



Une étude de CarGurus révèle l'impact de la pandémie sur l'industrie automobile canadienne en 2020

December 4, 2020

Augmentation de l'intérêt pour l'achat de véhicules en ligne, diminution de l'intérêt pour les transports publics et le covoiturage

CAMBRIDGE, Mass., 04 déc. 2020 (GLOBE NEWSWIRE) -- CarGurus (Nasdaq: CARG), l'un des principaux cybermarchés mondiaux de l'industrie de l'automobile, a publié aujourd'hui son « [Étude CarGurus sur le moral des consommateurs relativement à la COVID-19 : comment la pandémie a affecté la perception des automobilistes en 2020](#) », qui évalue la réaction des magasiniers d'automobiles face à la pandémie de COVID-19. La publication de novembre compare les études CarGurus précédentes qui ont été menées à la fois en [avril](#) et en [juin](#) dernier, et explore des sujets tels que les stocks de véhicules, leur abordabilité, la vente de détail en ligne, le covoiturage et les transports en commun.

« Comparativement à nos recherches précédentes, la dernière étude de CarGurus sur la COVID-19 dresse un tableau cohérent et porteur d'une lueur d'espoir pour l'industrie automobile canadienne dans le contexte de cette pandémie, a déclaré Madison Gross, Directrice, Perceptions des consommateurs chez CarGurus. « Tout au long de l'année, nous avons pu remarquer que les magasiniers d'automobiles retardaient le moment de leur achat, mais sans pour autant l'annuler, une tendance montrant une certaine désertion des transports en commun et l'abandon du covoiturage en favorisant plutôt la possession d'un véhicule, ainsi qu'une plus grande ouverture d'esprit quant à l'achat d'une automobile en ligne. Si l'on ajoute à cela la forte demande actuelle de l'industrie automobile et la faiblesse de l'offre, il est probable que ces tendances se poursuivent l'année prochaine. »

Les principales conclusions de cette étude sont les suivantes :

Perception des stocks et des prix

La pandémie a perturbé les stocks de véhicules, et de nombreux magasiniers ont pris conscience de son impact sur la disponibilité des véhicules et les prix :

- Au plus haut de la pandémie, les magasiniers étaient près de deux fois plus susceptibles de dire que les prix étaient plus bas que ce à quoi ils s'attendaient en comparaison avec ceux qui sont actuellement en train de magasiner pour un véhicule (36 % contre 19 %).
- 10 % des gens qui ont acheté un véhicule au plus haut de la pandémie ont déclaré que l'offre disponible était bien pire que ce à quoi ils s'attendaient, et 21 % d'entre eux ont déclaré que l'offre leur paraissait légèrement pire que ce à quoi ils s'attendaient.

Vente de détail en ligne

À mesure que la pandémie se poursuit, les consommateurs sont de plus en plus familiers et à l'aise avec les outils d'achat en ligne, et envisagent de plus en plus les options de vente au détail en ligne lorsqu'ils recherchent un véhicule :

- Avant la pandémie, 26 % des personnes interrogées se disaient ouvertes à l'achat d'un véhicule en ligne. Ce chiffre est passé à 50 % dans l'étude la plus récente de novembre. Cette ouverture quant à l'achat d'un véhicule en ligne n'a pas faibli depuis juin (55 %) ou avril (60 %), malgré la réouverture des concessionnaires dans tout le pays.
- Même si les consommateurs sont de plus en plus ouverts à la vente de détail en ligne, seuls 37 % d'entre eux préféreraient acheter un véhicule de cette manière. En outre, les magasiniers sont davantage susceptibles de préférer la négociation des prix en ligne (68 %) et le financement en ligne (50 %).

Transports publics et covoiturage

La pandémie a perturbé de nombreux aspects de la vie des gens, notamment la façon dont ils se déplacent d'un endroit à l'autre et dont ils perçoivent la possession d'un véhicule.

- En novembre, 43 % des personnes ayant déjà fait du covoiturage et 49 % des usagers des transports publics prévoyaient de réduire ou d'arrêter leur utilisation de ces services. Cette proportion est restée relativement constante tout au long de la pandémie (41 % en juin, 51 % en avril pour le covoiturage, 50 % en juin et 54 % en avril pour les transports publics).
- Les véhicules ont constitué une diversion et une façon de se divertir pendant la pandémie : 46 % des magasiniers utilisent davantage leur automobile pour les sorties ou les longs trajets, et 44 % déclarent qu'ils considèrent leur auto comme étant une source d'évasion ou de plaisir pendant cette période.

Les résultats complets de l'étude comparative sur la COVID-19 de CarGurus peuvent être téléchargés [ici](#) et les questions relatives à l'analyse peuvent être envoyées à pr@cargurus.com.

Méthodologie

Tout au long de 2020, CarGurus a interrogé plus de 1 500 consommateurs sur leur perception à l'égard du magasinage d'automobiles pendant la pandémie de COVID-19. Tout récemment, en novembre, CarGurus a interrogé 502 personnes qui avaient l'intention d'acheter un véhicule fin 2020 ou en 2021. CarGurus a également interrogé 505 magasiniers en juin, et 500 autres en avril lors de précédentes éditions de cette étude comparative.

À propos de CarGurus

Fondée en 2006, CarGurus (Nasdaq:CARG) est un cybermarché mondial de l'industrie de l'automobile mettant en relation magasiniers et vendeurs d'automobiles neuves et usagées. L'entreprise a recours à une technologie exclusive, à des algorithmes de recherche et à des analyses de données qui permettent d'instaurer confiance et transparence dans l'expérience de recherche de véhicules automobiles, et d'aider les utilisateurs à trouver les

meilleures offres auprès des concessionnaires les mieux cotés. CarGurus est le site de magasinage automobile le plus visité des États-Unis (source: Comscore Media Metrix® Multi-Platform, Automotive – Information/Resources, Total Audience, Q2 2020, États-Unis (L'ensemble concurrentiel comprend: CarGurus.com, Autotrader.com, Cars.com, TrueCar.com)). Outre les États-Unis, CarGurus exploite des marchés en ligne au Canada et au Royaume-Uni.

Pour en savoir plus sur CarGurus, rendez-vous sur cargurus.ca.

CarGurus® est une marque déposée de CarGurus, Inc.

© 2020 CarGurus, Inc., tous droits réservés

Personne-ressource :

Brian Kramer

pr@cargurus.com



Source: CarGurus, Inc.