

MONDIAL DE L'AUTOMOBILE PARIS 2026

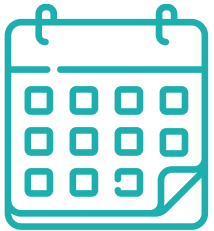
« Célébrons l'automobile ! »



MONDIAL DE L'AUTO

PARIS

Enquête Ipsos bva



Mai
2026



1000
Français



18ans
et +

Enquête Ipsos bva réalisée pour le **Mondial de l'Auto** en mai 2026 sur un échantillon national représentatif de 1000 Français âgés de 18 ans et plus issu d'Ipsos Knowledge Panel.

A woman with long blonde hair is seen from the side, driving a car. She is wearing a blue denim shirt and has her hands on the steering wheel. The car's interior, including the dashboard and side mirror, is visible. The view through the windshield shows a vast, green landscape with rolling hills and a cloudy sky.

#1

QUAND LE PRAGMATISME CONTRARIE L'AMOUR

L'ATTACHEMENT DES FRANÇAIS À L'AUTOMOBILE



91%

Des Français-es possèdent une voiture dans leur foyer

Un amour intact



94%

la voiture apporte liberté et autonomie



64%

source de plaisir



51%

attachement "*presque sentimental*" à une voiture



81%

ne peuvent pas s'en passer (+1pt vs 2024)



Une dépendance accrue par les actifs éloignés des centres-villes :

25-55 ans : 47% utilisent la voiture pour +50% de leurs déplacements professionnels
vs +55 ans : 12%

CRITÈRES D'ACHAT : LE PRAGMATISME DOMINE



45%

Marqueur fort
d'accompli-
ssement
social

Top des critères prioritaires :



#1

93%

Sécurité



#2

91%

Coût à l'usage



#3

88%

Confort /
espace intérieur



#4

65%

Équipements



#5

62%

Écologie



#6

62%

Performance

FOCUS GÉNÉRATIONNEL



Les 16-24 ans
sont les plus
enthousiastes aux
deux valeurs
essentielles de
l'automobile : **la
liberté et le statut**



% souhaitent une voiture haut de
gamme, si moyens suffisants

84%



16-24 ans

65%



25-55 ans

41%



+55 ans

**Plus l'âge augmente, plus l'aspiration
au prestige diminue**





#2 DES CLIVAGES PERSISTANTS

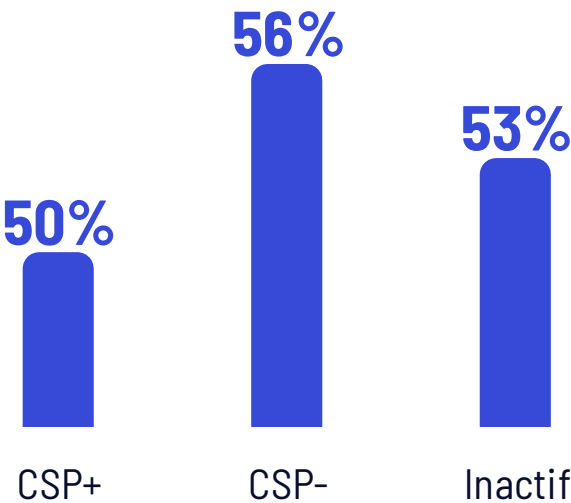
L'AUTOMOBILE : DES CLIVAGES...

...PAR SEXE

	 Hommes	 Femmes
 Sécurité critère n°1	89%	96%
 Suivent l'actualité auto	44%	20%
 Envie voiture haut de gamme	63%	48%
 Plaisir de conduire	87%	80%
<i>PARTAGE LE PLAISIR DE CONDUIRE MAIS ...</i>	 Dimension plus passionnelle et technophile	 Approche fonctionnelle et sécuritaire

...PAR CSP

**La voiture reste un objet central
dans la vie des classes populaires**





#3

UN NOUVEL ÉLAN POUR L'ÉLECTRIQUE ?

L'ÉLECTRIQUE : UN NOUVEL ÉLAN ...



29%

des voitures sur
le marché sont
électriques
(niveau record)

Un contexte favorable ...



Hausse des **prix des carburants**



Baisse des prix des voitures électriques
(ex : Tesla Model Y, n°1 des ventes)

... pour débloquer la transition vers les véhicules électriques



53% s'offriraient une électrique
« si moyens suffisants »

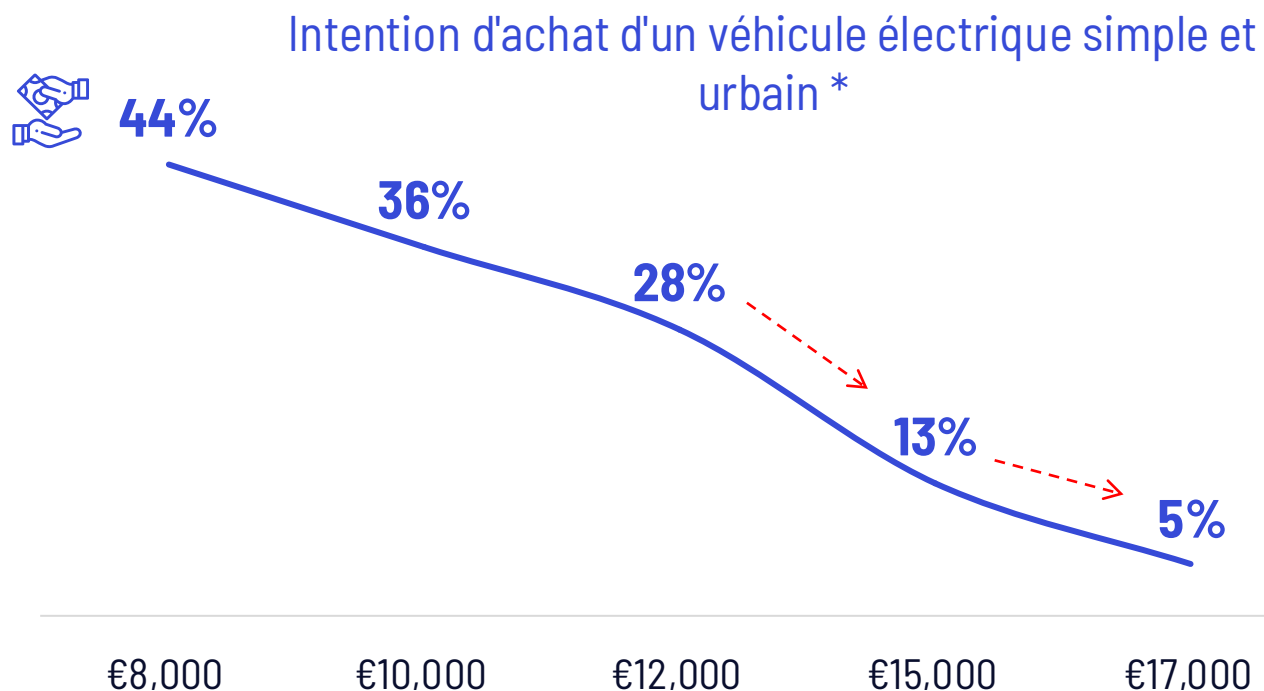


19% projettent réellement d'en acheter une



... MAIS UNE BARRIÈRE LIÉE AU PRIX

Les préoccupations économiques sont décisives



Autre frein : 52% jugent le réseau de bornes insuffisant

* Enquête réalisée du 3 au 15 décembre 2025 auprès de 1 000 personnes âgées de 18 ans et plus en France métropolitaine issues d'Ipsos KnowledgePanel

... NOTEMMENT POUR LES JEUNES



47%

Seulement
s'offriraient une
électrique (vs 56%
chez les 25-55ans)



54%

préfèrent
essence/diesel



77%

achètent sur
le marché de
l'occasion

**Les 16-24 ans = public à convaincre avec
des voitures électriques ACCESSIBLES**



SALON AUTO...EXPERIENCE ENGAGEANTE



35%

*des Français
intéressés par
les Salons
Automobiles*

Un écran pour découvrir les nouveautés



Vitrine des innovations (91%)



Voir « **en vrai** » les nouveautés (84%)

vivre une expérience émotionnelle forte



86% fait vivre la passion auto



82% un moment de plaisir divertissant

71% moment de partage avec ses proches

Et se projeter dans un achat futur



pour **66 %** des Français intéressés par les salons automobiles (soit 1 français sur 4)



MONDIAL AUTO 2026 :

UN RÔLE ESSENTIEL POUR CONVAINCRE



*Se projeter dans le
futur de la mobilité*



*Se rassurer
sur sa vitalité*

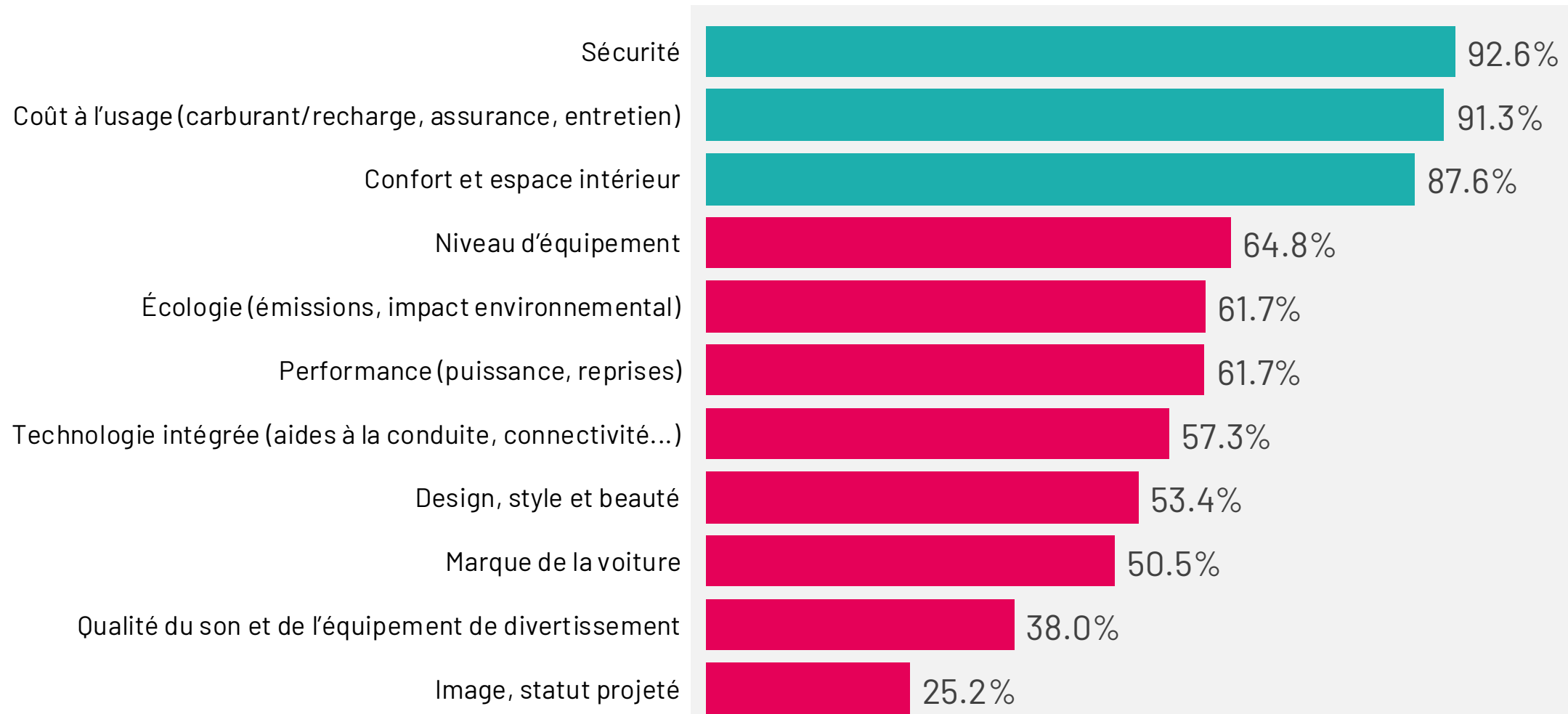


*Retrouver la
réalité physique
(vs digitalisation)*



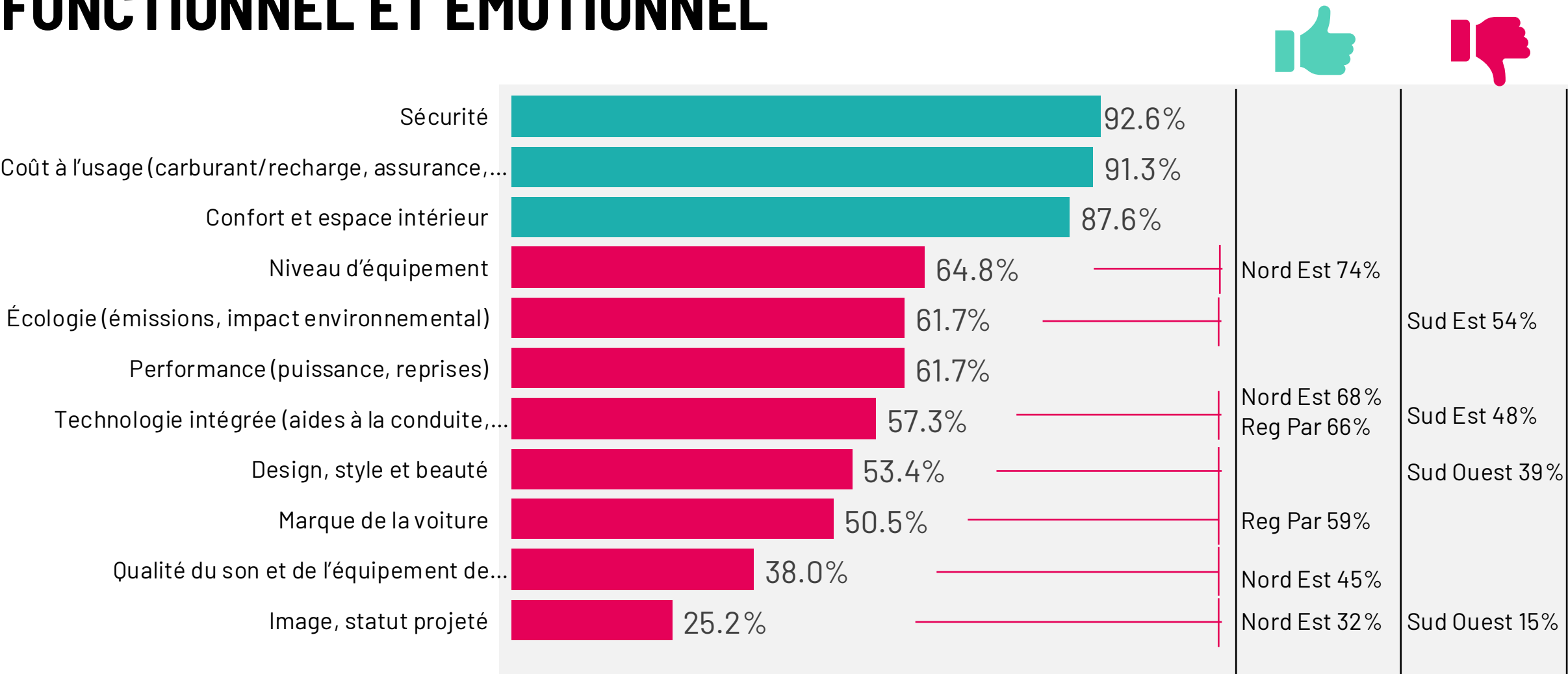
*Vivre sa puissance
émotionnelle*

CRITERE DE CHOIX AUTOMOBILES: UN MIX EQUILIBRÉ ENTRE FONCTIONNEL ET ÉMOTIONNEL



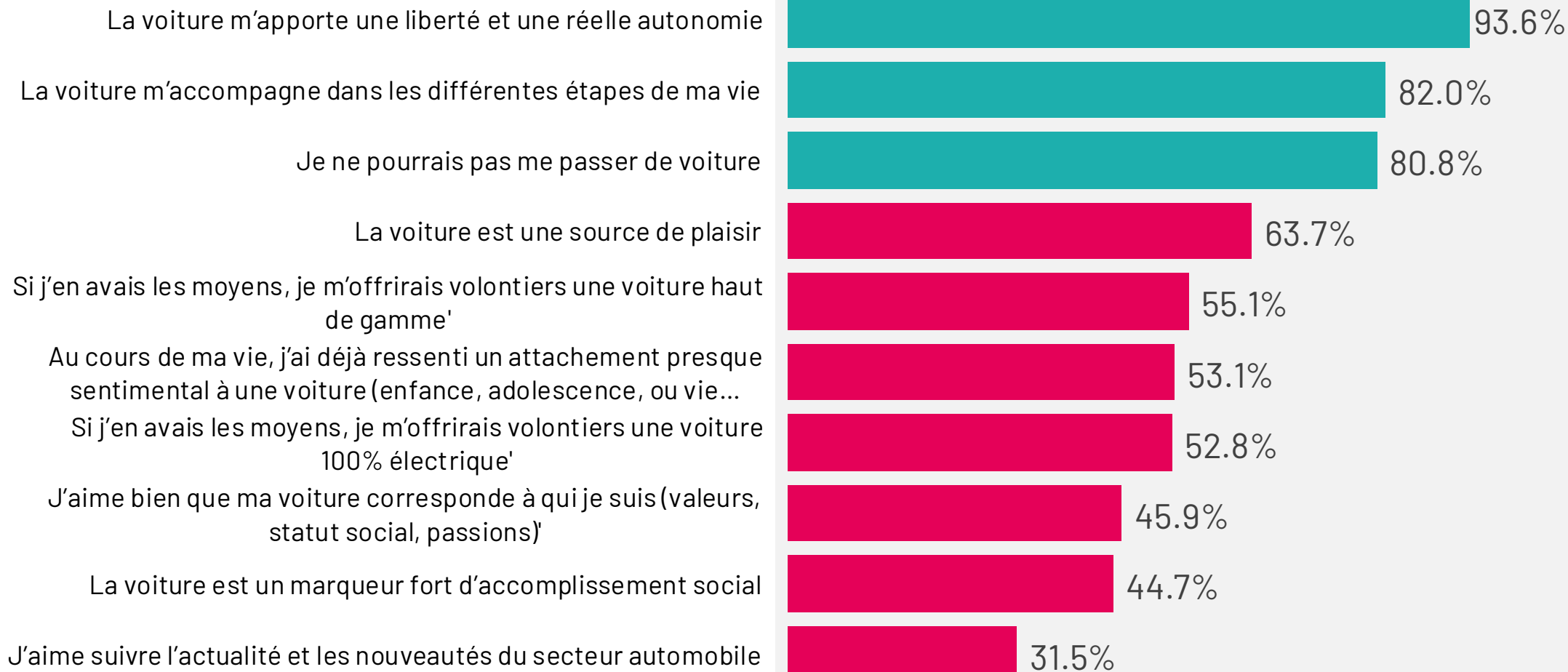
A4 : Critère d'achat : ST Important

CRITERE DE CHOIX AUTOMOBILES: UN MIX EQUILIBRÉ ENTRE FONCTIONNEL ET ÉMOTIONNEL



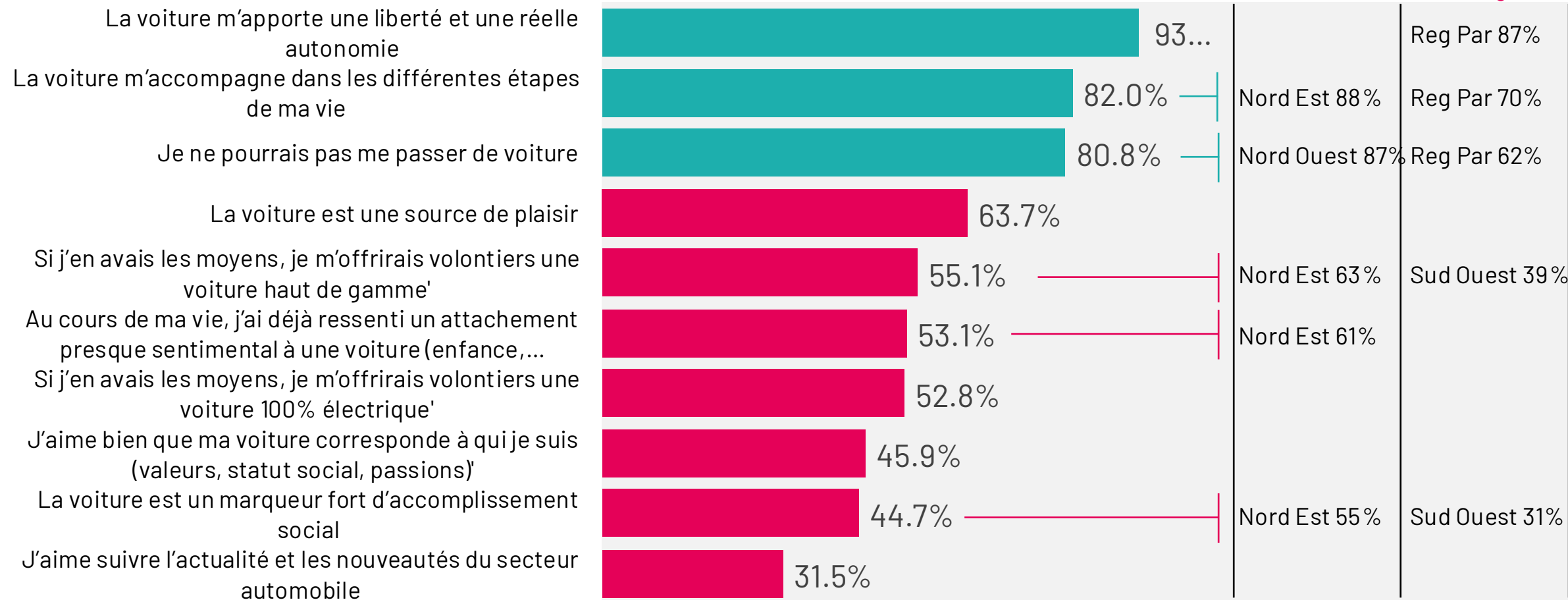
A4 : Critère d'achat : ST Important

L'ATTACHEMENT DES FRANCAIS AUX VOITURES RESTE INTACT !



A6 : Attitude vs automobile: ST Important

L'ATTACHEMENT DES FRANCAIS AUX VOITURES RESTE INTACT !



A6 : Attitude vs automobile: ST Important

LES FRANÇAIS ADORENT LES INNOVATIONS... À CONDITION DE RESTER AUX COMMANDES !

Connection de votre téléphone avec Android Auto / Apple CarPlay : votre smartphone affiché et optimisé sur...

73.4%

Régulateur de vitesse adaptatif : maintient automatiquement la distance avec le véhicule devant.

71.9%

Stationnement mémorisé : la voiture apprend une manœuvre complexe (ex. une allée ou un garage...

55.2%

Conduite « une pédale » (freinage régénératif) : accélérer et ralentir avec la même pédale, tout en rechargeant la...

47.7%

Assistant de marche arrière : la voiture enregistre en continu les 50 à 200 derniers mètres parcourus à basse...

45.4%

Commande vocale avancée (IA) : parler naturellement pour régler des fonctions ou obtenir des informations...

38.4%

Stationnement télécommandé via smartphone : vous sortez de la voiture avant la place, ouvrez l'application et...

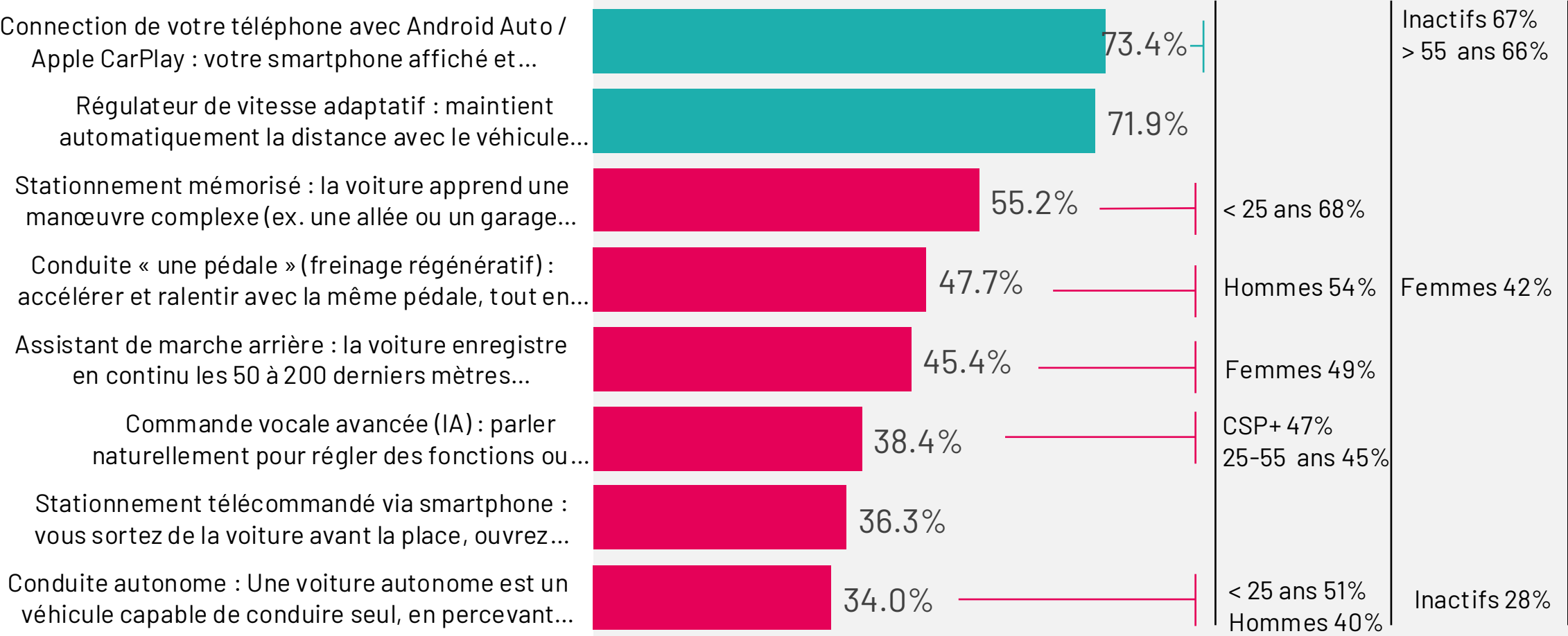
36.3%

Conduite autonome : Une voiture autonome est un véhicule capable de conduire seul, en percevant son...

34.0%

A7 : Innovations : ST Intéressé

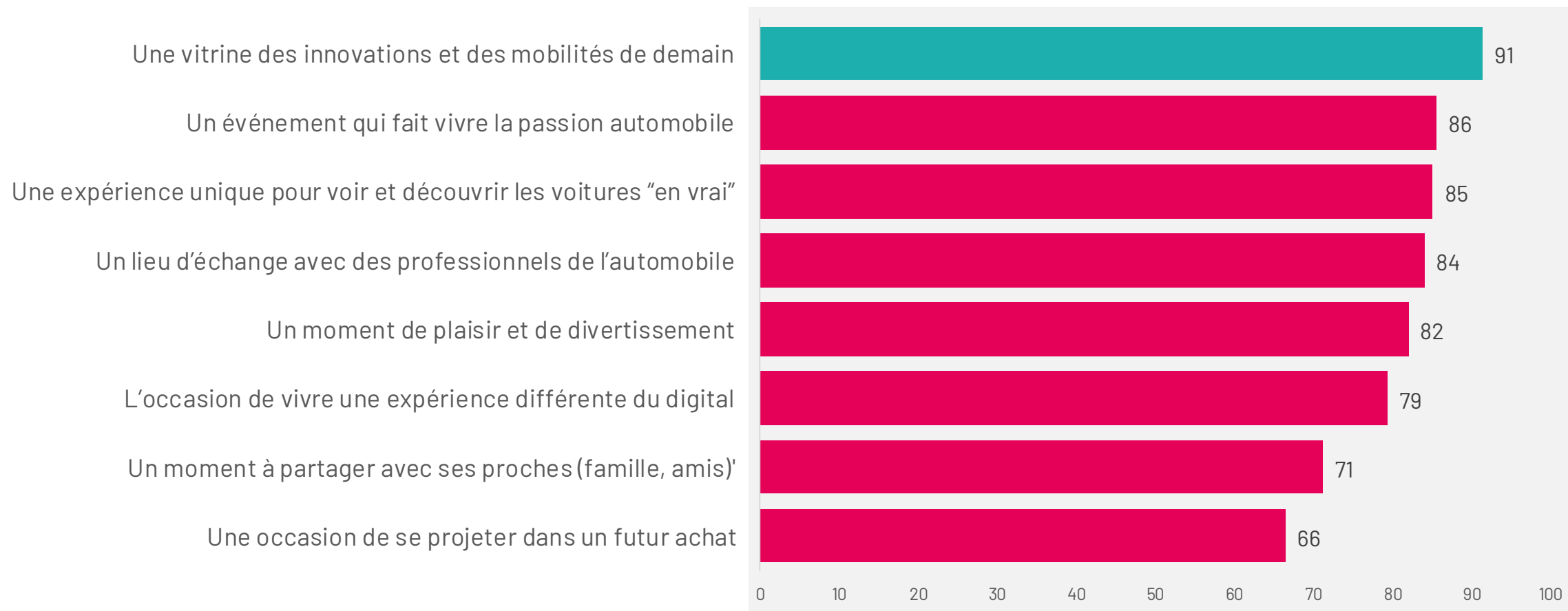
LES FRANÇAIS ADORENT LES INNOVATIONS... À CONDITION DE RESTER AUX COMMANDES !



A7 : Innovations : ST Intéressé

MONDIAL DE L'AUTO : un lieu de rencontre à la fois affective, esthétique et technique

Attentes vis à vis Salons Automobile - % répondants



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

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.