous véhicules confondus, s'établit à 2 128€, hors bonus écologique, un écart pas si grand. Cela varie, logiquement, avec le type de véhicule :



-1 855€



-2 342€

Mais aussi entre les marques : ainsi, Renault octroie des remises plus importantes (2 392€) que ses 2 concurrents Peugeot (1724€) et Citroën (1 618€).

2. Pack sécurité, pack livraison : le trou noir

Côté devis, difficile d'établir des comparaisons entre 2 véhicules de 2 marques différentes. Absence de devis type oblige, les packs ne sont pas identiques d'un constructeur à l'autre, voire d'un concessionnaire à l'autre, les détails ne sont pas toujours disponibles et les tarifs varient du simple au double sans que l'on puisse savoir d'où cela vient. Ainsi, difficile de savoir combien coûtent réellement les démarches administratives, le gravage des vitres² ou le fameux Waxoyl³.

² Il s'agit d'inscrire une série de numéros sur chaque vitre du véhicule, pour permettre l'identification rapide, en cas de vol par exemple.

³ Il s'agit d'un traitement de surface de la carrosserie qui consiste à déposer des particules polymères sur la peinture, pour augmenter sa résistance à diverses agressions extérieures.

Options distributeur		EURO - (TTC)
Le certificat d'immatriculation (carte grise) et l'Eco Taxe ne sont pas inclus et seront à la charge du client		
Carte Grise: CARTE GRISE : 44€/CV		277,76
Eco Taxe Malus: ECO TAXE MALUS :		230,00
Accessoire et post-montage: FORFAIT LIVRAISON : (Démarches administratives S.I.V., Plaques, 20l de Carburant, Gilet de sécurité, Écrous anti-vol, Gravage, Bac de coffre).		450,00
Prix total des options distributeur		957,76
Récapitulatif		EURO - (TTC)
Montant total HT (ramenée à l'unité)		66 666,67

Figure 1 - Devis Mercedes du 82

Ici le forfait livraison est à 450€.

Options distributeur		EURO - (TTC)
Gravage, écrous antivol, kit indispensable, gilet de sécurité...		500,00
Accessoire et post-montage		299,00
Prix total des options distributeur		799,00

Figure 2 - Devis Mercedes du 72

Chez cet autre concessionnaire, on monte à 799€.

FRAIS ANNEXES		758,76 €
Carte Grise : gestion des certificats / Redevance acheminement / hors malus éventuel **		
		314,76 €
Gravage, Courtage, Mobilité, Waxoyl **		
		444,00 €

** Payés au comptant à la livraison

Figure 3 - Garage Peugeot du 63

444€ pour Peugeot, sans savoir si les écrous antivol, les bacs de coffre, le gilet de sécurité, le triangle et les plaques sont incluses dans le tarifs.

SUPPLEMENTS	TOTAL				458.00€
GRAVAGE	165.83€	20.00 %	33.17€		199.00€
PACK CONFORT	215.83€	20.00 %	43.17€		259.00€
taxe de gestion	11.00€				11.00€
certificat immatriculation	125.00€				125.00€
redevance envoi	2.76€				2.76€
carburant (1 €/l)	16.67€	20.00 %	3.33€		20.00€
demarche prefecture	99.17€	20.00 %	19.83€		119.00€

Figure 4 - Devis Renault du 18

Chez Renault, l'effort est fait d'afficher le prix de la prestation à l'unité. Sauf pour le pack confort, dont on ne sait ce qu'il renferme.



Dans le cas de l'achat d'un véhicule neuf, ne pas hésiter à se faire détailler le prix des prestations et ce qu'elles recouvrent, pour mieux adapter les options aux besoins.

II. La LOA, nouveau levier des constructeurs automobiles

Le principe de la LOA est assez simple : le consommateur n'achète pas son véhicule mais le loue (souvent 2 à 3 ans) moyennant le versement d'un loyer mensuel ; une fois la date de fin de location échue, il lui est possible d'acquérir le véhicule pour un montant déterminé lors de la signature du contrat, ou bien de le restituer.

La différence LOA/LLD (location longue durée) s'opère sur ce point de possibilité d'achat : si en LOA il est possible d'acheter, avec la LLD, l'achat à l'issue de la période de location est impossible.

**AUTOMOBILE :
ACHAT OU LOCATION,
QUE CHOISIR ?**

LES AVANTAGES DE CHAQUE SOLUTION

1 ACHAT

- Usage souple :** kilométrage illimité
- Vous financez la totalité du véhicule tout de suite** (via un achat comptant ou via un crédit auto classique)
- Vous êtes propriétaire du véhicule**
- Vous devrez gérer la fin de vie / cession du véhicule**

2 LOCATION

• **AVEC OPTION ACHAT (LOA)**

- Vous choisissez une durée et un usage défini pendant cette durée :** kilométrage annuel maximum
- Le véhicule est financé via le versement d'un « loyer » mensuel** calculé sur sa valeur d'usage
- Vous n'êtes pas propriétaire du véhicule**
- Vous pourrez acquérir le véhicule à la fin du contrat** ou le rendre sans avoir à vous préoccuper de sa revente
- La location peut intégrer des services complémentaires :** extension de garantie, entretien, assistance et assurances

• **LONGUE DURÉE (LLD)**

- Mêmes principes et avantages que la LOA **sauf que vous n'avez pas la possibilité d'acquérir le véhicule à l'issue de la location**

Je décide d'acheter

Vous devez entièrement financer votre véhicule.

Vous en êtes ensuite propriétaire, vous roulez comme bon vous semble mais vous devez assumer les aléas financiers associés : entretien, pannes, dépréciation, revente, etc.

Ce modèle reste le plus adapté si vous êtes certain de garder votre véhicule longtemps.

Je décide de louer

Vous ne payez que l'usage de votre véhicule.

Moins contraignant, notamment si vous changez de véhicule tous les 3 à 5 ans (vous n'avez pas à vous préoccuper de ce que vous allez faire de votre ancien véhicule).

Vous avez la possibilité de connaître à l'avance votre budget auto tout compris, hors carburant.

Important : bien définir le cadre de votre location (nombre de km, durée du contrat) et les options retenues (entretien, extension de garantie, assurance perte financière). Vérifier les conditions de reprise.

LLD si vous êtes certain de ne pas vouloir conserver le véhicule.

LOA si vous souhaitez avoir la possibilité de le faire à la fin du contrat.

La LOA séduit de plus en plus d'acheteurs. Selon une étude du cabinet de conseil AAA Data, 47%⁴ des ventes de véhicules neufs en 2021 sont des LOA et LLD. Et selon l'ASF – Association Française des Sociétés Financières – la LOA dans le secteur des automobiles neuves chiffrait à 6 795 millions d'euros en 2020 et 7 341 millions d'euros en 2021, soit une croissance de 9,7%⁵.

⁴ https://www.bfmtv.com/auto/loa-et-lld-l-achat-en-location-seduit-de-plus-en-plus-les-francais_AN-202105040167.html

⁵ <https://www.asf-france.com/wp-content/uploads/2022/03/StatCompl-An21.pdf>

Les concessionnaires automobile

Avril 2022

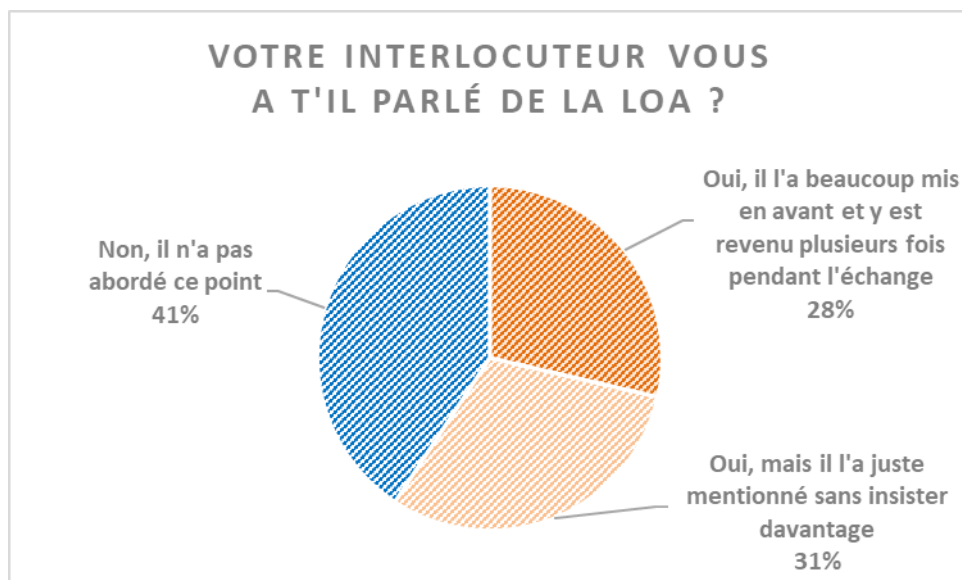
Les constructeurs automobiles par exemple, ont su adapter leurs messages pour capitaliser au mieux sur cette manne. C'est ainsi que, sur les publicités automobiles, le prix de vente final clair et net a laissé place à un prix mensuel. Difficile pour le consommateur d'y voir clair.



Cette alternative au crédit est vendue comme plus pratique par les constructeurs, puisqu'elle permet entre autres de budgétiser mensuellement le coût d'entretien de son auto. Qu'en est-il dans les faits ?

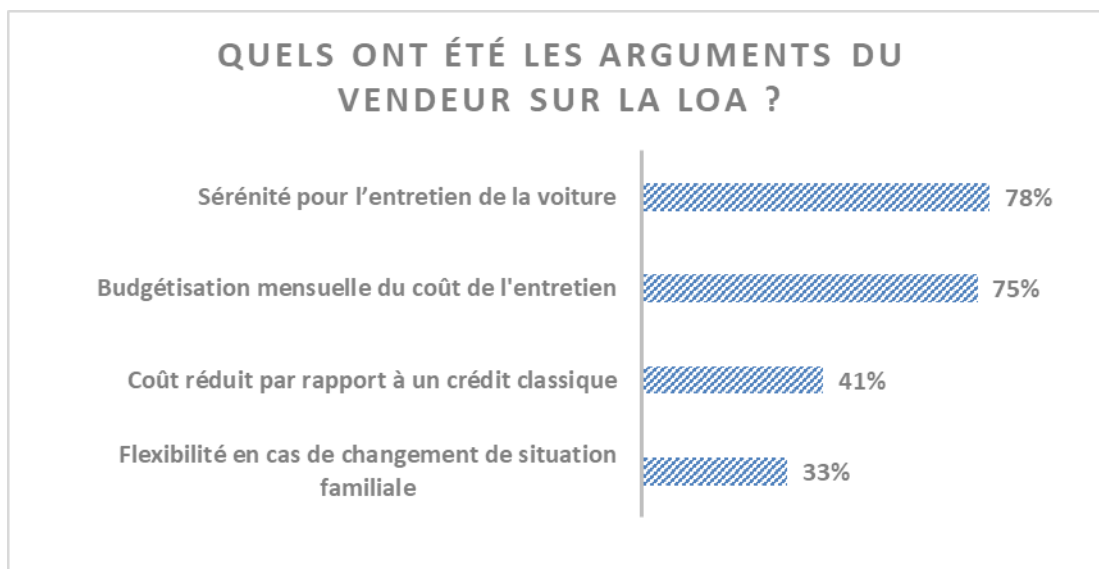
1. La LOA, abordée par 59% des concessionnaires :

Pas moins de 59% des concessionnaires ont parlé de la LOA, dont 28% sont revenus à la charge plusieurs fois pendant l'échange.



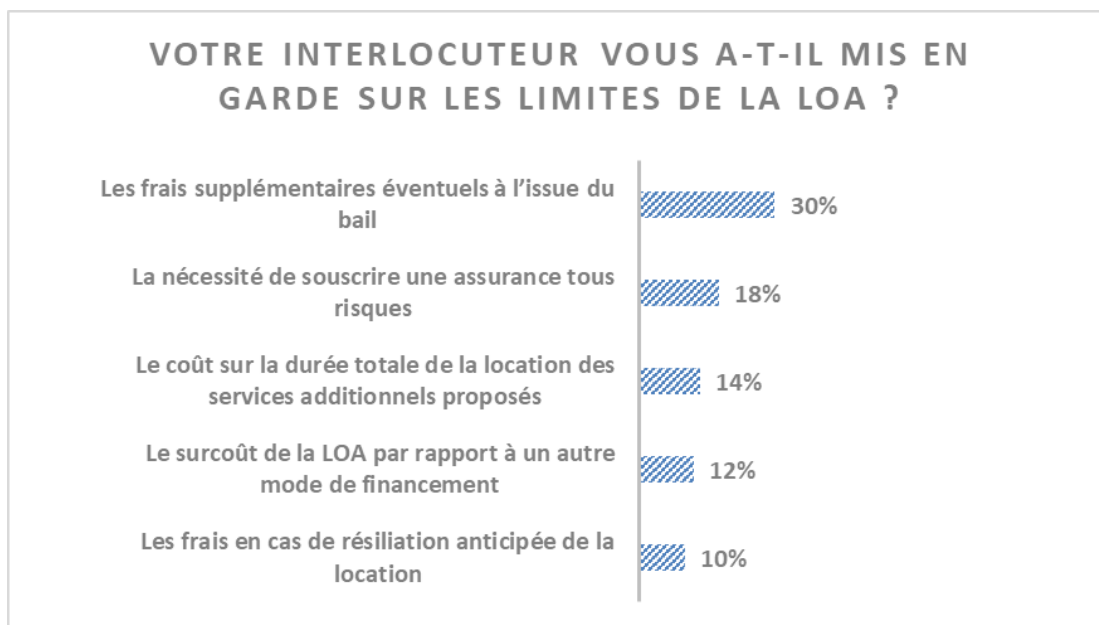
Les principaux arguments des vendeurs concernent la sérénité s'agissant de l'entretien (78%), et le côté budgétisation (75%). Le coût réduit par rapport à un crédit classique a aussi été cité par 41% des vendeurs, étant précisé qu'une LOA n'est pas moins chère qu'un crédit sur la durée totale, et si l'option

d'achat est levée. Ce sont en réalité les loyers de la LOA qui sont moins chers qu'une mensualité de crédit conso, et c'est sur ce point que jouent les vendeurs.



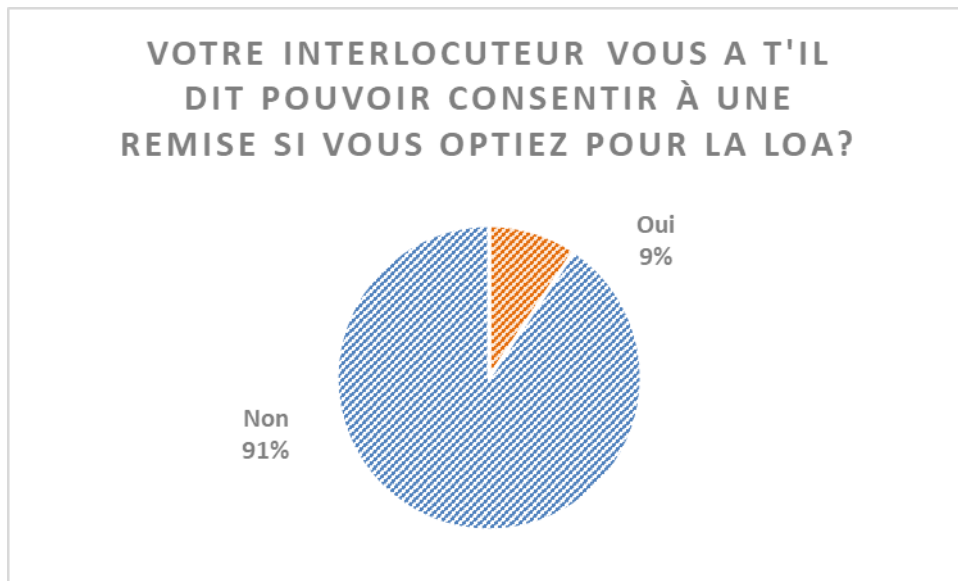
2. La LOA vendue sans limites :

Côté limites de la LOA, peu de mise en garde, globalement de la part des vendeurs. 1/3 ont mentionné la possibilité de frais supplémentaires à l'issue du bail et seuls 18% ont précisé qu'il fallait malgré tout souscrire à une assurance « tous risques ». Quant aux coûts additionnels, aux coûts en cas de résiliation anticipée, et au surcoût de la LOA, entre 10 et 14% des vendeurs les ont abordés.



3. La LOA, mauvais levier pour une remise complémentaire :

Etonnamment, seuls 9% des vendeurs ont dit pouvoir consentir à une remise (ou remise supplémentaire), si l'enquêteur-mystère souscrivait à la LOA.



Dans le cas de l'achat d'un véhicule neuf, il ne faut pas hésiter à demander 2 devis pour comparer, l'un simulant un achat classique, et l'autre une LOA ; il faut également bien avoir à l'esprit les limites de ce système avant d'y souscrire.

Les résultats sur l'accueil

I. Le showroom, en libre accès

1. Des véhicules de présentation bien souvent accessibles :



81% des véhicules étaient ouverts, libres d'être essayés et manipulés.



Et 19% fermés, nécessitant l'aide d'un vendeur pour regarder le véhicule.

2. L'essai du véhicule, pas systématique :

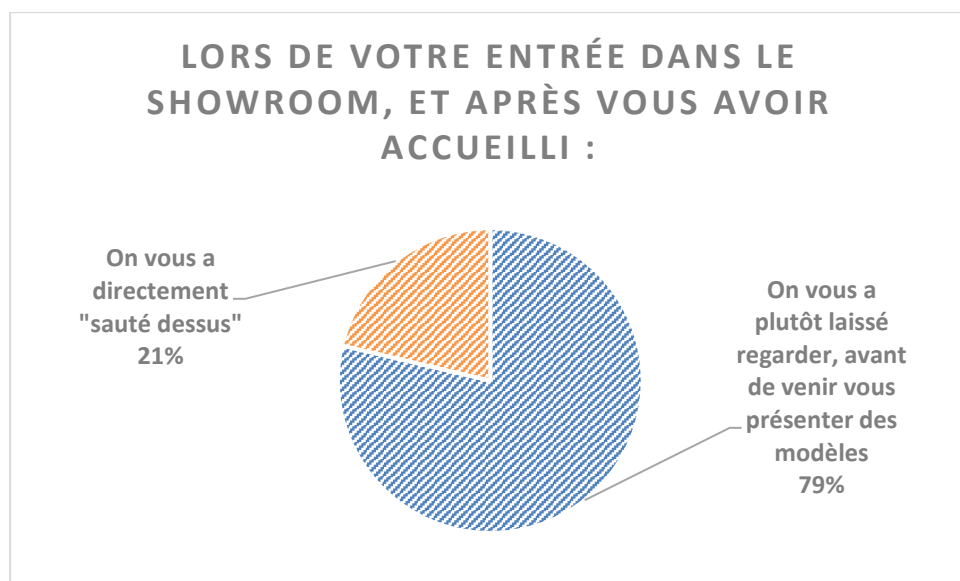


52% des vendeurs ont proposé aux enquêteurs un essai de voiture. Ce chiffre cache des variations parmi les 3 grands concessionnaires français : chez Renault, le score grimpe à 55%, baisse à 47% chez Peugeot, pour finir à 27% chez Citroën.

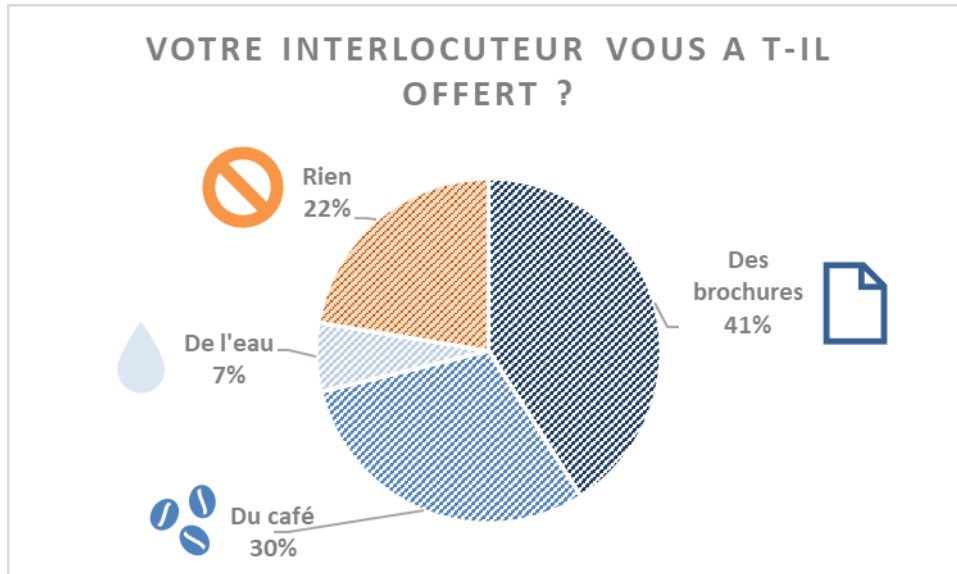
II. Des interlocuteurs agréables

1. Des vendeurs peu envahissants :

Côté accueil, la tendance est de ne pas stresser le client : ainsi, 79% des vendeurs ont laissé le temps aux enquêteurs de regarder le showroom et les véhicules, avant de venir leur présenter des modèles et échanger plus précisément sur leurs besoins. Ils ne sont que 21% à « avoir sauté sur » les enquêteurs dès leur arrivée.



En revanche, les consommateurs sont moins choyés qu'on pourrait l'espérer : seuls 37% se sont vus proposer une boisson (30% eau et 7% café), et 41% des brochures. 22% n'ont rien proposé aux potentiels futurs clients. Cela peut paraître un peu cavalier quand on pense aux montants engagés pour l'achat d'un véhicule. Ici encore, c'est Peugeot qui se démarque : 56% des concessions ont proposé une boisson, contre 31% chez Renault et 29% chez Citroën.



2. Des vendeurs très disponibles :

Enfin, sur la disponibilité, les vendeurs ont en majorité été disponibles (87%), avec une grande proportion de très disponibles (56%). Sur ce point, Renault score à 83%, contre 76% pour Peugeot et 50% pour Citroën.

