

Le nouveau marché du pneu en France

Le pneu est aujourd'hui le 1^{er} équipement automobile recherché et comparé sur Internet. ***

1 pneu sur 8 est désormais vendu sur Internet !

- Les nouveaux comportements d'achat



L'émergence du e-commerce et le difficile contexte économique actuel modifient les comportements d'achat des consommateurs. Le secteur de l'automobile est en effet le second poste de dépenses des ménages français et les économies sont de rigueur. Une récente étude réalisée par le site Internet AlloPneus.com* révèle que **52% des automobilistes pensent revoir leur budget automobile à la baisse dans les mois à venir. Parmi ces derniers, 20% pensent différer le changement de leurs pneumatiques au delà de la limite d'usure et ce, au détriment de leur sécurité.**

L'achat de pneumatique est considéré comme une contrainte technique, logistique et budgétaire. C'est un achat récurrent et coûteux (le panier moyen observé chez AlloPneus est de 230 € TTC avec un réachat moyen tous les 18 mois).

Avant de changer leurs pneus, de plus en plus d'automobilistes se renseignent et comparent les offres, les disponibilités et les prix. **Le nombre d'automobilistes ayant acheté des pneus sur Internet a quasi doublé en 4 ans (en 2009, 1 pneu sur 14 était vendu sur Internet vs 1 pneu sur 8 en 2012).**

Le pneu est désormais le premier équipement automobile recherché sur Internet. **En effet près d'1/4 des automobilistes ont cherché et comparé le prix des pneumatiques sur Internet (23%) devant les visites des sites de constructeurs automobiles (21%) et sites de pièces automobiles (19%). *****

Les requêtes internautes sur Google ont ainsi progressé de +8% au global sur la catégorie "pneu automobile" depuis le début de l'année.

Pour simplifier cet achat, Internet est devenu l'outil référent pour comparer les produits, rechercher facilement les meilleurs prix, la disponibilité, mais aussi trouver la solution de montage la plus adaptée. Pour gagner toujours plus de temps, les modes de recherches évoluent. Les requêtes sur smartphone et tablette ont augmenté respectivement de +75% et +157% depuis le début de l'année par rapport à 2012 !**

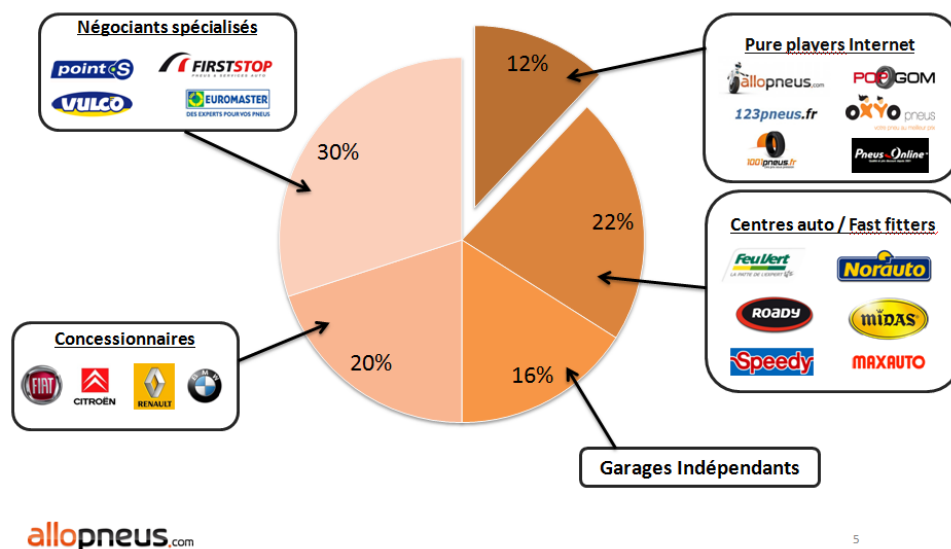
Pour AlloPneus.com, le rôle d'Internet est également de mieux informer ces automobilistes afin qu'ils puissent gérer leur budget et que leur voiture soit bien équipée. Garantir la meilleure offre, l'information et le service client est une priorité pour le site Internet. Le succès d'AlloPneus.com repose sur ses prix attractifs (jusqu'à -50% par rapport au réseau traditionnel), son offre de pneus (la plus large du marché avec 20 000 références et 600 000 pneus en stock propre), et ses solutions de montage pour tous avec plus de 4 600 centres de montage partenaires et son réseau exclusif de montage à domicile couvrant plus de 80% de la population française.

« L'achat de pneumatique n'est pas un achat plaisir. L'automobiliste perçoit cet évènement comme une contrainte en terme financier mais aussi comme une perte de temps. Le souhait d'AlloPneus.com est de lui simplifier la vie en rendant cet achat le plus facile et transparent possible, du choix du pneu jusqu'à son montage. Et cela n'importe où en France. Nous ne souhaitons pas seulement proposer des prix attractifs mais vraiment accompagner nos clients en répondant à leurs attentes et en étant à leur écoute pour leur offrir des prestations sur mesure » commente Didier Blaise Président fondateur d'alloPneus.com

- Le succès des ventes sur Internet

Le marché de la recharge du pneumatique en France est à peu près stable. En 2012, 38 millions de pneus ont été vendus sur ce marché qui regroupe les pneus tourisme, camionnette et 4x4 (communément appelé par la profession, "segment TC4").

Les automobilistes disposent désormais de plusieurs canaux de distribution pour acheter et faire monter leurs pneus : les professionnels « physiques » (centres autos/fast fitters (centres de réparation rapide), concessionnaires et garagistes indépendants) et les sites Internet dit 100% web. Ce dernier créneau est en constante progression et dispose d'un fort potentiel de développement. Il est passé de 7 à 12 % de part de marché durant ces 3 dernières années. Sur le seul canal web, **Allopnus.com détient aujourd'hui plus de 50% des ventes, soit approximativement 6% du marché total France.**



Ce nouveau circuit de distribution génère d'excellent taux de satisfaction auprès des clients mais également des professionnels. Selon l'étude GIPA, **61% des automobilistes ont été satisfaits de leur achat de pneus sur Internet contre 49% via les autres créneaux de distribution.** Cette étude met également en avant que 64% des professionnels concernés ont réalisé en plus du changement de pneus d'autres prestations et 66% de ces clients sont revenus dans l'atelier. Le web a ainsi permis de générer des entrées atelier supplémentaires et donc une hausse significative du chiffre d'affaires dans les réseaux physiques partenaires.

Allopnus.com, le leader français de la vente et du montage de pneus sur Internet a vendu plus de 2 millions d'enveloppes en 2012. Le site est le seul à proposer plus de 4 600 centres de montage partenaires et un réseau exclusif de 80 stations de montage à domicile déjà disponible pour 80% du parc roulant français. Avec ce service exclusif de montage à domicile, Allopnus est le seul acteur français du web à posséder son propre réseau.

En 2013, Allopnus.com, devrait, grâce à la qualité inégalée de ses offres et services et au prochain lancement d'un site mobile, bénéficier du potentiel e-commerce et enregistrer un nouveau record de ventes.

* Source : enquête Survey Monkey pour Allopnus.com menée sur 3582 répondants en juin 2013.

** Source : étude Google France Q2 2013

*** Source : enquête GIPA (société d'étude spécialisée dans les études sur l'après-vente automobile deux-roues et poids lourd) juin 2013

Allo pneus.com, leader français de la vente et du montage de pneu sur Internet.

Créée en 2004, Allo pneus est une société 100% française, dont le siège social est basé à Aix-en-Provence.

Allo pneus.com propose le plus large choix de gammes du marché (pneus tourisme, agricoles, 4x4, motos, quads, utilitaires et poids lourds ainsi que jantes alu et jantes tôle) à des prix de 20 à 50% inférieurs aux réseaux traditionnels, et des solutions de montage pour tous : plus de 4 600 centres de montage de pneus agréés et pour les pneus tourisme un service 'exclusif' de montage à domicile qui dessert aujourd'hui 80 % du territoire.



En 2012, le site a vendu 2 millions de pneus (toutes catégories confondues) avec un chiffre d'affaires de 167 millions d'euros en croissance de 20 % par rapport à 2011.

En avril 2012, Allo pneus.com a reçu le label « Michelin Site Web approuvé » qui garantit le respect des critères de qualité définis par Michelin concernant l'offre de produits, de services et la commercialisation des pneumatiques.

Le site **www.allo pneus.com** est visité en moyenne chaque mois par 1 million d'internautes totalisant près de 14 millions de pages vues. (Source Google Analytics - compte Allo pneus.com).

Rendez-vous sur :

<http://www.allo pneus.com>

<http://blog.allo pneus.com/>

CONTACTS PRESSE

Valérie LESEIGNEUR & Joy LION

VLC*

Tél. 06 68 80 37 35 / 07 62 59 65 86

valerie@agencevlc.com / joy@agencevlc.com

Margot PAOLI BOTTAÏ & Pauline BLAISE

Allo pneus.com

Tél : 04 88 72 67 46 / 04 88 72 67 21

presse@allo pneus.com