MONDIAL DE L'AUTOMOBILE PARIS 2026

« Célébrons l'automobile !»



Méthodologie de l'enquête Ipsos bva

Mai
2026

1000
Français

18ans
et +



© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026



#1

UNE HISTOIRE D'AMOUR QUI RÉSISTE À TOUT

La voiture continue d'incarner *trois* promesses fondamentales



94% **Liberté et autonomie**

64% **Plaisir de conduire**

82% **Présence** dans les différentes étapes de la vie

L'automobile *reste* installée dans la vie et l'imaginaire collectif



94% Liberté et autonomie

81% **Ne pourraient pas s'en passer**

53% **Ont déjà ressenti un attachement** presque sentimental

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026

La voiture n'est pas devenue un objet du passé. Elle continue de créer un attachement *auprès des jeunes*

16-24 ans
La génération la plus enthousiaste autour de la liberté et du statut.

94% Liberté

60% Statut

50% en moyenne nationale

84% des 16-24 ans souhaiteraient une voiture haut de gamme s'ils en avaient les moyens





Mais derrière cette relation très largement partagée se cachent des ***réalités automobiles*** de plus en plus différentes. **Il n'existe plus une seule France de l'automobile.**



#2

UNE PASSION COMMUNE, MAIS DES RÉALITÉS DIFFÉRENTES

La France de la voiture *indispensable*

Dans la plus grande partie du territoire, la voiture constitue **LE** mode de mobilité du quotidien.

Son utilisation régulière dépasse



90%

dans les quatre grandes régions
hors Île-de-France,

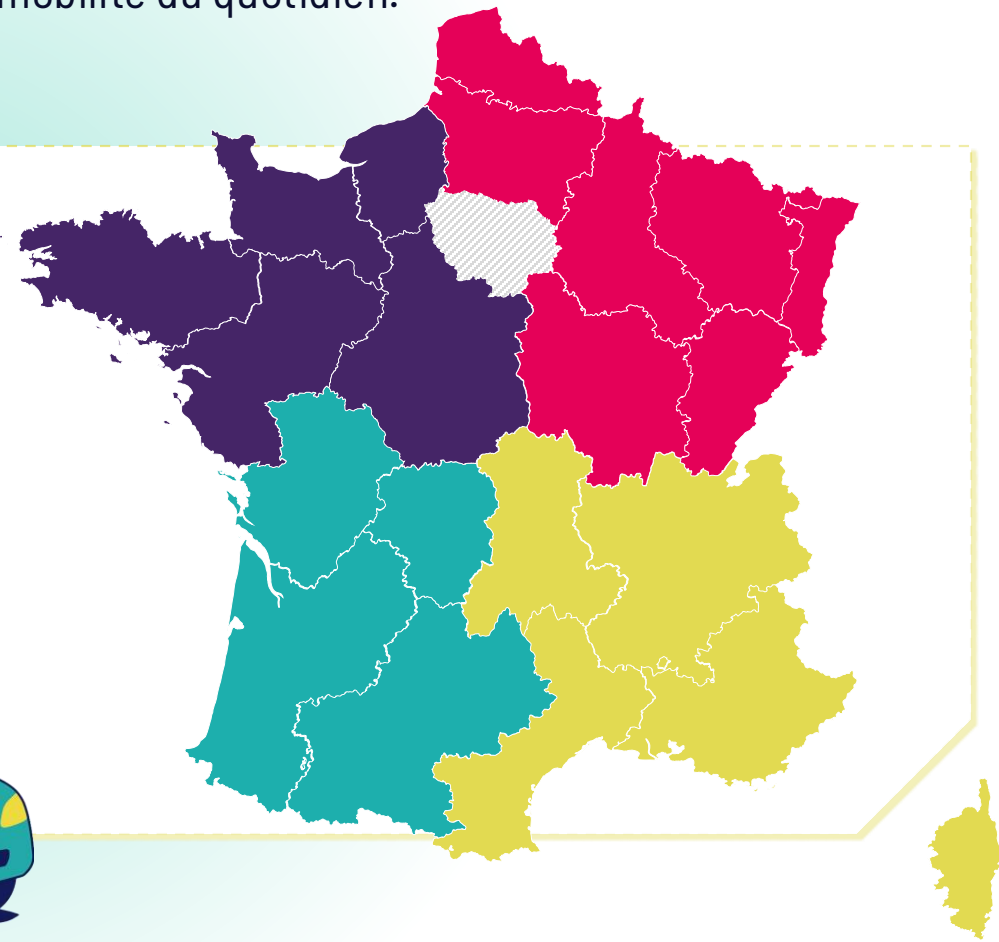
avec un maximum de



99%

dans le Sud-Ouest





Dépendance et passion ne se confondent pas

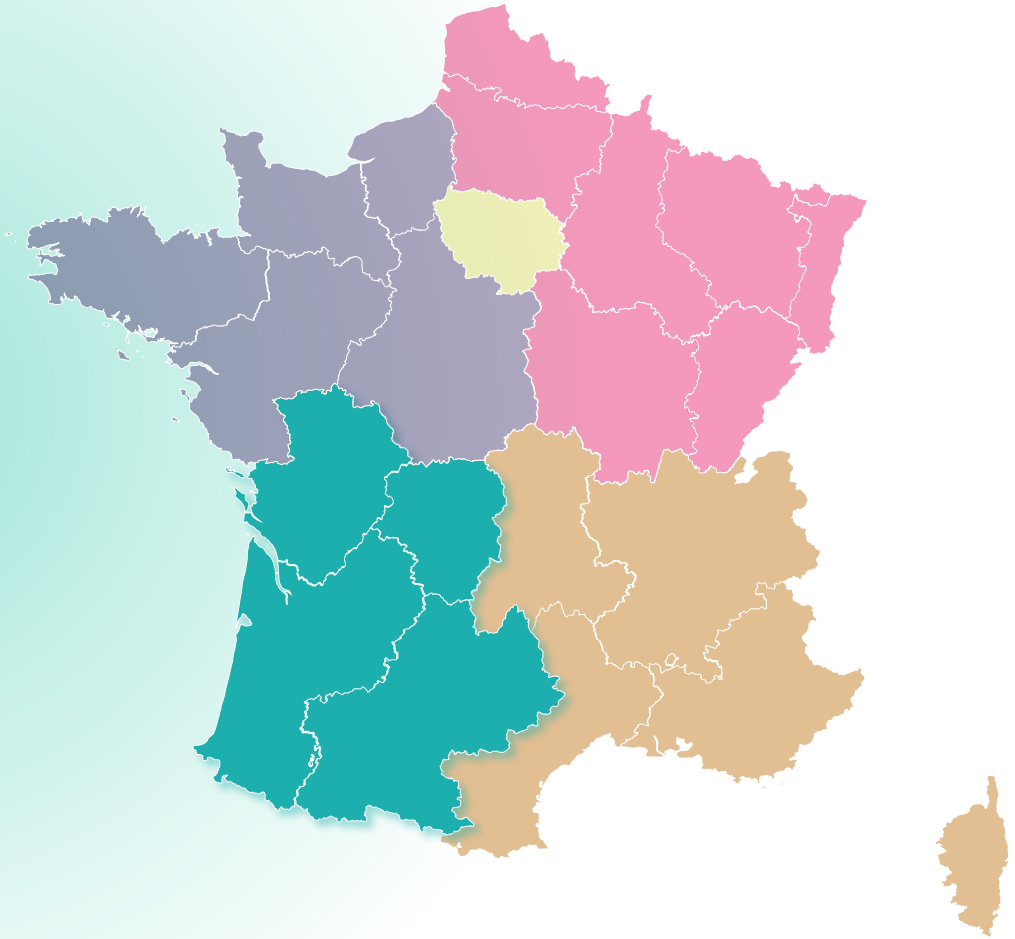
SUD OUEST

La voiture-outil

99% d'utilisation tous les jours ou plusieurs fois par semaine

89% ne peuvent pas s'en passer

87% la jugent essentielle



Dépendance et passion ne se confondent pas

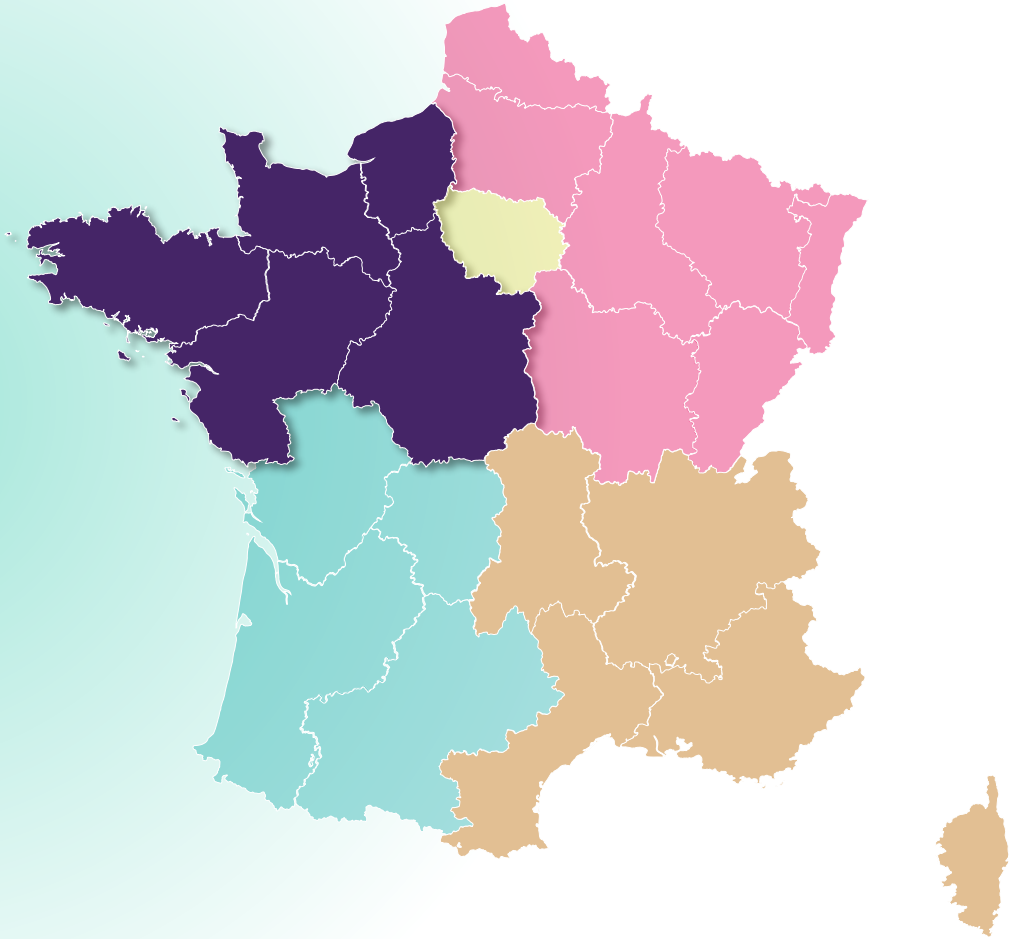
NORD OUEST

La voiture pratique et efficace

97% d'utilisation tous les jours ou plusieurs fois par semaine

75% la jugent essentielle

36% l'utilisent pour se rendre au travail



Dépendance et passion ne se confondent pas

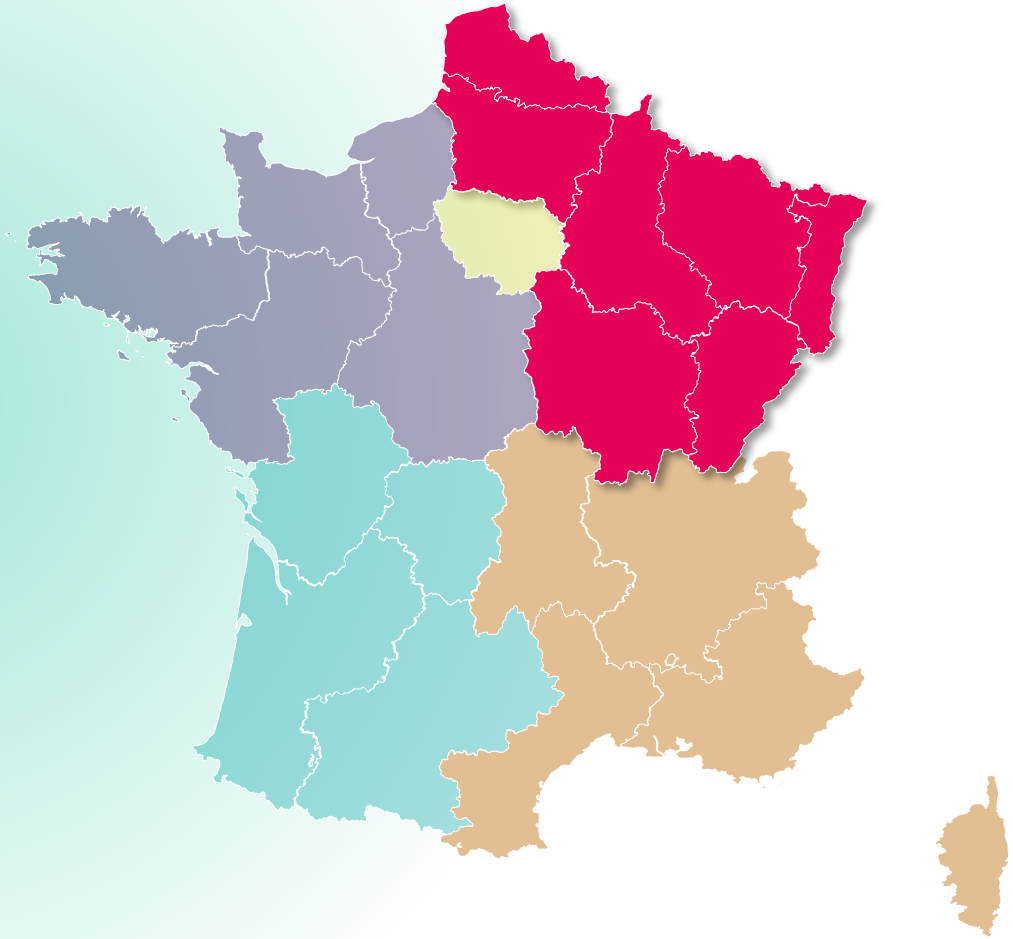
NORD EST

La voiture culturelle, émotionnelle et statutaire

90% d'utilisation tous les jours ou plusieurs fois par semaine

55% la considère comme un accomplissement social

61% déclarant avoir ressenti un attachement quasi sentimental



Dépendance et passion ne se confondent pas

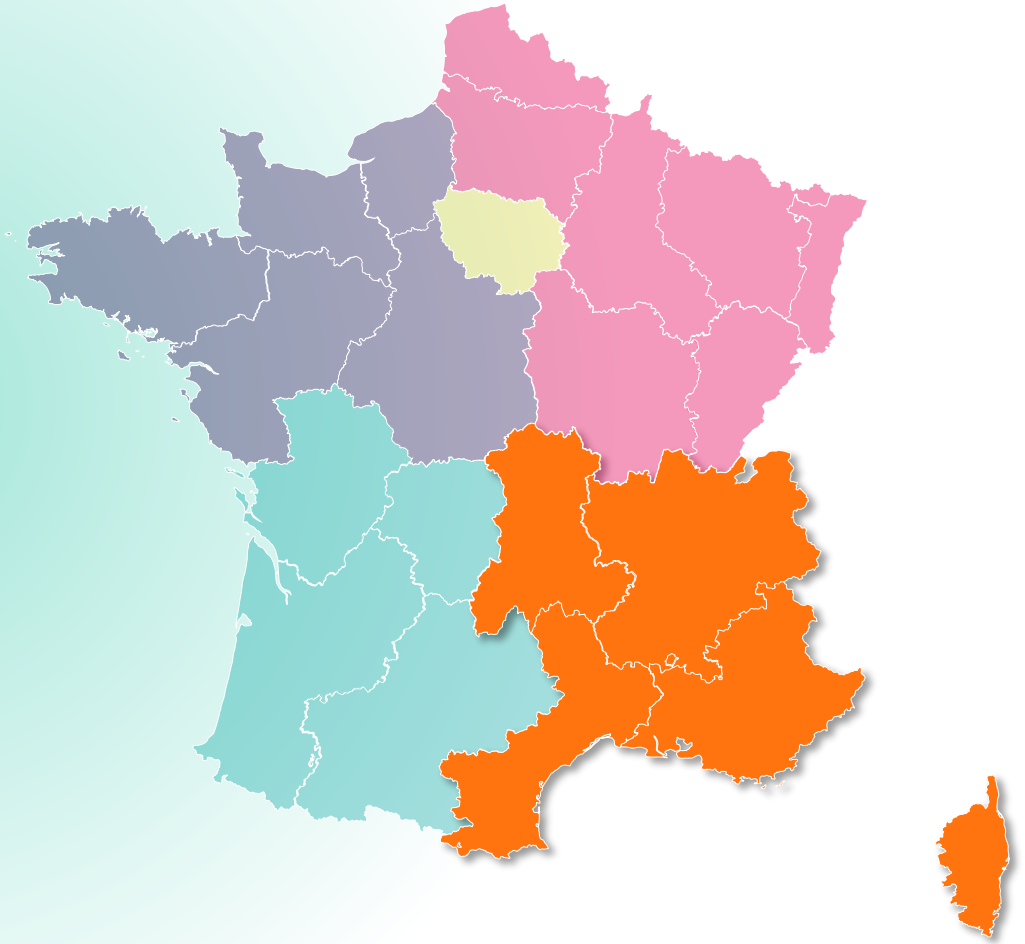
SUD EST

La voiture entre besoin et plaisir

93% sont intéressés par la découverte d'innovations

84% ne peuvent pas s'en passer

34% sont intéressés par les salons automobiles



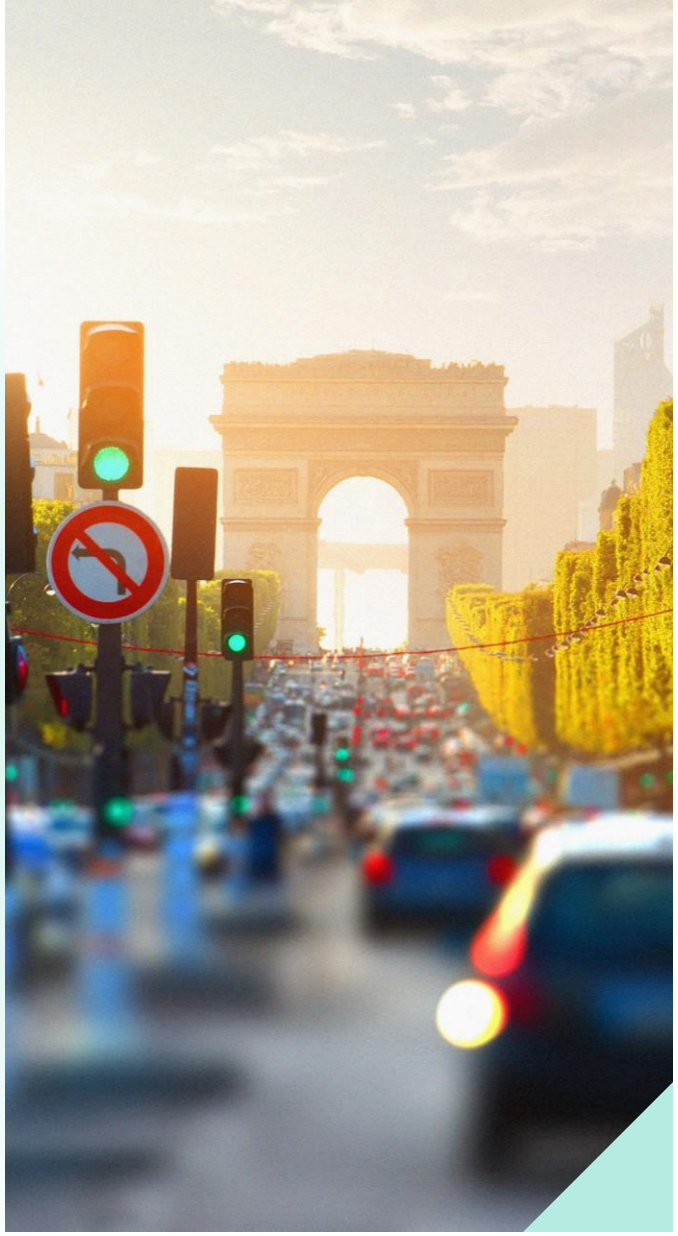
En région parisienne, la voiture comme *option*



20%
des foyers sans voiture
10% moyenne nationale

32%
uniquement de manière occasionnelle
14% moyenne nationale

54%
privilégient les transports en communs
37% en moyenne nationale



L'Ile-de-France : moins dépendante, mais *plus ouverte*



Moins de dépendance peut aller de pair avec davantage d'exigence, de marque et d'innovation.

66%
jugent les technologies avancées importantes
57% moyenne nationale

59%
jugent les technologies avancées importantes
50% moyenne nationale

57%
intéressés par l'hybride
39% moyenne nationale

29%
intéressés par les moteurs thermiques
41% moyenne nationale



Ces différentes France ne vivent pas la voiture de la même manière. Mais elles se rejoignent aujourd'hui autour d'une même attente :

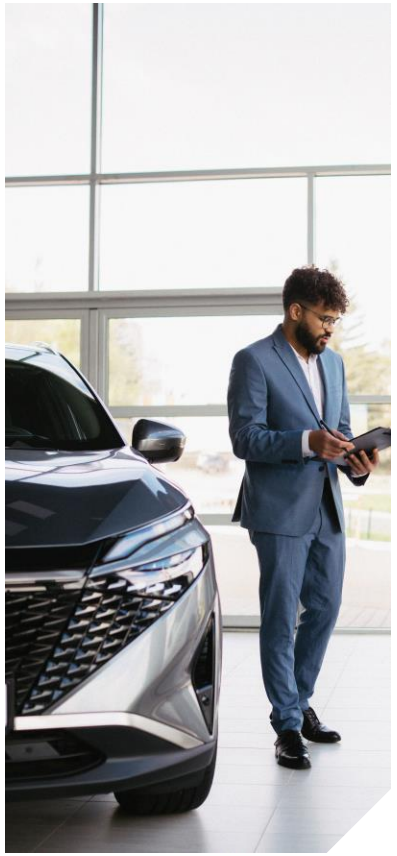
que la transformation automobile reste concrète, accessible et utile



#3

LE GRAND RETOUR DU PRAGMATISME

Quand le pragmatisme *contrarie* l'amour



Top des critères prioritaires à l'achat :

#1
93%
Sécurité

#2
91%
Coût à l'usage

#3
88%
Confort / espace intérieur

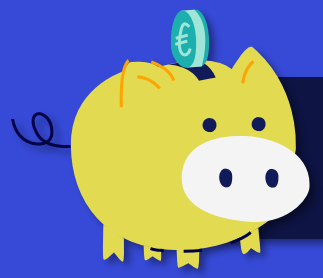
#4
65%
Équipements

#5
62%
Écologie

#6
62%
Performance

Rendre l'automobile *soutenable*

LE COÛT D'ACHAT



+40%

d'augmentation du coût d'achat pour une voiture neuve en 8 ans

ÉCONOMIQUE

Prix d'achat et coût total d'usage

PRATIQUE

Confort, espace et équipement adaptés

ÉCOLOGIQUE

Réponse crédible à l'impact individuel

Les attentes *varient* selon les situations



RURAUX

90%

jugent la voiture essentielle,
contre 70% des urbains



USAGES

65%

l'utilisent tous les jours,
contre 52% des urbains



PREMIUM

63%

des hommes achèteraient une voiture premium, contre 48% des femmes



SÉCURITÉ

96%

des femmes la placent comme critère d'achat, contre 89% des hommes

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026



Cette exigence de pragmatisme ne condamne pour autant pas la transition automobile. Elle définit au contraire les conditions de ***son acceptation***.

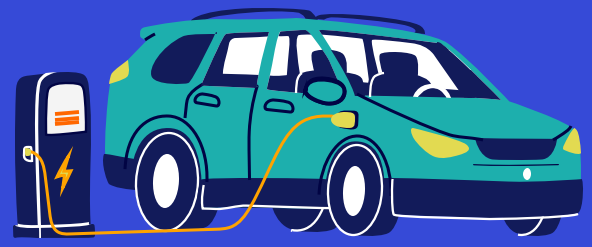


#4

L'ÉLECTRIQUE : UNE TRANSITION DÉSIRÉE, SOUS CONDITIONS

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026

L'envie existe, mais elle ne se transforme *pas encore* suffisamment en projet d'achat



34 pts

séparent le désir de la décision

6% seulement possèdent une voiture 100% électrique en 2026

53% s'offriraient volontiers une voiture 100% électrique si les moyens le permettaient

19% projettent réellement d'en acheter une

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026



Cinq conditions pour *débloquer* la transition

#1

Un prix accessible

% des Français qui se déclarent prêts à acheter un véhicule 100% électrique urbain à équipements limités :

- **44%** si il coute 8 000 €
- **28%** si il coute 12 000 €
- **13%** si il coute 15 000€



Cinq conditions pour *débloquer* la transition

#1

Un prix accessible

% des Français qui se déclarent prêts à acheter un véhicule 100% électrique urbain à équipements limités :

- **44%** si il coute 8 000 €
- **28%** si il coute 12 000 €
- **13%** si il coute 15 000€

#2

Une autonomie rassurante

En 2 ans, l'autonomie des voitures neuves a **progressé de 15 à 25%** soit ~100 taine de kilomètres en plus



Cinq conditions pour *débloquer* la transition

#1

Un prix accessible

% des Français qui se déclarent prêts à acheter un véhicule 100% électrique urbain à équipements limités :

- **44%** si il coute 8 000 €
- **28%** si il coute 12 000 €
- **13%** si il coute 15 000€

#2

Une autonomie rassurante

En 2 ans, l'autonomie des voitures neuves a **progressé de 15 à 25%** soit ~100 taine de kilomètres en plus

#3

Un réseau de recharge visible et crédible

52% des Français la jugeant actuellement **insuffisante**



Cinq conditions pour *débloquer* la transition

#1

Un prix accessible

% des Français qui se déclarent prêts à acheter un véhicule 100% électrique urbain à équipements limités :

- **44%** si il coute 8 000 €
- **28%** si il coute 12 000 €
- **13%** si il coute 15 000€

#2

Une autonomie rassurante

En 2 ans, l'autonomie des voitures neuves a **progressé de 15 à 25%** soit ~100 taine de kilomètres en plus

#3

Un réseau de recharge visible et crédible

52% des Français la jugeant actuellement **insuffisante**

#4

Une offre adaptée au marché de l'occasion

Sur le T2 2026, il s'est vendu en France 72 000 voitures électrique d'occasion soit **65% de croissance** vs 2025



Cinq conditions pour *débloquer* la transition

#1

Un prix accessible

% des Français qui se déclarent prêts à acheter un véhicule 100% électrique urbain à équipements limités :

- **44%** si il coute 8 000 €
- **28%** si il coute 12 000 €
- **13%** si il coute 15 000€

#2

Une autonomie rassurante

En 2 ans, l'autonomie des voitures neuves a **progressé de 15 à 25%** soit ~100 taine de kilomètres en plus

#3

Un réseau de recharge visible et crédible

52% des Français la jugeant actuellement **insuffisante**

#4

Une offre adaptée au marché de l'occasion

Sur le T2 2026, il s'est vendu en France 72 000 voitures électrique d'occasion soit **65% de croissance** vs 2025

#5

Un coût total d'usage démontré

- L'augmentation du prix de **l'essence**
- Sur le T2 2026, **~60% de ventes en plus**, soit une part de marché de l'électrique de 30% vs 17% en 2025

La transition se gagne sur *l'utilité*



Le passage à l'électrique ne se gagnera pas seulement sur le terrain de la conviction environnementale...

Il se gagnera sur :

- **L'UTILITÉ**
- **L'ACCESSIBILITÉ**
- **LA RÉASSURANCE**



Le même mécanisme se retrouve dans le rapport aux technologies : les Français ne refusent pas l'innovation. ***Ils évaluent ce qu'elle ajoute, mais aussi ce qu'elle risque de leur retirer***.



#5

LA TECHNOLOGIE, OUI, MAIS SANS ABANDONNER LE VOLANT

La technologie qui *accompagne* et *assiste*, oui...



CONNECTIVITÉ

73%

sont intéressés par
Android Auto / Apple Car



RÉGULATEUR ADAPTATIF

72%

sont intéressés par cette innovation qui
prolonge naturellement la conduite



STATIONNEMENT MÉMORISÉ

55%

sont intéressés pour être **aidés lors des manœuvres** (68% des jeunes conducteurs)



CONDUITE ONE PEDAL

48%

sont intéressés par cette technologie
qui simplifie la conduite en ville

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026

… Mais pas quand la technologie *remplace* ou *distrait*

CONDUITE AUTONOME COMPLÈTE



34%

sont intéressés par cette technologie perçue comme un renoncement potentiel au plaisir de conduire

STATIONNEMENT PAR SMARTPHONE



36%

sont intéressés par ce bénéfice jugé moins évident que le stationnement mémorisé

COMMANDES VOCALES IA



38%

sont intéressés cette sophistication sans bénéfice perçu



Attention à la technologie qui fait peur !

Plus une innovation retire le contrôle, plus elle doit démontrer sa valeur.

La *maîtrise* est le vrai moteur de l'acceptation



L'acceptabilité dépend moins du degré de sophistication que du **sentiment de sécurité et de maîtrise** laissé au conducteur.

- **Faciliter la conduite**
- **Réduire une contrainte**
- **Augmenter confort ou sécurité**
- **Prolonger les capacités**
- **Conserver la décision finale**

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026



Le véritable enjeu n'est donc pas de convaincre les Français d'aimer l'automobile du futur. Il est de leur montrer que ***cette automobile continuera à être la leur.***



#6

LE MONDIAL : RENDRE LA TRANSFORMATION DÉSIRABLE

Le salon rend le futur *tangible* et *accessible*



91% Une vitrine des innovations et des mobilités de demain

86% Un événement qui fait vivre la passion automobile

85% Voir et découvrir les voitures « en vrai »

84% Échanger avec des professionnels

82% Un moment de plaisir et de divertissement

Une *expérience* que le digital ne remplace pas



VOIR

les voitures en vrai



SE PROJETER

dans les mobilités de demain



COMPRENDRE

les technologies



RESSENTIR

l'émotion physique de l'automobile

Le Mondial transforme une innovation abstraite en expérience concrète.

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026

CONCLUSION

Les Français sont prêts à changer de voiture, de motorisation et de technologies. Mais ils ne sont pas prêts à renoncer à ce que la voiture leur promet depuis toujours : *la liberté de choisir leur chemin*.

Quel meilleur écrin pour que se projeter sur *sa voiture de demain* que le Mondial, pour faire perdurer cette passion automobile des Français !

MERCI !



Guillaume SAINT

Senior Client Officer

07 61 51 57 38

guillaume.saint@ipsos.com

© Ipsos bva | Mondial de l'automobile | 2026