

2003



2008



Le marché de l'occasion en Belgique: étude & tendances

Une initiative de G.V.O. ASBL,
le Groupement des Négociants en Véhicules
d'Occasion,
affilié à FEDERAUTO
www.federauto.be



Une réalisation de HEC-ULg
Advisory,
www.heculgadvisory.be



Avec la collaboration de :

AutoScout24
www.autoscout24.be



BCA Autoveiling - Enchères Autos NV-SA
www.bca.be



Gras Savoye Belgium SA-NV
www.grassavoie.be



Sommaire

Sommaire	2
Avant-propos.....	4
Lexique	5
Méthodologie	6
PARTIE 1 : LES PROPRIETAIRES DE V.O.	7
1. Profil des propriétaires	7
2. Profil des V.O.	9
1/ Les Marques	9
2/ L'âge moyen.....	10
3/ Le type de carburant	10
4/ Le kilométrage à l'achat :	11
3. Les habitudes d'utilisation	11
1/ Kilométrage moyen annuel	11
2/ Espérance de longévité.....	12
3/ Véhicule principal ou secondaire	12
4/ Mode d'achat.....	12
5/ Prix d'achat:	13
6/ Délai de réflexion	14
7/ Assurance omnium	15
4. Modes d'achat et de choix	15
1/ Qualité du vendeur.....	15
2/ Critères de choix	15
3/ Pourquoi un V.O.	16
4/ L'image des professionnels auprès des propriétaires	17
5/ Eventualité de l'achat chez un professionnel	18
7/ Moyens de recherche	18
8/ Essai du véhicule	18
9/ Satisfaction de la fiabilité	19
10/ Satisfaction du service après-vente	19
5. Comportement futur en matière d'achat.....	19
1/ Le prochain véhicule.....	19
2/ Montant du prochain achat	20
3/ Mode de paiement	20
4/ Fidélité à la marque	20
6. Les contrats-types et les réseaux ou labels de qualité :	21
1/ Le contrat-type FEDERAUTO - VAB - TOURING	21
2/ Le contrat d'assistance.....	21
3/ La réglementation du secteur.....	22
4/ Le regroupement d'entreprises sous un label de qualité	22
5/ Le Car-Pass	22
6/ La durée légale de garantie	23
7/ Le logo « Vendeur Agréé » :	23

PARTIE 2 : LES PROFESSIONNELS DU V.O.	24
1. Profil des professionnels	25
1/ Type de professionnel :	25
2/ Fréquence des ventes	25
3/ Nombre d'employés/ouvriers	26
4/ Spécialisé dans une ou plusieurs marques	26
5/ Ancienneté d'activité dans le secteur	27
6/ Exposition des véhicules / superficie	27
2. Profil des V.O.	28
1/ Age moyen	28
2/ Garantie conventionnelle proposée	28
3/ Assurance sur la garantie	28
4/ Les labels de qualité	29
5/ Le dépôt-vente	29
3. Aspects financiers.....	30
1/ Evolution achat/vente.....	30
2/ Chiffre d'affaires	30
4. Origine des V.O.	31
5. Les clients	31
1/ Leurs critères	31
2/ Les clés du succès	32
6. Investissement et informatisation	33
1/ Domaines d'investissements.....	33
2/ Moyens de prospection	33
3/ Degré d'informatisation.....	34
Synthèse	35

Avant-propos

Prédire le marché de l'occasion comme on pourrait prédire la météo : le souhait de certains mais un exercice complexe pour tous.

Pour commencer, précisons que cette étude porte exclusivement sur les véhicules d'occasion que nous qualifierons de 'voiture de personnes & utilitaires légers' ou encore 'voiture de tourisme & utilitaires légers'.

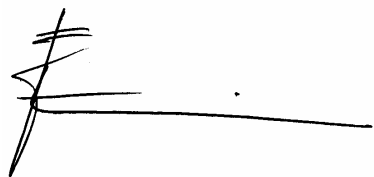
Pour comprendre le marché du véhicule d'occasion en Belgique, un premier baromètre relativement accessible est celui des immatriculations. Outil cependant incomplet si on ne prend pas en compte les véhicules vendus et non immatriculés, c.à.d. les exportations.

En 2007, on immatriculait 2% en plus de véhicules d'occasion que 10 ans avant. La croissance la plus forte ne revient pas à la catégorie de véhicules étudiés mais aux tracteurs agricoles (+34%) et ensuite aux véhicules utilitaires de plus de 3,5 tonnes pour le transport de marchandises (+23%).

L'année de notre première étude en 2003, on immatriculait 667.567 voitures d'occasion (voitures de personnes) contre 529.025 voitures neuves en Belgique. Fin 2007 on en comptait 662.496. Ajoutez-y environ 220.000 voitures de personnes vendues à l'exportation et vous comprendrez l'importance du marché.

Au-delà des immatriculations, nous tenterons de comprendre les comportements des acheteurs et des vendeurs. Les paramètres utilisés en 2003 ont été repris sans négliger de nouveaux aspects relatifs au marché. En effet, nous ne pouvions pas nier l'aspect « Internet » qui, plus que hier, permet aux acheteurs et aux vendeurs de se rencontrer sans frontières. L'aspect des nouvelles législations en vigueur est également mesuré (la garantie par exemple).

Ceci dit, nous vous laissons découvrir les observations qui ressortent de la mise à jour en 2008 de notre première étude et vous en souhaitons une agréable lecture.



Jean-François Dinant
Secrétaire général G.V.O. ASBL



Alex LEEMANS
Président G.V.O. ASBL

Sources des immatriculations : <http://www.statbel.fgov.be>

Lexique

V.O. : Véhicule d'Occasion.

V.N. : Véhicule Neuf.

Négociant en V.O. : Personne ou entreprise spécialisée dans l'achat et la vente de véhicules d'occasion.

Concessionnaire : entreprises dont l'activité principale est, dans le cadre d'une relation contractuelle avec un importateur, la distribution et/ou la réparation de véhicules.

Garage indépendant : Personne ou entreprise spécialisée dans l'entretien et la réparation de véhicules - non liée à une marque.



: Indique ce que l'on peut retenir des résultats



: Indique une corrélation entre plusieurs indicateurs



: Augmentation



: Diminution



: Pas de variation

Méthodologie

L'enquête menée en avril 2008 par HEC-ULg Advisory est une initiative de l'ASBL Groupement des négociants en Véhicules d'Occasion, affiliée à FEDERAUTO.

L'enquête sert de mise à jour à celle réalisée en 2003 et comprend deux parties :

1. L'analyse du comportement des PROPRIETAIRES d'un V.O.

350 propriétaires d'un V.O. ont été interrogés en call-center et de vive voix en respectant les divisions démographiques et linguistiques du pays.

L'analyse effectuée regroupe les différentes réponses de façon à donner une image synthétique des tendances qui se dégagent. Elle a été complétée par une analyse de corrélation entre les indicateurs qui semblent intéressants.

2. L'analyse du comportement des PROFESSIONNELS du V.O.

150 professionnels du V.O. (37% de négociants en V.O., 31% de concessionnaires et agents de marque, 32% de garagistes indépendants) ont été interrogés en call-center et de vive voix.

L'analyse effectuée compare des résultats obtenus par rapport à ceux de l'enquête réalisée sur un panel similaire en 2003. Néanmoins, certaines comparaisons sont impossibles lorsque la question n'était pas posée lors de l'enquête précédente.

PARTIE 1 : LES PROPRIETAIRES DE V.O.

1. Profil des propriétaires

Sexe :

Homme	46,7%
Femme	53,3%



Le pourcentage de femmes ayant un pouvoir décisionnel en matière de voitures a encore augmenté par rapport à l'enquête réalisée en 2003 (le pourcentage s'élevait alors à 47,5%).

Profession :

Agriculteur	2,6%
Artisan	1,0%
Commerçant	3,6%
Prof. libérale	8,2%
Cadre supérieur	4,1%
Cadre moyen	6,6%
Employé	55,1%
Ouvrier	18,9%

Activité :

Actif	57,2%
Demandeur d'emploi	4,1%
Pensionné	7,6%
Ménagère	1,4%
Etudiant	29,3%
Non-Actif	0,3%

La question du revenu a été posée lors des interviews téléphoniques. Néanmoins, le faible taux de réponse ne nous permet pas de tenir compte de cette donnée.

2. Profil des V.O.

1/ Les Marques

	% 2008	% 2003	Evolution	Top 10 selon immatriculations en 2007
Volkswagen	15,3%	12,6%	+ 2,7%	Volkswagen
Opel	14,6%	11,8%	+ 2,8%	Opel
Ford	10,3%	12,2%	- 1,9%	Ford
Peugeot	9,6%	5,2%	+ 4,4%	Renault
Renault	8,0%	11,1%	- 3,1%	Peugeot
Toyota	7,0%	7,4%	- 0,4%	Mercedes
Citroën	6,0%	7,4%	- 1,4%	Citroën
BMW	5,0%	2,9%	+ 2,1%	BMW
Audi	3,7%	0,3%	+ 3,4%	Toyota
Fiat	3,0%	2,5%	+ 0,5%	Volkswagen
Mitsubishi	2,3%	2,3%	0,0%	Sources: www.statbel.fgov.be
Mercedes	2,3%	6,4%	- 4,1%	
Volvo	2,0%	1,1%	+ 0,9%	
Honda	2,0%	0,9%	+ 1,1%	
Suzuki	1,3%	0,6%	+ 0,7%	
Hyundai	1,0%	0,9%	+ 0,1%	
Daihatsu	1,0%	0,0%	+ 1,0%	
Alfa Romeo	1,0%	0,6%	+ 0,4%	
Seat	0,7%	0,3%	+ 0,4%	
Chrysler	0,7%	0,9%	- 0,2%	
Mazda	0,7%	2,0%	- 1,3%	
Rover	0,7%	0,0%	+ 0,7%	
Skoda	0,7%	0,0%	+ 0,7%	
Saab	0,3%	0,2%	+ 0,1%	
Daewoo	0,3%	0,4%	- 0,1%	
Porsche	0,3%	0,3%	0,0%	
Land Rover	0,3%	0,0%	+ 0,3%	



On remarque que, à 2 marques près, le top 10 des véhicules est identique à celui obtenu en 2003. Les autres marques se répartissent à parts plus ou moins égales le reste du marché. Le résultat obtenu est très proche de celui présenté par les immatriculations 2007, Mercedes reprenant sa place, tout comme dans le top 10 de 2003.

2/ L'âge moyen

De l'année de mise en circulation et l'année d'achat des V.O., on peut déduire l'âge moyen des véhicules vendus. Voici le résultat pour 2008 :

Wallonie : 5.3 ans

Flandre : 5.2 ans

Bruxelles : 5.6 ans

MOYENNE : 5.3 ans



Les indicateurs sont fort proches, ce qui sous-entend que l'âge moyen des véhicules vendus est presque le même partout en Belgique.

Quand on compare ces résultats par rapport à ceux de l'enquête de 2003 (sept ans et moins), on constate que l'âge moyen du parc des voitures d'occasion a faiblement diminué.

3/ Le type de carburant

	% 2008	% 2003	Evolution
Essence	52,3%	51,2%	+ 1,1%
Diesel	45,0%	46,8%	- 1,8%
LPG	2,6%	2%	+ 0,6%

Comparaison avec le Baromètre sectoriel 2008 réalisé par FMA asbl et Reparauto asbl

	% 2007	% 2003	Evolution
Essence	48,0%	54,2%	- 6,2%
Diesel	51,0%	44,7%	+ 6,3%
LPG	1,1%	1,3%	- 0,2%

Comparaison avec les immatriculations 2006 selon www.statbel.fgov.be

	% 2006
Essence	48,4%
Diesel	54,8%
LPG	1,6%



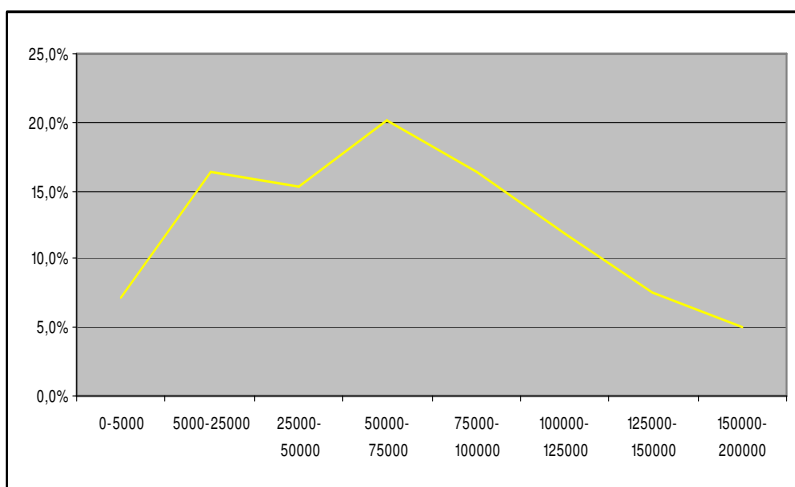
On se rend compte que les moteurs à essence et au diesel restent les carburants les plus utilisés. Le diesel prenant la tête du classement.

L'échantillon de l'étude semble un peu trop faible afin de refléter ce qui est constaté par le Baromètre sectoriel ainsi que par les immatriculations.

Cet indicateur pourrait-il démontrer que les véhicules d'occasion ne sont pas encore très performants sur le plan écologique (énergies alternatives et LPG) ?

4/ Le kilométrage à l'achat :

Km	%
0-5000	7,2%
5000-25000	16,4%
25000-50000	15,4%
50000-75000	20,1%
75000-100000	16,4%
100000-125000	11,9%
125000-150000	7,5%
150000-200000	5,1%



La majorité des V.O. ont entre 50.000 et 75.000 km. Résultats sensiblement différents par rapport à ceux obtenus en 2003 où le kilométrage moyen des véhicules était de 77.920 km.

3. Les habitudes d'utilisation

1/ Kilométrage moyen annuel

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Moyenne	18.227 km	13.530 km	15.116 km	15.250 km



Le nombre moyen de kilomètres parcourus chaque année est très proche de celui constaté en 2003, à savoir 16.500 km.

Corrélation kilométrage moyen / activité :



	Km Wallonie	Km Flandre	Km Bruxelles	Moyenne
Actif	20.008	14.739	16.818	18.222
Demandeur d'emploi	17.000	14.400	13.833	15.125
Pensionné	11.035	23.333	8.000	11.625
Ménagère	23.000	10.000	6.000	15.500
Etudiant	19.428	12.467	11.000	13.152
Non-Actif	Taux de réponse trop faible - pas de résultat représentatif			-



La corrélation étudiée entre ces deux indicateurs indique qu'il existe un lien entre l'activité de la personne et les kilomètres qu'elle parcourt chaque année. On constate que les personnes actives qui possèdent un V.O. sont celles qui roulent le plus. Étonnamment, ce sont les personnes pensionnées au nord du pays qui rouleraient le plus. (Résultat à relativiser vu le faible taux de réponse dans cette catégorie)

2/ Espérance de longévité

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne	Enquête 2003	Evolution
Nombre donné (année)	4,3	4,2	5	4,2	4,2	+ 0,09
Au finish	32,60%	16,57%	46,66%	24,60%	/	/

Cet indicateur tient compte de deux types de résultats :

- les résultats chiffrés (exemple : je garde ma voiture 4 ans)
- les résultats non chiffrés (exemple : des années)



Les données chiffrées sont relativement uniformes pour l'ensemble de la population belge. Mais du côté des données non chiffrées, on remarque que, par rapport au nord du pays, presque le double des propriétaires du sud souhaitent garder leur véhicule jusqu'à ce qu'il rende l'âme.

L'enquête de 2003 ne proposait pas cette dernière possibilité. La comparaison est donc impossible. Par contre, en ce qui concerne les données chiffrées, le résultat de 2008 est quasiment identique à celui de 2003.

3/ Véhicule principal ou secondaire

Leur V.O. est-il le véhicule principal ou secondaire (dans la famille) ?

	% 2008
Principal	83,0%
Secondaire	17,0%

4/ Mode d'achat

	% 2008	% 2003	Evolution
Au comptant	71,4%	82,8%	- 11,4%
Financement	28,6%	17,2%	+ 11,4%
Sans réponse	3,3%	/	/



Comme attendu, le mode principal d'achat des voitures d'occasion est le paiement au comptant (69% de la population sondée). Mais nous constatons une nette augmentation du financement comme mode d'achat depuis 2003.

5/ Prix d'achat:

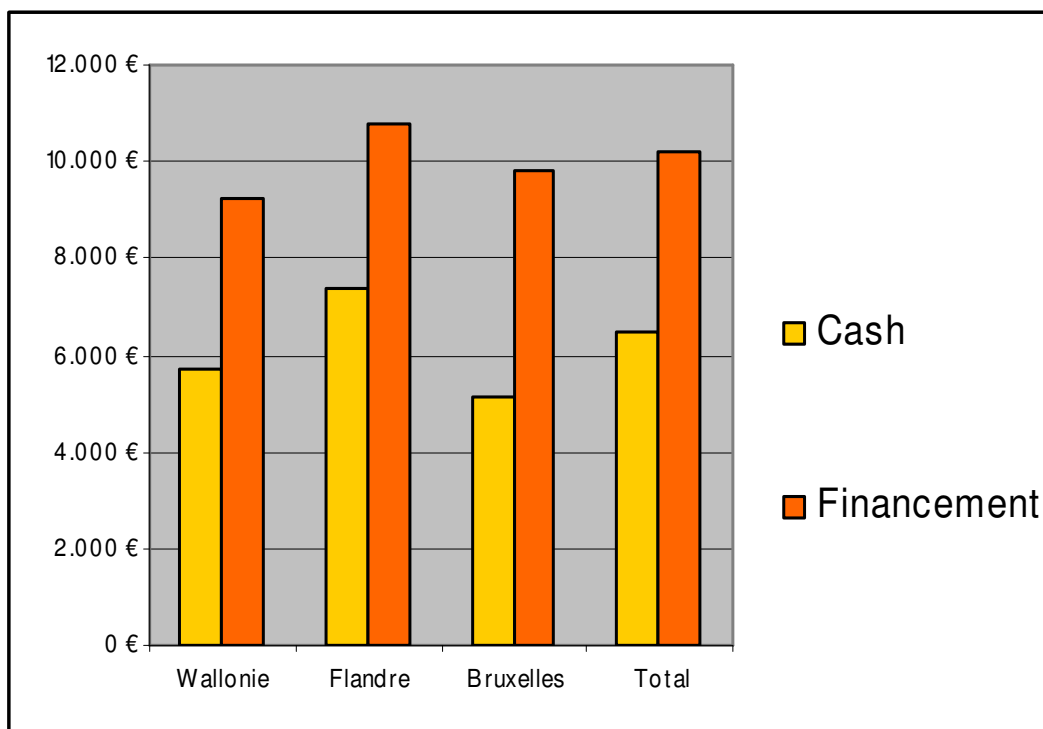
	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Prix moyen	6.737 €	8.254 €	6.469 €	7.575 €



En 2003, la plus grande partie de l'échantillon interrogé avait payé le V.O. entre 2.501 € et 7.450 €. Le prix moyen en 2008 étant de 7.575 €, on constate que les consommateurs ont plus investi pour leur V.O.



Corrélation Prix / Mode de paiement:



	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Au comptant	5.689 €	7.370 €	5.163 €	6.502 €
Financement	9.270 €	10.793 €	9.827 €	10.174 €



En corrélant ces deux indicateurs, nous observons un rapport éventuel entre le prix du V.O. et le mode de paiement utilisé pour l'acquérir (au comptant ou financement). On remarque immédiatement la tendance suivante dans les trois régions : plus le montant de la voiture est élevé, plus il y a une tendance à utiliser un mode de paiement à crédit.

6/ Délai de réflexion

	Wallonie	Flandre	Bruxelles
1 heure	24,7%	7,1%	0,0%
1 jour	26,9%	15,4%	10,0%
Moins d'1 semaine	30,1%	40,8%	56,7%
Plus d'1 semaine	18,3%	36,7%	33,3%

	% 2008	% 2003	Evolution
1H	12,0%	/	/
1 jour	18,5%	53,4%	- 22,9%
Moins 1 Sem	39,0%	27,7%	+ 11,3%
Plus 1 Sem	30,5%	18,9%	+ 11,6%



L'enquête de 2003 ne proposait pas le délai d'une heure. En Wallonie, environ 50 % des acheteurs prennent un jour ou moins pour se décider. En Flandre, ils prennent par contre à 77% un délai supérieur à une journée.

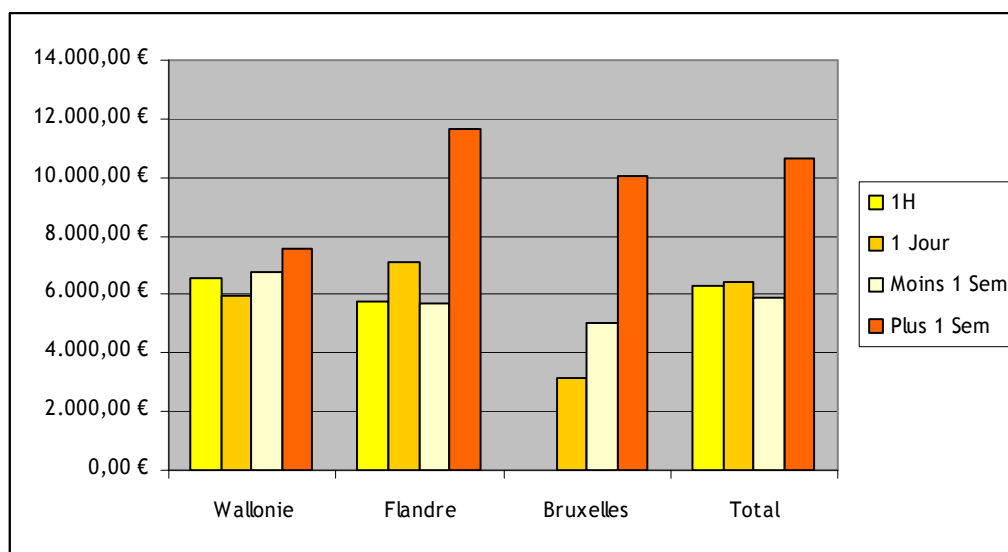


Corrélation Prix / Temps de réflexion : (voir tableau p.18)

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
1H	<i>Taux de réponse trop faible - pas de résultat représentatif</i>			-
1 Jour	5.989,00 €	7.090,00 €	3.150,00 €	6.404,00 €
Moins d'1 Sem	6.786,00 €	5.713,00 €	5.010,00 €	5.876,00 €
Plus d'1 Sem	7.564,00 €	11.638,00 €	10.036,00 €	10.681,00 €



Une tendance s'établit légèrement dans cette analyse : plus le prix est élevé, plus le temps de réflexion pour l'achat du véhicule augmente. Cette tendance s'établit clairement pour les achats de voiture qui demandent plus d'une semaine de réflexion. Par contre, sur le court terme (moins d'une semaine), aucune tendance particulière ne se dégage.



7/ Assurance omnium

L'achat du V.O. a-t-il été lié à la souscription d'une assurance omnium ?

	Enquête 2008	Enquête 2003	Evolution
Oui	32,6%	14,1%	+ 18,5%
Non	67,4%	85,9%	- 18,5%



Depuis 2003, 18,5% des propriétaires en plus assurent leur V.O. en omnium. Résultat qui pourrait rejoindre la logique de l'âge moyen du V.O. que nous voyons rajeunir depuis 2003.

4. Modes d'achat et de choix

1/ Qualité du vendeur

	% 2008	% 2003
Particulier	34,4%	37,5%
Négociant V.O.	15,1	31,0%
Concessionnaire	22,7%	27,0%
Garagiste indépendant	22,6	-
Autres	2,2	3,7%

Source chiffres 2008 : Baromètre sectoriel réalisé par FMA asbl et Reparauto asbl



Le particulier est le premier lieu d'achat avec 34,4%. Dans l'analyse complète du Baromètre sectoriel, on constate cependant une baisse des particuliers entre 2006 et 2007 au profit des professionnels. Le phénomène est probablement lié aux nouvelles législations en vigueur (Garantie, Car-Pass...)

2/ Critères de choix

Mis à part le prix, voici les classements des critères de choix :

Critère de 1^{ère} importance :

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Age	⑤ 14,0%	① 34,5%	10,0%	① 25,6%
Type de carrosserie	① 31,2%	② 21,8%	① 23,3%	24,9%
Kilométrage	② 17,2%	⑤ 16,7%	10,0%	16,2%
Carburant	17,2%	10,9%	② 20,0%	13,8%
Marque précise	10,8%	6,9%	3,3%	7,7%
Origine du véhicule	4,3%	1,7%	6,7%	3,0%
Performances	3,2%	2,9%	3,3%	3,0%
Equipement	1,1%	1,7%	⑤ 13,3%	2,7%
Garantie	1,1%	1,7%	3,3%	1,7%
Ecologie	0,0%	1,1%	6,7%	1,3%

Critère de 2^{ème} importance :

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Kilométrage	① 22,9%	① 26,3%	① 23,3%	① 25,0%
Carburant	② 16,9%	② 24,6%	② 10,0%	20,8%
Age	③ 14,5%	③ 17,5%	23,3%	17,3%
Marque précise	14,5%	9,9%	② 10,0%	11,3%
Origine du véhicule	8,4%	5,3%	③ 6,7%	6,3%
Performances	3,6%	7,0%	② 10,0%	6,3%
Type de carrosserie	10,8%	0,6%	③ 6,7%	4,2%
Equipement	3,6%	3,5%	3,3%	3,5%
Ecologie	1,2%	4,1%	3,3%	3,2%
Garantie	3,6%	1,2%	3,3%	2,1%

Critère de 3^{ème} importance :

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Kilométrage	③ 11,5%	① 27,6%	13,3%	① 21,6%
Carburant	① 15,4%	② 24,1%	① 23,3%	① 21,6%
Age	6,4%	③ 17,2%	② 13,3%	13,8%
Marque précise	12,8%	9,8%	3,3%	9,9%
Equipement	② 12,8%	3,4%	③ 10,0%	6,7%
Performances	6,4%	6,9%	3,3%	6,4%
Ecologie	9,0%	4,0%	6,7%	5,7%
Origine du véhicule	5,1%	5,2%	6,7%	5,3%
Type de carrosserie	10,3%	0,6%	② 13,3%	4,6%
Garantie	10,3%	1,1%	6,7%	4,3%



En rassemblant toute la population, on se rend compte que le trio de tête des critères de choix des voitures d'occasion, mis à part le prix sont : l'âge, le kilométrage et le carburant. Ce sont les trois principales variables décisionnelles qui poussent le consommateur à acheter ou non un véhicule d'occasion.

On remarque qu'au sud du pays, le type de carrosserie vient supplanter l'âge comme premier critère de choix de V.O. Les résultats bruxellois sont une fois encore un juste milieu entre les deux autres régions.

3/ Pourquoi un V.O.

Les réponses à cette question devaient être classées de 1 à 5 selon leur ordre d'importance pour le propriétaire.

Méthodologie : Si la valeur X a été sélectionnée comme critère, elle ne peut plus l'être pour un critère d'ordre d'importance inférieur.



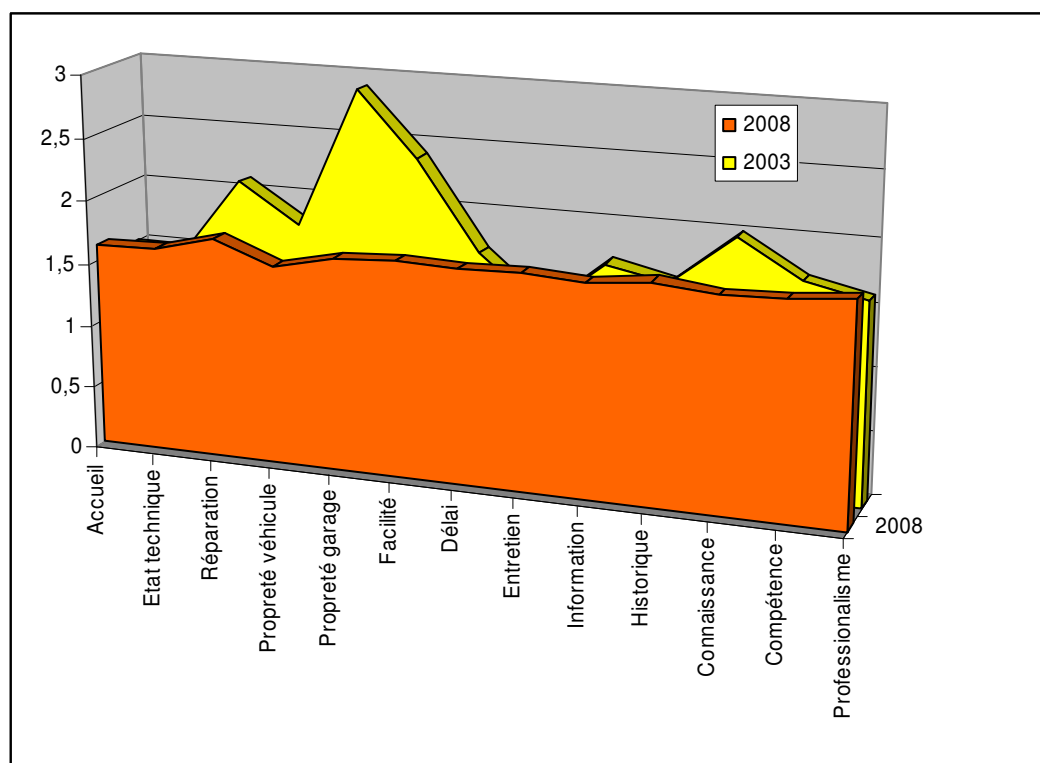
Tout cela conduit au classement final pour l'ensemble de la population qui serait :

- ① Le vendeur possédait le véhicule correspondant précisément à mes besoins
- ② J'avais confiance dans le vendeur
- ③ Je connaissais le vendeur ou il m'avait été recommandé

4/ L'image des professionnels auprès des propriétaires

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Enquête 2008	Enquête 2003	Evolution
Accueil	1,54	1,6	1,93	1,62	1,50	↓
Etat technique	1,53	1,62	2,06	1,64	1,50	↓
Réparation	1,54	1,87	1,68	1,75	2,10	↑
Propreté du véhicule	1,54	1,56	1,81	1,57	1,80	↑
Propreté garage	1,53	1,71	1,93	1,68	2,90	↑
Facilité	1,58	1,77	1,66	1,71	2,40	↑
Délai	1,53	1,73	1,93	1,69	1,70	↑
Entretien	1,64	1,74	1,75	1,71	1,30	↓
Information	1,64	1,68	1,81	1,68	1,70	↑
Historique	1,56	1,86	1,50	1,73	1,60	↓
Connaissance	1,51	1,71	2,00	1,68	2,00	↑
Compétence	1,56	1,73	1,93	1,70	1,70	→
Professionalisme	1,55	1,83	1,75	1,74	1,60	↓

Echelle : 1 Très bonne image < > 4 très mauvaise image



Cet indice montre bien que les professionnels ont en moyenne une bonne image auprès de leurs clients. Si un indicateur avait été supérieur à 2, il en aurait été autrement.

Les résultats 2008 sont plus linéaires que ceux obtenus en 2003 ». Certainement en ce qui concerne la propreté des établissements qui semblait faire défaut.

5/ Eventualité de l'achat chez un professionnel

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Jamais	16%	8%	3%	10%
Oui	84%	92%	97%	90%



Dans l'ensemble, il n'y a pas de réticence à acheter chez un professionnel. Le sud du pays serait peut-être un peu moins enclin à acheter chez un professionnel.

Lors de l'enquête, outre les réponses statistiques, qui montrent qu'il n'y a pas de méfiance flagrante envers les professionnels, la question permettait une réponse ouverte. Les diverses raisons qui freineraient éventuellement l'achat chez un professionnel sont les suivantes :

- la qualité des voitures
- les prix trop élevés
- la confiance

Ces raisons semblent pouvoir être relativisées étant donné la grande proportion de la population qui n'est pas du tout réticente à l'idée d'acheter chez un professionnel.

7/ Moyens de recherche

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Journaux	6,7%	7,5%	6,9%	7,2%
Internet	14,6%	19,9%	17,2%	17,8%
Presse Auto	0,0%	4,1%	3,4%	2,7%
TV	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Toutes boîtes	3,4%	3,4%	17,2%	4,9%
Négociant V.O.	58,4%	29,5%	37,9%	40,2%
Garagiste habituel	16,9%	35,6%	17,2%	27,3%



Les acheteurs prospectent en majorité en consultant le stock des négociants en V.O., celui de leur garagiste habituel et également via les annonces présentes sur Internet. Ces trois sources assurent aux V.O. la meilleure visibilité.

On pourrait constater que la presse automobile spécialisée n'est pas le média le plus intéressant pour vendre des V.O.

8/ Essai du véhicule

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Oui	82%	75%	97%	84%	76,5%	+ 7,5%
Non	18%	25%	3%	16%	23,5%	- 7,5%



Plus d'acheteurs ont pu effectuer un essai avec le véhicule qu'en 2003.

Ceci démontre une prise de conscience par rapport à la force d'argument qu'est l'essai dans le processus de décision.

9/ Satisfaction de la fiabilité

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Satisfait	90%	63%	86%	73%	93,3%	- 20,3%
Non Satisfait	10%	37%	14%	27%	6,7%	+ 20,3%



Plus de 70% de la population est satisfaite par la fiabilité de sa voiture d'occasion. On semble être plus satisfait au sud du pays qu'au nord. Néanmoins, les propriétaires étaient beaucoup plus satisfaits en 2003 qu'en 2008 par les véhicules d'occasion achetés.

10/ Satisfaction du service après-vente

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Oui	91%	92%	86%	89%	90,4%	-1,4%
Non	9%	8%	14%	11%	9,6%	1,4%



Les indicateurs n'ont pas varié significativement depuis 2003. Le taux de satisfaction reste très élevé.

5) Comportement futur en matière d'achat

1/ Le prochain véhicule

Intention d'achat quant au prochain véhicule (neuf ou occasion) :

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Neuf	32,5%	41,3%	26,7%	37,2%
Occasion	67,5%	58,7%	73,3%	62,8%



On remarque que les propriétaires d'un V.O. ont plutôt tendance à choisir une autre véhicule d'occasion qu'un neuf lors de leur prochain achat.

2/ Montant du prochain achat

Quel montant l'acheteur serait-il prêt à investir pour son prochain achat ?

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Prix moyen	8.143 €	10.229 €	9.252 €	9.539 €	7.701 €	+19,27%



En Flandre, les acheteurs sont les plus enclins à investir des sommes plus importantes dans l'achat d'une voiture d'occasion. Nous avons calculé le montant moyen prêt à être investi par les consommateurs en 2003 par rapport aux classes de prix proposées. On se rend compte qu'en moyenne les consommateurs sont prêts à investir plus d'argent aujourd'hui qu'en 2003.

3/ Mode de paiement

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Au comptant	57%	61%	39,3%	57,4%	78,20%	- 20,78%
Financement	43%	39%	60,7%	42,6%	21,80%	+ 20,78%



La tendance à vouloir payer sa prochaine voiture d'occasion au moyen d'un financement se dégage clairement par rapport à l'enquête de 2003. Il nous semble donc intéressant pour les vendeurs de V.O. de développer encore mieux ce type de service.

4/ Fidélité à la marque

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Oui	47,8%	38,3%	40,0%	41,3%	55,5%	-14,2%
Non	52,2%	61,7%	60,0%	58,7%	44,5%	+ 14,2%



On remarque que les propriétaires de V.O. wallons sont plus fidèles à une marque qu'au nord du pays.

Les propriétaires de V.O. en général en 2008 sont majoritairement infidèles à la marque : alors que c'était le contraire en 2003, une baisse de 14.2% de la fidélité à la marque a été constatée.

6) Les contrats-types et les réseaux ou labels de qualité :

1/ Le contrat-type FEDERAUTO - VAB - TOURING

Les acheteurs connaissent-ils le contrat-type édité par FEDERAUTO - VAB - TOURING :

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Oui	33%	65%	34%	52%
Non	67%	35%	66%	48%
Si oui, utilisateur ?	20%	25%	10%	22%



Le contrat-type FEDERAUTO semble être beaucoup mieux connu en Flandre. Une bonne moyenne générale trois ans après son lancement sur le marché.

2/ Le contrat d'assistance

Les acheteurs seraient-ils prêts à lier leur achat à un contrat d'assistance panne-mécanique ?
Si oui, à quel prix ?

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	2008	2003	Evolution
Oui	44,4%	39,1%	34,5%	40,4%	18,0%	+ 22,4%
Non	55,6%	60,9%	65,5%	59,6%	82,0%	- 22,4%
Montant moyen	82,5 €	178 €	100,8 €	142,7 €	/	/



L'intérêt vis-à-vis d'un contrat d'assistance panne-mécanique semble mitigé. Cette tendance pourrait être causée par le fait que beaucoup d'automobilistes profitent déjà de ce type de produit via leur police d'assurance-auto.

3/ La réglementation du secteur

Satisfaction par rapport à la réglementation dans le secteur du V.O. :

	2008	2003	Evolution
Oui	84,3%	90,7%	- 6,44%
Non	15,7%	9,3%	+ 6,44%



La variation par rapport à 2003 n'est pas très importante. Il faut aussi prendre en compte le fait que l'enquête de 2003 avait un taux de 43% de réponse contre 72% en 2008. Objectivement, des éléments importants sont pourtant venus changer le paysage légal. Pensons à la nouvelle garantie sur les biens de consommation ainsi qu'à Car-Pass.

4/ Le regroupement d'entreprises sous un label de qualité

Satisfaction par rapport au regroupement des entreprises sous un label de qualité :

	2008	2003	Evolution
Oui	78,2%	84,0%	- 5,8%
Non	21,8%	16,0%	+ 5,8%



La variation par rapport à 2003 n'est pas très importante. 78% des personnes interrogées y accordent une importance. Il faut cependant prendre en compte le fait que l'enquête de 2003 présentait un taux de 39% de réponses à cette question contre 81% en 2008.

5/ Le Car-Pass

Comment le mot « CAR-PASS » est-il défini par les personnes interrogées ?

Il s'agit :

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Carte Parking	9,2%	11,0%	13,8%	10,8%
Vignette autoroute	17,1%	35,4%	24,1%	29,0%
Contrôle km	73,7%	53,7%	62,1%	60,2%



10% des personnes interrogées pensent que le Car-Pass est une carte de parking. Six personnes sur dix répondent correctement à la question, à savoir l'attestation de l'historique du kilométrage du véhicule.

La proportion était quasiment inversée il y a 8 mois lors d'une enquête propre à l'ASBL Car-Pass.

6/ La durée légale de garantie

La question posée était de savoir si oui ou non il y avait une durée légale de garantie en matière de V.O.. Et si oui, quelle était sa durée ?

	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Moyenne
Oui	92,9%	81,6%	93,1%	86,6%
Non	7,1%	18,4%	6,9%	13,4%
Durée moyenne	1,09	1,79	1,53	1,52



La durée de garantie légale de minimum 12 mois fixée par la loi du 1^{er} septembre 2004 est surévaluée par la majorité des propriétaires qui semblent bien informés. Une prochaine enquête pourrait peut-être nous apprendre si au-delà de la durée, les acheteurs maîtrisent bien la portée de cette garantie.

7/ Le logo « Vendeur Agréé » :

La question posée mesurait la connaissance du logo « Vendeur Agréé » FEDERAUTO. Si la personne interrogée confirmait le connaître, elle était alors invitée à le décrire.

	Wallonie	Flandre	Bruxelles
Oui, je le connais	55%	45%	40%
Non	45%	55%	60%
Description finale correcte	45%	100%	60%



Moins de la moitié des Wallons pensant connaître le logo « Vendeur Agréé » peuvent le décrire correctement (« une voiture bleue dans un cercle rouge »). Par contre, les personnes interrogées en Flandre qui le connaissent le décrivent correctement.

Le label confirme donc sa reconnaissance mais rien ne semble acquis.

PARTIE 2 : LES PROFESSIONNELS DU V.O.

1. Profil des professionnels

1/ Type de professionnel :

	2008
Concessionnaire	31%
Négociant V.O.	37%
Garagiste indépendant	32%

REMARQUE IMPORTANTE POUR UNE BONNE LECTURE :

Dans cette partie de l'enquête, les réponses obtenues pour la région de Bruxelles-Capitale ont été redistribuées dans les résultats de la Flandre et de la Wallonie en respectant la langue utilisée par le professionnel interrogé.

2/ Fréquence des ventes

	2008	2003	Evolution
Tous les jours	17,1%	11,9%	+ 5,2%
Plusieurs/sem	34,2%	29,8%	+ 4,4%
Plusieurs/mois	28,5%	33,8%	- 5,3%
Occasionnellement	20,3%	24,5%	- 4,2%

	Tous les jours	Plusieurs/sem	Plusieurs/mois	Occasionnellement
Concessionnaire	5%	46%	34%	15%
Négociant V.O.	30%	37%	21%	12%
Garagiste indépendant	9%	20%	36%	35%



Les négociants de V.O. ont une fréquence de vente supérieure aux concessionnaires et aux garagistes indépendants. Etant donné les données communiquées par les garagistes indépendants, on peut effectivement supposer que la vente de V.O. n'est pas leur source principale de revenu.

Par rapport à l'enquête de 2003, la fréquence des ventes semble avoir réellement augmenté.

3/ Nombre d'employés/ouvriers

	Wallonie	Flandre	2008	2003	Evolution
Moyenne	6,39	6,78	6,585	2,715	+3,87

	Wallonie	Flandre
Concessionnaire	12,95	13,03
Négociant V.O.	3,1	4,49
Garagiste indépendant	3,2	2,48



Le nombre moyen d'employés en Wallonie est relativement proche de celui en Flandre. De surcroît, les sous-moyennes (concessionnaires, négociants V.O., garagistes indépendants) sont fort proches.

4/ Spécialisé dans une ou plusieurs marques

Rappel pour une bonne lecture : il s'agit ici de la vente de V.O.

		1 marque	Plusieurs	Toutes marques
Wallonie	Concessionnaire	34,8%	17,4%	47,8%
	Négociants V.O.	21,9%	28,1%	50,0%
	Garagiste indépendant	37,0%	3,7%	59,3%
Flandre	Concessionnaire	37,0%	29,6%	33,3%
	Négociants V.O.	13,8%	34,5%	51,7%
	Garagiste indépendant	28,0%	32,0%	40,0%
	TOTAL	28,2%	24,5%	47,2%

Enquête 2003	32,7%	34,8%	33,5%
Evolution	-4,5%	-10,3%	13,7%



Contrairement à une tendance dans le secteur de la réparation qui veut que l'on se re-concentre sur un panel moins large de marques, nous remarquons ici que dans chaque domaine d'activité, le multimarques est assez prononcé.

5/ Ancienneté d'activité dans le secteur

	Wallonie	Flandre	2008	2003	Evolution
Ancienneté moyenne	25,79	24,83	25,31	19,5	5,81



On remarque que l'ancienneté des professionnels interrogés a logiquement évolué de 5 ans depuis 2003.

A la question de savoir si les professionnels veulent rester actifs dans le domaine, d'une manière générale, tous répondent par l'affirmative. Quant à la durée de cette activité, les résultats ne nous permettent pas d'affirmer une valeur avec sûreté.

6/ Exposition des véhicules / superficie

Exposition à l'intérieur ou à l'extérieur des véhicules / superficie :

WALLONIE				
	Concessionnaire	Négociant V.O.	Garagiste indépendant	Moyenne
Intérieur	35%	34%	26%	32%
Extérieur	26%	15%	11%	16%
Les 2	39%	51%	63%	52%

FLANDRE				
	Concessionnaire	Négociant V.O.	Garagiste indépendant	Moyenne
Intérieur	30%	11%	20%	20%
Extérieur	30%	52%	40%	41%
Les 2	41%	37%	40%	39%

	Moyenne générale
Intérieur	26%
Extérieur	28%
Les 2	46%

	2008	2003
Moyenne (m ²)	585,5	583,5



Au sud du pays, de manière uniforme l'espace d'exposition est à la fois à l'intérieur et à l'extérieur. En Flandre, la même tendance se dégage mais de façon moins prononcée au sein des différents domaines d'activité notamment pour les négociants en V.O. qui exposent en majorité à l'extérieur.

Les superficies d'exposition sont équivalentes à celles exprimées dans les résultats de 2003.

2. Profil des V.O.

1/ Age moyen

	Wallonie	Flandre	Moyenne	2003	Evolution
Moyenne	4,85	4,2	4,52	3,9	0,625

En années



D'après les résultats, on se rend compte que les professionnels ont tendance à vendre des V.O. un peu plus âgés qu'en 2003 (4 ans et demi contre presque 4 ans en 2003).

Néanmoins, les véhicules présentés par les professionnels seraient plus jeunes que la moyenne détectée dans la première partie de cette étude, à savoir 5,3 ans.

2/ Garantie conventionnelle proposée

		Wallonie	Flandre	Moyenne
	Oui, je propose	96,34%	97,35%	97%
Durée	6 mois	4	6	5%
	1 an	90	89	90%
	2 ans	6	5	6%



Toutes ventes confondues, la majorité des professionnels propose une garantie (plus de 95%).

Le message est d'autant plus positif quand on sait que :

- presque 90% des professionnels qui offrent une garantie, en proposent une d'une durée d'un an.
- Seuls 5% des professionnels proposent une garantie d'une durée inférieure au minimum légal. Il pourrait s'agir des ventes réalisées à des utilisateurs professionnels (assujettis), non visées par la loi du 1er septembre 2004 relative à la protection des consommateurs en cas de vente de biens de consommation.

3/ Assurance sur la garantie

	Wallonie	Flandre	Moyenne
Oui	22%	18%	17,5%



En moyenne, un cinquième des garanties seraient couvertes par une assurance en Belgique. Les chiffres sont légèrement plus élevés en Wallonie.

Hormis les assurances proposées par les importateurs dans leur propre réseau, les garanties les plus souvent citées sont : ❶ FEDERAUTO/Gras Savoye ; ❷ Mapfrei ; ❸ Car Garanty.

4/ Les labels de qualité

Les professionnels interrogés vendent-ils les V.O. sous un label de qualité ?

	Wallonie	Flandre	Moyenne
Label de la marque	17,5%	20,7%	19,1%
Vendeur Agréé FEDERAUTO	22,5%	41,5%	32,1%
Non	55,0%	29,3%	42,0%
Autre	5,0%	8,5%	6,8%



La majorité des professionnels en Wallonie ne vendent pas leurs véhicules sous un label de qualité (55%). Par contre, en Flandre, seuls 29% des professionnels sont dans le cas. On peut aussi remarquer que le label Vendeur Agréé FEDERAUTO semble beaucoup plus développé en Flandre (41% contre 22.5% au sud du pays).

Les autres labels de qualité qui ont été évoqués lors des entretiens téléphoniques sont :

- First Hands Cars (label indépendant) ;
- My Way (D'leteren) ;
- Occasion du Lion (Peugeot).

5/ Le dépôt-vente

	Wallonie	Flandre	Moyenne
Oui	6%	17%	11,5%



Le dépôt-vente qui consiste à faire profiter un vendeur particulier de la visibilité de l'établissement du professionnel afin de vendre le véhicule (régime de particulier à particulier) ne semble pas très courant en Belgique. Il est néanmoins plus pratiqué en Flandre.

3. Aspects financiers

1/ Evolution achat/vente

Les estimations d'évolution en matière d'achat/vente au cours des 3 dernières années :

2003	Moyenne	
	Vente	Achat
↓	33.2%	41.6%
→	51.8%	51.2%
↑	15.1%	7.2%

2008	Moyenne		Evolution	
	Vente	Achat	Vente	Achat
↓	27,5%	25,0%	-5.7%	-16.6%
→	32,5%	35,5%	-19.3%	-15.7%
↑	40,0%	39,5%	25%	32.4%



Sans surprise, on remarque une forte corrélation entre ce que les professionnels estiment acheter et vendre. Aucune tendance claire ne se dessine dans cette dispersion.

2/ Chiffre d'affaires



En 2003, les professionnels interrogés à propos de l'évolution future de leur chiffre d'affaires n'osaient guère s'aventurer : plus de 40% ne se prononçaient pas, et 38% pensaient que la situation ne changera pas.

Bonne nouvelle, voici les deux tendances principales pour 2008 : en Wallonie, les professionnels ont vu leur chiffre d'affaires augmenter et pensent qu'il augmentera toujours d'ici 3 ans. Les professionnels en Flandre ont aussi vu leur chiffre d'affaire augmenter et pensent qu'il va continuer à augmenter mais de manière moins significative qu'en Wallonie.

4. Origine des V.O.

Les sources d'achat des professionnels en V.O.:

	Wallonie	Flandre
Particulier	42%	48%
Concessionnaire	29%	16%
Soc. Leasing	9%	18%
Marché public	1%	1%
Négociant V.O.	10%	8%
Garagiste indépendant	6%	4%
A l'étranger	3%	5%
	100%	100%

Moyenne décroissante	
Particulier	45,0%
Concessionnaire	22,5%
Soc. Leasing	13,5%
Négociant V.O.	9,0%
Garagiste indépendant	5,0%
A l'étranger	4,0%
Marché public	1,0%
	100%



Pas de changement depuis 2003 puisque la source d'achat principale reste les particuliers, les reprises faites dans les concessions de marque et les sociétés de leasing.

5. Les clients

1/ Leurs critères



Selon les professionnels, les clients focalisent leur attention sur les critères suivants :

La **garantie** serait le premier choix des professionnels quand ils expriment les desideratas supposés de leurs clients. Ensuite le **service après-vente** et le **bon accueil**.

Il est intéressant de constater que la « bonne réputation de l'établissement » qui arrivait comme premier critère en 2003 a beaucoup moins d'importance en 2008.

Top 10 enquête 2008	Top 10 enquête 2003
Une garantie	Bonne réputation
Bon conseil	Qualité des véhicules
Service après-vente	Garantie
Bon accueil	Service après-vente
Service après-vente	Bon accueil
Possibilité d'une assistance	Bon conseil
Entreprise labellisée	Publicité
Propreté des véhicules	Grand choix de véhicules
Grand show-room	Propreté des véhicules
Grand choix de véhicules	Entreprise labellisée

2/ Les clés du succès

Selon les professionnels, les clés du succès dans la vente de V.O. sont :

Top 10 enquête 2008	Top 10 enquête 2003
Qualité du véhicule	Qualité du véhicule
Garantie	Bonne réputation
Service après-vente	Garantie
Bon conseil	Bon conseil
Bon accueil	Service après-vente
Bonne réputation	Bon accueil
Publicité	Propreté des véhicules
Propreté des véhicules	Publicité
Grand Show-room	Entreprise labellisée
Entreprise labellisée	Possibilité d'une assistance



On remarque que c'est la qualité des véhicules, le service après-vente et la garantie qui sont les critères les plus importants. Les clés du succès restent donc fort similaires à celles visées en 2003.

6. Investissement et informatisation

1/ Domaines d'investissements

Dans quels domaines les professionnels pensent-ils investir dans les années à venir :

(plusieurs choix possibles)

	2008
Show-room plus grand	23%
Qualité des véhicules	21%
Grand choix de véhicules	21%
Publicité	20%
Service après-vente	18%
Bon accueil	15%
Propreté des véhicules	12%
Propre site Internet	10%
Extension de garantie	9%
Adhérer à un label	6%
Offre d'assistance panne-mécanique	4%

2/ Moyens de prospection

	2008
Site web d'annonces	59%
Site de la marque	17%
Propre site	35%
Journaux d'annonces	23%
Publicité locale	26%
Quotidiens	12%
Radio	5%



Les annonceurs spécialisés proposant un outil Internet sont devenus incontournables : la nouvelle vitrine des professionnels du V.O. sans contestation.

Un effet de cette tendance peut être constaté directement dans l'origine des clients. En effet, le client n'hésite plus à chercher un véhicule où qu'il soit en Belgique.

3/ Degré d'informatisation

Le professionnel est équipé de :

	Moyenne
Un PC	94%
Une ligne ADSL	90%

Le professionnel possède son propre site Internet :

	Moyenne
Concessionnaire	78,0%
Négociant V.O.	80,0%
Garagiste indépendant	44,5%



On constate que la plupart des professionnels disposent d'outils informatiques et qu'à l'exception des garagistes indépendants, la plupart possèdent un propre site web.

Synthèse



Profil du V.O. en 2008 :

Age moyen :	5,3 ans
Carburant :	diesel
Kilométrage :	entre 50.000 et 75.000 km
Mode d'achat :	au comptant
Fiabilité :	très bonne
Contrat de garantie :	FEDERAUTO - VAB - Touring
Durée de la garantie :	12 mois
Prix :	7.575,00€



Profil de l'acheteur :

Moyen de recherche préféré :	stock du vendeur via Internet
Kilométrage moyen annuel :	16.500 km
Gardera son véhicule pendant :	4,2 ans
Véhicule principal :	oui
Temps de réflexion avant l'achat :	moins d'une semaine
Critères de choix :	le prix, l'âge, le kilométrage
Prochain véhicule :	un véhicule d'occasion de 9.539,00€ payé via un financement



Profil du vendeur :

Ancienneté dans le secteur :	25 ans
Nombre d'employés/ouvriers :	6,5
Superficie d'exposition :	585,5 m ²
Evolution du chiffre d'affaires :	en augmentation
Source d'achat préférée :	les particuliers
Moyen de prospection préféré :	sites Internet spécialisés
Fréquence de vente :	plusieurs fois par semaine
Prochain investissement :	agrandissement du show-room
Image auprès des acheteurs :	très bonne
Service après-vente :	très bon



Les 10 principales constatations par rapport à l'enquête 2003 :

- Le top 10 des marques des véhicules vendus est identique
- Le kilométrage des véhicules vendus a sensiblement diminué
- Le V.O. reste le véhicule principal (83%)
- Le mode d'achat préféré sera de plus en plus le financement
- L'acheteur sait quel véhicule il veut acheter
- L'image du secteur est très bonne
- Les sites Internet spécialisés sont les nouvelles vitrines des professionnels
- Les V.O. sont fiables et le service après-vente est de qualité
- La durée légale de la garantie est respectée
- Le chiffre d'affaires est en bonne santé

Edition

Groupement des Négociants en Véhicules d'Occasion ASBL
affilié à FEDERAUTO ASBL

Editeur responsable : JF Dinant
Avenue Jules Bordet 164
1140 Bruxelles
t: 02 778 62 00
www.federauto.be
gvo@federauto.be

GVO ASBL © Mai 2008

