

Communiqué de presse  
Zurich, le 16 février 2023

# Analyse d'AutoScout24 : ce que recherchent les utilisateurs sur la place de marché en ligne

**En 2022, la place de marché en ligne AutoScout24 a enregistré environ 25 millions de visiteurs. L'analyse de la plateforme montre que l'an dernier, les recherches étaient surtout axées sur les SUV et les voitures aux couleurs classiques comme le noir ou le blanc. Pour ce qui concerne les types de carburant, les utilisateurs recherchent de plus en plus des voitures à motorisation alternative. La VW Golf reste cependant le modèle le plus apprécié. Les annonces de ce modèle ont été le plus souvent consultées sur AutoScout24. D'après les évaluations de la plateforme et les principales données et analyses, le visiteur type d'AutoScout24 a entre 25 et 44 ans et recherche la voiture de ses rêves le soir sur son smartphone.**

En 2022, plus de 750 000 véhicules différents ont fait l'objet d'une annonce sur AutoScout24. Dans cette multitude d'offres, pas facile de trouver la voiture de ses rêves. Voiture neuve ou d'occasion ? Quel carburant ? Y a-t-il une préférence pour une marque, un modèle ou une couleur en particulier ? « Sur la base de nos analyses, nous constatons que les gens effectuent leurs recherches principalement selon la marque et le modèle », explique Mathias Jenny, Head of User Experience Research chez AutoScout24. En 2022, la VW Golf était en tête du classement des véhicules les plus recherchés. Les annonces de la VW classique ont été consultées environ 7 millions de fois l'an dernier sur la place de marché en ligne, résultat peu étonnant pour Maurice Acker, Director Business Customers chez AutoScout24 : « Le modèle existe depuis presque 50 ans : il est connu de plusieurs générations. À cela s'ajoute le fait que la Golf est une voiture très compacte et polyvalente. De plus, ce modèle ne décote pas rapidement. » La Porsche 911 est arrivée en deuxième place avec environ 5,3 millions de consultations. La Skoda Octavia a suivi à la troisième place avec environ 2,5 millions de clics. La quatrième place revient à la BMW X5 et la cinquième au VW Tiguan.

## La Suisse est le paradis des SUV

« Ce n'est généralement que plus tard dans le processus de recherche que les gens affinent davantage leurs critères, par exemple en fonction du type de carrosserie, du type de carburant ou de la couleur », poursuit Mathias Jenny. Alors qu'en fin décembre 2021, les breaks étaient encore le type de carrosserie le plus demandé, les recherches ont diminué tout au long de l'année. Parallèlement, les recherches de SUV ont explosé pendant le mois d'avril pour occuper la première place à la fin du mois. Pour Maurice Acker, cela n'a rien d'étonnant : « La Suisse est depuis des années le paradis des SUV. Ces véhicules sont considérés comme sûrs et l'assise légèrement surélevée permet de bien maîtriser les conditions de circulation. À cela s'ajoute le fait que les SUV, en tant que symbole de statut, sont plus attrayants qu'un break ou une petite voiture. » Les berlines sont arrivées en troisième place du classement. Les autres types de carrosserie, comme les petites voitures, les minivans, les cabriolets ou les pick-ups, n'ont pas été très recherchés par les consommateurs.

## Les propulsions alternatives ont de plus en plus le vent en poupe

Si l'on se penche sur le filtre par type de carburant, on constate que les consommateurs ont continué l'an dernier à rechercher sur AutoScout24 principalement des véhicules à propulsion conventionnelle, c'est-à-dire des véhicules à essence ou diesel. Leur part ne cesse toutefois de diminuer. Parallèlement, on constate un rattrapage progressif par les propulsions alternatives, à savoir les véhicules à propulsion purement électrique par batterie, hybrides, hybrides rechargeables, à propulsion par pile à combustible ou à propulsion par combustion de gaz. « Les personnes prennent de plus en plus conscience de la nécessité d'une conduite climatiquement neutre, une tendance que confirment les recherches sur AutoScout24. L'an dernier, les voitures électriques étaient particulièrement appréciées. Si l'on compare à 2021, près d'une recherche sur trois concerne désormais les voitures électriques. Je suis certain qu'à l'avenir, l'électromobilité s'imposera comme la principale technologie pour les véhicules particuliers », déclare Maurice Acker.

### **Côté couleur, on reste classique**

En 2022, la couleur tendance pour la voiture était tout simplement le noir ou le blanc. Environ deux tiers des visiteurs d'AutoScout24 ont réglé le filtre sur ces deux couleurs. Il s'agit en fait de « non-couleurs ». Les couleurs bleu, rouge et gris sont arrivées juste derrière. Les couleurs peu habituelles, comme le jaune ou l'orange, n'ont pas été très recherchées.

### **Sur AutoScout24, tous les groupes d'âge sont représentés**

Si l'on regarde de plus près la composition des visiteurs d'AutoScout24, on constate que tous les groupes d'âge sont représentés sur la place de marché en ligne. Cependant, près de la moitié des utilisateurs ont entre 25 et 44 ans (22,4 % pour les 35-44 ans, 22,2 % pour les 25-34 ans). En revanche, les 18-24 ans sont la plus petite catégorie d'âge et ne représentent que 10 % des visiteurs. Cette répartition par tranche d'âge n'a rien d'étonnant pour Mathias Jenny : « Après l'achat d'un bien immobilier, l'achat d'une voiture est généralement le deuxième plus grand investissement dans son parcours de vie. Il est indispensable d'épargner avant de pouvoir s'offrir une voiture. Cette condition est généralement remplie dans le groupe d'âge de 25 à 45 ans. Il n'est donc pas surprenant que les plus jeunes soient les moins représentés. Par ailleurs, les modèles dits de partage, c'est-à-dire le partage du véhicule au sein de la famille ou entre amis, ainsi que l'utilisation d'offres commerciales (Mobility Carsharing) sont plus répandus dans cette catégorie d'âge », ajoute l'analyste. La structure par groupe d'âge est restée à peu près inchangée au cours des dernières années.

### **Les recherches sur smartphone ont surtout lieu le soir**

La principale évolution concerne la modalité de recherche de la voiture de ses rêves. « Si, il y a une cinquantaine d'années, on parcourait toutes les annonces des journaux, aujourd'hui, tout se fait de façon virtuelle. Nous constatons qu'au cours des dernières années, la recherche sur des appareils numériques, c'est-à-dire sur smartphone et tablette, s'est fortement imposée. », explique Mathias Jenny. En effet, selon les évaluations d'AutoScout24, près de 16 millions d'utilisateurs ont saisi l'an dernier l'adresse autoscout24.ch sur leur téléphone portable ou leur tablette. La catégorie « Appareils mobiles » représente donc le plus grand canal d'entrée (63 %). L'année précédente, cette part était encore d'environ 40 %. Environ 7 millions de visiteurs se sont connectés à autoscout24.ch depuis leur ordinateur. L'analyse de l'heure de consultation de la plateforme révèle que les recherches commencent surtout le matin à partir de 5h00 et augmentent fortement jusqu'à 12h00. À midi et en début d'après-midi, la courbe s'aplatit quelque peu avant d'augmenter continuellement à partir de 15h00. Le pic est atteint entre 20h00 et 21h00, principal créneau d'affluence sur la plateforme en ligne. À partir de 22h00, la tendance s'inverse et les recherches diminuent d'heure en heure.

### **Base des données**

L'analyse a porté sur les recherches effectuées par les utilisateurs sur AutoScout24 depuis leur ordinateur, leur smartphone, leur tablette et/ou l'application AutoScout24 en 2022 (01.01.2022 - 31.12.2022). Les recherches ont été analysées en fonction du nombre d'utilisateurs, du nombre de sessions et du nombre de pages consultées.



**Contact**

Nathalie Heim  
Communications Manager & Media Spokesperson  
[nathalie.heim@swissmarketplace.group](mailto:nathalie.heim@swissmarketplace.group)  
+41 31 744 12 65



**Contact**

Artur Zazo  
Senior Communications Manager & Media Spokesperson  
[artur.zazo@swissmarketplace.group](mailto:artur.zazo@swissmarketplace.group)  
+41 79 766 50 83

**SMG Swiss Marketplace Group SA est un réseau pionnier de places de marché en ligne et une entreprise numérique européenne avant-gardiste qui simplifie la vie des gens grâce à des des produits innovants.**

SMG Swiss Marketplace Group SA fournit à ses clients les meilleurs outils pour prendre des décisions importantes dans leur quotidien. Le portefeuille s'étend actuellement sur quatre domaines d'activité: Real Estate (ImmoScout24, Homegate, ImmoStreet.ch, home.ch, Acheter-Louer.ch, CASASOFT, IAZI), Automotive (AutoScout24, MotoScout24, CAR FOR YOU), General Marketplaces (anibis.ch, tutti.ch, Ricardo) et Finance and Insurance (FinanceScout24). La société a été fondée en novembre 2021 par TX Group SA, Ringier SA, La Mobilière et General Atlantic.