Article écrit par Noémie ROUSSEAU le 10 mars 2015

Les jeunes et la voiture, je t'aime, moi non plus !

Les jeunes sont quasi absents du marché du neuf. Est-ce à dire qu'ils ne rêvent plus de voiture ? Pour beaucoup, l'automobile n'est plus synonyme de liberté et d'indépendance. Elle a perdu de son pouvoir d'attraction, mais l'attachement demeure. Les jeunes n'imaginent pas pouvoir se passer de voiture toute une vie. En fait, ce n'est pas l'envie qui manque mais le budget.

L'âge moyen d'achat d'une voiture neuve ne cesse de reculer. Il est aujourd'hui à 54 ans en France. Les moins de trente ans représentent seulement 10 % des acheteurs de véhicules neufs. Pourtant, “la moitié du marché français est constitué de modèles de classe A et B (citadines) remarque Guillaume Crunelle, analyste automobile chez Deloitte. C'est un paradoxe, les vieux achètent des voitures de jeunes.” Pour la première fois, une génération s'équipe moins en automobile que la précédente. L'automobile appartiendrait-elle au siècle passé, un objet devenu vieillot, ringard ? Le jeune d'aujourd'hui est connecté, accro à son smartphone, il aime consommer malin et local, plébiscite l'alternatif et le collaboratif, attache plus d'importance au lien qu'au bien. Et ce jeune-là, ne rêverait plus de voiture. Dans cette perspective, les constructeurs autos ont du souci à se faire. Car la génération Y (personnes nées dans les années 1980 et 1990), représente 40 % des actifs, une part de marché non-négligeable.

GÉNÉRATION SMARTPHONE VS GÉNÉRATION BAGNOLE

“On est jeune aujourd'hui plus longtemps qu'auparavant, on fait des études plus longues, les enfants arrivent plus tard… La vraie question c'est : est-ce que cette génération ne va pas consommer de voitures neuves ou s'y mettra- t-elle plus tard, comme ses aînés ?”, interroge Laurent Fouillé, auteur d'une thèse en 2011, “L'attachement à l'automobile mis à l'épreuve”. Il ne pourrait donc s'agir que d'un report d'achat, et pas d'un désamour. Néanmoins, la voiture ne représente plus cette révolution qu'elle incarnait auparavant. “Dans les années 1970, les jeunes achetaient une voiture alors que, bien souvent, leurs parents n'en avaient pas. Il y avait un effet première génération.

Aujourd'hui s'offrir une voiture, c'est faire comme ses parents”, décrit Laurent Fouillé. Cette envie de dépasser une époque se reporterait plutôt sur d'autres objets : les ordinateurs, téléphones, tablettes… La voiture aurait aussi perdu son rôle de marqueur social, elle ne serait plus un signe de réussite. “L'automobile n'est plus un luxe réservé à quelques privilégiés, poursuit-il. Le fait que tout le monde y ait accès la rend moins attrayante. Elle a perdu en prestige mais aussi en efficacité. Sa démocratisation a entraîné une saturation du réseau.” L'historien spécialiste des mobilités, Matthieu Flonneau, nuance : “si la voiture est un produit banal pour les catégories de la population qui y ont facilement accès, elle n'a rien de banal pour les classes moins aisées. Il y a du ressentiment social qui se joue autour de l'automobile. Et dans ces classes populaires, on voit des phénomènes de tunning se développer fortement chez les jeunes, signe d'un attachement fort. Les constructeurs s'y adaptent en proposant des gammes personnalisables”.

JEUNES DES VILLES ET JEUNES DES CHAMPS

Ce qui ne plaide pas pour l'automobile, c'est son utilisation en “zone d'impertinence”, les centres-villes, selon Mathieu Flonneau. Là, les jeunes urbains, qui ont accès à un réseau de transports collectifs dense, perçoivent la voiture essentiellement comme une nuisance : ils perdent du temps dans les bouchons, peinent à trouver un stationnement hors de prix, participent au brouhaha ambiant et polluent… Et puis, il y a ceux qui résistent, question de “standing”, selon Laurent Fouillé : “prendre sa voiture en ville ne permet pas toujours un gain de temps, mais le conducteur est dans une bulle privatisée, confortable, il se sent en sécurité. La voiture permet l'évitement social et on considère, sauf à Paris, que les transports collectifs sont réservés aux enfants, personnes âgées ou à faibles revenus. Un adulte qui s'assume prend sa voiture personnelle pour ses déplacements”. Et le chercheur d'ajouter : “On a voulu faire de la voiture un mode de transport urbain, alors qu'elle est adaptée à l'interurbain”. Ainsi, en périphérie des villes et en zone rurale, “la voiture signifie toujours l'émancipation pour les jeunes adultes. Il y a un avant et un après le permis de conduire. La voiture demeure un gain indéniable qui bouleverse leur mode de vie.” Dans le fond, l'apparent désamour des jeunes pour la voiture révèle “un appauvrissement culturel et financier”, pour Mathieu Flonneau. “Il y a une méconnaissance des valeurs qui, historiquement, sont attachées à l'automobile. Aujourd'hui, la voiture est perçue négativement, elle ne va plus de soi et semble à certains égards anachronique, de par son coût d'abord, mais aussi par rapport aux discours actuels sur l'écologie, le partage, la convivialité, la sécurité routière… L'automobile souffre d'un déficit de connaissances, les valeurs qu'elle charrie sont ignorées, elle est considérée seulement dans les dépendances qu'elle engendre.”

JEUNES FAUCHÉS ET VOITURES TROP CHÈRES

Lorsqu'on se penche sur les attentes des jeunes vis-à-vis de l'automobile, on s'aperçoit vite que ce n'est pas l'envie qui manque, mais les sous. “78 % des jeunes expliquent qu'ils n'imaginent pas se passer d'une voiture toute une vie et 83 % avouent adorer conduire”, relève l'observatoire Cetelem de l'automobile. “Il n'y a pas de rejet de l'automobile, elle est toujours perçue comme le moyen le plus simple de se déplacer, indispensable”, insiste Flavien Neuvy, responsable de l'observatoire. Seulement, 23 % des “actifs” de moins de 25 ans n'ont pas d'emploi. Le chômage grimpe, le prix du carburant aussi. Sans compter l'explosion du coût de l'assurance, de l'entretien et du permis de conduire. Les épreuves du code et de la conduite se sont compliquées, avec des taux d'échec respectifs de 50 %, et 42 %. Pour décrocher le précieux sésame, les jeunes doivent multiplier les leçons, la facture s'alourdit (1 500 euros en moyenne). Mais les jeunes s'accrochent : 92 % des moins de trente ans ont leur permis, obtenu pour la majorité à 19 ans. Et s'ils ne se ruent plus vers le marché du neuf, c'est qu'ils préfèrent l'occasion. Il y a trente ans, les 18-25 ans n'étaient que 10 % à opter pour une occasion au moment d'acquérir leur première voiture. Aujourd'hui ils sont 95 % à faire leur choix sur le marché de l'occasion. Question de budget d'abord. “Pour 57 % des jeunes de la génération Y, le coût est le principal frein à l'achat d'un véhicule. C'est la génération de la crise, qui a dû s'adapter à une contrainte économique forte et apprendre à vivre sans voiture personnelle”, annonce Guillaume Crunelle, de chez Deloitte, qui a publié en octobre 2014 une enquête sur la génération Y et le secteur automobile. Et l'homme de décrire une génération Y, “pragmatique”, ouverte “aux modes de déplacements alternatifs émergents tels que covoiturages et autopartages” et qui regarde uniquement la dimension utilitaire de l'automobile, sans affect. La voiture idéale pour la génération Y ? Low-cost, design et écolo. Et bourrée de nouvelles technologies. “71 % placent au premier rang de leurs attentes des technologies qui augmente- raient la sécurité à bord.”, précise Guillaume Crunelle. Et de prédire : “À l'avenir, les ventes se réaliseront de moins en moins en concession. Les jeunes se renseignent très fortement avant d'acheter, ils ont choisi le modèle et les options, connaissent le prix, ne veulent pas négocier. Ils viennent en concession pour avoir la confirmation de leur choix et une expérience réelle de la voiture. Les concessions de demain

tiendront davantage des centres d'essai que des showrooms. Et tout le travail que va faire la marque en amont va de plus en plus devenir déterminant”.