

A photograph of a red toy car resting on the trackpad of a silver laptop. The laptop is on a wooden desk, and a white computer mouse is visible to the right. The background is slightly blurred, focusing on the toy car and the keyboard keys like 'command', 'option', and 'shift'.

La distribution automobile : un modèle en pleine mutation

Nouvelles technologies, nouvelles attentes des consommateurs, nouvelle répartition de la valeur : risques et opportunités pour chaque segment de la chaîne

Une étude qui présente :

#1

Les chiffres clés du marché et les scénarios de son évolution

#2

L'impact de la transformation de l'industrie sur le modèle de distribution

#3

La dynamique de la structure concurrentielle et la transformation de la répartition de la valeur sur le véhicule neuf, le véhicule d'occasion, pour les particuliers et les professionnels

#4

Les risques et les opportunités pour chaque segment d'acteurs

#5

Les questions clefs et les guidelines stratégiques de notre panel d'experts



La distribution automobile : un modèle en pleine mutation

ÉDITO

NOUVELLES TECHNOLOGIES, NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS, NOUVELLE RÉPARTITION DE LA VALEUR : RISQUES ET OPPORTUNITÉS À CHAQUE ÉTAPE DE LA CHAÎNE

L'industrie automobile entre dans une nouvelle ère et son modèle de distribution est en plein bouleversement

Le durcissement des règles environnementales contraint les constructeurs à tout mettre en œuvre pour faire adopter le véhicule électrique à des automobilistes encore réticents.

Les mesures fiscales et la transformation du mode de consommation ont bouleversé le marché du financement qui a clôturé l'année 2019 avec une part majoritaire de formules locatives.

Le « 100% online » devenu incontournable dans de nombreux secteurs trouve ses limites dans l'industrie automobile et cherche encore comment répondre aux attentes des consommateurs.

Contraintes réglementaires sans précédent, évolution des usages et maturité de la digitalisation : trois critères qui ont amorcé une profonde transformation de l'écosystème

La structure du marché se disloque et chaque segment réagit pour sauver sa place. Les intermédiaires se multiplient, généralistes ou spécifiques, indépendants ou intégrés. Tiers de confiance, plateformes de ventes, récents entrants ou mastodontes cherchant à étendre leurs activités, chacun impacte le circuit directement ou indirectement.

La filière hexagonale a ses spécificités mais s'inspire également des marchés internationaux plus avancés. Le marché de l'occasion est particulièrement stratégique, celui des flottes également.

Partant de ces trois critères et du schéma de distribution traditionnel, cette étude présente les transformations en cours, les étapes déjà franchies, les différents scénarii de développement et le design du modèle futur en détaillant pour chaque segment de la chaîne les risques et les opportunités sous-jacents

Nouveaux business models, nouvelle répartition de la valeur, mesures de survie ou d'extension engagées par les différents acteurs, on passe au crible le marché des particuliers et des professionnels, les segments du neuf et de l'occasion. Pour chacun de ces domaines, des benchmarks internationaux et cross industries viennent éclairer les transformations présentées et prédire ce qui pourra s'appliquer et ce qui est spécifique.

Des questions clefs et des guidelines, basées sur des interviews d'experts, sont proposées pour chaque typologie d'acteurs

Modèle organisationnel à privilégier, nouvelles compétences à acquérir et technologies à développer, on vous fournit les éléments cruciaux à avoir en tête pour sortir gagnant de cette période mouvementée.

EXCLUSIF



- > Enquête et analyse menée avec **C-Ways** sur la transformation du parcours de vente (Etude NextCar 2019, plus de 2 000 parcours clients analysés)
- > **Des entretiens d'experts** sur chaque grand axe d'analyse

LES + DE L'ÉTUDE

- > Une analyse complète de la transformation de la filière automobile et de son impact en termes de répartition de la valeur sur toute la chaîne de distribution
- > Une cartographie du positionnement et des stratégies des différents acteurs en France et à l'international
- > Des benchmarks internationaux et cross industriels sur le segment des particuliers et des professionnels
- > Le design du futur modèle de distribution, les questions et guidelines clés pour chaque typologie d'acteurs
- > Une enquête menée avec C-Ways pour détailler la transformation du parcours de vente (+2 000 parcours clients analysés)
- > L'avis du panel d'experts pour chaque grand axe d'analyse

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

Synthèse : points clés et principales conclusions de l'étude

01 Taille et dynamique de l'industrie automobile

Véhicules neufs

Véhicules d'occasion

Segment des professionnels

Segment des particuliers

Historique et forecast

02 Impact de la transformation de l'industrie automobile sur le modèle de la distribution

Origine et piliers de la transformation

Impact sur le consommateur

Impact sur la technologie

Conséquences sur la structure de la distribution

Exclusif : enquête menée avec C-Ways sur plus de 2 000 parcours clients (étude NextCar 2019)

03 Transformation de l'écosystème et bouleversement de la structure de marché

Matrice du mouvement sur chaque activité de la chaîne de valeur et de la distribution

> Segments des particuliers et des professionnels

> Véhicules neufs et véhicules d'occasion

Impact et enjeux sur le modèle de distribution

04 Acteurs impliqués et dynamique concurrentielle

Acteurs traditionnels et nouveaux acteurs (généralistes, spécialistes, indépendants ou intégrés)

Partenariats et avancées technologiques

05 Risques et opportunités par catégories d'acteurs

Nouveaux business models

Scénarii de répartition de la valeur

Risques et opportunités pour chaque catégorie d'acteurs et chaque secteur d'activité (véhicules neufs, véhicules d'occasion, particuliers et professionnels)

Marché français vs international

06 Benchmarks internationaux et cross industriels

Segment des particuliers : analyse des marchés et avis des experts

Segment des professionnels : analyse des marchés et avis des experts

Comparaison des transformations de la distribution et conclusions

07 Design du futur modèle de distribution et implications en termes d'enjeux stratégiques par catégorie d'acteurs

Modèle organisationnel

Nouvelles compétences à acquérir

Nouvelles technologies à développer

Guidelines et questions clefs



Les principales entreprises analysées dans l'étude (liste non exhaustive) :

- Aramisauto.com
- Audi
- Auto 1
- Auto Ici
- Autobonplan
- Autoscout
- Autosphere.fr
- Arval
- BCA
- BMW
- Bonnie & Car
- Briocar
- Buyacar
- Car Izy
- Car Next
- Carwow
- Citroën
- Coches
- Cocoricar
- Dacia
- Debard Automobiles
- Ebay
- Facebook
- Fiat
- Ford
- Hey car
- Horizon Drive
- Hyundai
- Icare
- Izmocars
- Jeep
- Kia
- Kyump
- Land Rover
- L'argus
- La Centrale
- Le bon coin
- Mazda
- Mercedes
- Mini
- Nissan
- Opel
- Oxylio
- Paycar
- ParuVendu
- Peugeot
- Qarson
- Renault
- Reezocar
- Seat
- Skoda
- Suzuki
- Tesla
- Toyota
- Truecar
- Vivacar.fr
- Volkswagen
- Volvo
- Zanzicar.fr

PÔLE AUTOMOBILE des Echos Etudes animé par Amélie MORZADEC

Le marché du financement automobile, Décembre 2019

L'évolution du modèle de financement dans une filière automobile en plein bouleversement

Le nouveau visage de l'après-vente automobile, Novembre 2019

Transition du parc, montée du e-commerce, maintenance prédictive, ...
quels sont les prochains modèles de l'aftermarket ?

Le marché français de la voiture électrique et des services associés, Octobre 2019

Cartographie, décryptage et perspectives du nouvel écosystème de la mobilité électrique

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Service Clients :

Tél : 01 49 53 63 00 - Email : etudes@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Amélie MORZADEC

Responsable du pôle
Automobile

amorzadec@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE LA DISTRIBUTION AUTOMOBILE : UN MODÈLE EN PLEINE MUTATION

Version PDF

- ☐ Pour 1 utilisateur
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)*
- ☐ De 2 à 5 utilisateurs
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)*
- ☐ De 6 à 10 utilisateurs
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)*
- ☐ Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- ☐ Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour
315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Coordonnées de l'utilisateur final (Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Version papier

- ☐ 3 150€ HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible
seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A097INTEI

Règlement :

- ☐ Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- ☐ Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- ☐ Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- ☐ Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

LesEchos
ÉTUDES

Service Clients - 10 boulevard de Grenelle - CS 10817 - 75738 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR