

La participation de Renault à la Formule 1 très appréciée par son réseau de concessionnaires.

A la veille de la saison 2007 de Formule 1, Opinea a interrogé les équipes commerciales du réseau de la marque championne en titre pour connaître leur ressenti par rapport aux bénéfices qu'ils retirent de la participation de leur marque à la Formule 1.

Principal enseignement : *tout en se montrant très favorables à la participation de leur marque à la F1, les concessionnaires ne reconnaissent pas au sponsoring d'influence importante sur les comportements d'achat de véhicules neufs.*

Les concessionnaires très favorables à la participation de leur marque à la Formule 1

Les concessionnaires Renault en France portent un grand intérêt à cette discipline en général. Près de 75% des concessionnaires suivent les Grands Prix en direct à la télévision.

Ils sont unanimes (97%) quant à la poursuite de la participation de la marque au championnat de Formule 1. Une grande majorité (65%) accorde un grand ou très grand impact à cette participation sur les produits et services de la marque.

Cependant, cet impact est moins ressenti à l'échelle de la concession elle-même, puisque moins de la moitié (45%) des interviewés considèrent avoir un avantage par rapport aux concessionnaires dont les marques ne participent pas au championnat de F1.

La « technologie » arrive en pole position des valeurs attribuées à la Formule 1 !

La discipline se différencie des autres par des valeurs fortes qui lui sont associées. Technologie, innovation et dimension internationale sont les principales valeurs que les concessionnaires aient citées :

En effet, 1 concessionnaire sur 2, place la technologie en premier, l'innovation et la dimension internationale arrivent respectivement en 2nde et 3^e place sur le podium.

Des valeurs comme le prestige, le dynamisme, l'audace et la jeunesse sont relativement moins appréciées.

A propos de l'étude

Cette étude a été réalisée par Internet, auprès de 102 concessions Renault- échantillon représentatif du réseau français, du 5 au 30 novembre 2006. Cibles interrogées : directeurs des concessions, chefs de ventes et vendeurs.

A propos de la société OPINEA

Opinea est une société spécialisée dans les études marketing. Nous avons développé une expertise dans le domaine des nouvelles technologies afin de réaliser des études plus fiables, plus rapides et plus rentables. Pour tout renseignement complémentaire contactez nous au 01 45 53 99 84 ou via notre site Internet www.opinea.com

Contactez nous, pour obtenir l'intégralité des résultats !