



MONDIAL
DE L'AUTO
PARIS

LES FRANÇAIS ET LA MOBILITE DE DEMAIN

*Sondage réalisé par l'Institut CSA à l'occasion du Mondial de l'Auto
(Septembre 2018)*



Qui ?

Echantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus



Combien ?

1 000 répondants



Quand ?

Du 11 au 13 septembre

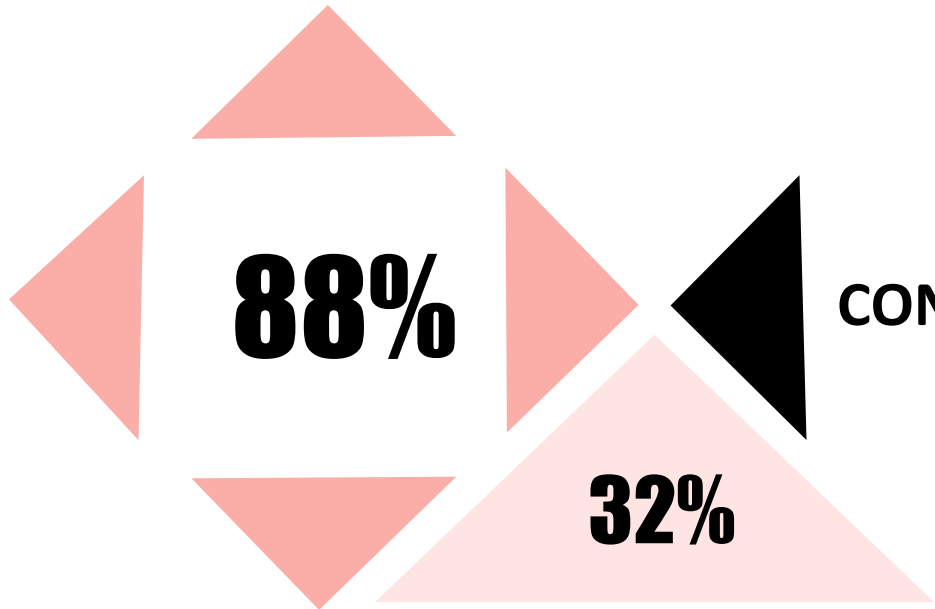
ENQUÊTE ONLINE



SOMMAIRE

1	CONNAISSANCE ET INTERET	4
2	IMPACT DU MONDIAL DE L'AUTOMOBILE	6
3	LA MOBILITE DE DEMAIN	8
4	EN RESUME	12

CONNAISSANCE ET INTÉRÊT



88%

CONNAISSENT LE MONDIAL DE L'AUTOMOBILE

32%

CONNAISSENT LA DATE
DU PROCHAIN MONDIAL

Le salon du Mondial de l'Automobile jouit d'une **très forte notoriété** auprès des Français : **près de 9 personnes sur 10** ont déjà entendu parler de ce salon et près d'un tiers des français ont affirmé connaître la date du prochain salon (*première quinzaine d'octobre 2018*).

Un haut niveau de connaissance que l'on retrouve à travers **tous les profils** observés : 25% des femmes ont affirmé connaître la date du prochain salon, 26% pour les moins de 35 ans, 34% des habitants des communes rurales.

Les scores les plus élevés sont observés auprès des hommes, des plus de 35 ans, des foyers disposant des revenus les plus élevés (*plus de 3.300 € net par mois*) et aussi logiquement auprès des personnes ayant l'intention d'acheter un véhicule.

CONNAISSANCE ET INTÉRÊT



ONT L'INTENTION DE SUIVRE CE QU'IL S'Y DIT

L'impact du Mondial ira bien au-delà du nombre de visiteurs qui se déplaceront à Porte de Versailles : près d'un tiers des Français déclarent avoir l'intention de suivre ce qu'il se dira sur le salon.

Cette proportion monte même à 47% auprès des intentionnistes chauds (*ont l'intention d'acheter un nouveau véhicule au cours des 6 prochains mois*).



33%



32%



IRAIENT S'ILS EN AVAIENT
LA POSSIBILITÉ

IMPACT DU MONDIAL DE L'AUTOMOBILE



40%

DES PROSPECTS CHAUDS ENVISAGENT DE TENIR
COMPTE DE CE QU'IL VA SE DIRE SUR LE MONDIAL
AFIN DE CHOISIR LEUR PROCHAINE VOITURE

*Base : A l'intention de
changer de voiture
au cours 6 prochains mois*



Un impact que l'on retrouve auprès de tous les profils interrogés
et qui **progresses avec la date d'achat.**

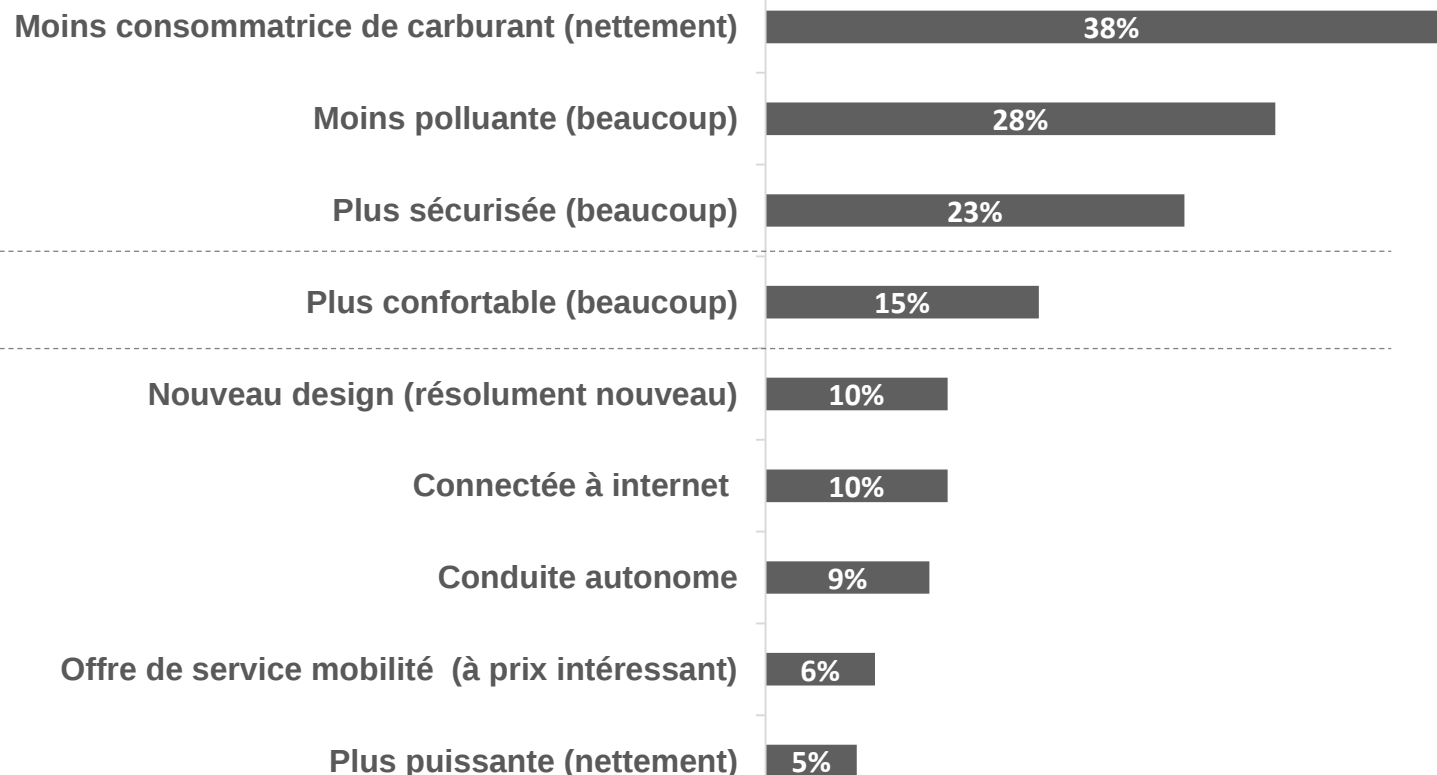
- Une proportion qui varie de **27%** sur l'ensemble des personnes qui envisagent de renouveler leur voiture quel que soit la date de l'achat à **40%** sur les **prospects chauds à 6 mois.**

IMPACT DU MONDIAL DE L'AUTOMOBILE

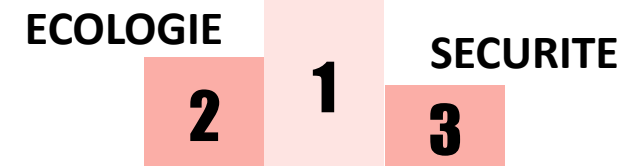


LES LEVIERS D'ACHAT ACTIVABLES LORS DU MONDIAL : LES ARGUMENTS POUVANT JUSTIFIER LE RENOUVELLEMENT DE SA VOITURE

Part des français intentionnistes ayant affirmé que l'argument pourrait justifier de manière certaine le renouvellement de leur véhicule.



CONSOMMATION DE CARBURANT



Part des intentionnistes ayant affirmé qu'au moins un des arguments pourrait certainement justifier le renouvellement de leur voiture : 53%

Certain pour au moins 2 critères : 37%
Certain pour au moins 3 critères : 24%

LA MOBILITÉ DE DEMAIN



LES MODES DE DÉPLACEMENT DE DEMAIN : COMMENT LES FRANÇAIS IMAGINENT-ILS LEUR MOBILITÉ DANS 10 ANS ?

Principalement à bord d'une voiture dont vous serez propriétaire	45%	} 42%
Principalement à bord de voitures dont vous ne serez pas forcément propriétaire	11%	
En mixant plusieurs modes de transports : voiture, transport en commun, véhicule partagé, 2 roues...	23%	
Principalement avec des modes de transport autres que la voiture personnelle	8%	
Vous vous déplacerez beaucoup moins		13%

Base : ensemble des Français

1005

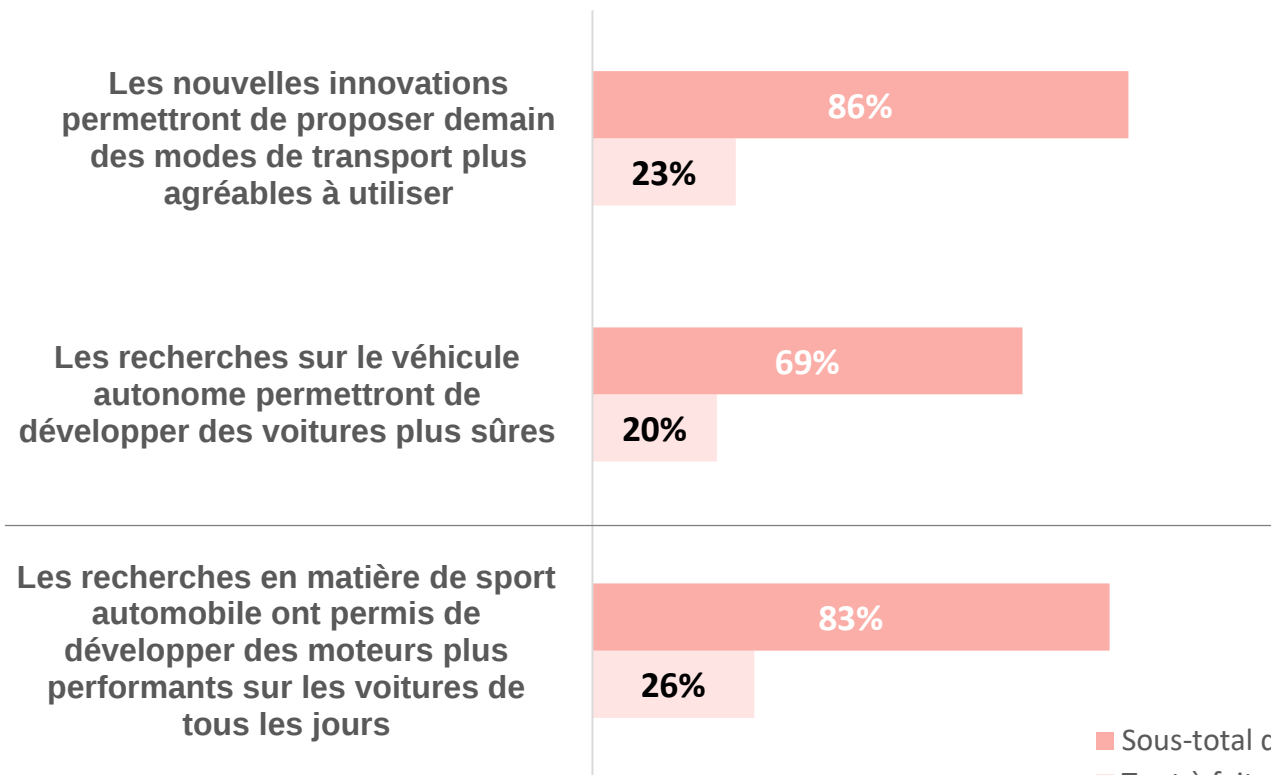
LES FRANÇAIS S'INTERROGENT...

Si une moitié des personnes interrogées imaginent se déplacer **principalement au volant d'un véhicule dont ils seraient propriétaires** (45%), une autre moitié (42%) s'imaginent **mixer plusieurs modes** ou au volant de **véhicules dont ils ne seraient plus propriétaires**.

LA MOBILITÉ DE DEMAIN



L'AVIS DES FRANÇAIS SUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AUTOMOBILE



LE MESSAGE PASSE DE MANIÈRE EFFICACE ...

Le véhicule autonome apportera plus de sécurité (niveau d'accord proche de l'apport du sport automobile sur les moteurs des véhicules de tous les jours).

Les Français se projettent aussi vers **des modes de transport globalement plus agréables à utiliser**... reste donc à définir quelles seront les moments d'utilisation de chaque mode de transport.

LA MOBILITÉ DE DEMAIN



LES VALEURS ASSOCIÉES À L'AUTOMOBILE D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

VALEURS	AUJOURD'HUI	DANS LE FUTUR	EVOLUTION
Objet partagé	8%	28%	x 3,7
Véhicule connecté	23%	52%	x 2,3
Ecologie	24%	50%	x 2,1
Innovation	33%	46%	x 1,4
La mode	10%	10%	x 1,0
Design	27%	26%	x 0,9
Le sport	8%	6%	x 0,7
Le statut social	22%	13%	x 0,6
Des contraintes	21%	11%	x 0,5
La pollution	51%	22%	x 0,4
Les risques	24%	11%	x 0,4

Les Français se projettent vers une **voiture plus partagée, plus connectée, plus écologique** avec **moins de contraintes, moins de risques** et **moins statutaire**.

LA MOBILITÉ DE DEMAIN



LES VALEURS ASSOCIÉES À L'AUTOMOBILE D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

VALEURS EN BAISSE	AUJOURD'HUI	DANS LE FUTUR	EVOLUTION
La passion	14%	7%	x 0,5
La liberté	44%	26%	x 0,6
Le plaisir	33%	20%	x 0,6
L'évasion	27%	19%	x 0,7

Les Français s'attendent à ce que les prochaines innovations leur apportent **une mobilité plus agréable** mais **demandent aux constructeurs** d'associer **plus de passion**, plus de **plaisir**, plus de **liberté** et plus d'**évasion** aux moments où ils utiliseront la voiture.



Le Mondial de l'Auto jouit d'une **très forte notoriété** auprès de la population française et suscite l'**envie d'être visité** :

- **88%** des Français **connaissent l'existence de ce salon**,
- **32%** en connaissent la **date**,
- **33%** le **visiteraient** s'ils en avaient la possibilité.

Les retombées du salon dépassent largement ses visiteurs, il profite à une **audience élargie** :

- **32%** des Français déclarent avoir **l'intention de suivre** ce qu'il se dira sur le salon, ce chiffre atteint même **47%** auprès des **intentionnistes à 6 mois**,
- **40%** des intentionnistes à 6 mois envisagent de **tenir compte** de ce qu'il va se dire sur le salon afin de **choisir** leur prochain véhicule.

**UNE COUVERTURE MÉDIATIQUE TRÈS ATTENDUE DES FRANÇAIS
ET DES FUTURS ACHETEURS !**

EN RÉSUMÉ...



S'inscrivant dans **un secteur en pleine mutation**, les Français considèrent que les **annonces qui vont être faites** lors du salon pourraient justifier le renouvellement de leur véhicule.

- **53%** des français ont affirmé que les nouveautés et innovations présentées lors du Mondial de l'Auto pourraient être un critère **décisif** afin **justifier le renouvellement** de leur véhicule,
- Les trois principaux leviers d'achat concernent la **consommation de carburant**, l'**écologie** et la **sécurité**,
- Au-delà de ces trois critères, les attentes restent segmentées : les dimensions **confort** et **design** sont **toujours présentes** ; les **dimensions technologiques** (connectivité et conduite autonome) ainsi que les **nouvelles solutions de mobilité** (offres de services de mobilité) commencent à **occuper les esprits**.



Les Français **imaginent** la **mobilité** et leur **rapport à la voiture** de demain de manière **très différentes** par rapport à ce qu'ils vivent aujourd'hui.

- Ils **s'interrogent** concrètement... si **une moitié** de Français imaginent se déplacer demain au volant d'une voiture dont ils seront **propriétaires** (45%), **une autre moitié** se voient **mixer** plusieurs modes de transport ou au volant de voitures dont ils ne seraient **plus propriétaires** (42%).

-> L'AVENIR EST À UN MIX DE SOLUTIONS, MAIS LA PROPRIÉTÉ VA DEMEURER !

- **69%** des Français pensent que le véhicule autonome apportera **plus de sécurité**,
- ... dans un contexte où le **sport automobile** est considéré comme **apporteur de progrès** dans les **motorisations** des véhicules aujourd'hui pour 83% des personnes interrogées.
- Pour les Français, la voiture de demain sera **plus partagée, plus connectée, plus écologique** avec **moins de contraintes, moins de risques** et **moins statutaire**.
- Les Français pensent que **les innovations** à venir leur apporteront **une mobilité plus agréable** (86%) mais demandent aux constructeurs d'associer **plus de passion, de plaisir, de liberté** et **d'évasion** aux moments où ils utiliseront la voiture.

CONTACT ETUDES

Olivier QUEDVILLE, Directeur du département Automobile – olivier.quedville@csa.eu – 01 57 00 59 88

CONTACTS PRESSE

Léda BONTOSOGLOU, Directrice de la Communication – leda.bontosoglou@csa.eu – 01 57 00 58 50

Marjorie BORDENAVE, Chargée de Communication – marjorie.bordenave@csa.eu – 01 57 00 57 82

