



CIRANO

Allier savoir et décision

Analyse des motivations d'achats de camions légers au Québec

Ingrid Peignier, ing., M.Sc.A

Directrice principale des partenariats et de la
valorisation de la recherche CIRANO

Co-autrices de l'étude :

Verena Gruber, Professeure associée EMLyon et chercheuse CIRANO

Elinora Pentcheva, Chargée de cours et assistante de recherche, HEC Montréal



Objectifs

Projet qui s'inscrit dans la continuité d'une vaste étude avec Équiterre débutée en 2020 (2 rapports : Facteurs de motivation d'achat de VUS au Canada et Analyse des comportements face à certains messages en lien avec les véhicules).

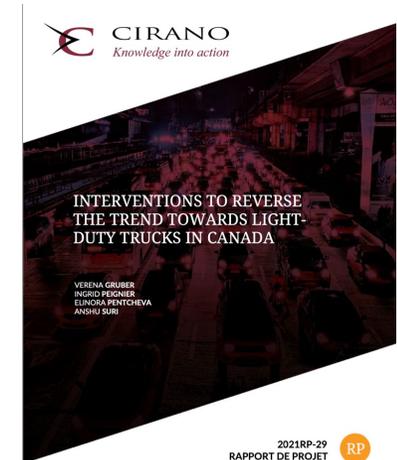
Équiterre

Objectifs de la présente étude : un focus sur le Québec

1. Identifier les facteurs qui influencent l'intention d'acheter un VUS pour les Québécois(es)
2. Brosser un portrait de l'utilisation que les Québécois(es) font de leur véhicule



<https://cirano.qc.ca/fr/sommaires/2021RP-06>



<https://cirano.qc.ca/files/publications/2021RP-29.pdf>

Méthodologie

- **Collecte de données** : Enquête en ligne entre le 27 juin et le 27 juillet 2022
- **Échantillon** : 1 020 répondant(e)s (représentatif de la population du Québec)

Cadre conceptuel

INDISPENSABILITÉ DU VÉHICULE

MOTIVATIONS INSTRUMENTALES

MOTIVATIONS NON INSTRUMENTALES

- Motivations symboliques
- Motivations affectives

VALEURS ET ATTITUDES

- Identité environnementale
- Valeurs matérialistes

INFLUENCES EXTERNES

- Normes sociales
- Influence des médias
- Comportement dans la recherche d'information

USAGE ET UTILISATION DU VÉHICULE

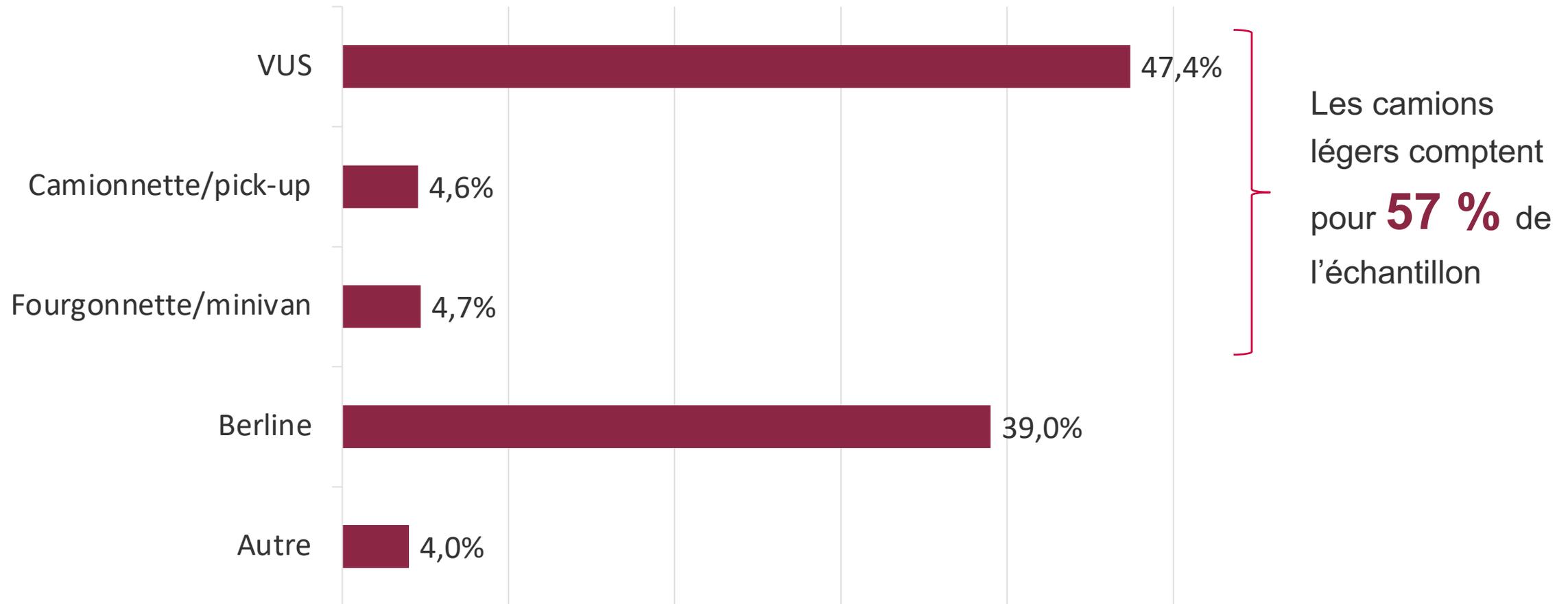
CARACTÉRISTIQUES DU VÉHICULE

INTENTION D'ACHAT D'UN VUS

CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

- Âge
- Sexe
- Niveau de revenu
- Composition du ménage
- Localisation géographique
- Possession d'une résidence secondaire

VUS : les véhicules les plus détenus par les ménages au Québec

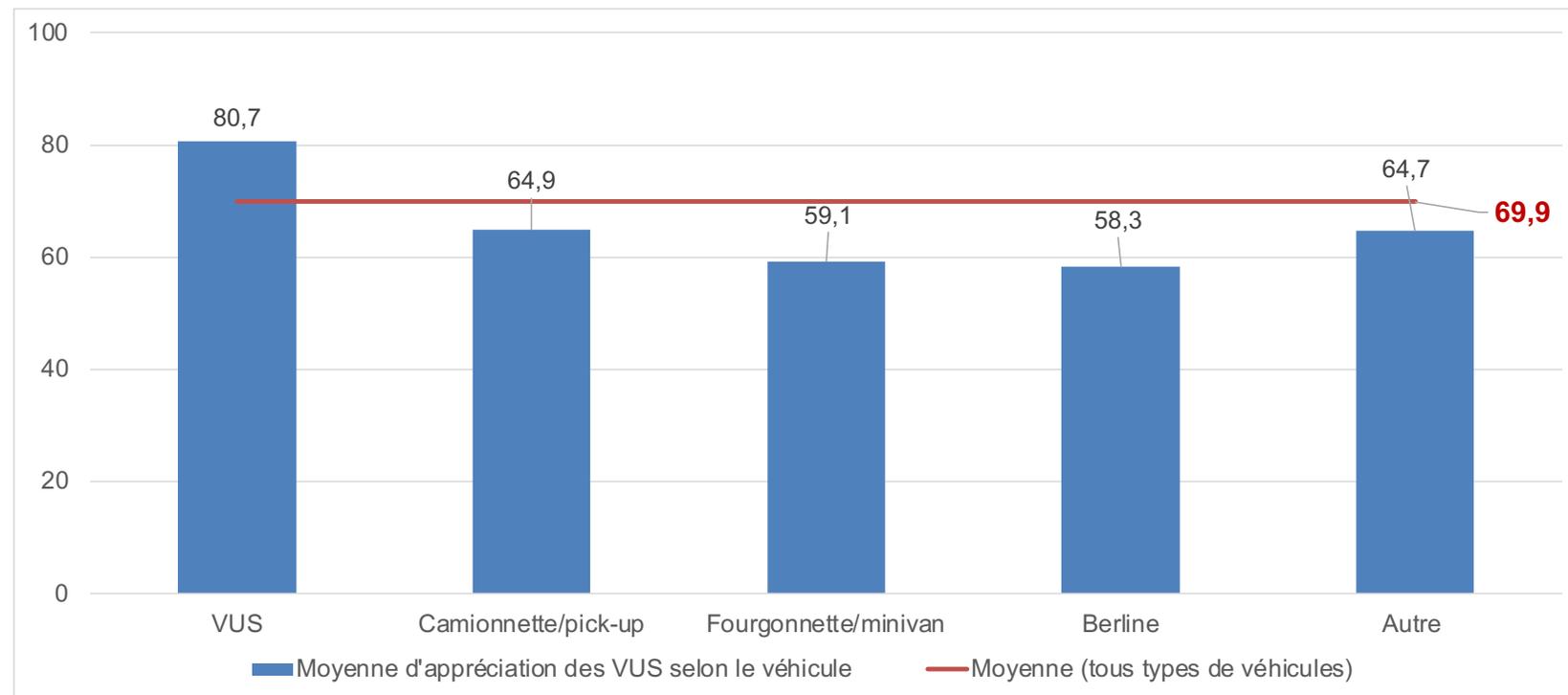


VUS : les véhicules les plus appréciés

VUS : véhicules avec le **niveau d'appréciation globale le plus élevé** : 70/100

(vs 65 pour les berlines ; 44 pour les camionnettes, 35 pour les fourgonnettes)

Ceci est particulièrement vrai parmi les conducteur(trice)s de VUS



Échelle de 1 = n'aime pas du tout à 100 = aime beaucoup

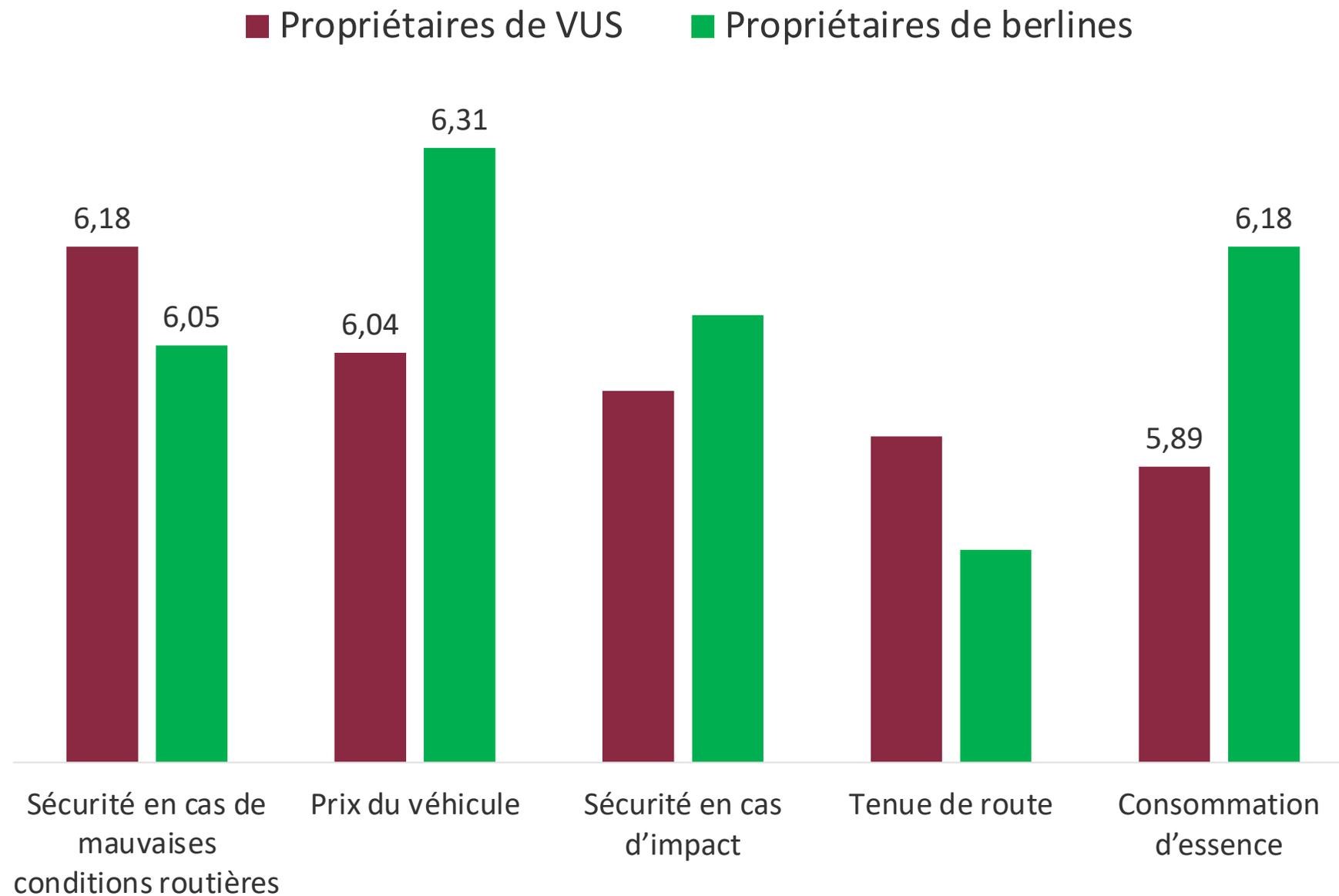


CARACTÉRISTIQUES DU VÉHICULE



Caractéristiques privilégiées lors de l'achat du véhicule

TOP 5 identique peu importe le type de véhicule possédé, mais avec un classement différent (sur 22 à l'étude)



Échelle : 1 (Pas important) à 7 (Très important)



Prix et mode de financement

Bien que le prix soit un critère déterminant lors de l'achat (facteur le plus important en 2022 - 3^e en 2020)

=> on constate un recours très important au financement offert par le concessionnaire

Mode de financement du véhicule à l'achat

ACHAT DU VÉHICULE AVEC
FINANCEMENT DU CONCESSIONNAIRE **46 %**

Pour les propriétaires
de **VUS**

50 %

Pour les propriétaires
de **berline**

44 %

En augmentation par rapport à 2020 (37 %)

ACHAT DU VÉHICULE AVEC DES
ÉCONOMIES PERSONNELLES **27 %**

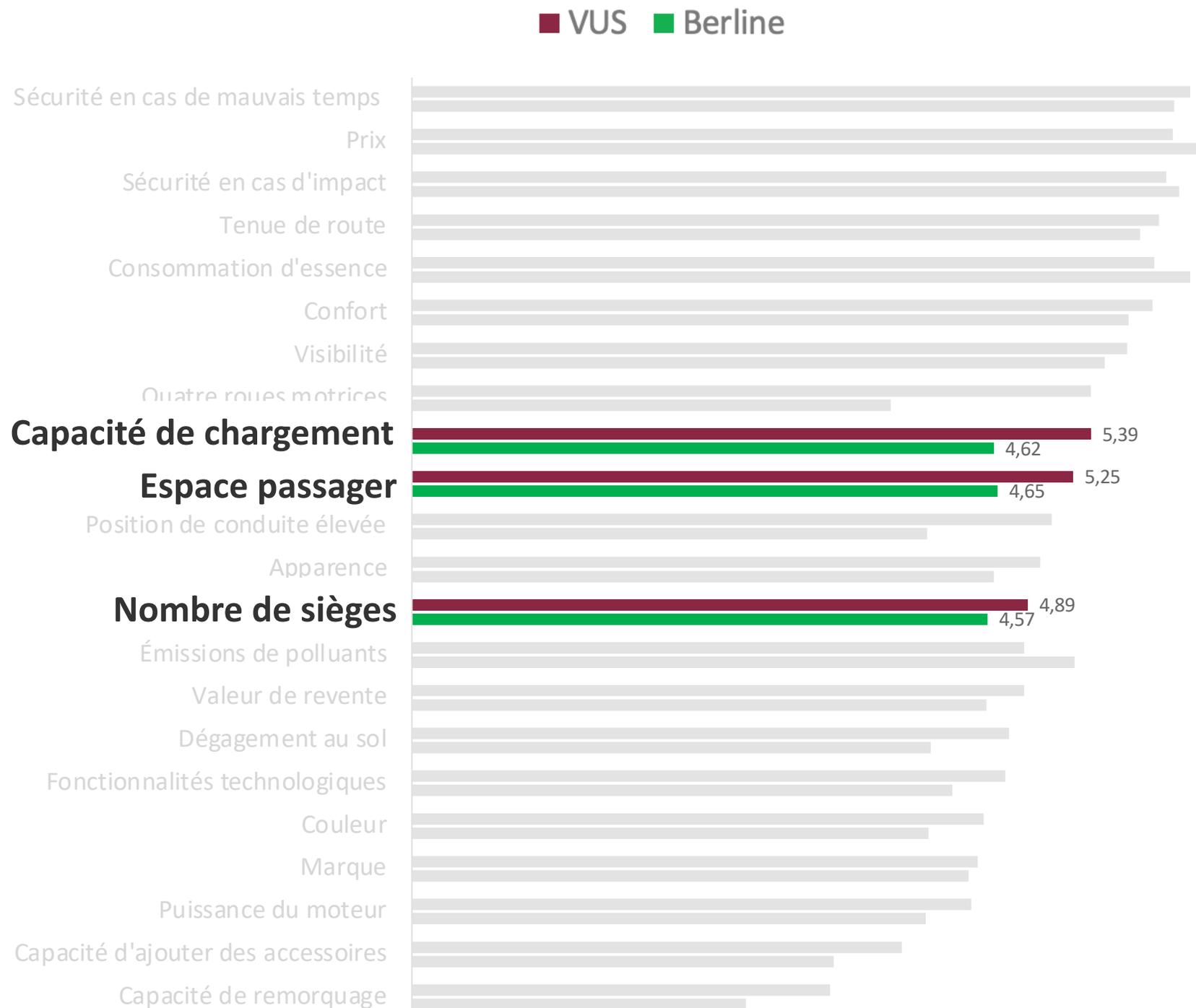
Pour les propriétaires
de **VUS**

24 %

Pour les propriétaires
de **berline**

29 %

Des différences en fonction du véhicule possédé pour les caractéristiques liées à l'espace





Habitacle (sièges)



Espace de chargement
(coffre)



Attelage (charge à
l'arrière)

USAGE DU VÉHICULE

Spécificités de l'enquête 2022



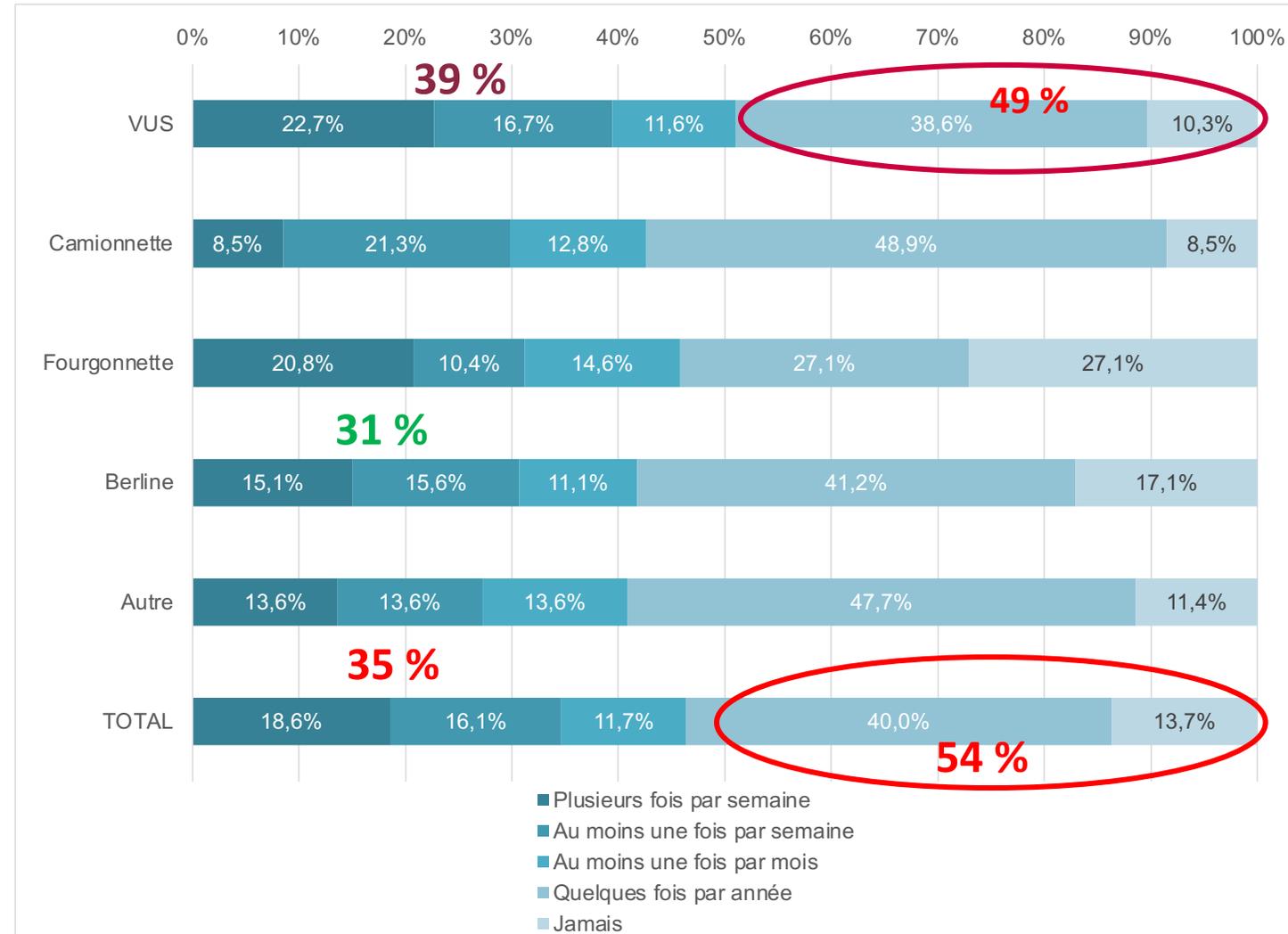
Utilisation de l'habitacle

En moyenne : les sièges sont généralement **peu utilisés au maximum de leur capacité**

Différence dans l'utilisation des sièges au moins une fois par semaine :

=> + propriétaires de VUS
que propriétaires de berline (39 %
vs 31 %)

Fréquence d'utilisation de la majorité des sièges de l'habitacle selon le type de véhicule



Utilisation de l'espace de chargement

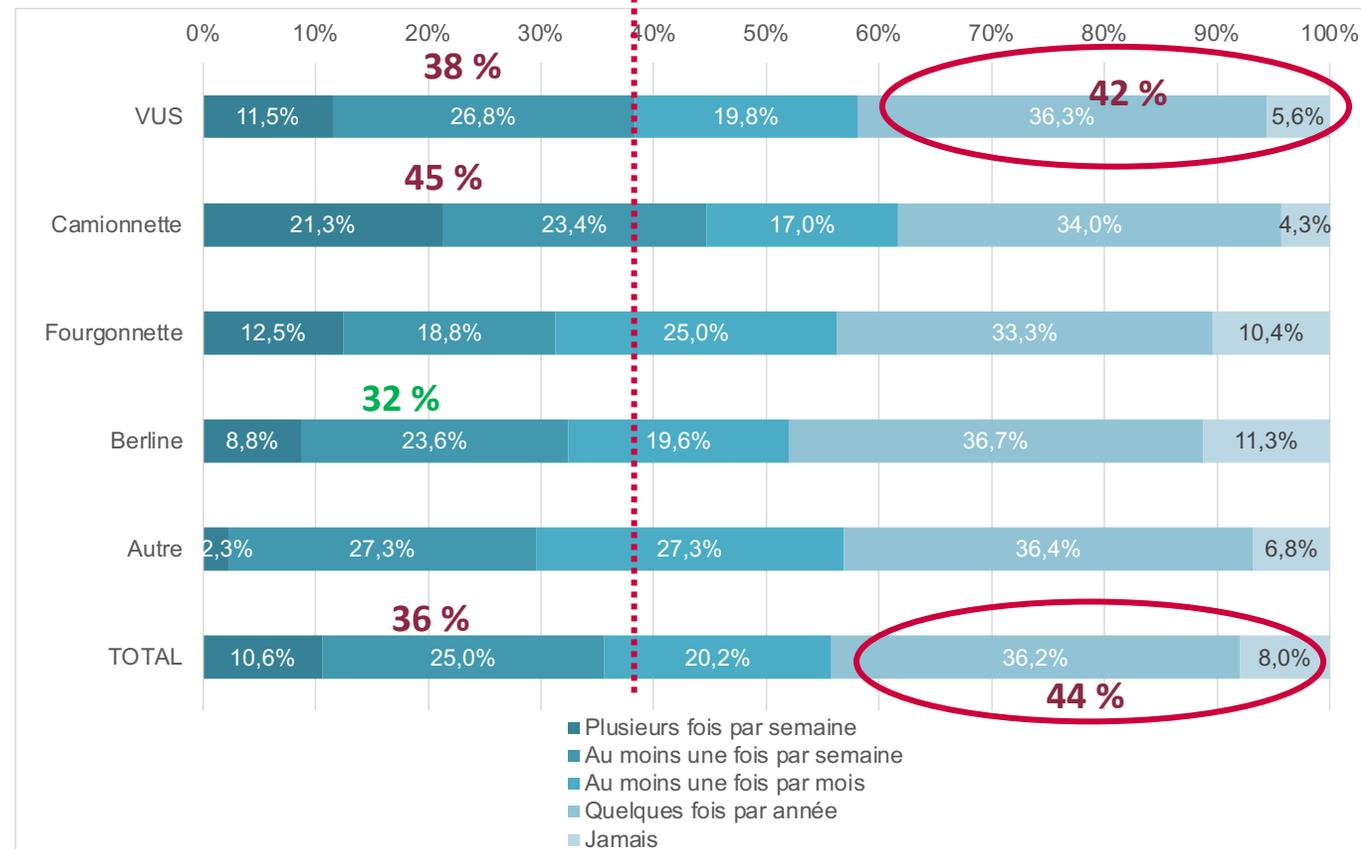
En moyenne, l'espace de chargement généralement est relativement **peu utilisé** à pleine capacité

Quelques différences :

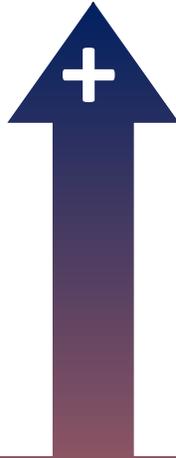
- Les propriétaires de **camionnette** indiquent utiliser la pleine capacité de l'espace de chargement **plus souvent** que tous les autres types de véhicules.
- Utilisation de la pleine capacité du coffre au moins une fois par semaine

=> + **propriétaires de VUS** que propriétaires de berline (38 % vs 32 %)

Fréquence d'utilisation de la pleine capacité du coffre selon le type de véhicule



Déterminants de la fréquence d'utilisation des sièges du véhicule



- Avoir un **enfant** (OR = 7,636) ou **2 enfants ou plus** (OR = 23,126)
- Avoir un **revenu** de plus de 100 000 \$ (OR = 2,095)
- Avoir à **transporter du matériel** ou de l'équipement dans le cadre de son travail (3,004)

Chance d'utiliser au moins une fois par semaine la majorité des sièges de son véhicule

- Avoir plus de 75 ans



Déterminants de la fréquence d'utilisation de la pleine capacité de l'espace de chargement



- Être une **femme** (OR = 1,634)
- Avoir entre **18 et 34 ans** (OR = 3,2) ou entre **54 et 75 ans** (OR = 1,922)
- **Avoir 2 enfants ou plus** (OR = 3,259)
- Posséder un chalet (OR = 1,879).

Chance d'utiliser au moins une fois par semaine la pleine capacité de l'espace de chargement

- avoir une formation universitaire (OR= 0,433)



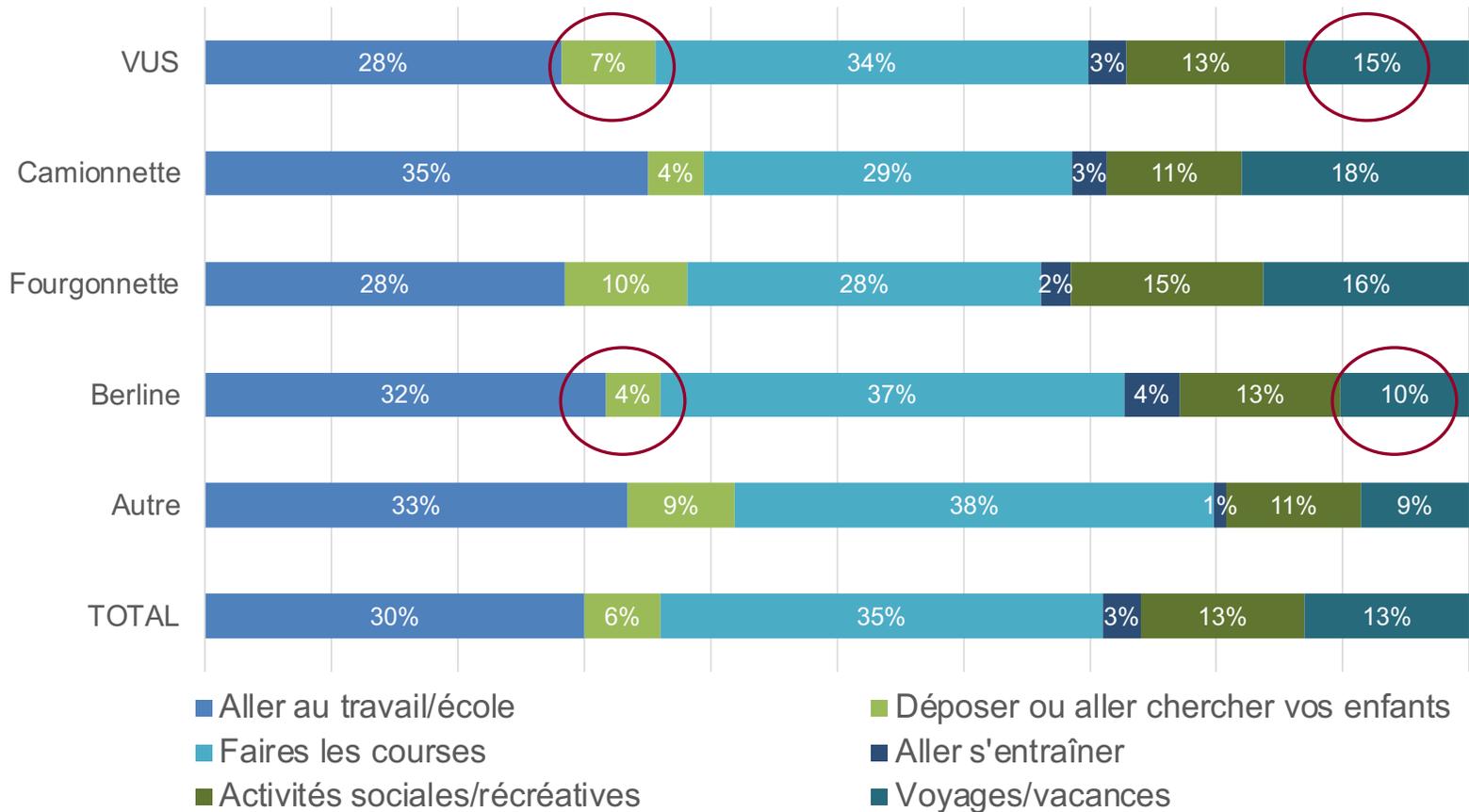
Types de déplacements

■ **Deux usages prépondérants** (65 % des déplacements) :

- Aller au travail/à l'école
- Faire les courses

■ **Propriétaires de VUS vs berline :**

- plus grande part de leurs voyages pour « **déposer ou aller chercher les enfants** » et « **sorties en plein air, voyages, et vacances** »



Usages réels => en décalage par rapport aux usages mis de l'avant dans les publicités



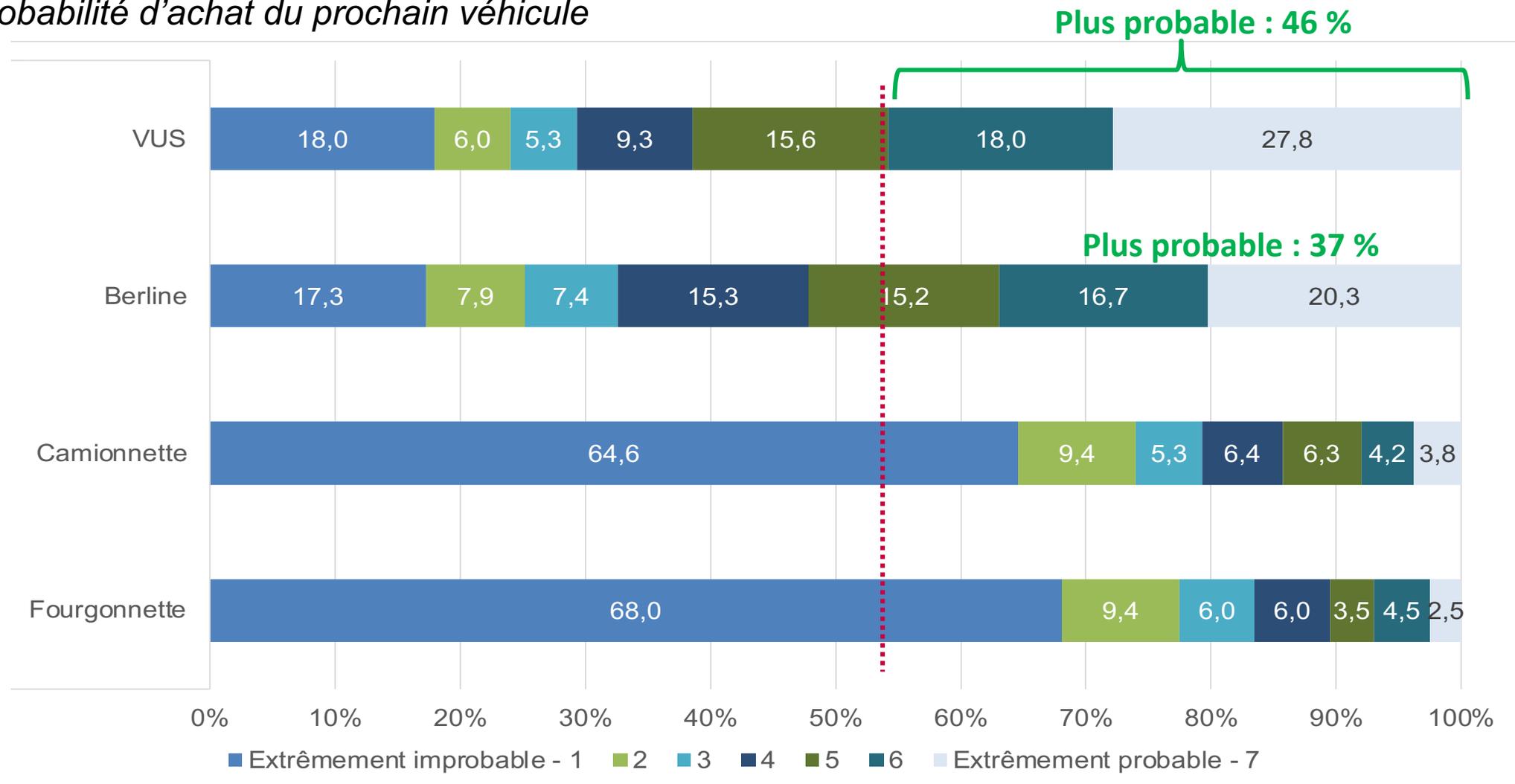
INTENTION D'ACHAT DES QUÉBÉCOIS(E)S

Comment les préférences et les utilisations se reflètent-elles dans les intentions d'achats ?



Intentions pour le prochain achat de véhicule

Probabilité d'achat du prochain véhicule

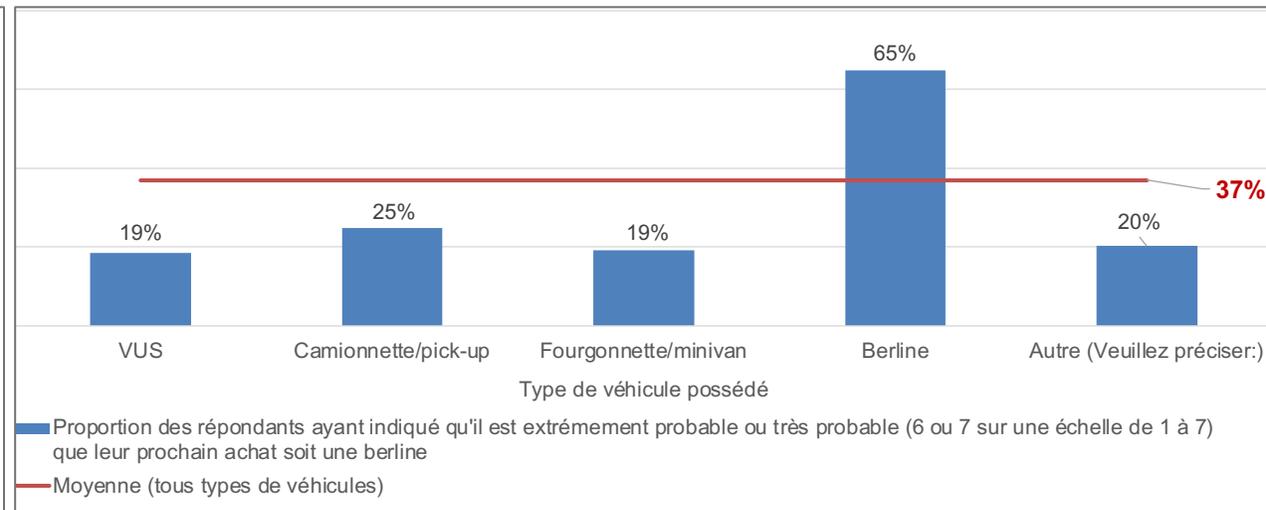
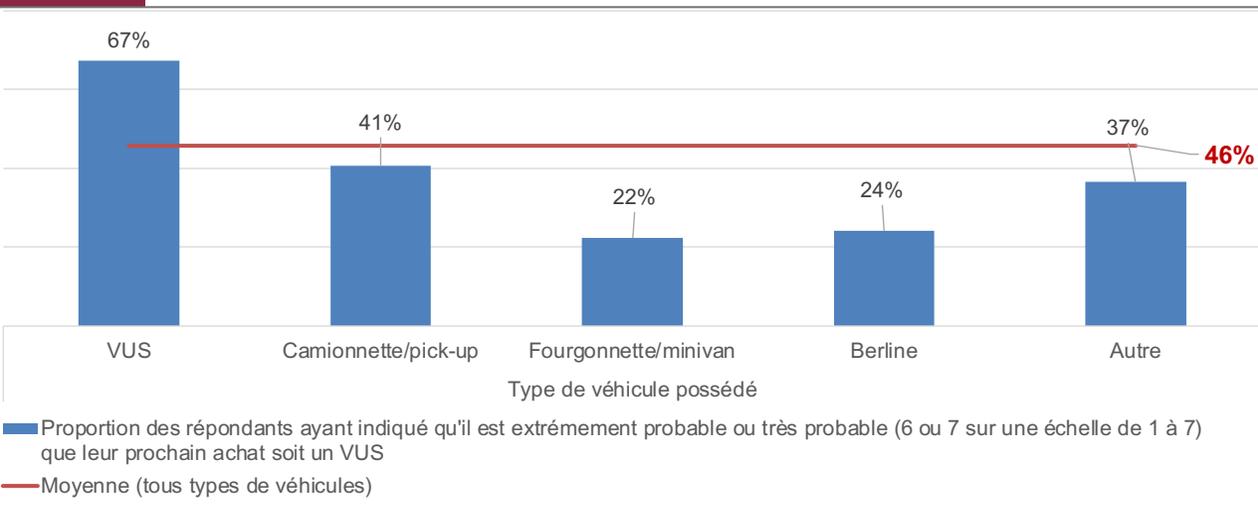


Intentions d'achat en fonction du véhicule possédé

Proportion des répondant(e)s ayant indiqué qu'il est **extrêmement probable ou très probable** que leur prochain achat soit

un VUS

une berline



La personne répondante moyenne sera significativement **plus encline à racheter le même type de véhicule qu'elle possède actuellement**

Influence des variables sociodémographiques sur l'intention d'achat de VUS

L'intention d'achat pour les VUS est la plus élevée parmi celles et ceux qui :

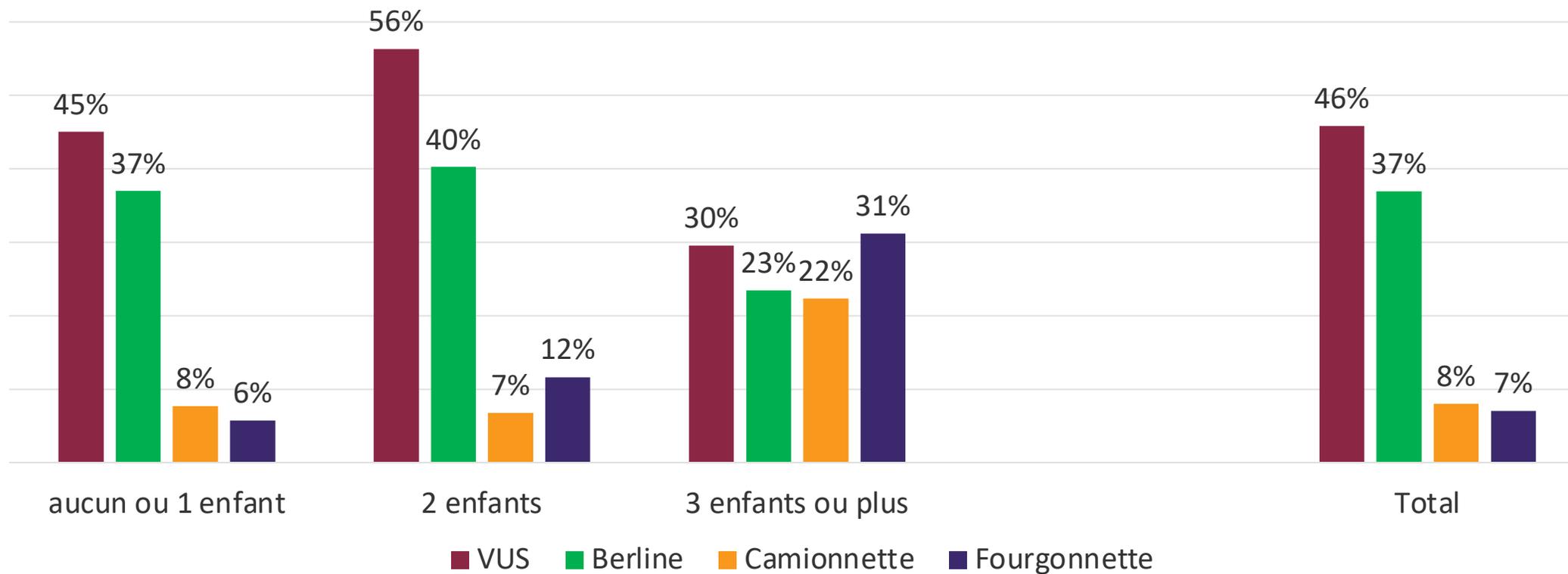
- ont entre **25 à 44 ans**
- vivent en **région rurale ou en banlieue**
- ont un revenu annuel de **plus de 125 000 \$**
- possèdent une **résidence secondaire**
- ont **2 enfants**



Plus les individus croient que les actions des **acteurs institutionnels et privés** ont un impact **négatif** sur les changements climatiques, plus ils sont **susceptibles** d'acheter un VUS

Influence du nombre d'enfants sur l'intention d'achat de VUS

Intention d'achat - Proportion des "Extrêmement ou très probable" selon le nombre d'enfants



Régression basée sur les variables de la littérature et les variables contextuelles et personnelles

Objectif : expliquer la variance de la variable dépendante, mais aussi identifier les prédicteurs qui ont le plus de poids dans l'explication de cette variance

Facteurs qui **augmentent** l'intention d'achat de VUS

- Indispensabilité du véhicule
- **Matérialisme** (ex. : j'aime le luxe, etc.)
- Motivations affectives (ex. : conduire est agréable, relaxant...)
- **Normes sociales** (ex. : beaucoup de personnes importantes pour moi possèdent un VUS, etc.)
- Influence des médias (ex. : les médias donnent une bonne impression de l'utilisation d'un VUS, etc.)
- Utilisation de la pleine capacité des sièges (3/5) au moins une fois par semaine
- Résidence secondaire
- **Nature du véhicule principal possédé (VUS)**

À RETENIR

Les VUS toujours aussi populaires

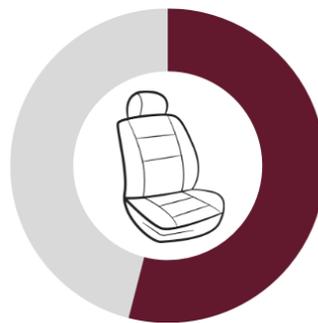
Encore en 2022, les VUS constituent les véhicules :

- **les plus répandus (47 % des répondant(e)s)**
- **avec le plus haut niveau d'appréciation**
- **les plus susceptibles d'être achetés comme prochain véhicule (46 % extrêmement ou très probable que le prochain achat soit un VUS)**

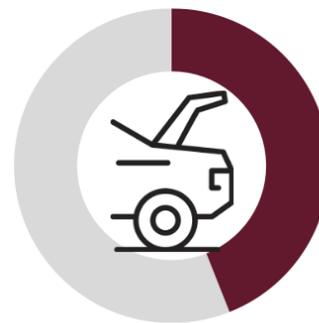
À RETENIR

Les Québécois(e)s affirment que leur véhicule est indispensable, mais il n'est pas souvent utilisé à sa pleine capacité

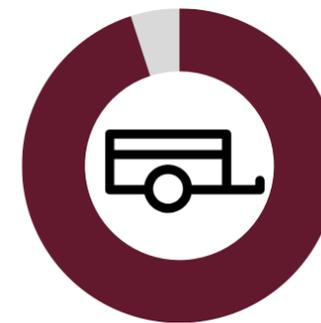
Utilisation quelques fois par année ou jamais



54%



44%



95%

La tendance importante des conducteur(trice)s de VUS à vouloir racheter un véhicule du même type souligne **l'importance des interventions visant les premières acheteuses et premiers acheteurs**, notamment afin de mieux évaluer leurs **véritables besoins d'utilisation**.

MERCI DE VOTRE ATTENTION



Pour plus d'informations, voir le rapport complet

**Analyse des motivations
d'achat de camions
légers au Québec.**  

VERENA GRÜBER, PH.D.
Professeure agrégée | Emlyon Business School
Chercheuse | CIRANO

INGRID PEIGNIER
Directrice de projet et Directrice
principale des partenariats et de la
valorisation de la recherche | CIRANO

ELINORA PENTCHEVA
Chargée de cours et stagiaire en
recherche | HEC Montréal

 **CIRANO**
Allier savoir et décision

<https://cirano.qc.ca/fr/sommaires/2023RP-05>

Bibliographie indicative

Gruber, V., Peignier, I., Dubuc, C., Cayard, Y.-É. et Pentcheva, E. (2021a). Analyse des motivations d'achat de camions légers au Canada, Rapport de projet CIRANO 2021RP-06

Gruber, V., Peignier, I., Pentcheva, E. et Suri, A. (2021 b). Interventions to reverse the trend towards light-duty trucks in Canada, Rapport de projet CIRANO 2021RP-29