

# LES FRANÇAIS ET LA FORMULE 1

Avril 2026



# Note méthodologique



Cette étude a été réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans à 75 ans constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne via la plateforme Ipsos.Digital du 17 au 21 avril. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Étude Ipsos bva réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital ».



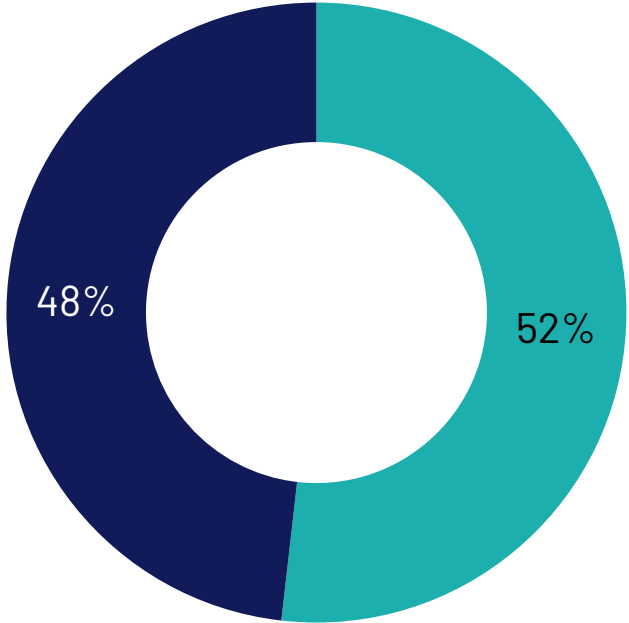
Ipsos rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 0,6 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Ipsos a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252

# Un Français sur 2 a déjà suivi une compétition de Formule 1, confirmant la popularité de ce sport dans l'Hexagone

Avez-vous déjà suivi une compétition de Formule 1 (en direct, en replay, ou en résumé)? Une seule réponse possible

■ Oui  
■ Non

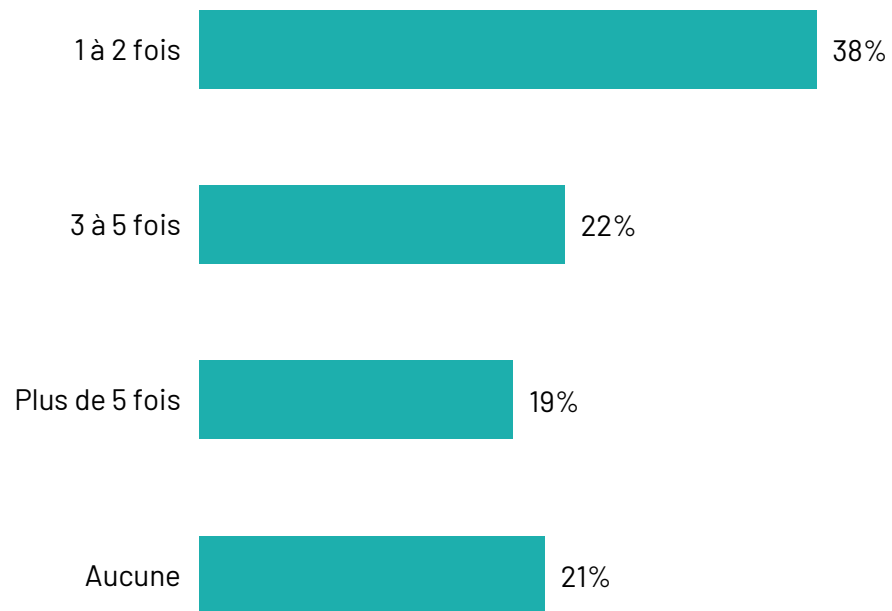


18-34 ans OUI : 62%

Base=1000

# Près de 80% d'entre eux ont suivi une compétition au cours des 12 derniers mois

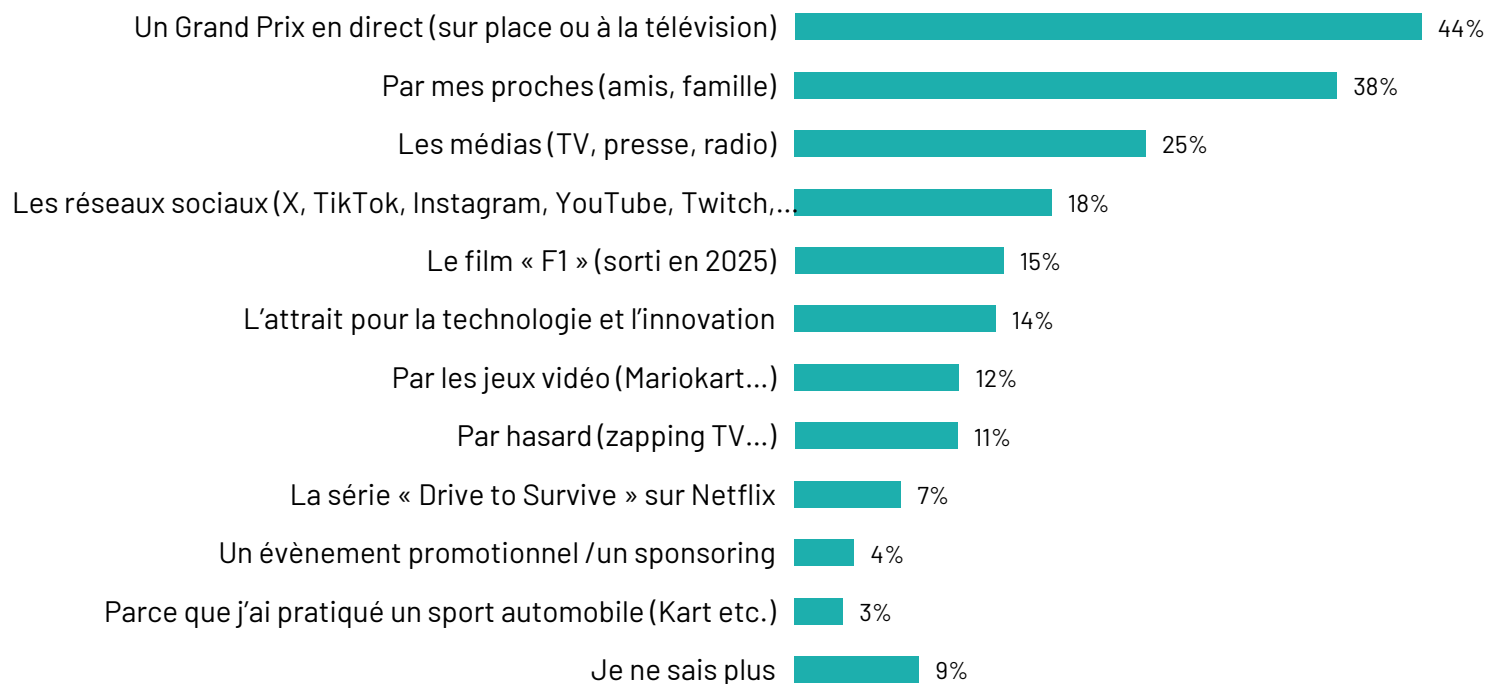
*Combien de fois ces 12 derniers mois avez-vous suivi une compétition de formule 1 que ce soit en direct, replay ou en résumé ? Une seule réponse possible*



Base= Français ayant déjà suivi la Formule 1 (511)

# La Formule 1 séduit avant tout par l'émotion du spectacle vivant et la transmission entre proches. Les médias jouent également un rôle non négligeable.

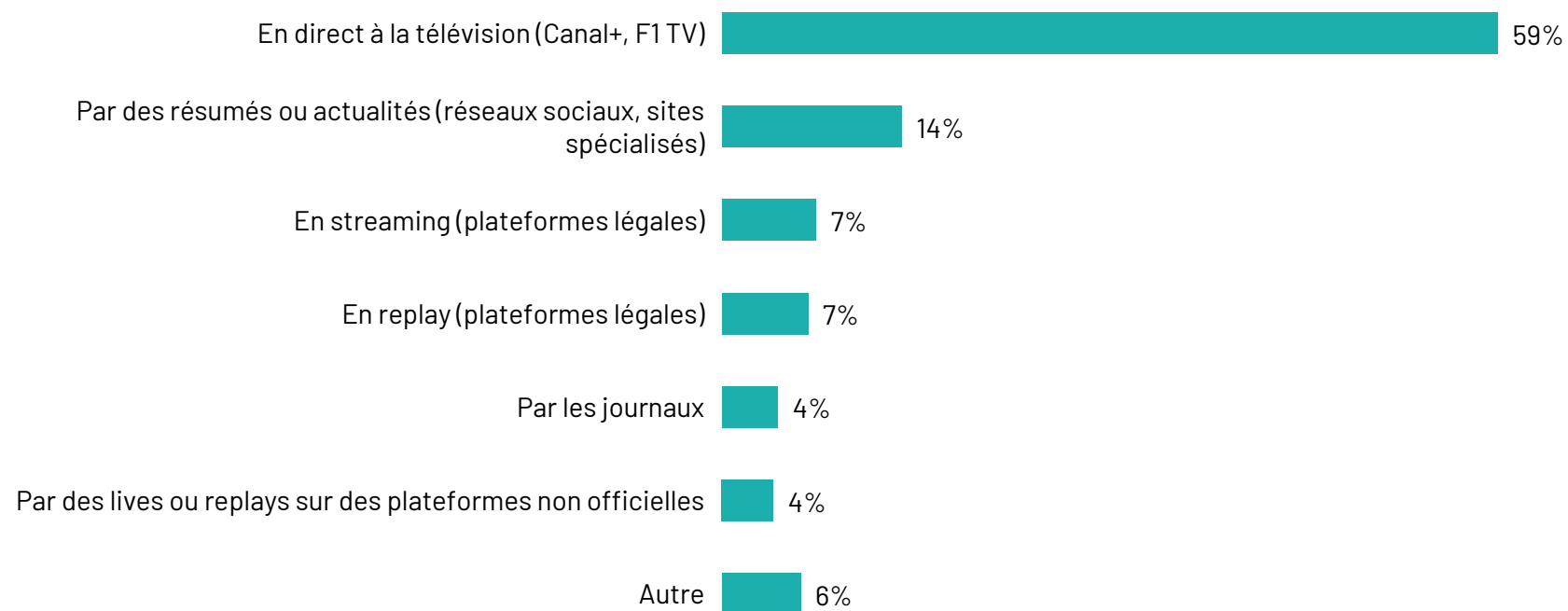
*Comment avez-vous commencé à vous intéresser à la Formule 1 ? Plusieurs réponses possibles*



Base= Français ayant déjà suivi la Formule 1(511)

# La télévision reste le média roi pour suivre la Formule 1, confirmant l'attachement des fans aux diffusions en direct

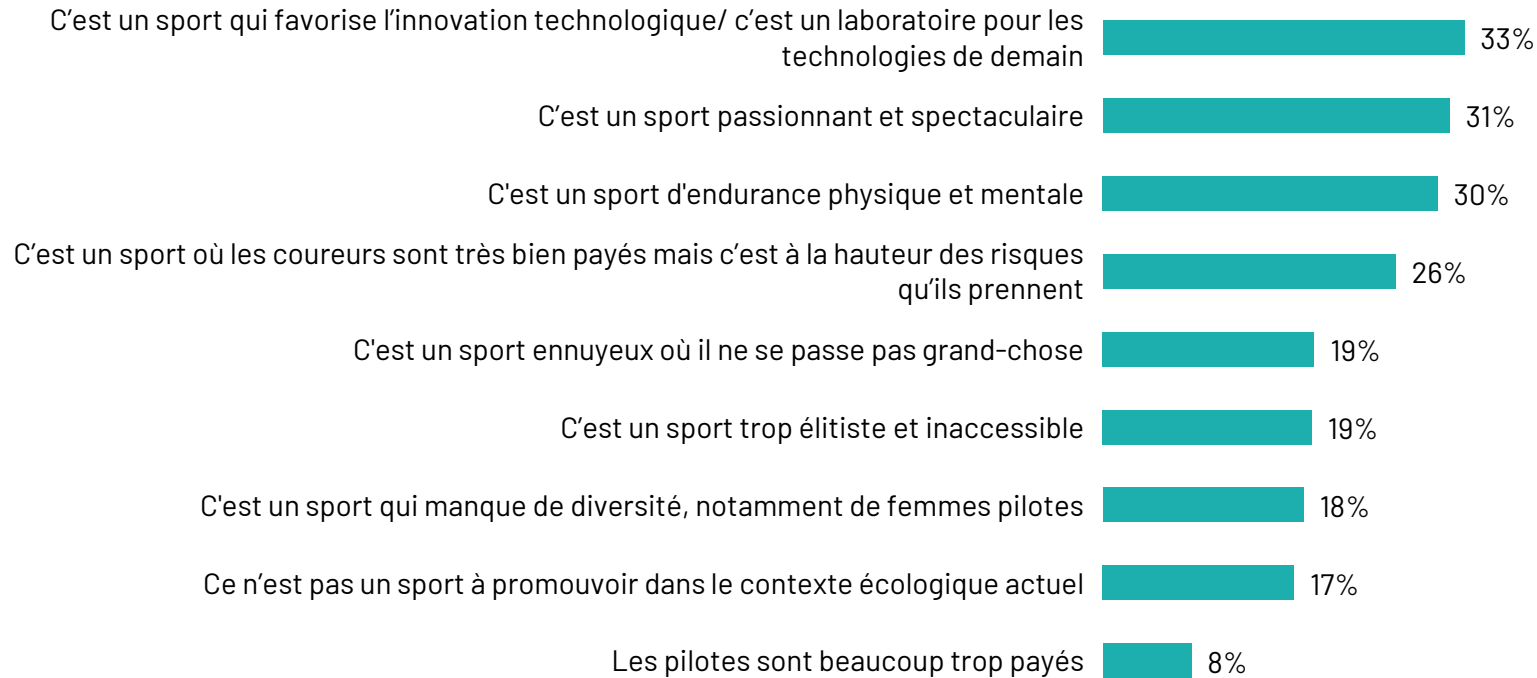
*Par quel moyen suivez-vous principalement la Formule 1 ? Une seule réponse possible*



Base= Français ayant déjà suivi la Formule 1 (511)

# La Formule 1 est associée avant tout à l'innovation technologique et à son aspect spectaculaire et sportif

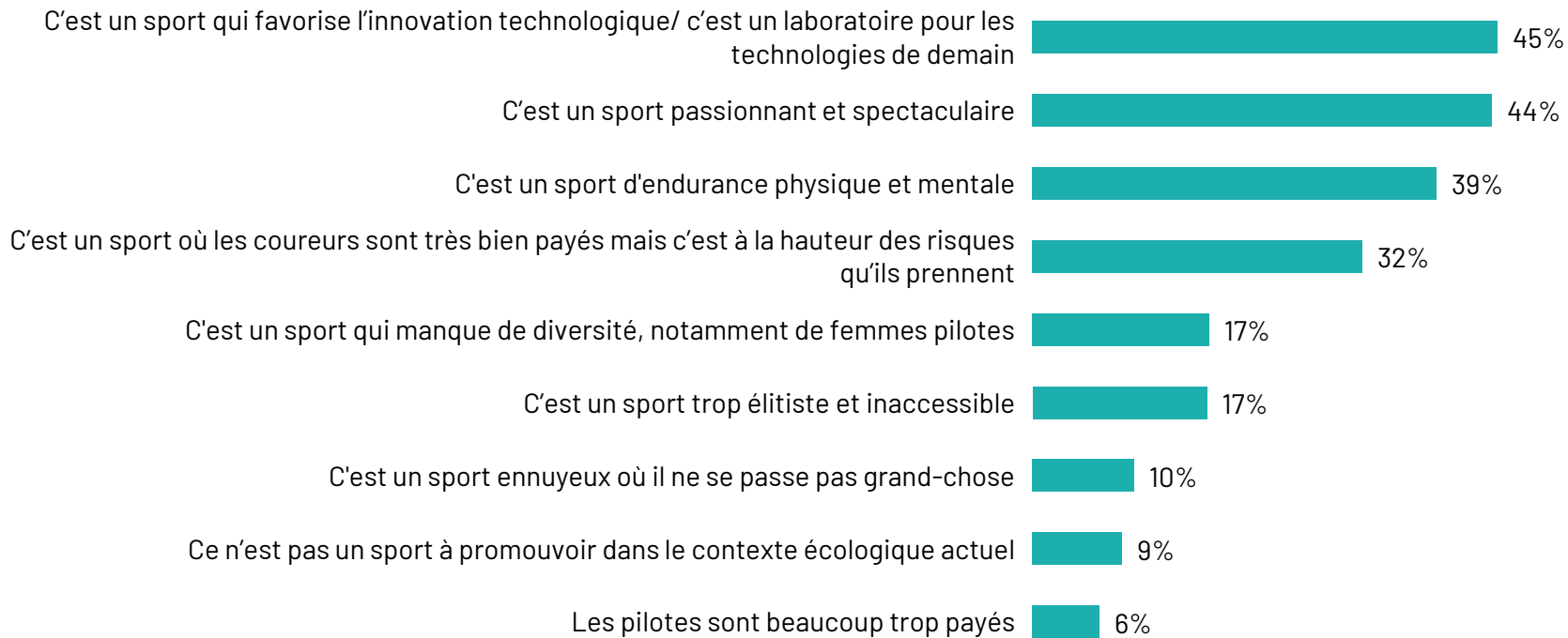
*Parmi ces affirmations, laquelle se rapproche le plus de ce que vous associez à la Formule 1 ? Trois réponses maximum*



Base=1000

# FOCUS - Auprès des personnes ayant suivi une compétition de Formule 1

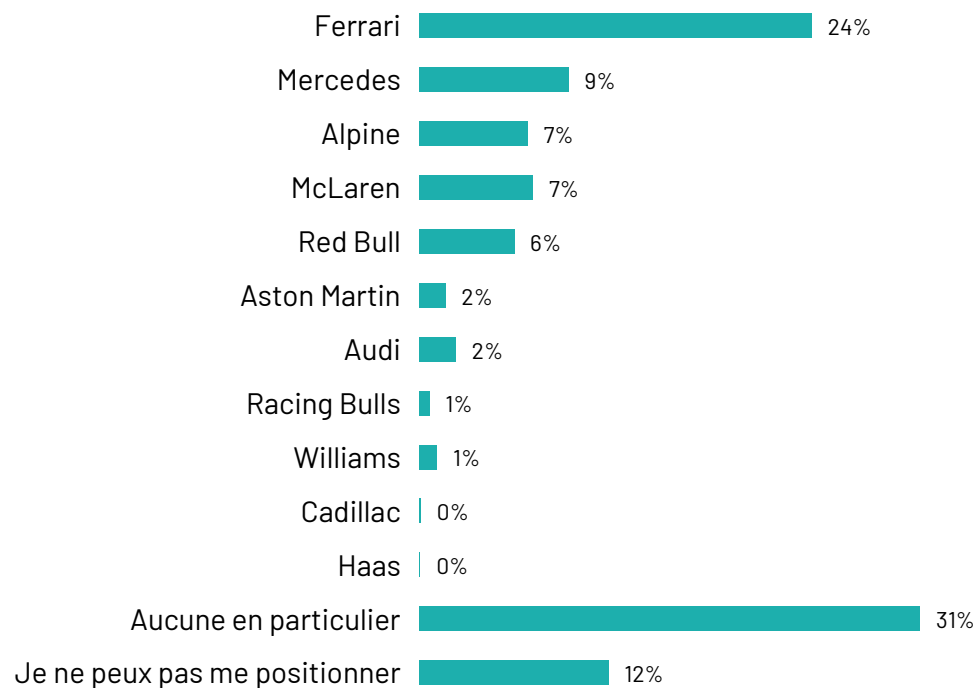
*Parmi ces affirmations, laquelle se rapproche le plus de ce que vous associez à la Formule 1 ? Trois réponses maximum*



Base= Français ayant déjà suivi la Formule 1 (511)

# Ferrari s'impose comme l'écurie de Formule 1 préférée des Français mais 1 sur 3 concède n'en préférer aucune.

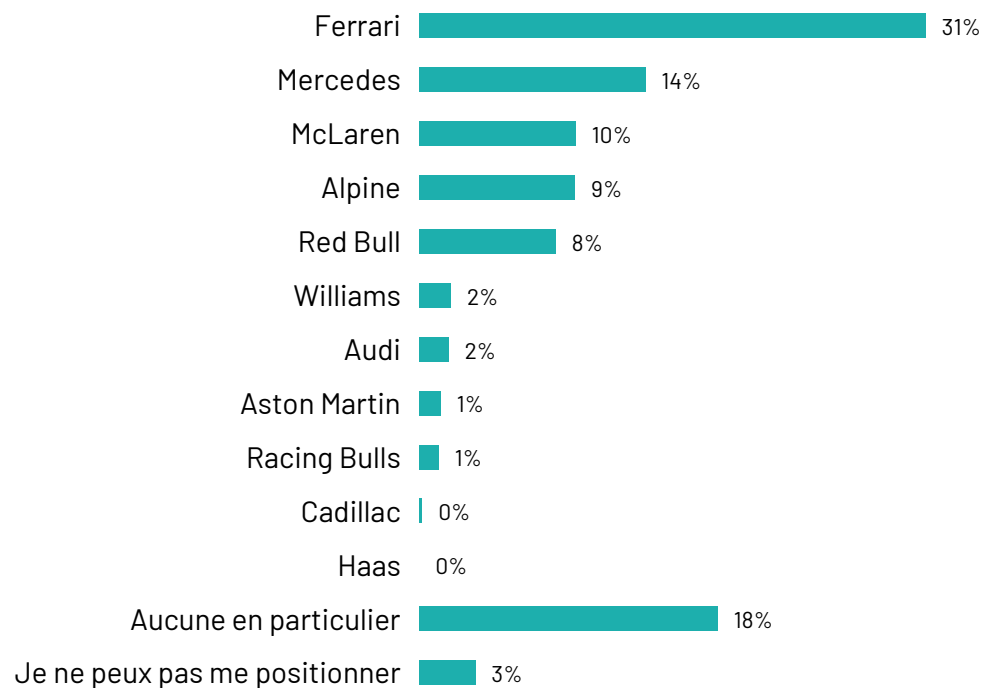
*Parmi les écuries suivantes, laquelle préférez-vous ? Une seule réponse possible*



Base=1000

# FOCUS - Auprès des personnes ayant déjà suivi une compétition de Formule 1

*Parmi les écuries suivantes, laquelle préférez-vous ? Une seule réponse possible*



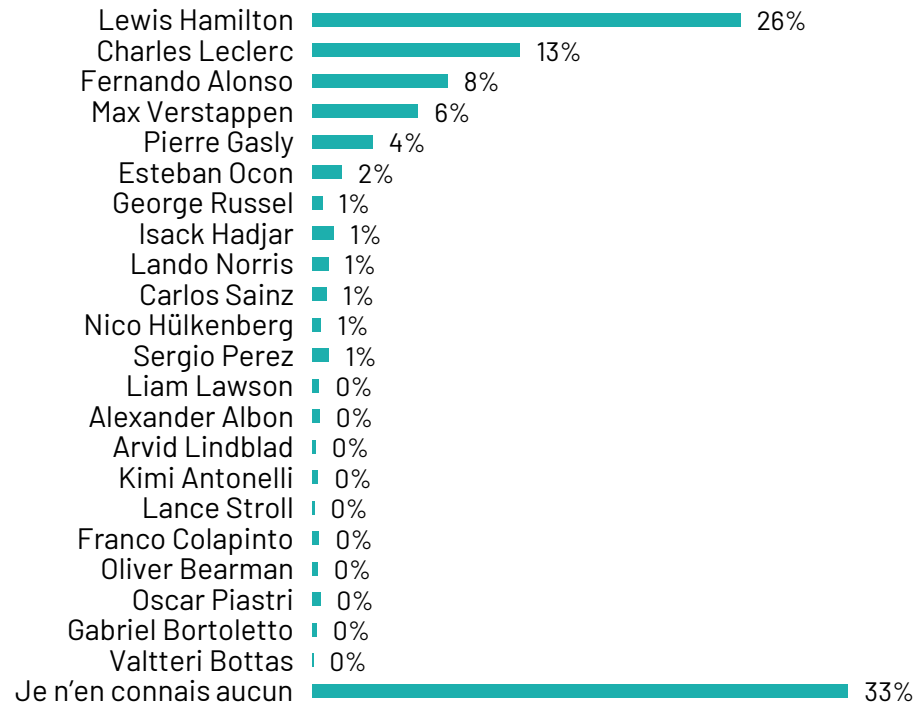
Base=511

Oui

# Lewis Hamilton est le pilote de Formule 1 préféré d'un Français sur 4

## Nombreux sont aussi ceux qui n'en connaissent aucun

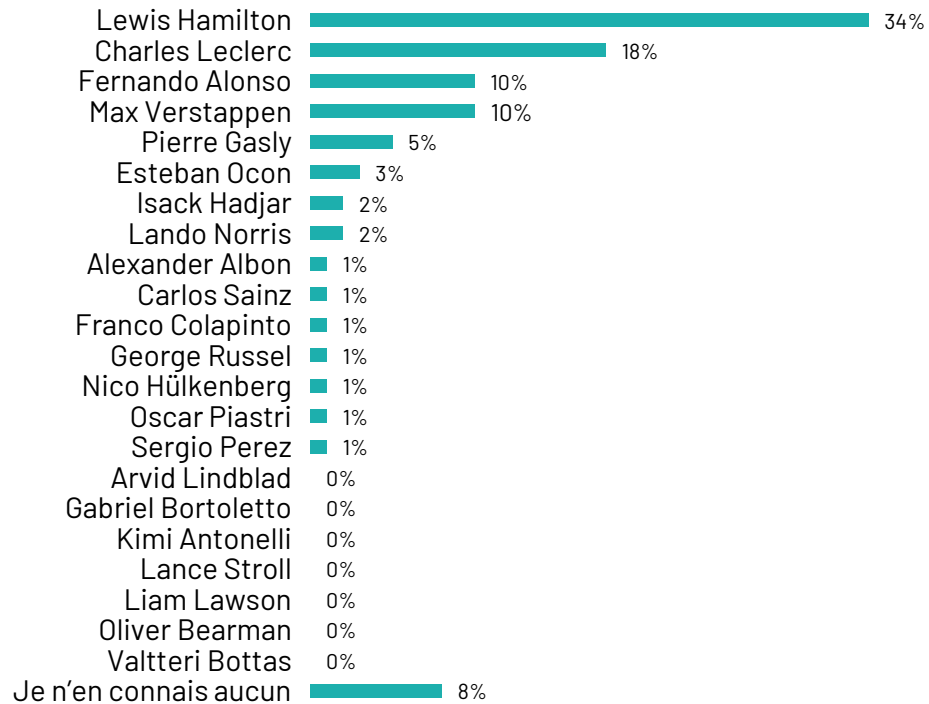
*Parmi les pilotes suivants, lequel préférez-vous ? Une seule réponse possible*



Base=1000

# FOCUS - Auprès des personnes ayant déjà suivi une compétition de Formule 1

*Parmi les pilotes suivants, lequel préférez-vous ? Une seule réponse possible*

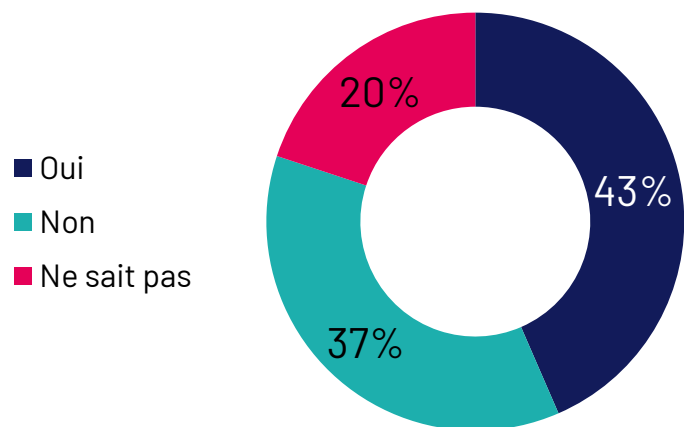


Base= Français ayant déjà suivi la Formule 1 (511)

# 4 Français sur 10 regrettent l'absence du Grand Prix de Formule 1 en France

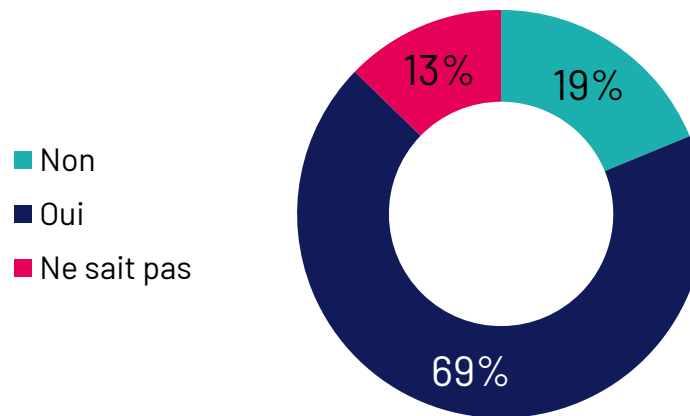
Regrettez-vous qu'il n'y ait plus de Grand Prix de Formule 1 en France ? Une seule réponse possible

Auprès des personnes ayant déjà suivi une compétition de Formule 1



**18-34 ans OUI : 57%**

Base=1000



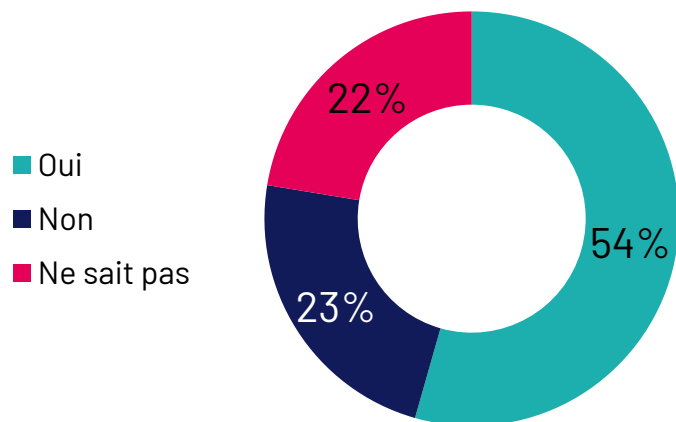
Base=511

Oui

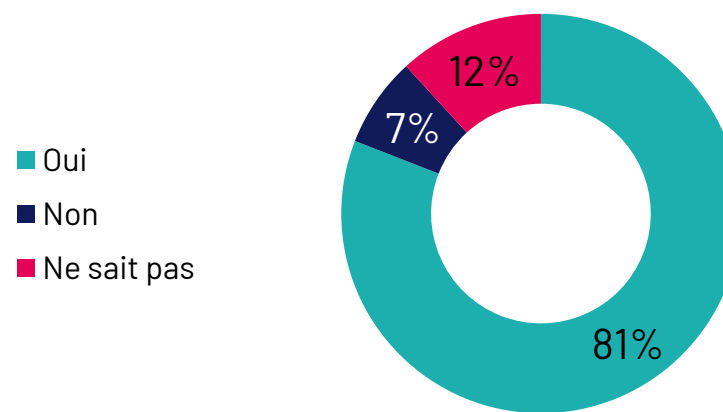
# Plus d'un Français sur deux aspire au retour du Grand Prix de France

*Souhaiteriez-vous le retour d'un Grand Prix de Formule 1 en France ? Une seule réponse possible*

## Auprès des personnes ayant déjà suivi une compétition de Formule 1



**18-34 ans OUI : 69%**



Base=1000

# GRANDS CONSTATS



# En conclusions, un réel engouement pour le sport mécanique et la F1

## 1 EN FRANCE, LA F1 SÉDUIT MASSIVEMENT LES JEUNES GÉNÉRATIONS

La Formule 1 n'est pas un sport vieillissant : 62% des 18-34 ans ont déjà suivi une compétition, soit 14 points de plus que la moyenne nationale. Cette sur-représentation des jeunes montre un renouvellement générationnel réussi du sport.

## 2 LE RETOUR D'UN GP DE F1 EN FRANCE SÉDUIT LE PLUS GRAND NOMBRE

C'est LE fait marquant : 81% des fans de F1 souhaitent le retour d'un Grand Prix en France, et même 54% des Français. Un message fort pour les organisateurs et pouvoirs publics, d'autant que 69% des 18-34 ans expriment aussi cette envie.

## 3 3. LA F1 EST UN VÉRITABLE LABORATOIRE POUR LES INNOVATIONS FUTURES

45% des fans associent prioritairement la F1 à « l'innovation technologique et un laboratoire pour les technologies de demain », devant l'aspect spectaculaire (44%).

# LA F1 FAIT ENCORE RÊVER...

- **La F1, sport populaire ?** qui fédère plus largement que ce qu'on peut imaginer, avec le succès de la série sur Netflix – Formule 1 / 'drive to survive' (8ème saison) et le film F1 – sorti mi-2025 (660 000 entrées / 1ère sem. d'expl.)
- Des **points de contacts démultipliés**, autant d'opportunités pour les marques et sponsors, cela ressemble un public large autour de la TV, un vrai spectacle 'en live', du suspens, des rebondissements...
- Et un **sport devenu aspirationnel** pour beaucoup de jeunes, hyper passionnés, qui adhèrent largement au phénomène 'fandom' ? c'est devenu le sport « drama » largement relayé par les réseaux sociaux, avec des têtes d'affiche (les plus 'bankable' : Lewis Hamilton, Charles Leclerc, ... )  
– cf **GP Explorer 3** organisé par Squeezie et un large panel d'influenceurs (en streaming, avec +1,4 millions de followers



*face au prix de l'essence  
qui flambe, un message  
plutôt positif à retenir:  
« l'entertainment »  
et le sens du spectacle  
de la F1 séduisent  
1 Français sur deux !*

# FICHE TECHNIQUE ÉTUDE IPSOS.DIGITAL



# Fiche technique

## Étude Ipsos.Digital

### ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 1000 Français âgés de 18 ans à 75 ans représentatifs selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle de l'individu et de région de résidence
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA (données INSEE)

### COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 17 au 21 avril 2026
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus  
**Mode de recueil** : Recueil Online Panel Ipsos
- **Outil** : Omnibus Digital : plusieurs clients se partagent un même terrain)
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses** : surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

### TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

**La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.**

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Échantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# Fiche technique

Organisation (Étude sur panel online)

## **LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS BVA**

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Scripting
- Échantillonnage
- Collecte des données en [France](#)
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Mise en forme des résultats

# À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

35 rue du Val de Marne  
75 628 Paris, Cedex 13 France  
Tel. +33 1 41 98 90 00

# GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

**You act better when you are sure.**