



Levallois-Perret, le 8 octobre 2024

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### L'OBSERVATOIRE CETELEM DE L'AUTOMOBILE 2025

*Une étude internationale réalisée dans 14 pays auprès de 16 000 personnes*

## « L'automobile : une éternelle jeunesse ? »

*6 jeunes sur 10 estiment que la voiture électrique remplacera bien la voiture thermique en 2035*

*En 2011, l'Observatoire Cetelem de l'Automobile s'était intéressé aux moins de 30 ans, alors appelés la « Génération Y ». Près de 15 ans plus tard, il se penche sur la Génération Z, qui leur a succédé, pour évaluer son rapport à l'automobile dans un contexte de repli du marché, de ralentissement de l'inflation et de débats sur la transition vers l'électrique.*

*Comment le rapport des moins de 30 ans à l'automobile a-t-il évolué ? Comment cette Génération Z perçoit-elle l'électrique et le futur de la mobilité ? Quelles sont leurs intentions d'achat ? Comment les contraintes financières influencent-elles leur budget en matière d'automobile ? Quel est leur rapport aux marques ? Comment perçoivent-ils l'impact environnemental de l'automobile par rapport aux générations précédentes ?*

### Un plaisir non dissimulé à se mettre au volant

Pour utiliser leur voiture, les jeunes doivent d'abord obtenir l'indispensable permis de conduire. **85% l'obtiennent avant 25 ans, et plus de 9 sur 10 (91%) en France.** Plus de la moitié des Américains (56%) le décrochent avant 18 ans. **1 Français sur 2 acquiert son premier véhicule entre 16 et 20 ans, contre 7 Américains sur 10.** À l'opposé, 1 Japonais ou Chinois sur 3 attend de souffler ses 25 bougies pour acheter une voiture.

**Pour l'achat de leur première voiture, près de 7 jeunes Français sur 10 (68%) privilégient l'occasion.** Ce marché est très développé dans l'hexagone, contrairement à la Chine, où plus de 9 jeunes sur 10 (92%) préfèrent le neuf, bénéficiant par ailleurs d'un revenu moyen annuel brut qui y est plus élevé.

**Le prix moyen d'achat d'une voiture chez les jeunes est de 14 881 euros en moyenne, et de 12 290 euros en France.** Chez ceux qui ne possèdent pas de voiture, ils sont 6 sur 10 (59%) à estimer que son

**coût est trop élevé**, un chiffre bien supérieur à celui des seniors âgés de plus de 50 ans (47%). De plus, les jeunes sont 27% à affirmer qu'ils n'en ont pas besoin, contre 40% des seniors.

**Concernant leurs intentions d'achat à court terme, 1 jeune sur 2 privilégie la voiture d'occasion. Pour la motorisation, l'essence arrive en tête, suivie par l'électrique**, qui devance le diesel ; **l'électrique arrive en première position chez les 30-49 ans**. Parmi les freins cités au passage à l'électrique, les jeunes pointent en premier les difficultés potentielles de recharge (32 %), devant le prix (31 %)-

**La conduite est un plaisir pour 7 jeunes sur 10, alors que seulement moins de 2 sur 10 (17%) la considèrent comme une corvée**. Un plaisir qui perdure : déjà en 2011, 8 jeunes sur 10 affirmaient « adorer conduire ». Au-delà du plaisir, la voiture est **également porteuse d'une image positive : 1 jeune sur 2 estime que celle-ci s'est améliorée au cours des cinq dernières années (46%)** ; seuls 14% perçoivent une détérioration. Fait surprenant, cette amélioration de l'image est davantage ressentie en ville qu'à la campagne, sans doute en raison du poids grandissant des véhicules électriques et hybrides, ainsi que des contraintes liées à la circulation.

**6 jeunes sur 10 se sentent incapables d'envisager leur vie sans voiture**, un résultat en forte hausse par rapport à 2011 (22%). **Le vélo s'est imposé auprès de 7 jeunes sur 10 (69%)**. Les Pays-Bas, nation-reine du vélo, et la Pologne s'imposent comme les deux pays les plus pro-deux roues. **Le covoiturage occupe la deuxième place du classement des mobilités alternatives à la voiture chez les jeunes avec un score de 56%, contre 30% en 2011**. Enfin, **la location séduit**, dans des proportions très proches qu'il s'agisse de celle d'une voiture ou d'un vélo, **avec plus ou moins 1 jeune sur 3 à y souscrire**.

### Les marques principales conseillères et confidentes

**Plus de 8 jeunes sur 10 (83%) sont attachés à leur voiture (86% en France)**. Un score qui atteint même 97% en Chine, tandis qu'au pays du vélo, les Néerlandais se montrent plus réservés (70%). Ils sont **un tiers 33% à considérer la voiture comme un objet de valeur, et une proportion similaire estime que c'est le lieu idéal pour se forger les souvenirs (30%)**. Pour 25%, la voiture est associée aux rencontres et échanges qu'elle suscite, tandis que 23% la voient comme une amie sur laquelle on peut compter (23 %). **En France, c'est avant tout son utilité qui est mise en avant (58%)**.

**77% des jeunes déclarent que leur voiture est indispensable au quotidien, un score supérieur à celui des seniors (70%)**. Lors de l'achat d'un véhicule, **le prix reste le critère le plus important pour 45% des jeunes**, suivi par la sécurité (29%).

**9 jeunes sur 10 accordent de l'importance aux informations fournies par les marques avant d'acheter une voiture**. 44% leur font confiance au moment de l'achat, plus qu'aux distributeurs (25%). Par ailleurs, **1 jeune sur 2 estime que les marques déploient suffisamment d'efforts pour créer des véhicules respectueux de l'environnement**. Ce résultat s'explique sans doute par l'augmentation de la production de véhicules électriques et l'impact positif d'un marketing mettant en avant les nouvelles vertus des constructeurs.

### Un futur qui sera électrique

Évoquer l'automobile, c'est inévitablement évoquer le thème de l'environnement. Sur ce sujet, les jeunes se montrent moins indulgents que leurs aînés. **Près de la moitié d'entre eux (44%) considèrent la voiture comme la principale source du réchauffement climatique, contre seulement 30% des seniors**. Ils sont également plus nombreux à la désigner comme la première source de pollution en ville (64% contre 58% chez les seniors).

**Seulement 39% des jeunes s'opposent à l'interdiction des ventes de voitures thermiques, contre 46% des seniors**, et seuls 24 % jugent insuffisantes les normes environnementales imposées à l'automobile (21% chez les seniors).

84 % des jeunes pensent que les progrès technologiques amélioreront le bilan environnemental de l'automobile. Davantage que leurs aînés, **ils perçoivent la voiture électrique comme l'incarnation même du progrès (75% contre 60%)**. Selon 1 d'entre eux sur 2, elle est plus respectueuse de l'environnement, alors que seulement 4 seniors sur 10 partagent cet avis.

Ce futur alimenté par un fort élan électrique rend les jeunes particulièrement optimistes concernant la place de l'automobile à l'avenir. En 2011, ils étaient 29 % à estimer que sa place dans la société serait plus importante dans 30 ans, tandis que pour 45 % elle serait identique. **13 ans plus tard, la tendance s'est inversée : près d'1 jeune sur 2 (47%) prédit à l'automobile une place plus importante dans la société, un résultat en hausse dans tous les pays, alors que 33 % affirment qu'elle restera inchangée.**

Enfin, alors que les débats autour du 100% électrique en 2035 s'intensifient, **6 jeunes sur 10 (63%) pensent que la voiture électrique remplacera la voiture thermique, contre 47% des seniors.**

*« Les jeunes expriment un grand attachement à l'automobile, tout en lui prédisant un bel avenir. La voiture leur est indispensable au quotidien, en particulier pour les jeunes habitant en zone péri-urbaine ou rurale. Pour autant, ils se tournent massivement vers le marché de l'occasion pour des raisons financières évidentes. Ils pensent que l'avenir de la voiture passe par le véhicule électrique qui leur paraît plus respectueux de l'environnement. Dans ce contexte, les marques, qui disposent auprès des jeunes d'une relative crédibilité comme en témoigne ce nouvel Observatoire Cetelem, ont de belles cartes en mains. Leur réussite future passe par un engagement ferme et réel pour l'environnement, une insertion en douceur dans un paysage des mobilités polymorphe, et surtout, par des prix qui rendent la voiture accessible au plus grand nombre. »* conclut **Flavien Neuvy, Directeur de l'Observatoire Cetelem.**

---

### Méthodologie :

Les analyses économiques et marketing ainsi que les prévisions ont été réalisées en partenariat avec la société d'études et de conseil C-Ways, spécialiste du Marketing d'Anticipation.

Les terrains de l'enquête consommateurs quantitative ont été conduits par Harris Interactive du **25 juin au 9 juillet 2024** dans **14 pays** : Allemagne, Belgique, Chine, Espagne, États-Unis, France, Italie, Japon, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni et Turquie. Au total, **16 000 personnes** ont été interrogées en ligne (mode de recueil CAWI). Ces personnes âgées de 18 à 65 ans sont issues d'échantillons nationaux représentatifs de chaque pays. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge). **3 000 interviews ont été réalisées en France et 1 000 dans chacun des autres pays.**

### À propos de l'Observatoire Cetelem

L'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique de BNP Paribas Personal Finance créée en 1985 et dirigée par Flavien Neuvy. Sa vocation est d'observer, éclairer et décrypter l'évolution des modes de consommation et des mobilités en France et à l'international. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec 2 études de référence annuelles menées au niveau international : l'une sur l'automobile, l'autre sur la consommation. Plus d'informations ainsi que l'ensemble des études sur le site de l'Observatoire Cetelem | @obs\_cetelem

### Contacts presse : Rumeur Publique

Marie Goislard | [marie@rumeurpublique.fr](mailto:marie@rumeurpublique.fr) | +33 6 21 23 37 75

Léo Chompré | [leo.chompre@rumeurpublique.fr](mailto:leo.chompre@rumeurpublique.fr) | +33 6 14 35 41 74

Romain Monneret | [romain@rumeurpublique.fr](mailto:romain@rumeurpublique.fr) | +33 6 26 18 36 77