

Les ventes de voitures en ligne ne connaissent pas la crise

Encore marginales, les ventes de voitures sur le Net affichent des hausses fulgurantes.

A l'occasion du Salon de l'Automobile, les sites Internet de vente de voitures attendent eux aussi une affluence de visiteurs. Ce canal de vente est pourtant délaissé par les constructeurs, qui se contentent de sites de présentation de leur offre. Ils s'interdisent en effet de concurrencer leurs réseaux de concessionnaires.

Cette situation est une aubaine pour quelques pionniers qui se spécialisent dans la vente de véhicules neufs sur Internet. Pour le moment, aucun d'entre eux ne figure parmi le top 10 des sites marchands. Mais les dirigeants de ces garages en ligne sont heureux. Loin de la désespérante stabilité du marché de l'automobile en France, le site IES-Auto (61 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2005 et 1,15 million de bénéfice net) prévoit de vendre 10.000 voitures cette année, soit 35% de plus que l'an passé. Thierry Koenig, co-fondateur du site avec son frère, estime que 1 à 2% des voitures neuves sont vendues en ligne en France.

L'Hexagone est donc en retard par rapport à la moyenne européenne qui s'établit à 3% des ventes, dans le sillage de marchés tels que la Grande-Bretagne qui culmine à 5%.

Quelle est la différence entre une voiture neuve achetée en ligne et une autre chez le concessionnaire? Le prix, comme souvent sur Internet. En effet, ces sites proposent des tarifs négociés (fini les longues discussions avec les vendeurs de voitures) et promettent des réductions pouvant atteindre 30%. Ces spécialistes de la vente en ligne jouent sur les différences de prix qui subsistent entre les différents pays d'Europe et sur l'effet volume. De son côté, le site Voiture.com met en avant des prix qui incluent le financement de l'achat et l'assurance. Internet doit encore passer un obstacle: rien ne vaut de voir la voiture en vrai. Dans ces conditions, les sites se préparent à des pics d'activité durant la période du Mondial de l'Automobile, une fois le choix fait sur le salon. Sans surprise, 80% des clients d'un site tel que IES-Auto sont des hommes mais, en rendant plus facile l'achat d'un véhicule, le site s'estime bien positionné pour conquérir les femmes. "Elles sont moins attachées à la marque", remarque Thierry Koenig.

Les ventes en ligne de véhicules neufs se développent à l'ombre d'un autre marché florissant: l'occasion. Ce marché est essentiellement contrôlé par des sites de ventes entre particuliers (consumer to consumer, C to C). Selon le dernier sondage Médiamétrie, 5,2% des internautes fréquentant des sites C to C ont déjà acheté ou vendu une voiture en ligne. Cela représente un quasi doublement par rapport à l'an passé. Rien d'étonnant donc à ce qu'eBay, la référence en matière de C to C, vienne d'annoncer qu'il veut faire de l'automobile le moteur de sa croissance.

Helena Dupuy

Cet article est issu du site La Tribune.fr (www.latribune.fr).

Aucun droit de reproduction, sous quelque forme que ce soit (photocopie, scanner, copie numérique), n'est autorisé, si ce n'est celui d'une copie unique destinée à un usage strictement personnel. Toute autre utilisation est donc soumise à l'accord préalable de l'éditeur.

Pour toute information : information@latribune.fr

© 2002 La Tribune/D.I. Group