


# ENQUÊTE SUR LES INTENTIONS D'ACHAT DANS LE CONTEXTE DE LA COVID-19

The background of the page is a blurred photograph of a car dealership. Several cars are visible, including a white sedan in the foreground and a dark SUV in the background. The lighting is warm and bright, creating a bokeh effect with out-of-focus lights.

# Enquête de CarGurus sur les intentions d'achat dans le contexte de la COVID-19

Le présent rapport porte sur les effets transitoires et durables de la COVID-19 sur le marché. Il porte également sur les conséquences pour l'industrie automobile et les concessionnaires.

## À propos de l'enquête

En juillet 2021, CarGurus a interrogé 503 acheteurs canadiens pour connaître leurs sentiments à l'égard de l'achat d'un véhicule pendant la pandémie de COVID-19 dans le cadre d'une étude comparative. Tout au long de l'année 2020, CarGurus avait interrogé plus de 1 500 personnes en lien avec cette même étude.

## Tendances à long terme

- **Habitudes de déplacement (page 4)** : Les usagers des services de transport partagés ont massivement abandonné ces modes de transport, qu'ils sont peu disposés à réutiliser. En effet, seule la moitié (50 %) des anciens usagers des services de voiturage envisagent d'y recourir à nouveau l'an prochain. Et ils sont un peu plus (+3 points de %) à envisager d'y recourir à nouveau à long terme.
- **Commerce en ligne (page 5)** : Les acheteurs souhaitent plus que jamais faire un maximum de démarches à partir de chez eux. Parmi les acheteurs récents, 63 % souhaiteraient que le processus d'achat de leur prochain véhicule se déroule davantage en ligne.
- **Attentes élevées (page 6)** : Certains des services sans contact les plus populaires mis en place en raison de la pandémie subsisteront : rendez-vous chez le concessionnaire (56 % des acheteurs intéressés), essais routiers en solo (37 %), essais routiers à domicile (27 %) et livraison à domicile (25 %).

## Tendances à court terme

- **Demande alimentée par la pandémie de COVID-19 (page 8)** : Au cours de la pandémie, la confiance des acheteurs s'est rétablie, en grande partie grâce à la diminution des dépenses pendant les périodes de confinement. En outre, des changements importants comme un déménagement (33 %), l'obtention d'un nouvel emploi (26 %) et le télétravail (22 %) ont incité les gens à acheter une voiture au cours de cette année.
- **Attentes à court terme (page 9)** : Même si les consommateurs sont beaucoup plus à l'aise avec l'achat en magasin cette année, les concessionnaires doivent continuer d'offrir une expérience sécuritaire. Plus de la moitié des acheteurs tiennent toujours au port du masque (59 % pour les employés, 57 % pour les clients) et au nettoyage des surfaces (54 %).

# Tendances à long terme

(5 à 10 ans)

Habitudes de déplacement

Commerce en ligne

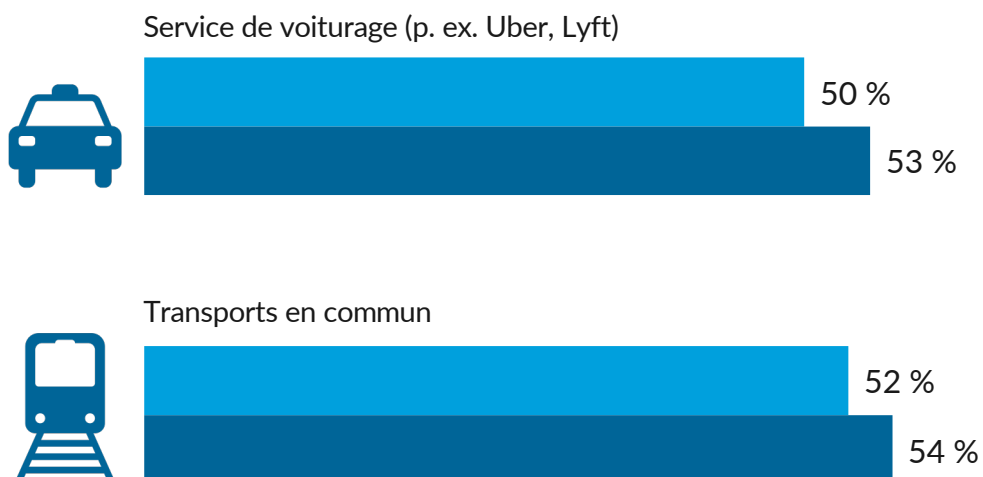
Attentes élevées

# Habitudes de déplacement

Les consommateurs ont abandonné ou réduit le recours aux services de transport partagés pendant la pandémie, et beaucoup n'envisagent pas de revenir à leurs habitudes d'avant la pandémie, même à long terme. Pour remplacer ces services, et pour s'évader et se divertir pendant la pandémie, les gens ont pris l'habitude de compter sur leur véhicule personnel.

Part des anciens usagers prévoyant reprendre les habitudes pré-pandémie<sup>1</sup>

■ Au cours de l'année prochaine ■ À long terme



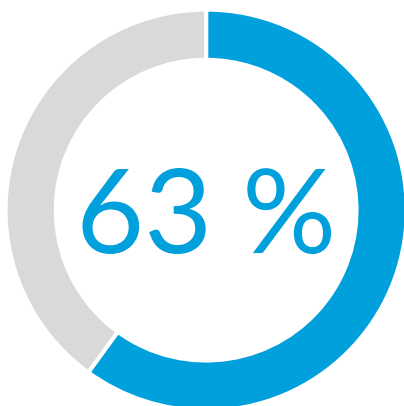
**38 %** des répondants prévoient utiliser **davantage** leur véhicule personnel à l'avenir

**49 %** des répondants prévoient effectuer **davantage d'escapades routières** à l'avenir

<sup>1</sup>À quelle fréquence prévoyez-vous utiliser ces moyens de transport par rapport à avant la pandémie? Affichage du total des réponses « comme avant » et « plus qu'avant » parmi les anciens usagers  
Enquête 2021 de CarGurus sur les intentions d'achat au Canada dans le contexte de la COVID-19 (n = 503)

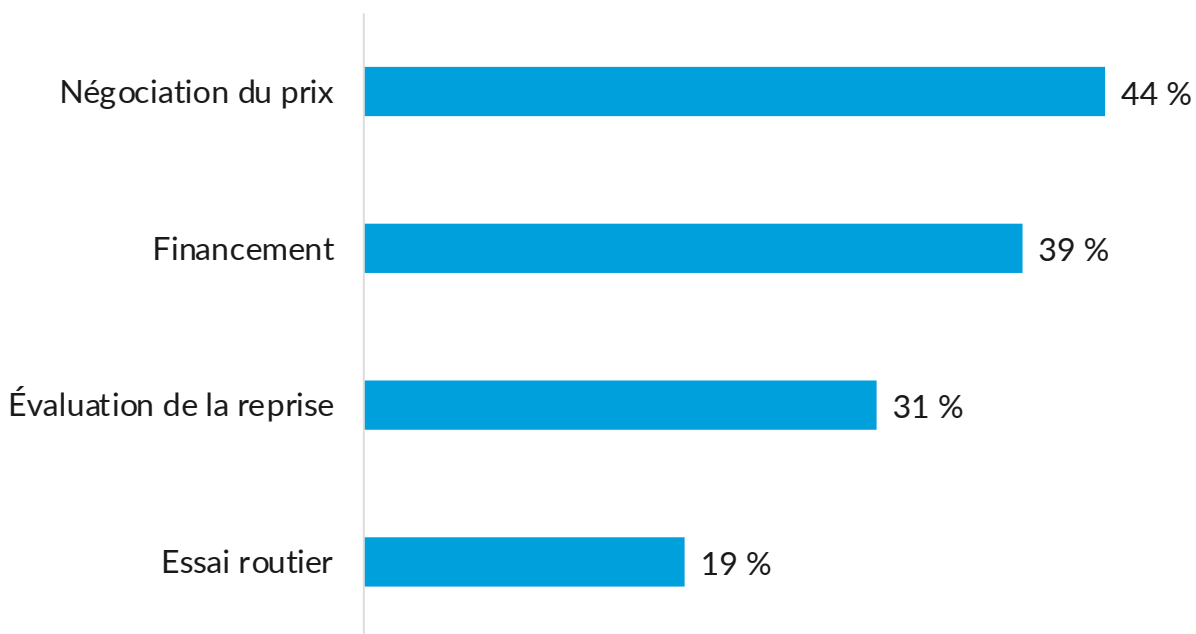
## Commerce en ligne

Les acheteurs souhaitent plus que jamais faire un maximum de démarches à partir de chez eux. Toutefois, le plus grand obstacle à l'achat en ligne demeure l'essai routier. Il faut s'attendre à ce que les gens adoptent progressivement l'achat en ligne à mesure qu'ils se sentent plus à l'aise avec l'idée, à commencer par le financement en ligne.



des acheteurs récents de véhicules souhaiteraient que le processus d'achat de leur prochain véhicule se déroule **davantage en ligne**

Préférence des acheteurs pour l'achat en ligne

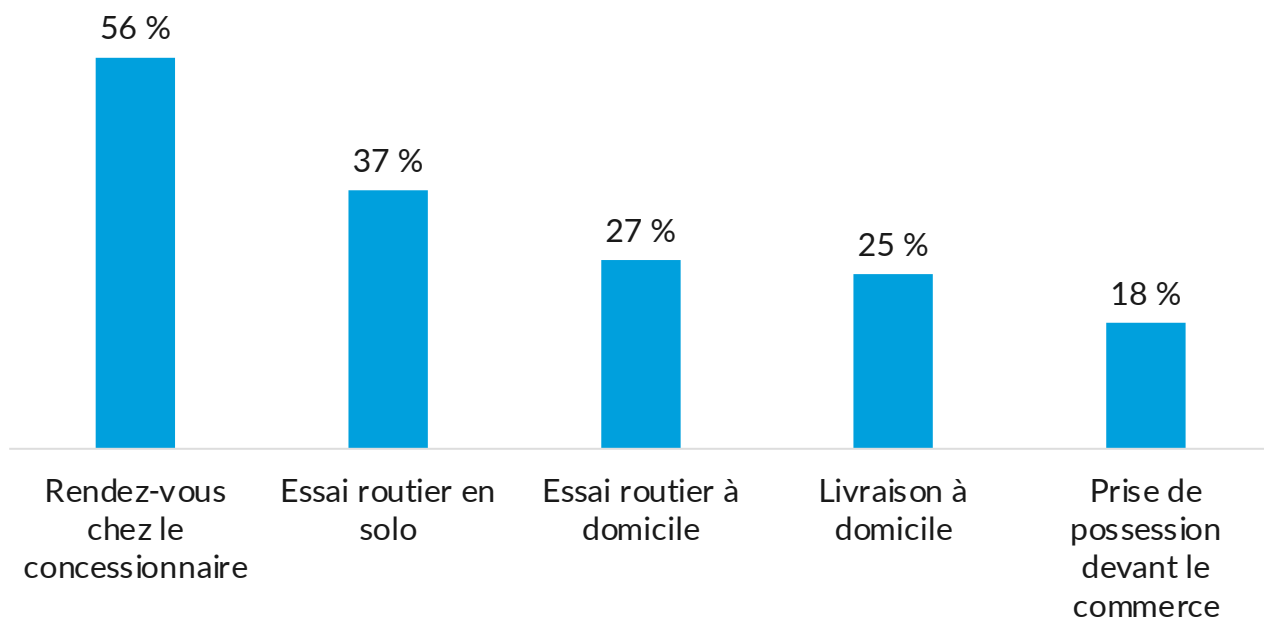


Enquête 2021 de CarGurus sur les intentions d'achat au Canada dans le contexte de la COVID-19 (n = 503)

## Attentes élevées

Certains des services sans contact les plus populaires mis en place en raison de la pandémie subsisteront. Les rendez-vous chez le concessionnaire, les essais routiers en solo (à domicile ou chez le concessionnaire) et la livraison à domicile sont des services pratiques et agréables pour les acheteurs, qui ne souhaitent pas les voir disparaître.

Intérêt des acheteurs pour les services sans contact lors de l'achat de leur prochain véhicule<sup>2</sup>



### Contacts et rendez-vous avec le concessionnaire

Notre Rapport d'information sur les acheteurs 2021<sup>3</sup> montre que les acheteurs d'aujourd'hui sont beaucoup moins susceptibles de se rendre directement chez le concessionnaire que de le contacter au préalable. Seuls 28 % des acheteurs se sont présentés spontanément chez le concessionnaire, alors que 40 % d'entre eux ont d'abord pris contact par téléphone ou par SMS et 32 % par Internet. Les acheteurs ont trouvé avantage à prendre contact à l'avance et à obtenir un rendez-vous personnel. Les rendez-vous chez le concessionnaire sont le service sans contact le plus demandé actuellement, et nous pensons que cette tendance perdurera après la pandémie.

<sup>2</sup>La prochaine fois que vous magasinerez un véhicule, seriez-vous intéressé(e) par l'une des options d'achat sans contact suivantes, à condition qu'elles soient disponibles et gratuites? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

<sup>3</sup>Rapport d'information sur les acheteurs 2021 de CarGurus Canada (n = 1 511)

Enquête 2021 de CarGurus sur les intentions d'achat au Canada dans le contexte de la COVID-19 (n = 503)

# Tendances à court terme

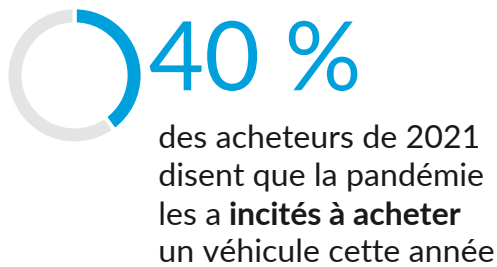
(1 à 2 ans)

Demande alimentée par la pandémie de COVID-19

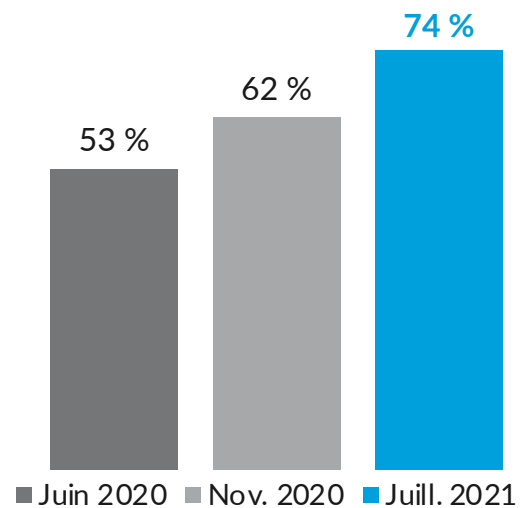
Attentes à court terme

# Demande alimentée par la pandémie de COVID-19

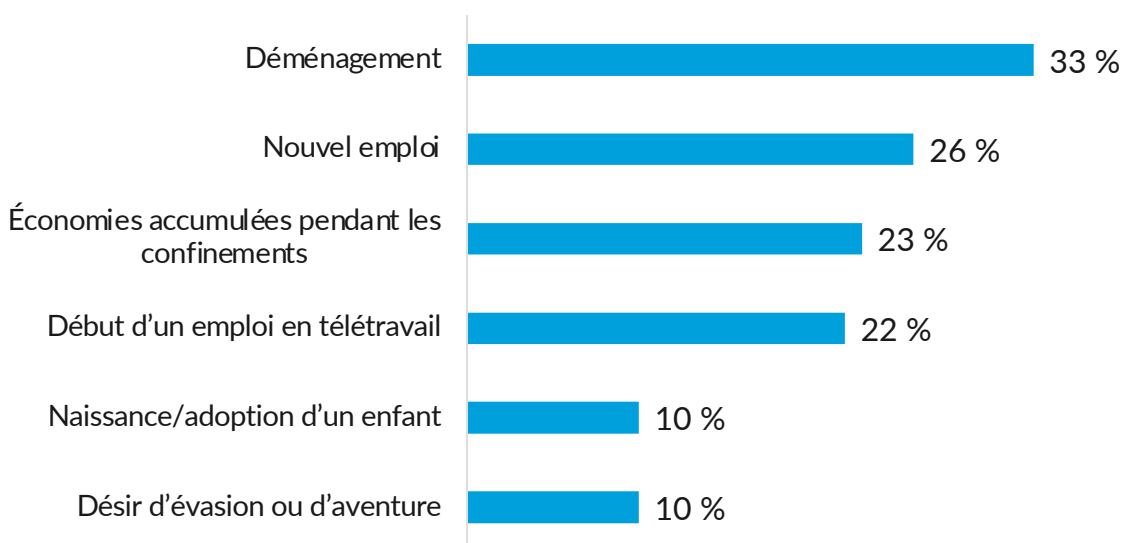
Si la pandémie a considérablement perturbé l'industrie automobile en 2020, la demande de véhicules a rapidement rebondi. La confiance des acheteurs est revenue en grande partie en raison de la diminution des dépenses pendant les confinements. En outre, de nombreuses personnes ont déménagé, trouvé un nouvel emploi ou commencé à télétravailler en 2021, ce qui a provoqué une hausse de la demande de véhicules.



Confiance dans la capacité à acheter un véhicule<sup>4</sup>



Lequel de ces scénarios, le cas échéant, vous a le plus incité(e) à acheter un véhicule cette année?  
chez les acheteurs de 2021



<sup>4</sup>Dans quelle mesure la COVID-19 influence-t-elle/a-t-elle influencé votre confiance en votre capacité d'acheter un véhicule?

À peu près le même niveau de confiance ou un niveau de confiance supérieur

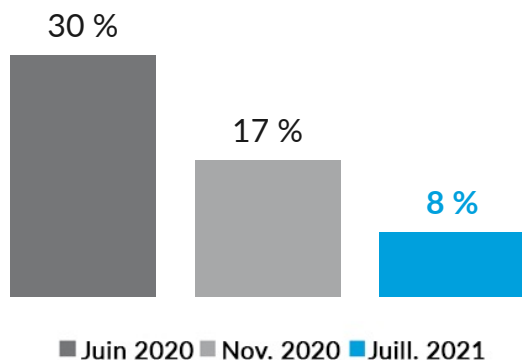
Enquête 2021 de CarGurus sur les intentions d'achat au Canada dans le contexte de la COVID-19 (n = 503)



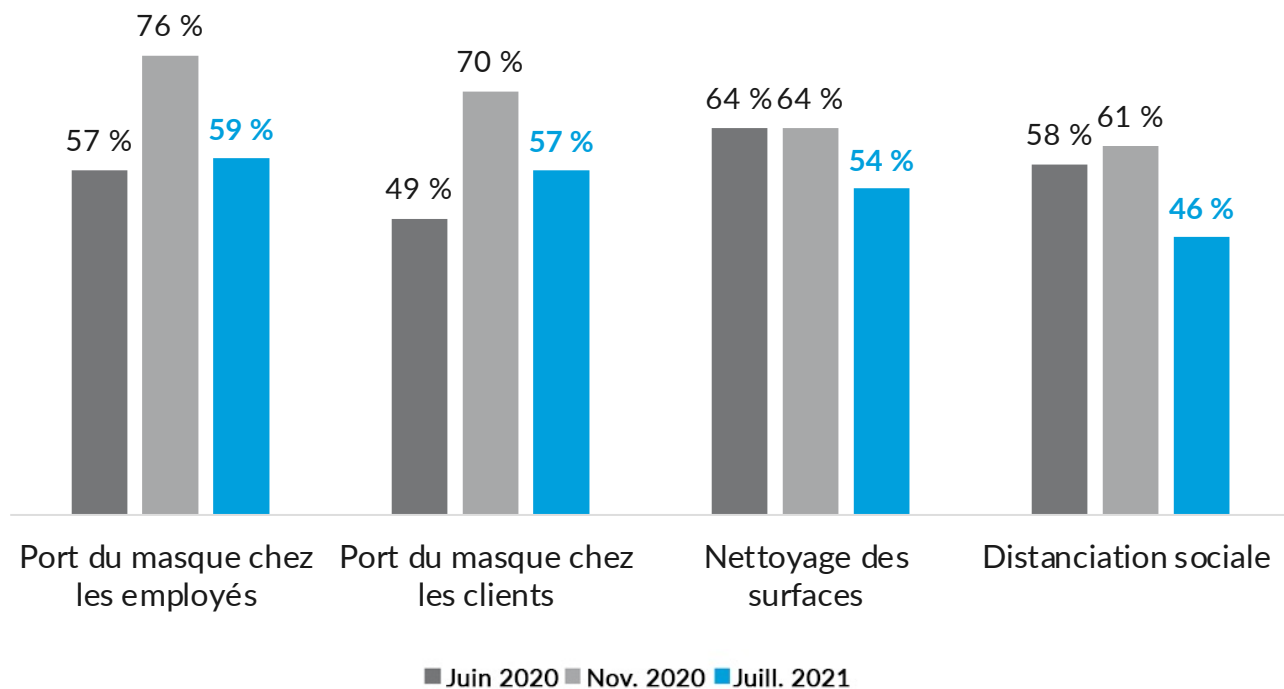
## Attentes à court terme

Même si les consommateurs sont beaucoup plus à l'aise avec l'achat en magasin cette année, les concessionnaires doivent continuer d'offrir une expérience sécuritaire. Plus de la moitié des acheteurs tiennent toujours au port du masque (59 % pour les employés, 57 % pour les clients) et au nettoyage des surfaces (54 %).

Croyance que l'achat en magasin est risqué<sup>5</sup>



### Attentes des acheteurs concernant la visite chez le concessionnaire<sup>6</sup>



<sup>5</sup>En accord avec l'affirmation « ce n'est pas le moment d'acheter, car l'achat en magasin est risqué pour ma santé et celle des autres »

<sup>6</sup>Quelles mesures parmi les suivantes attendez-vous qu'un concessionnaire mette en place lors d'une visite pour l'achat ou l'entretien d'un véhicule?

Enquête 2021 de CarGurus sur les intentions d'achat au Canada dans le contexte de la COVID-19 (n = 503)

# Enquête 2021 de CarGurus sur les intentions d'achat dans le contexte de la COVID-19

## *Conséquences pour l'industrie automobile :*

1. **La demande pour les modes de transport privés devrait demeurer élevée l'an prochain.** Ainsi, la demande pour les véhicules neufs et usagés devrait demeurer élevée notamment en raison de la baisse de popularité des services de transport partagés. Parmi les personnes interrogées qui avaient recours aux services de voiturage et aux transports en commun avant la pandémie, à peu près la moitié ne pensent pas y revenir à long terme.
2. **La hausse du commerce en ligne est inexorable.** La popularité de l'achat en ligne ne faiblit pas, 63 % des acheteurs récents souhaitant que le processus d'achat de leur prochain véhicule se déroule davantage depuis la maison. Toutefois, 81 % d'entre eux préféreraient toujours effectuer un essai routier en personne, ce qui souligne la nécessité d'offrir des services omnicanaux.

## *Recommandations destinées aux concessionnaires :*

1. **Privilégiez le commerce en ligne.** La plupart des acheteurs souhaitant que le processus se déroule en ligne dans la mesure du possible, il est important que les concessionnaires soient en mesure de répondre à cette demande. Mettez en place des produits en ligne qui permettent aux acheteurs de pousser la transaction aussi loin qu'ils le souhaitent, sans oublier de veiller à ce que votre personnel soit formé pour gérer ces nouvelles activités.
2. **Testez de nouvelles façons d'acquérir des stocks.** Il n'est plus possible de compter sur les ventes aux enchères pour renouveler les stocks. Envisagez d'investir dans une technologie qui vous permette d'acquérir plus efficacement les véhicules qui sont en demande sur votre marché local, et perfectionnez votre processus de reprise pour maintenir vos stocks de véhicules usagés.
3. **Continuez d'offrir un processus d'achat sécuritaire et pratique.** L'expérience du concessionnaire est essentielle pour augmenter les ventes, et de nombreux acheteurs s'attendent à ce que les services sans contact subsistent à long terme. Continuez à proposer des services comme les rendez-vous chez le concessionnaire, les essais routiers en solo et à domicile, et la livraison à domicile pour que les consommateurs se sentent à l'aise d'acheter dans votre commerce.