

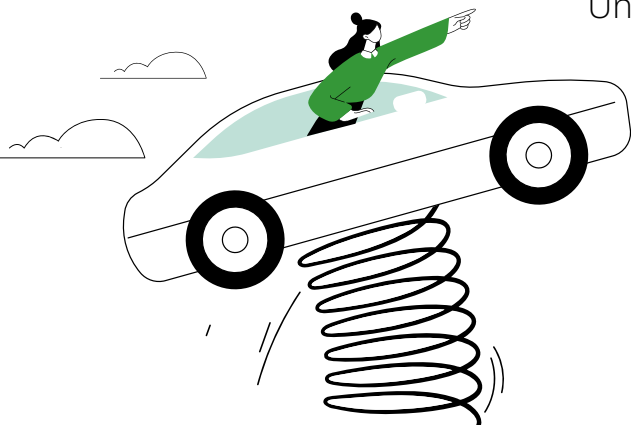
2026

AUTO

Automobile : 5 voies pour le rebond



Une étude internationale réalisée
dans 13 pays



OBSERVATOIRE
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 

ÉDITO

Pour paraphraser un aphorisme célèbre, on serait tenté de dire « quand l'auto va, tout va ». Le problème est que pour l'auto ça ne va pas, ou alors pas très fort.

Depuis plusieurs années, le secteur automobile a été ballotté par des vents contraires qui, de crise sanitaire en crise géopolitique, l'ont plongé dans un marasme dont il peine à se sortir. Certes, quelques pays dont la Chine, solide leader mondial tant en termes de production, d'immatriculations que d'innovations, tirent leur épingle du jeu.

À l'inverse, en Europe, terre historique où comme en Allemagne la construction automobile tient à la fois de la fierté, de la puissance et de la richesse, la crise est à la fois structurelle et existentielle, avec des conséquences potentiellement dévastatrices.

Un tableau trop sombre, me direz-vous ? Pas vraiment. Et les prises de parole des dirigeants des grandes entreprises du secteur ne plaident pas pour plus de lumière.

Depuis toujours, l'Observatoire Cetelem étudie le secteur avec la plus grande lucidité et objectivité possible.

De même, il se place non seulement dans la situation de constater les faits, aussi désagréables soient-ils, mais cherche également à anticiper les évolutions des marchés.

Avec cette nouvelle édition 2026, si nous faisons le constat d'une situation préoccupante, nous identifions cinq leviers qui pourraient créer un rebond salubre du secteur automobile.

Une obligation, tant les enjeux économiques et sociaux sont importants.

Flavien Neuvy

Directeur de l'Observatoire Cetelem

SOMMAIRE

1

Vents contraires sur le secteur automobile 06

1. Un contexte macro-économique pénalisant 07

- 1.1 Une crise sanitaire qui a laissé des traces
- 1.2 Un environnement économique qui pèse

2. Un repli sur soi qui pourrait acter la fin de la mondialisation 08

- 2.1 L'approche holistique chinoise
- 2.2 La nouvelle politique agressive des États-Unis
- 2.3 Une réponse européenne désordonnée

3. Des atouts exclusifs... mais pas pour tout le monde 09

- 3.1 La Chine en quasi-monopole
- 3.2 Les atouts technologiques des Occidentaux
- 3.3 La constance commerciale japonaise

4. Un marché automobile en crise 10

- 4.1 Ventes en berne
- 4.2 Des productions qui accusent le coup
- 4.3 L'emploi très impacté
- 4.4 Une transition électrique qui ne va pas forcément de soi

2

Une voiture qui plaît mais qui coûte 19

1. L'automobile séduit toujours 20

- 1.1 Partout une bonne image
- 1.2 Des médias positifs

2. Le prix d'abord et avant tout 22

- 2.1 Trop, c'est trop
- 2.2 Des augmentations constatées...
- 2.3 ... et non justifiées
- 2.4 Un rapport qualité-prix cependant apprécié
- 2.5 Achats en vue
- 2.6 Du neuf facile à revendre

3

Constructeurs et pouvoirs publics, principaux acteurs du rebond 29

1. Un duo actif en première ligne 30

- 1.1 Constructeurs et États : à eux d'agir
- 1.2 Un soutien public relativement positif envers les constructeurs

2. Des constructeurs autos qui séduisent 32

- 2.1 Les constructeurs ont toujours la cote
- 2.2 Un attachement aux marques revendiqué

3. Plus d'engagement et plus de clarté demandés aux États 34

- 3.1 Relance impérative
- 3.2 Ne pas oublier l'environnement...
- 3.3 ... les politiques étant relativement positives
- 3.4 Des politiques d'aides à l'achat floues et instables

4

Cinq voies
pour activer le rebond

40

1. Le prix

41

- 1.1 Relancer en proposant des voitures moins chères
- 1.2 Coûts à l'achat et d'entretien réduits
- 1.3 Faire baisser les marges
- 1.4 Produire où c'est moins cher

2. Les politiques publiques

46

- 2.1 Des primes appréciées, accessibles partout et pour tout le monde
- 2.2 Encadrer les prix
- 2.3 Soutenir les constructeurs
- 2.4 Revenir sur les normes réglementaires

3. Le design

55

- 3.1 Une sensibilité affirmée à l'esthétisme
- 3.2 Des designs qui plaisent, oui mais...
- 3.3 Le look, ça attire
- 3.4 Un intérêt pour le style et la nouveauté qui perdurent

4. L'offre

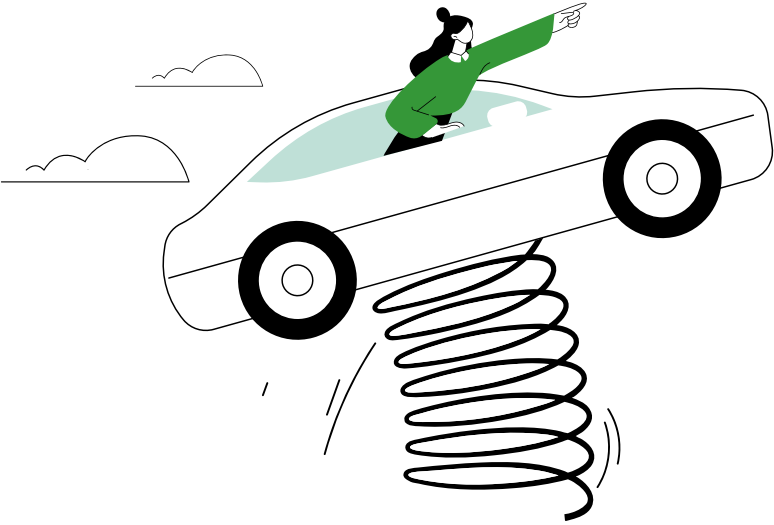
59

- 4.1 Faire plus simple...
- 4.2 ... et faire moins
- 4.3 Favoriser l'occasion et le reconditionné

5. La commercialisation

62

- 5.1 Des concessionnaires appréciés...
- 5.2 ... Des vendeurs qui le sont aussi
- 5.3 Une confiance sur l'ensemble du parcours d'achat
- 5.4 La distribution pénalisée par les politiques publiques,
surtout en Europe
- 5.5 Internet, une option pour la commercialisation
- 5.6 Privilégier le contact physique



Conclusion

70

Chiffres du marché

71

1

Vents contraires sur le secteur automobile



Depuis plusieurs années, la situation du marché automobile est une des antiennes favorites des médias qui s'exprime en données chiffrées enthousiastes quand il s'agit des marges, moins quand les ventes annuelles sont communiquées, notamment en Europe. Historiquement, culturellement, socialement et économiquement, l'automobile est un sujet qui suscite la controverse, les débats enflammés, les prévisions contradictoires, en un mot, les passions. Une chose pourrait cependant mettre tout le monde d'accord.

La santé du secteur automobile n'est pas des plus florissantes.

Et ceci s'explique par de nombreuses raisons.

Un contexte macro-économique pénalisant

UNE CRISE SANITAIRE QUI A LAISSÉ DES TRACES

En seulement quelques années, le monde a connu un enchaînement de crises qui n'a pas d'équivalent depuis très longtemps. Succédant à la crise des subprimes et des dettes étatiques, la crise de la Covid-19 a marqué le « point 0 » de quatre années de tumulte. Au-delà des conséquences sanitaires, elle s'est traduite par de multiples impacts sur l'environnement économique. Les dettes se sont creusées, limitant les capacités budgétaires des États, particulièrement en Europe du Sud. Les taux d'épargne ont enregistré des records, là encore, en Europe, témoignant de la prudence et de l'attentisme des ménages. La demande intérieure, notamment en Chine, peine à repartir, la confiance étant ébranlée.

DES TENSIONS GÉOPOLITIQUES QUI PERDURENT ET SE MULTIPLIENT

À cette crise sanitaire ont succédé d'autres crises qui, elles aussi, ne connaissent pas de frontières. Avec les guerres en Ukraine, au Moyen-Orient ou encore l'attaque contre l'Iran, des conflits meurtriers, souvent durables, induisant des sanctions économiques importantes, ont fait revenir à la mémoire du monde des souvenirs qu'il croyait enfouis.

UN ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE QUI PÈSE

Dans ce contexte, l'inflation, elle aussi oubliée depuis longtemps, a fait son retour. Les taux d'intérêt sont repartis en flèche. Les déficits budgétaires atteignent des records aux États-Unis ou en France. Le chômage risque de rebondir. Les prix de l'énergie ont fortement fluctué. Le pouvoir d'achat a presque partout été affecté.

Un repli sur soi qui pourrait acter la fin de la mondialisation

L'APPROCHE HOLISTIQUE CHINOISE

Cette succession de crises aurait-elle emporté sur son passage une organisation économique mondiale qui prévalait depuis de nombreuses années ? Du côté de la seconde puissance mondiale, que certains se plaisent encore à qualifier « en voie de développement », la donne a évolué depuis longtemps, particulièrement pour le secteur automobile. Le contrôle étatique, total ou presque, a permis de donner un coup de volant marqué en direction de la voiture électrique, avec une préférence accordée aux marques nationales. Depuis 2010, la Chine concentre ainsi 75 % des politiques de subventions directes mises en œuvre à l'échelle mondiale*.

LA NOUVELLE POLITIQUE AGRESSIVE DES ÉTATS-UNIS

Du côté de la première puissance, avec le retour de Donald Trump à la présidence, l'heure est au repli sur soi et passe par une offensive législative sans précédent. Après avoir supprimé l'Inflation Reduction Act, promulgué par Joe Biden et qui faisait la part belle aux véhicules électriques, la Big Beautiful Bill et des droits de douane considérablement réévalués sont venus pénaliser tout ce qui n'était pas une production américaine.

UNE RÉPONSE EUROPÉENNE DÉSORDONNÉE

Face aux deux mastodontes du secteur, les États membres de l'Europe restent divisés, manquent d'audace et défendent souvent individuellement leurs intérêts. Plusieurs pays, comme l'Allemagne, particulièrement touchée par les droits de douane américains, soutiennent leurs constructeurs et le marché avec leurs moyens. Mais les réglementations et les contraintes techniques freinent l'efficacité des mesures adoptées.

Le rapport Draghi, pour un plan d'action industriel européen, a bien vu le jour. Mais ses préconisations seront-elles suivies d'effet ?

L'Union européenne peine à apporter des réponses concrètes, alignées, fermes et claires à la hauteur des enjeux, et surtout durables. Dit autrement, l'industrie automobile européenne est au plus mal. Pourtant, avec l'épargne en hausse, accompagnée d'un fléchage productif, l'Europe dispose d'un atout sur lequel elle pourrait bénéfiquement s'appuyer.

*Étude CLIFA 2025 (Comité de Liaison des Industries Fournisseurs de l'Automobile).

Des atouts exclusifs... mais pas pour tout le monde

LA CHINE EN QUASI-MONOPOLE

Au plan de la production, chacun compte faire jouer ses « actifs » pour faire la différence. En matière de terres rares, si importantes pour la fabrication d'une voiture, la Chine assure 70 % de la production mondiale et 90 % de celle des terres rares lourdes, comme les aimants permanents. Côté batteries électriques, la situation est tout aussi confortable. CATL, le numéro 1, contrôle 37,9 % du marché mondial selon CnEVPost. BYD, en seconde position tutoie les 18 %. Et quand on sait que la production mondiale de batteries électriques a augmenté de 37,3 % en un an, cet avantage concurrentiel n'est pas près de disparaître, même si de nombreuses gigafactories sont programmées en Europe et aux États-Unis et si le recyclage pourrait, en partie, bousculer le marché.

LES ATOUTS TECHNOLOGIQUES DES OCCIDENTAUX

Les pays occidentaux disposent quant à eux d'atouts qui pèsent aussi singulièrement dans la balance. Même si elles sont fabriquées pour l'essentiel à Taïwan, les puces nouvelles générations dopent les performances de l'intelligence artificielle, pré carré essentiellement américain, malgré des velléités chinoises et européennes.

LA CONSTANCE COMMERCIALE JAPONAISE

En tant que pays accueillant le premier constructeur mondial, le Japon essaye quant à lui de tirer son épingle du jeu en misant sur une politique solide et constante, notamment grâce au succès des motorisations hybrides, domaine dans lequel il fut précurseur.

Un marché automobile en crise

VENTES EN BERNE

Si l'on se réfère au point pivot que constitue le début de la crise sanitaire, l'état du marché automobile dans son ensemble affiche une santé précaire, pour le moins fluctuante.

Certes, 2023 et 2024 ont donné lieu à une relative reprise des ventes, mais cette reprise est loin d'être partout partagée. Pour deux leaders mondiaux qui reprennent des couleurs, de nombreux autres pays, particulièrement européens, voient leurs marchés rester atones.

En Chine, les immatriculations ont ainsi augmenté de 9,5 % entre 2023 et 2024 pour un parc de 26,9 millions de véhicules. Le journal Nanfang Zhoumo soulignait que 96 villes dans le pays comptaient plus d'un million de véhicules.

Parallèlement, la consommation des ménages liée à l'automobile s'affichait également à la baisse dans un contexte général d'inflation et plus encore d'envol des prix des véhicules en Europe et aux États-Unis.

(Fig. 1).

Fig. 1

Ventes de véhicules.

(unités : 100 000 véhicules)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Allemagne 	39,6	32,2	29,2	29,1	31,4	31,4
Belgique 	6,3	5,0	4,6	4,3	5,6	5,2
Chine 	257,7	253,1	262,7	268,6	300,9	314,4
Espagne 	14,9	10,2	10,2	9,4	11,1	12,0
États-Unis 	175,8	149,9	155,5	143,8	161,3	164,4
France 	27,4	21,0	21,4	19,3	22,1	21,6
Italie 	20,9	15,3	16,6	14,9	18,0	17,9
Japon 	51,9	45,9	44,5	42,0	47,7	44,2
Pays-Bas 	4,5	3,6	4,0	3,8	4,6	5,3
Pologne 	5,6	4,3	4,5	4,6	5,8	6,5
Portugal 	2,6	1,7	1,8	1,8	2,3	2,4
Royaume-Uni 	26,9	19,3	20,1	19,1	22,6	23,2
Turquie 	4,8	7,7	7,4	7,8	12,3	12,4
Total général	638,7	569,3	582,5	568,6	645,5	660,9

Source : Marklines

Un déficit de renouvellement lourd de conséquences

Avant la crise sanitaire, entre 2015 et 2019, le marché européen (Union européenne + Royaume-Uni) enregistrait environ chaque année entre 16 et 17 millions d'immatriculations de véhicules particuliers neufs. Entre 2020 et 2024, ce chiffre est tombé à 11,75 millions en moyenne. En cumulé sur ces cinq dernières années, le « déficit » de renouvellement est ainsi supérieur à 20 millions de VP.

Au-delà de la fragilisation de la filière industrielle et des entreprises du commerce, cette situation contribue directement au vieillissement structurel du parc et freine la montée en puissance des véhicules plus propres et plus efficaces, comme les modèles hybrides et électriques.

Dans un scénario réaliste de stabilisation démographique et de prolongement modéré de la durée de vie (âge de mise à la casse) des véhicules, de 20 ans actuellement à 22 ans d'ici 10 ans, l'Europe devrait viser un rythme annuel de l'ordre de 13,5 millions d'immatriculations de véhicules neufs pour éviter une poursuite du vieillissement de son parc automobile en circulation.

**Entre 2020
et 2024
11,75 millions**
en moyenne
d'immatriculations
de véhicules
particuliers neufs

Des productions qui accusent le coup

En toute logique, les hésitations du marché se reflètent dans la production des véhicules. Depuis 2020 les capacités de production sont sous-utilisées. Une fois encore, la Chine reste un cas à part avec une surproduction concernant particulièrement les véhicules électriques. Confrontés à une consommation intérieure morose, les constructeurs chinois baissent

leurs prix et reportent leurs efforts vers l'exportation, soutenus dans cette perspective par l'État. Ils ciblent en priorité les pays mal ou peu protégés, au contraire des États-Unis qui ont érigé une muraille de droits de douane particulièrement dissuasive. La Chine est désormais le premier exportateur mondial de véhicules légers. **(Fig. 2). (Fig. 3).**

Fig. 2

Production de voitures particulières.

(unités : 100 000 véhicules)

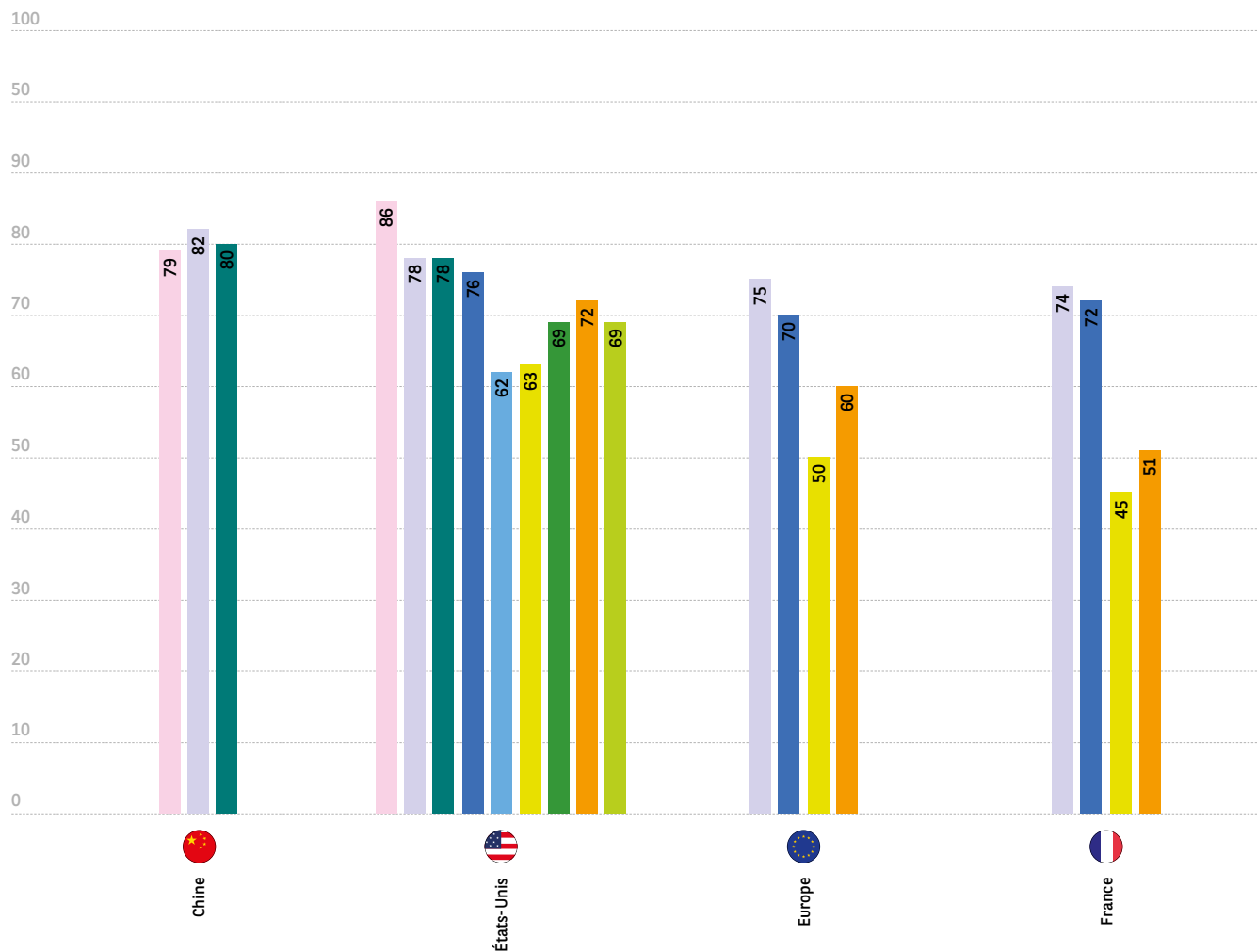
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Allemagne 	46,6	35,2	31,0	34,8	41,1	40,7
Belgique 	2,5	2,4	2,2	2,4	2,9	2,0
Chine 	213,9	199,9	214,4	238,4	261,2	274,8
Espagne 	22,5	18,0	16,6	17,9	19,1	19,2
États-Unis 	25,1	19,3	15,6	17,0	17,4	14,3
France 	16,6	9,3	9,2	10,1	10,3	9,1
Italie 	5,4	4,5	4,4	4,7	5,4	3,1
Japon 	83,8	69,6	66,2	65,7	77,7	71,4
Pays-Bas 	1,8	1,3	1,1	1,0	1,2	0,1
Pologne 	4,3	2,8	2,6	2,6	3,0	2,2
Portugal 	2,8	2,1	2,3	2,6	2,4	2,6
Royaume-Uni 	13,0	9,2	8,6	7,8	9,1	7,8
Turquie 	9,8	8,6	7,8	8,1	9,5	9,0

Source : OICA

Fig. 3

Utilisation des capacités automobiles.

(en %)



Source : FED & CEIC

2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

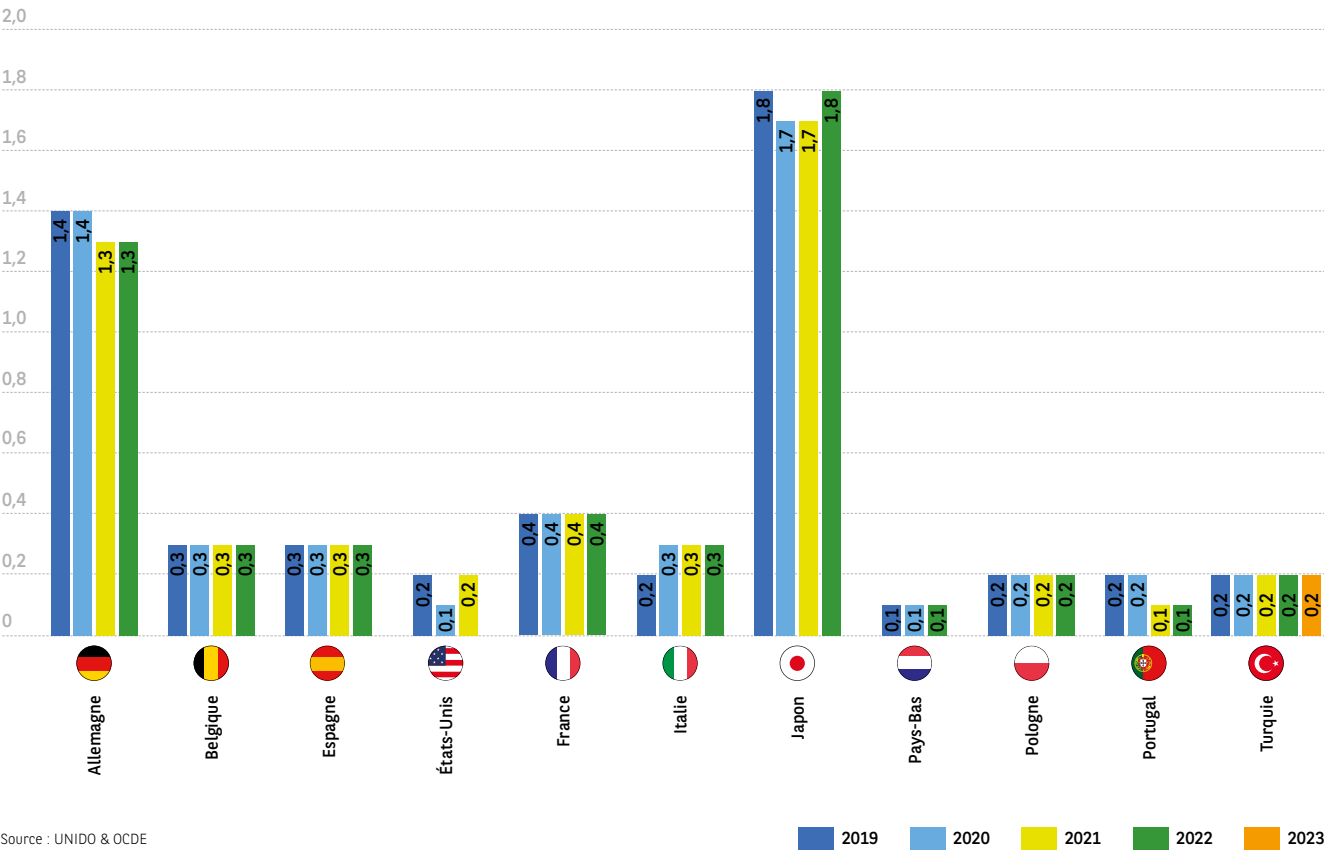
L'emploi très impacté

L'incidence sur l'emploi est tout aussi brutale, une fois encore principalement sur le Vieux Continent. Fermetures d'usines qui s'enchaînent, impacts sur la sous-traitance, délocalisa-

tions vers des cieux moins coûteux, l'avenir est encore plus incertain, surtout dans une perspective de production de véhicules électriques nécessitant moins de main-d'œuvre. (Fig. 4).

Fig. 4

Emplois dans la fabrication de véhicules à moteur.
(part de l'emploi dans ce secteur, % de l'économie totale)



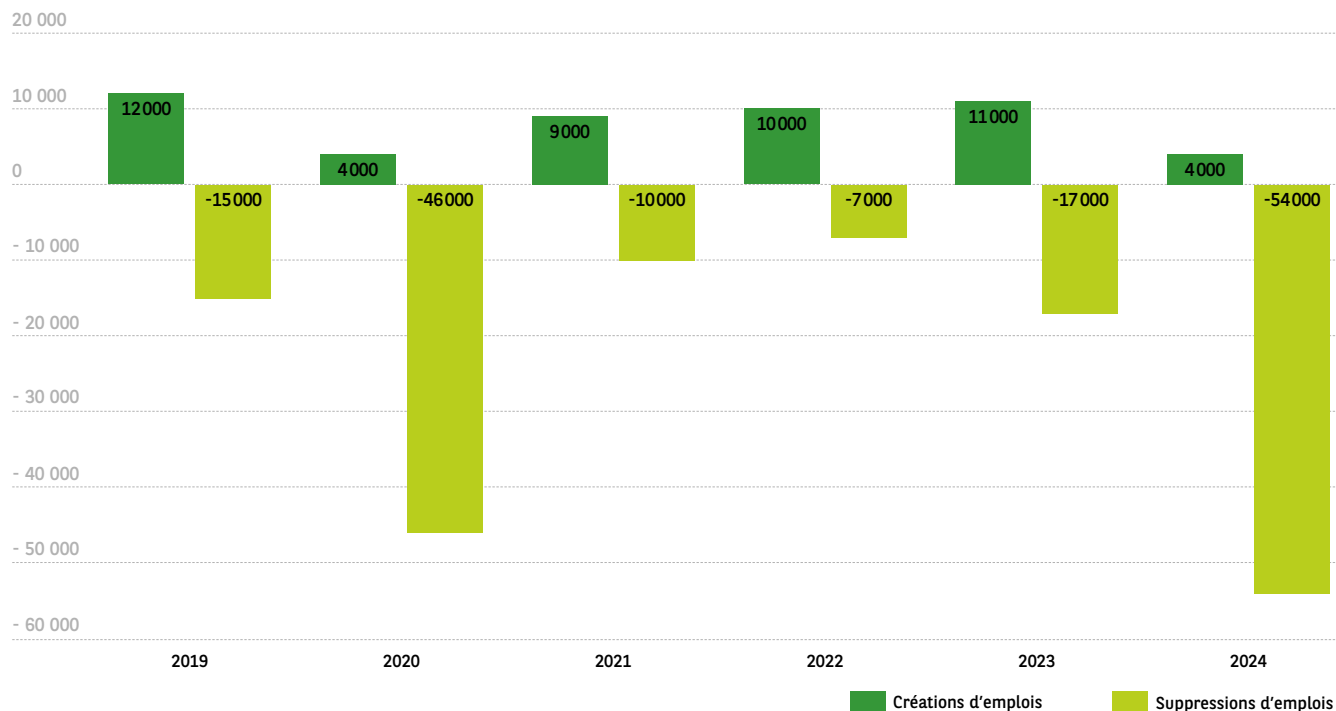
Source : UNIDO & OCDE

L'Europe fortement touchée par les pertes d'emploi

Fig. 5

Annonces d'emploi dans le secteur de l'équipement automobile.

(en Europe)



Le cas français

En 2012, la France comptait 95 444 personnes employées dans la production de véhicules, de remorques et de semi-remorques. En 2023, ce chiffre est tombé à 70 000*. Restructurations internes, délocalisations et fermetures définitives expliquent en majorité cette chute inexorable. (Fig. 5)**.

*Source : Eurostat. ** Source : Eurofound & CLEPA analysis.

Une transition électrique qui ne va pas forcément de soi

Pour autant, l'horizon électrique n'apparaît pas – ou plus – comme limpide et dénué de tout nuage. Après une forte croissance, les ventes semblent stagner, voire baisser dans certains pays, sous l'effet conjugué de plusieurs facteurs, dont le prix, qui n'est pas le moindre, la remise en cause des politiques de

limitation des véhicules carbonés et la résistance au changement persistante d'une part importante de la clientèle pour cette technologie. En Chine, où les ventes dépassent les 7 millions d'unités, la surproduction fait là encore sentir ses effets.

Fig. 6

Poids des ventes électriques par pays.
(en %)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Allemagne 	1,5	5,7	12,0	15,9	16,7	12,1
Belgique 	1,4	2,8	4,6	8,5	14,0	19,0
Chine 	3,2	3,9	10,4	18,7	20,7	22,6
Espagne 	0,6	1,6	2,3	3,4	5,2	4,7
États-Unis 	1,3	1,7	3,2	5,6	7,4	7,8
France 	1,8	5,4	7,7	10,8	14,6	14,7
Italie 	0,5	1,9	4,1	3,5	4,0	3,9
Japon 	0,4	0,3	0,4	1,3	1,8	1,3
Pays-Bas 	13,8	19,7	15,8	18,8	26,4	25,5
Pologne 	0,2	0,5	1,1	1,8	2,2	2,3
Portugal 	2,8	4,7	7,7	10,3	16,9	18,0
Royaume-Uni 	1,5	5,8	10,0	14,9	14,9	17,3
Turquie 	0,0	0,1	0,4	0,8	4,4	5,6

Source : Marklines

La guerre des prix fait rage alors que les subventions étatiques sont épuisées dans de nombreuses régions du pays. Ces mêmes régions peinent à soutenir les industriels du secteur. Tous les signes de l'involution, chère au président Xi Jinping, commencent à être visibles : la concurrence effrénée lamine les gains économiques et technologiques.

Dans de nombreux pays, les aides à l'achat sont tout simplement supprimées, comme aux États-Unis, ou en voie de disparition, comme en Chine. **(Fig. 6) (Fig. 7).**

Fig. 7

Ventes de véhicules électriques.

(unités: 100 000 véhicules)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Allemagne 	0,6	1,8	4,0	5,0	5,0	4,0
Belgique 	0,1	0,1	0,0	0,0	1,0	1,0
Chine 	8,3	10,0	27,0	50,5	62,0	71,0
Espagne 	0,1	0,2	0,0	0,0	1,0	1,0
États-Unis 	2,4	2,6	5,0	8,0	12,0	13,0
France 	0,5	1,1	2,0	2,0	3,0	3,0
Italie 	0,1	0,3	1,0	1,0	1,0	1,0
Japon 	0,2	0,1	0,0	1,0	1,0	1,0
Pays-Bas 	0,6	0,7	1,0	1,0	1,0	1,0
Pologne 	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Portugal 	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Royaume-Uni 	0,4	1,1	2,0	3,0	3,0	4,0
Turquie 	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0

Source : Marklines

L'essentiel du rapport Draghi pour l'automobile

Le rapport sur l'avenir de la compétitivité européenne a été remis par Mario Draghi à Ursula von der Leyen, présidente de la Commission européenne, le 9 septembre 2024. Il comporte 170 propositions dont plusieurs concernent le secteur automobile.

- **Mise en place d'un plan à l'échelle européenne pour augmenter la coordination dans la chaîne de valeur.**
- **Meilleure cohérence et prévisibilité de la réglementation proportionnée aux objectifs poursuivis.**
- **Approche neutre au plan technologique.**
- **Politique numérique cohérente pour le secteur automobile.**
- **Mobilisation de l'épargne européenne pour financer l'industrie automobile.**
- **Pourcentage imposé de contenu local.**

2

Une voiture qui plaît mais qui coûte



On ne compte plus le nombre de fois où des augures bien informés annonçaient que l'automobile ne plaisait plus et appartenait à un monde révolu. Cette nouvelle étude de l'Observatoire Cetelem confirme ce qu'il a déjà de multiples fois confirmé. L'automobile plaît toujours autant. Mais ce capital satisfaction est entaché d'un « déficit » économique patent. La voiture plaît, mais pas coûte que coûte.

L'automobile séduit toujours

PARTOUT UNE BONNE IMAGE

Dans presque tous les pays de cette étude, 9 personnes sur 10 affirment avoir une bonne, voire une excellente image des voitures neuves. En Turquie, on frôle l'unanimité avec 97 % de répondants enthousiastes.

Cette image reste bénéfique concernant les véhicules d'occasion, cependant dans des proportions moindres. 8 personnes sur 10 font part de leur satisfaction. Les écarts entre pays sont cette fois plus prononcés.

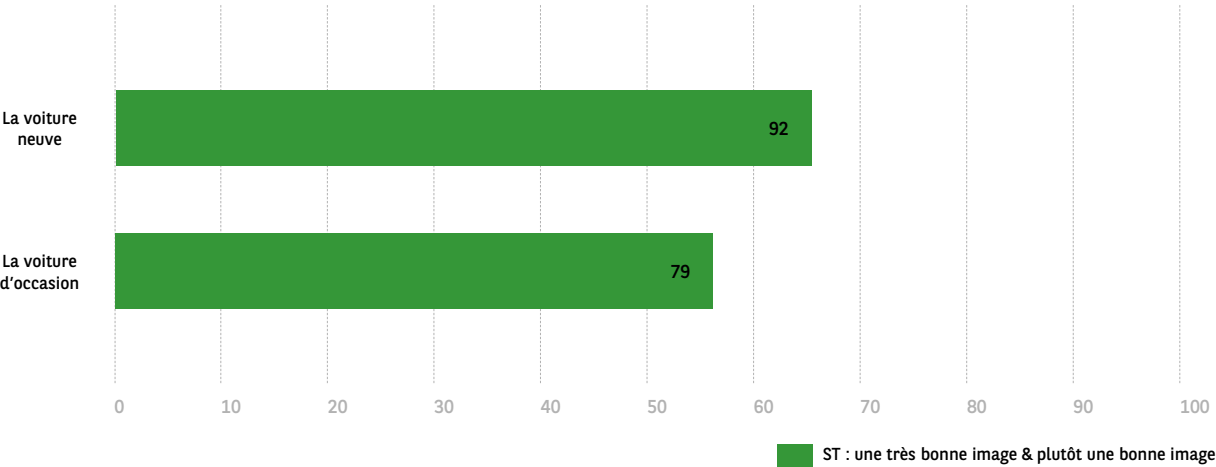
(Fig. 8).

À des Néerlandais satisfaits à 87 % s'opposent des Japonais plus réservés à 62 %.
À noter que les véhicules d'occasion plaisent davantage aux jeunes et aux habitants des zones rurales, le prix, facteur pivot de cette étude, n'y étant certainement pas étranger.

Fig. 8

Globalement, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image de ?

(Total pays en %) À tous



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Des médias positifs

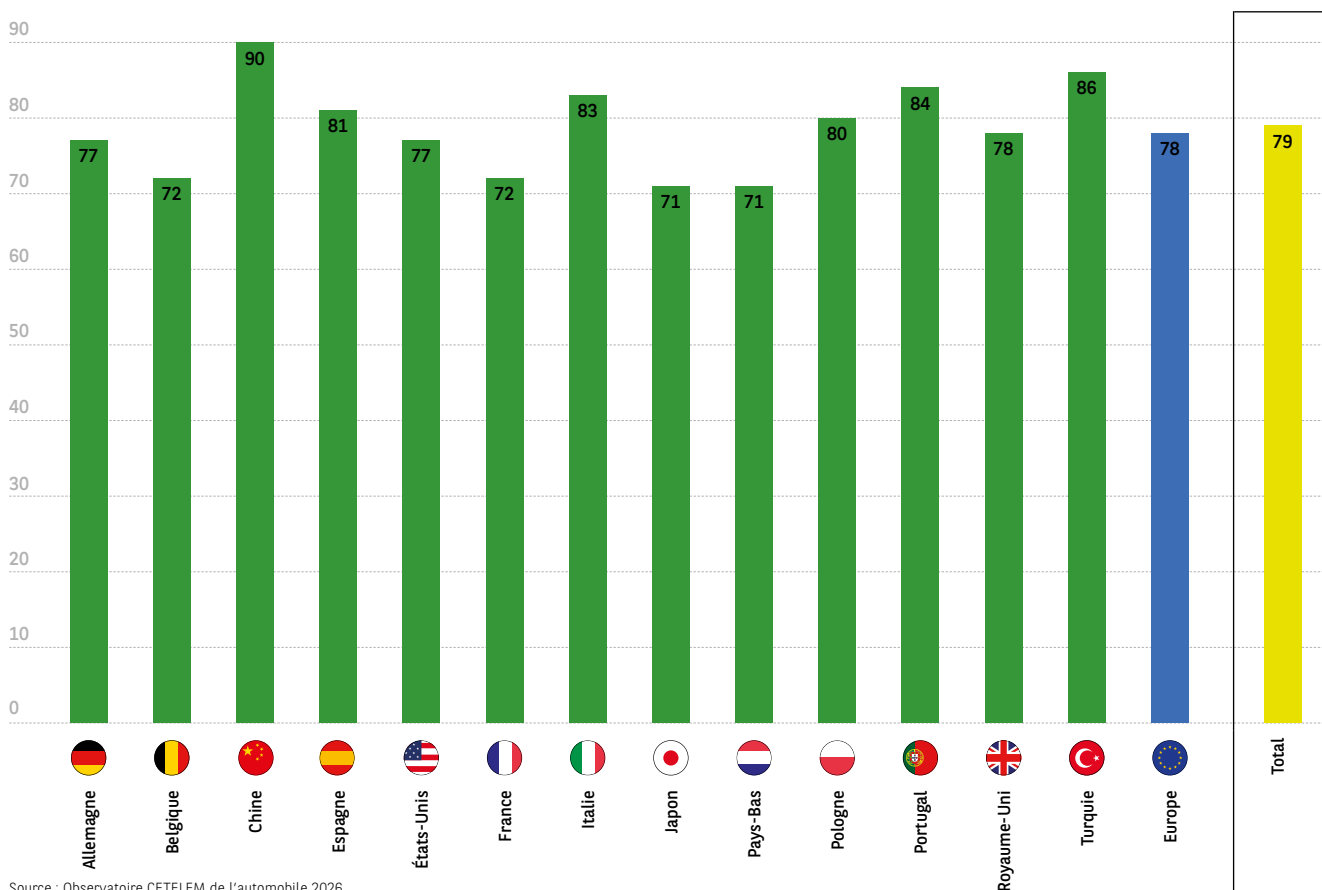
Les personnes interrogées estiment que cette image positive est efficacement relayée par les médias. (**Fig. 9**). 8 sur 10 en ont le sentiment. En Chine, le score est encore plus impressionnant avec 90 % d'avis favorables. Il faut se rendre en Allemagne et aux États-Unis pour trouver des résultats légèrement en deçà (77 %).

Si on reconnaît également aux pouvoirs publics de diffuser une image positive de la voiture (73 %), les jugements sont plus nuancés.

Les Néerlandais affichent un certain doute (58 %) alors que les Chinois restent les plus enthousiastes (89 %).

Fig. 9

Diriez-vous que les acteurs suivants contribuent à donner une bonne ou une mauvaise image de la voiture neuve dans votre pays : les médias.
(en %) À tous (Une très bonne image & plutôt une bonne image)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Le prix d'abord et avant tout

TROP, C'EST TROP

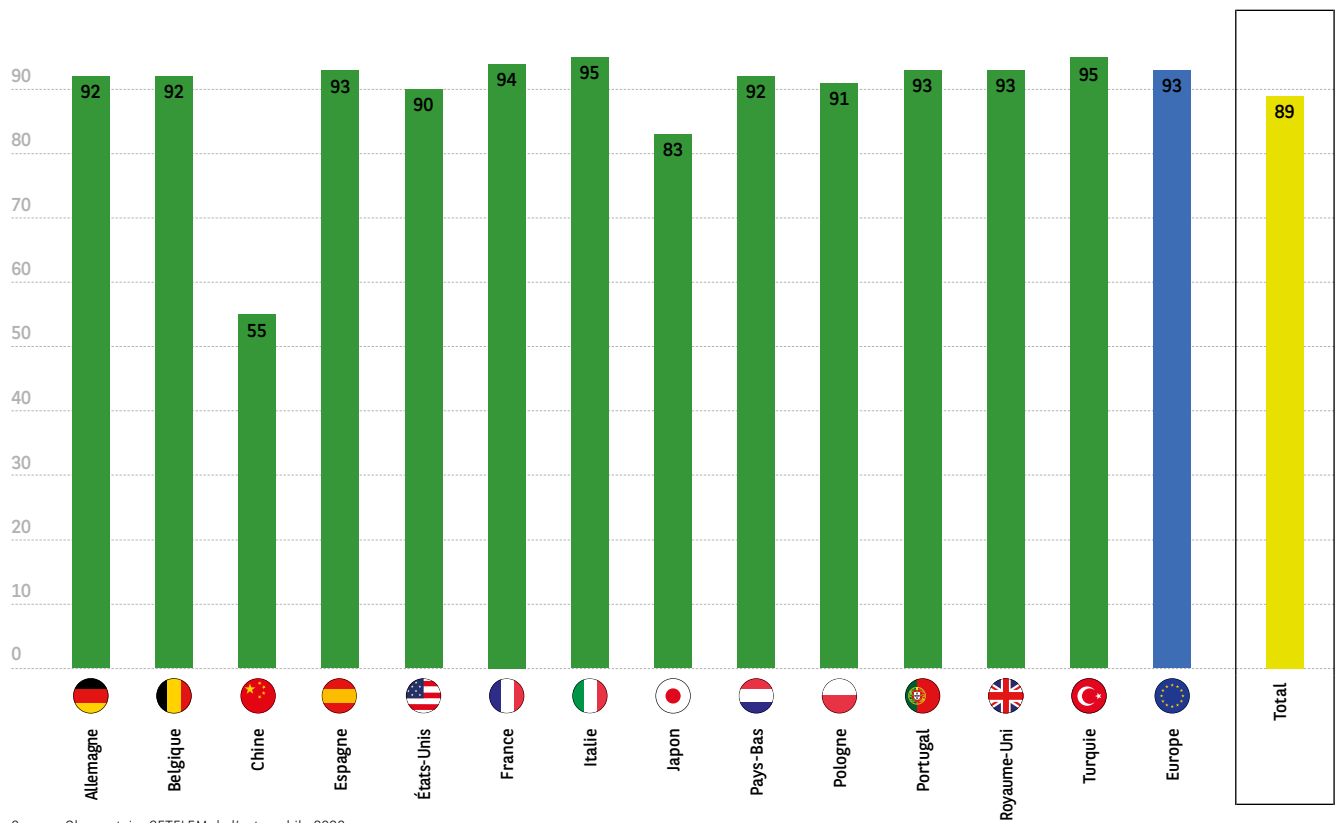
Mais cette automobile qui plaît est aussi et surtout une automobile jugée trop chère. Et là encore, les points de vue sont unanimes ou presque. 9 personnes sur 10, en moyenne, font état de tarifs trop élevés concernant les voitures neuves.

Si la Chine se distingue à nouveau, c'est pour exprimer une opinion à l'opposé de l'ensemble des autres pays de l'étude. À peine plus de la moitié des habitants estime que les voitures sont trop chères. Le voisin asiatique japonais exprime également une opinion un peu plus modérée que l'ensemble des autres nations (83 %). **(Fig. 10).**

Fig. 10

Diriez-vous que le prix moyen des voitures neuves est aujourd'hui ?

(en %) À tous (Très élevé & plutôt élevé)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Des augmentations constatées...

Ce sentiment de cherté se trouve renforcé par l'impression que les prix des automobiles n'ont fait qu'augmenter ces derniers temps. 84 % des personnes interrogées en sont plutôt, voire totalement convaincues, particulièrement les Turcs, les Italiens et les Portugais (94 %, 92 % et 92 %).

Et du côté de l'Empire du Milieu ? Seulement la moitié des Chinois trouve que les prix ont augmenté ces dernières années.

Les seniors pointent davantage que les plus jeunes cette augmentation tarifaire, de même que les habitants des zones rurales par rapport à ceux des grandes villes.

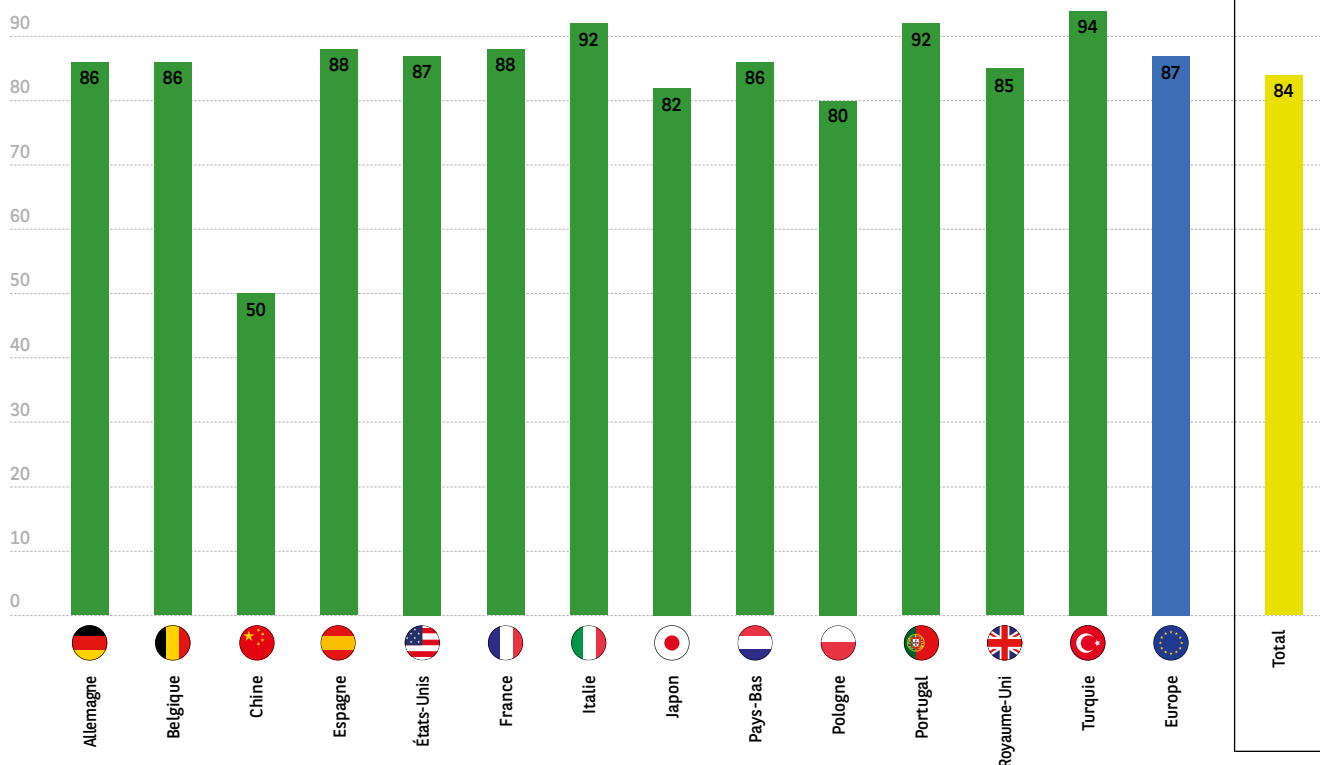
Ce couple qui partage souvent des opinions communes, comme dans cette étude, se montre particulièrement sensible à cette augmentation du fait d'une surreprésentation des seniors en zone rurale. Les personnes à hauts revenus sont également plus enclines à identifier cette hausse des prix.

Un paradoxe ? Peut-être pas quand on observe l'évolution des grilles tarifaires des voitures haut de gamme ces dernières années et quand on sait que ces catégories sociales sont celles qui changent le plus souvent de véhicules et se trouvent ainsi souvent en bonne position pour identifier les hausses de tarifs. (Fig. 11).

Fig. 11

Selon vous, au cours des dernières années, le prix moyen des voitures neuves a-t-il ?

(en %) À tous (Beaucoup augmenté & un peu augmenté)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

... et non justifiées

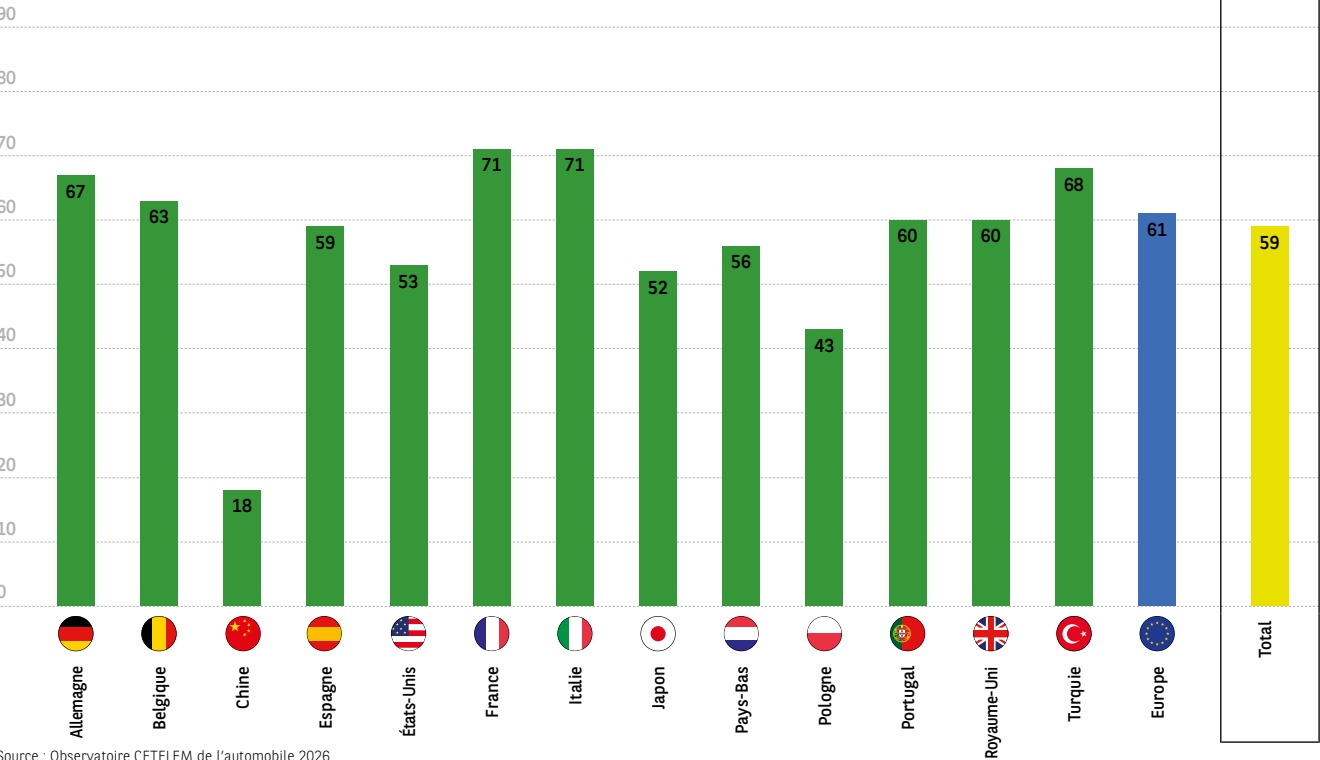
Pour 6 automobilistes sur 10, ces augmentations n'ont pas de justification, à part en Pologne et surtout en Chine, les deux pays où une majorité les approuve (57 % et 82 %). Elles sont particulièrement réprouvées dans de nombreux pays européens, notamment en France et en Italie (71 %). Les moins de 30 ans se distinguent parmi toutes les autres catégories de cette étude pour trouver majoritairement légitime cette augmentation des prix.

(Fig. 12).

Fig. 12

Selon vous, cette augmentation des prix des voitures neuves est-elle justifiée ou non ?

À ceux qui estiment que le prix moyen des voitures neuves a augmenté au cours des dernières années.
(Pas du tout justifiée & plutôt pas justifiée).



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Un rapport qualité-prix cependant apprécié

DES VOITURES NEUVES TROP CHÈRES, DONT LE PRIX A AUGMENTÉ CES DERNIÈRES ANNÉES, ET POURTANT...

Et pourtant, les automobilistes abaissent le niveau de leurs reproches pour élever celui de leur satisfaction quant au rapport qualité-prix des véhicules. 6 sur 10 l'estiment bon, ce qui souligne en creux la prise en compte de l'évolution technologique globale des automobiles et celle d'une amélioration réelle de la qualité. Un quatuor se détache pour valoriser ce rapport qualité-prix, Chine et Turquie une

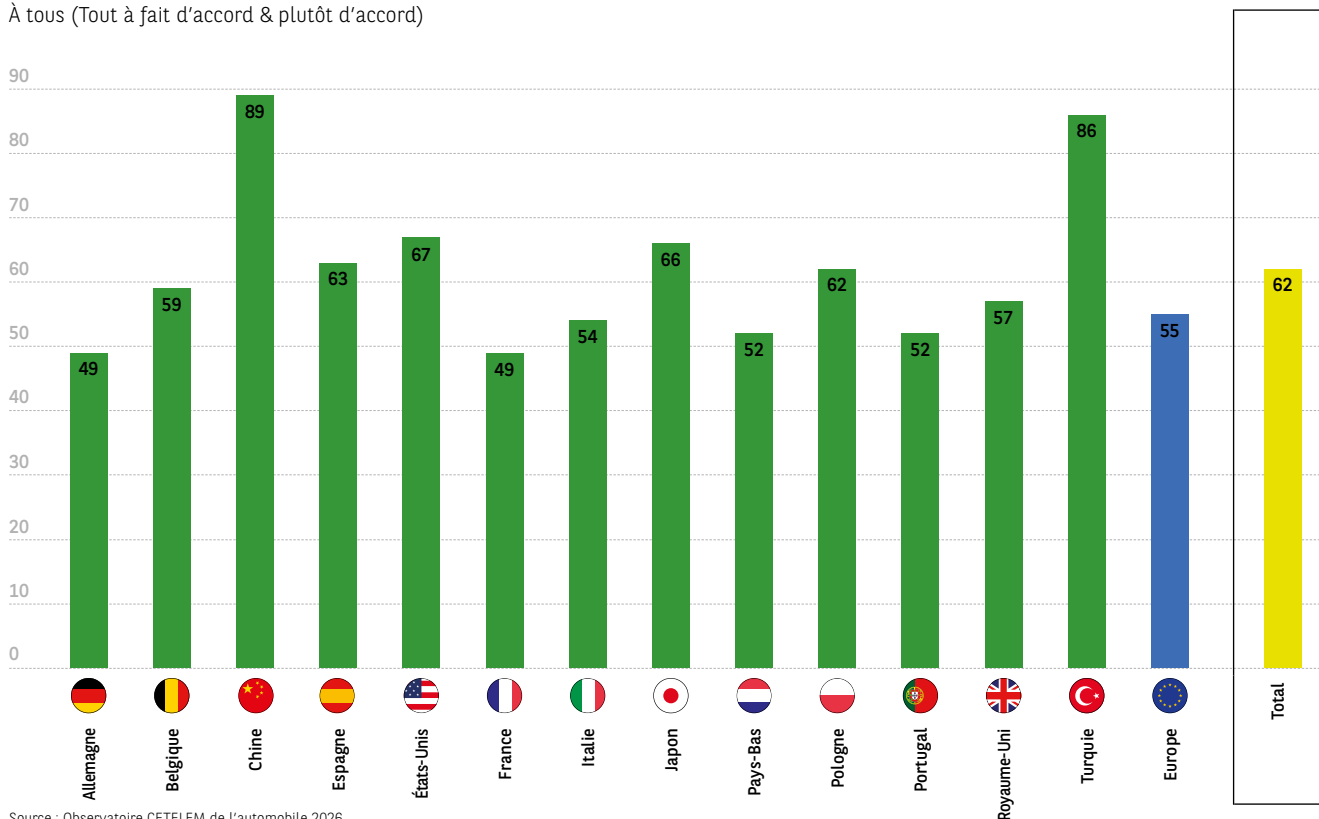
fois encore en tête, suivis par les États-Unis et le Japon. Un détour par l'Europe invite à rencontrer des points de vue beaucoup plus pondérés. Le couple franco-allemand est uni pour s'affirmer le plus sceptique avec seulement 49 % d'opinions favorables, seul score inférieur à la moyenne.

Signe encourageant pour les constructeurs en vue de fidéliser la clientèle, les plus jeunes louent le bon rapport qualité-prix davantage que leurs aînés. Les personnes à hauts revenus et les habitants des grandes villes sont sur la même longueur d'onde. **(Fig. 13).**

Fig. 13

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes : dans l'ensemble, les voitures neuves ont un bon rapport qualité/prix.

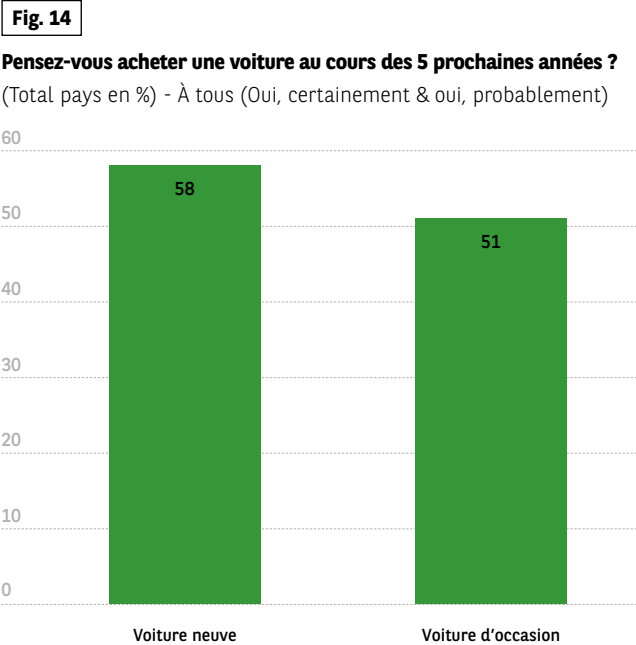
À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Achats en vue

Coïncidence ou non, le score concernant le rapport qualité-prix est quasi équivalent à celui des intentions d'achat de voiture neuve dans les cinq prochaines années. 6 personnes interrogées sur 10 en font état. Mais la répartition géographique de ces intentions positives est cette fois-ci fort différente. Bien sûr, les Chinois et les Turcs envisagent avec enthousiasme d'ouvrir leur porte-monnaie ; les Italiens, les Espagnols et les Américains se joignent à eux pour en faire de même. Des porte-monnaie qui resteront en majorité fermés aux Pays-Bas, en Pologne et au Portugal, seuls pays où les intentions d'achat sont inférieures à 50 %. L'achat futur d'une voiture d'occasion rencontre un peu moins de succès (51 %). Les intentions sont plus proches d'un pays à l'autre avec cependant une exception, le Japon où seulement 27 % des personnes interrogées prévoient un tel achat. Problématique économique oblige, les 18-29 ans sont significativement plus nombreux à vouloir acheter un véhicule d'occasion (63 %). (Fig. 14).



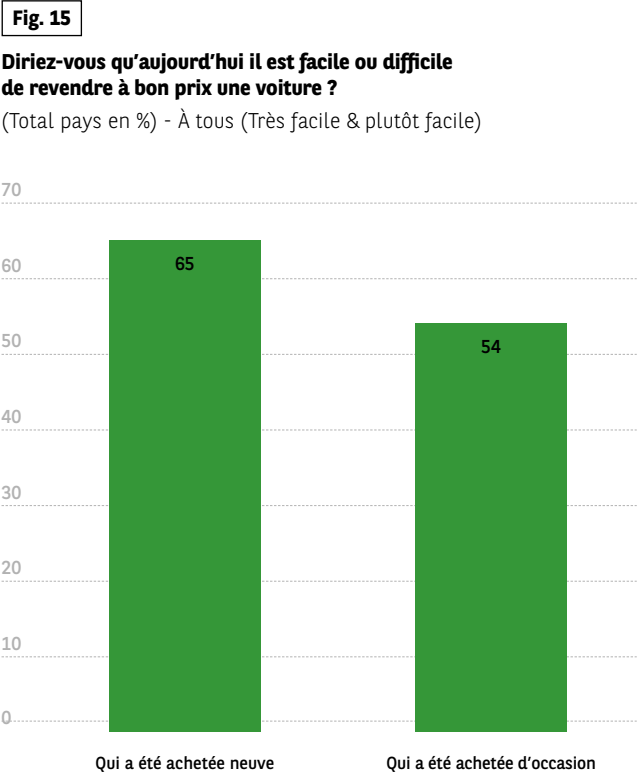
Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Du neuf facile à revendre

Cet horizon d'achat favorable se double d'un horizon de revente qui l'est encore davantage, argument qui joue sans doute dans l'acquisition d'une voiture neuve. 65 % des personnes interrogées pensent qu'il est facile aujourd'hui de bien revendre un véhicule de ce type.

Chinois, Espagnols, Américains et Turcs s'affirment les plus experts en la matière. À l'opposé, seulement 1 Japonais sur 2 voit la revente à un bon prix sous un jour favorable.

(Fig. 15).



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Une voiture qui coûte au quotidien

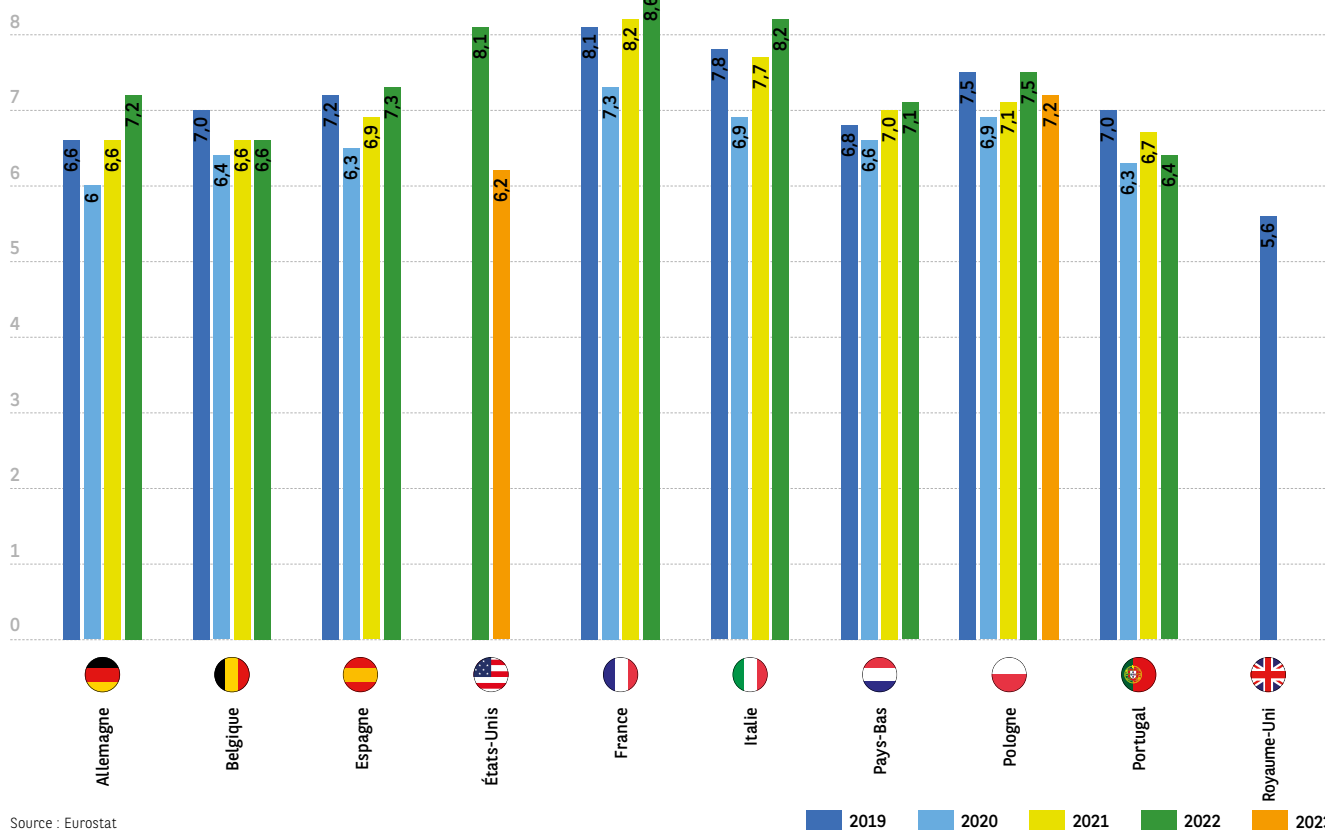
Depuis la crise sanitaire, le poids financier de la voiture se fait globalement de plus en plus sentir dans le budget des ménages, (Fig. 16) notamment européens. Si cette incidence est variable selon les pays, elle est également multifactorielle :

- intensité d'usage, même si le kilométrage est plutôt à la baisse,
- vieillissement du parc, avec une hausse forte du coût des pièces de rechange et de la main-d'œuvre qui viennent renchérir l'entretien,
- hausse puis baisse de l'énergie,
- assurance, parking, etc.

Fig. 16

Dépenses de consommation finale des ménages : utilisation du véhicule personnel.

(en % du total de consommation)



Source : Eurostat

LES CHIFFRES-CLÉS

9 personnes sur 10

ont une bonne image des voitures neuves

Pour 6 personnes sur 10

ces augmentations ne sont pas justifiées

9 sur 10

pensent aussi que leur prix est trop élevé

6 sur 10

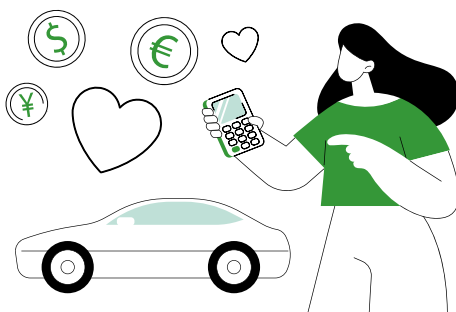
sont satisfaits de leur rapport qualité-prix

84%

des personnes interrogées estiment que leur prix a augmenté ces dernières années

65%

pensent qu'il est facile de revendre aujourd'hui un véhicule neuf



3

Constructeurs et pouvoirs publics, principaux acteurs du rebond



Pour envisager un rebond efficace et durable de l'automobile, encore faut-il des acteurs susceptibles d'en activer les leviers. Cette nouvelle étude de l'Observatoire Cetelem en identifie clairement deux, les constructeurs et les pouvoirs publics. Un couple indissociable, uni pour le meilleur, les automobilistes l'espèrent, et non pour le pire. Un couple qui dispose de sérieux atouts pour réussir, atouts cependant inégalement portés.

Un duo actif en première ligne

CONSTRUCTEURS ET ÉTATS : À EUX D'AGIR

Lorsqu'on interroge les automobilistes sur les entités pouvant assurer la relance du marché, un duo se détache nettement. À leurs yeux, constructeurs et États s'imposent pour initier cet élan.

Les constructeurs automobiles font nettement la course en tête en recueillant le tiers des opinions. Dans tous les pays, hormis en Turquie et en Chine, ils constituent un choix prioritaire, avec des scores très élevés surtout au Japon, mais aussi en Allemagne, aux Pays-Bas, aux États-Unis et au Royaume-Uni.

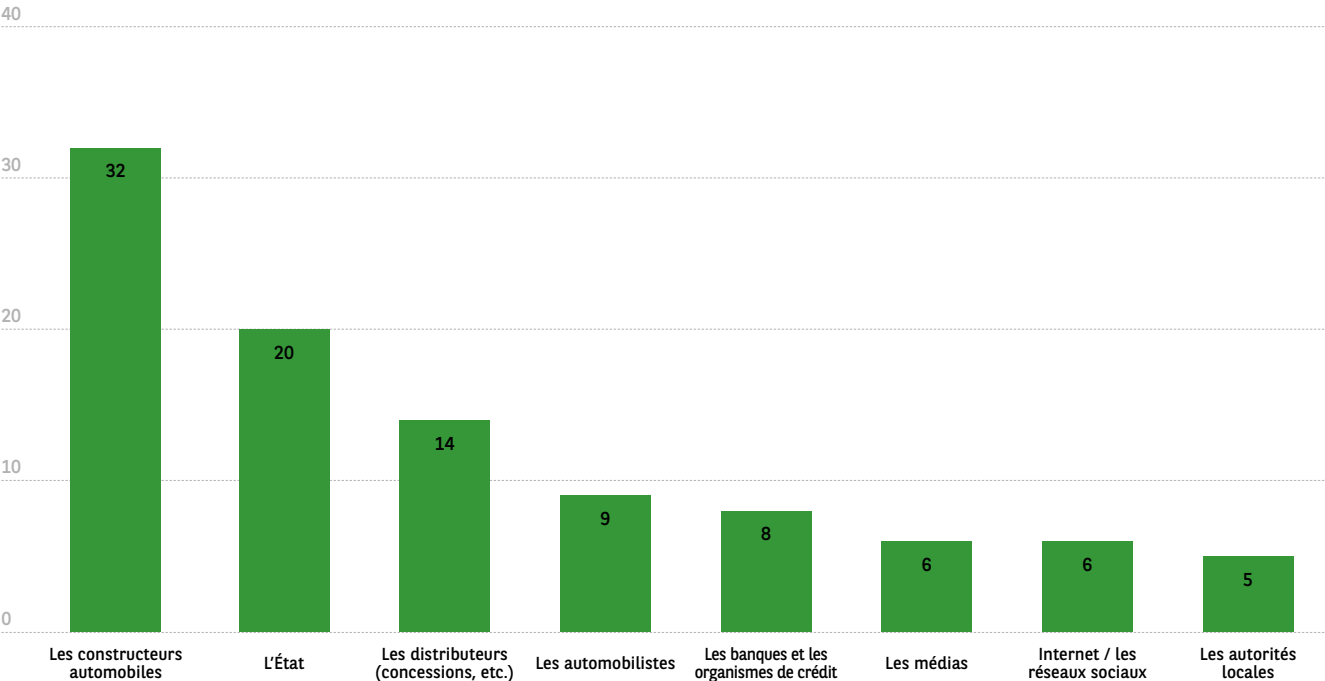
Duo déjà identifié, les seniors et les habitants des zones rurales se positionnent pour leur donner clairement leur préférence. En seconde position de ce classement, les états recueillent en moyenne 1 voix sur 5. Alors que la Chine et la Turquie en font leur premier choix, le couple libéral anglo-américain repousse très distinctement cette idée.

À noter la nette troisième place des distributeurs, sur lesquels nous reviendrons dans la quatrième partie concernant le rôle qu'ils peuvent jouer comme levier de la relance. (Fig. 17).

Fig. 17

Selon-vous, quel acteur devrait se mobiliser en priorité pour redynamiser le marché de la voiture neuve ?

en % (Total pays) - À tous - En premier



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Un soutien public relativement positif envers les constructeurs

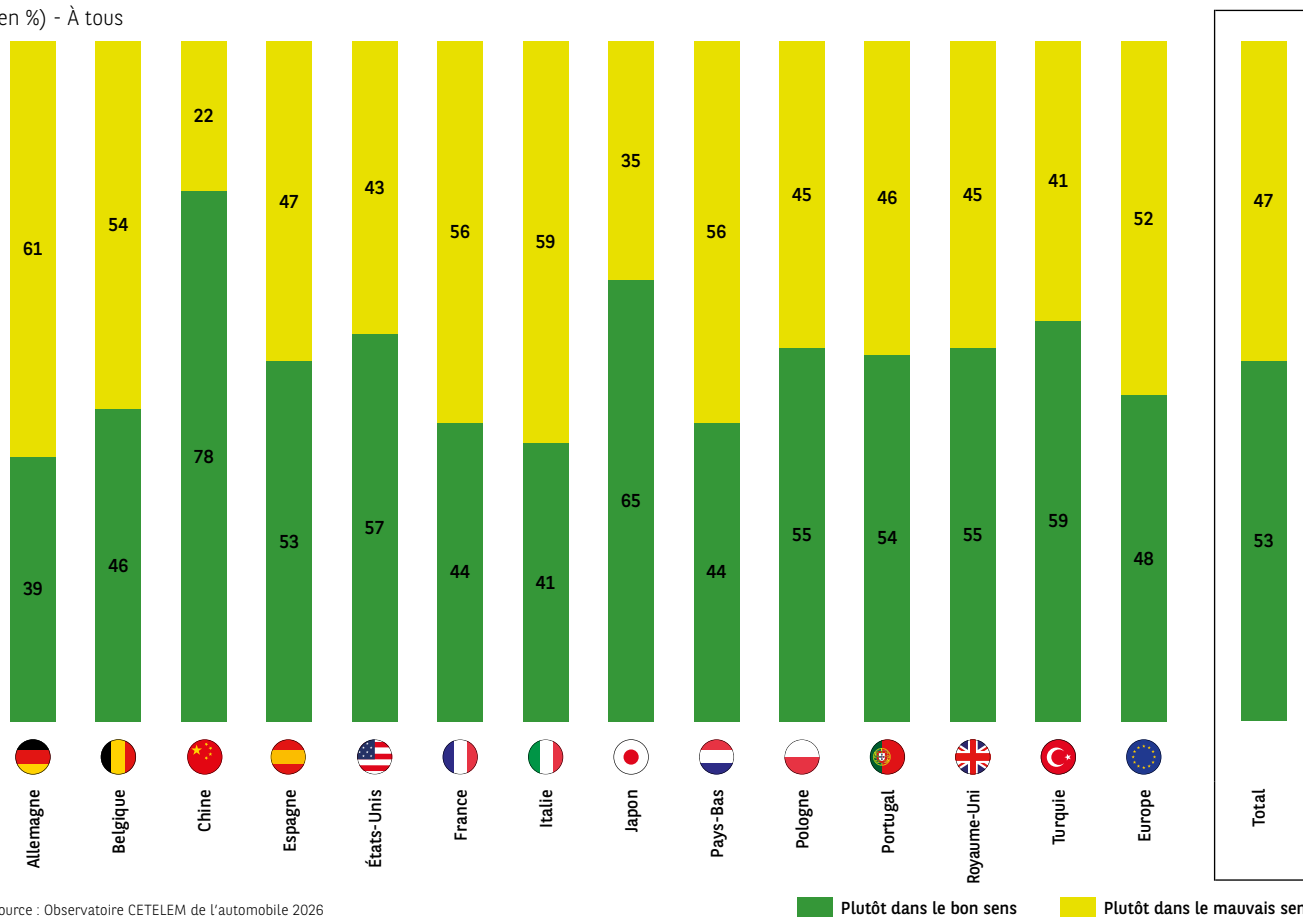
L'association de ce duo pourrait sembler prometteuse eu égard au soutien accordé aux constructeurs à travers les politiques publiques. Un peu plus d'1 personne sur 2 estime qu'elles vont dans le bon sens. Mais à ce sujet, la localisation géographique a son importance.

Un front unissant plusieurs pays européens accueillant des marques nationales, dont l'Allemagne, la France et l'Italie, s'érige pour douter de leur pertinence. Tout le contraire des voisins asiatiques, chinois et japonais qui ne doutent pas de leur efficacité. **(Fig. 18).**

Fig. 18

Diriez-vous que les politiques publiques vont aujourd'hui plutôt dans le bon ou le mauvais sens concernant : les constructeurs automobiles.

(en %) - À tous



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Des constructeurs autos qui séduisent

LES CONSTRUCTEURS ONT TOUJOURS LA COTE

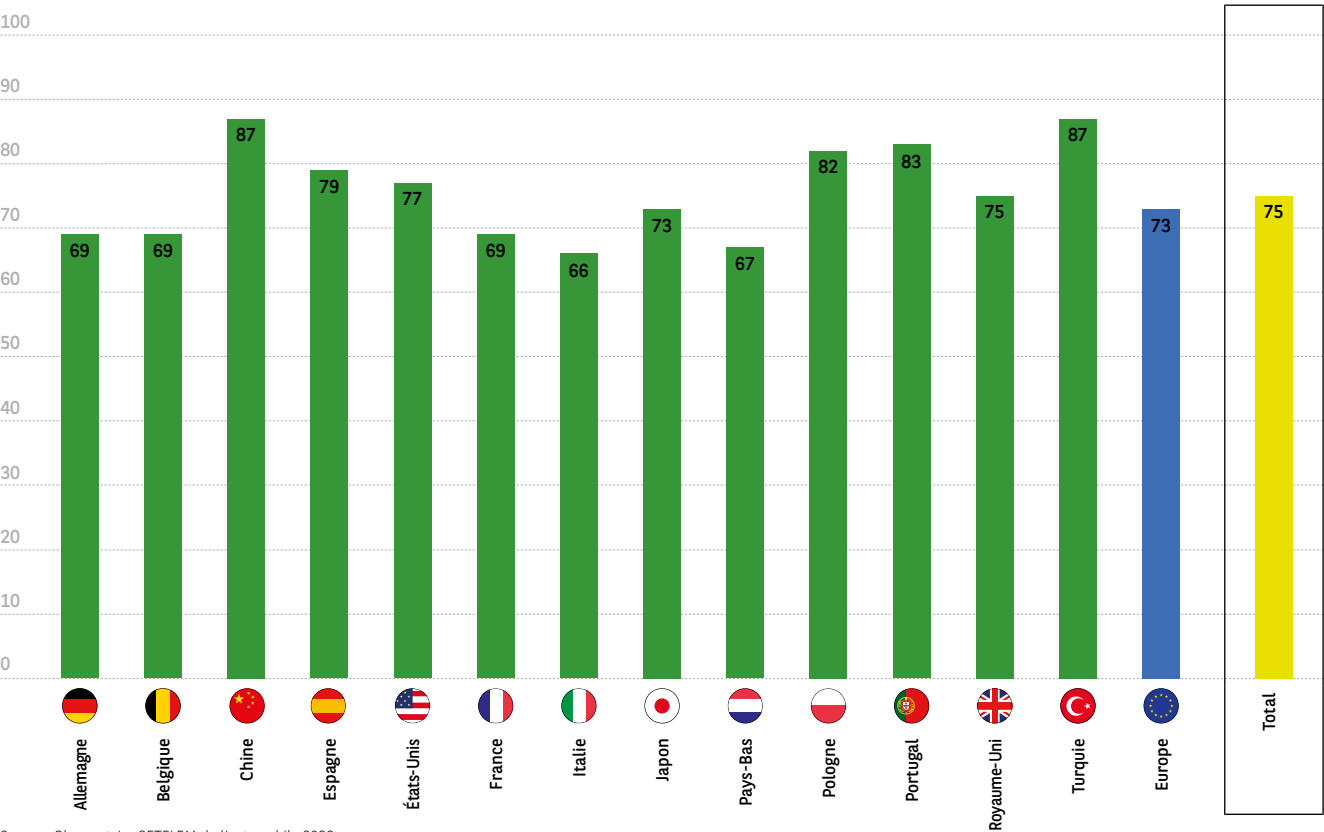
Nous avons vu précédemment que les voitures neuves faisaient l'unanimité ou presque ; les constructeurs recueillent dans une large proportion les mêmes louanges. 3 personnes interrogées sur 4 en ont une bonne ou une excellente image, **(Fig. 19)** leurs plus grands thuriféraires étant encore et toujours les Chinois et les Turcs (87 %).

Le même front européen rassemble des automobilistes un peu moins enthousiastes, notamment en Italie. Nous verrons qu'ils soulignent une augmentation trop forte de leurs marges. À l'inverse, les habitants des villes et les personnes à hauts revenus témoignent vivement de leur sympathie pour les constructeurs.

Fig. 19

Globalement, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image : des constructeurs automobiles.

(en %) - À tous (Une très bonne image & plutôt une bonne image)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Un attachement aux marques revendiqué

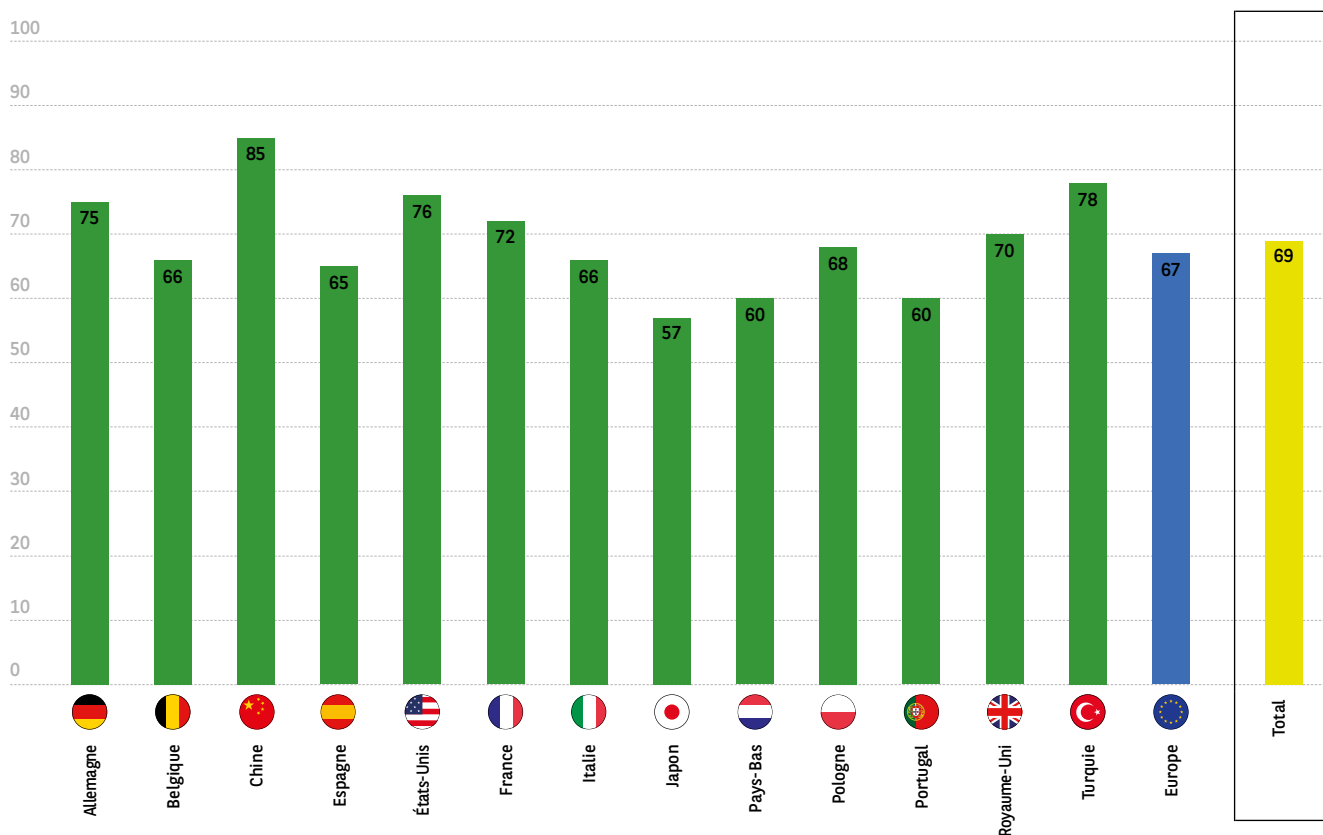
À cette sympathie pour les constructeurs se conjugue un attachement aux marques qu'ils produisent. **(Fig. 20).** 7 personnes sur 10 en font part, le duo sino-turc toujours devant, mais avec cette fois une suite du classement sen-

siblement différente. Trois pays aux marques anciennes et fortes affichent un attachement prononcé : États-Unis, Allemagne et France.

Fig. 20

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes : je suis très attaché à certaines marques automobiles.

(en %) À ceux qui ont au moins une voiture dans leur foyer. (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Plus d'engagement et plus de clarté demandés aux États

RELANCE IMPÉRATIVE

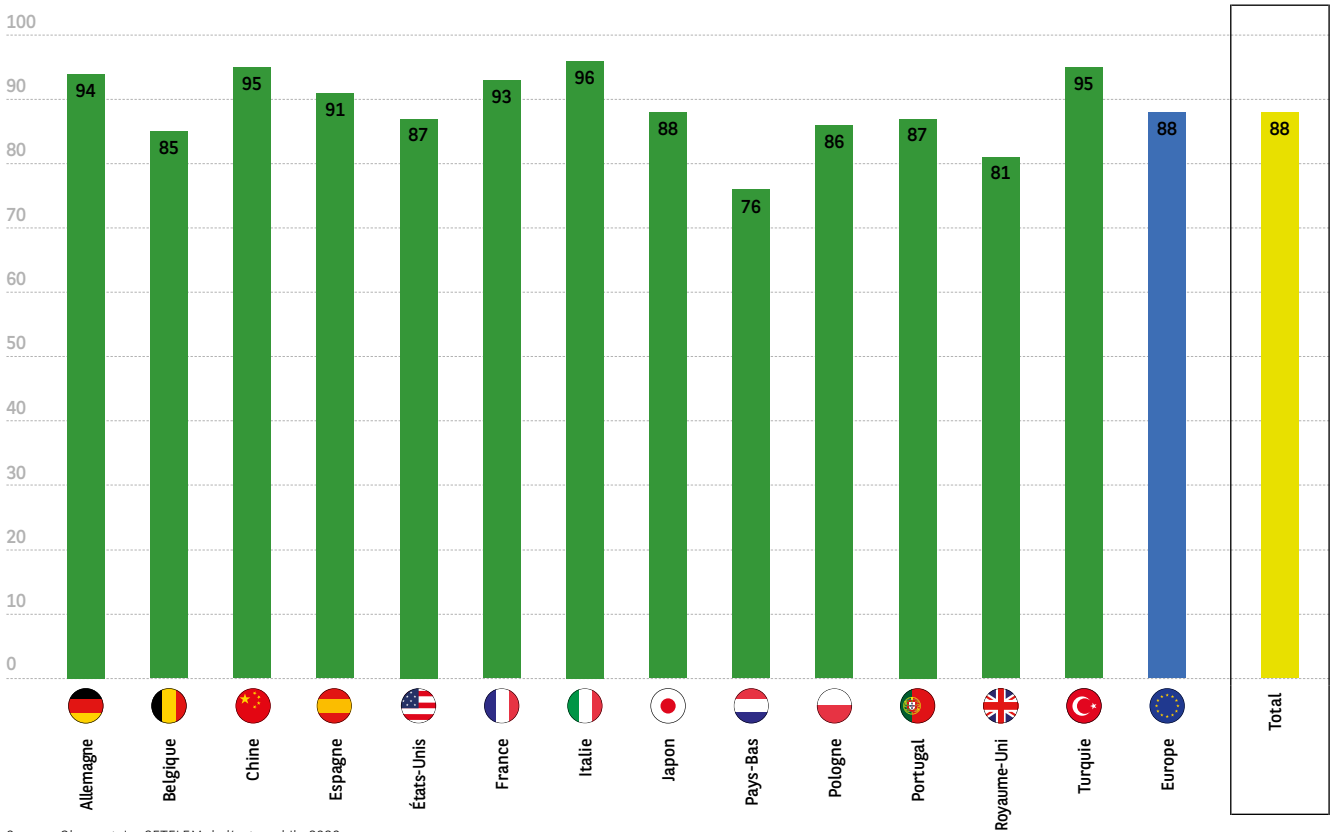
Des voitures qu'on aime... Des constructeurs qu'on apprécie... Et un marché qu'il faut relancer. 9 personnes interrogées sur 10 l'affirment, principalement dans les pays aux marques fortes et à l'industrie automobile importante. (Fig. 21).

Seul le pays-roi du vélo, les Pays-Bas font part d'un enthousiasme plus modéré (76 %). Autre bonne nouvelle pour le secteur, les jeunes sont les plus favorables à cette volonté de relance, tout comme les habitants des villes et les hauts revenus. À noter cependant que pour la moitié des personnes interrogées, si cette relance est importante, elle n'est pas prioritaire.

Fig. 21

Il faut relancer le marché de la voiture neuve.

(en %) - À tous (Prioritaire & important, mais pas prioritaire & secondaire)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

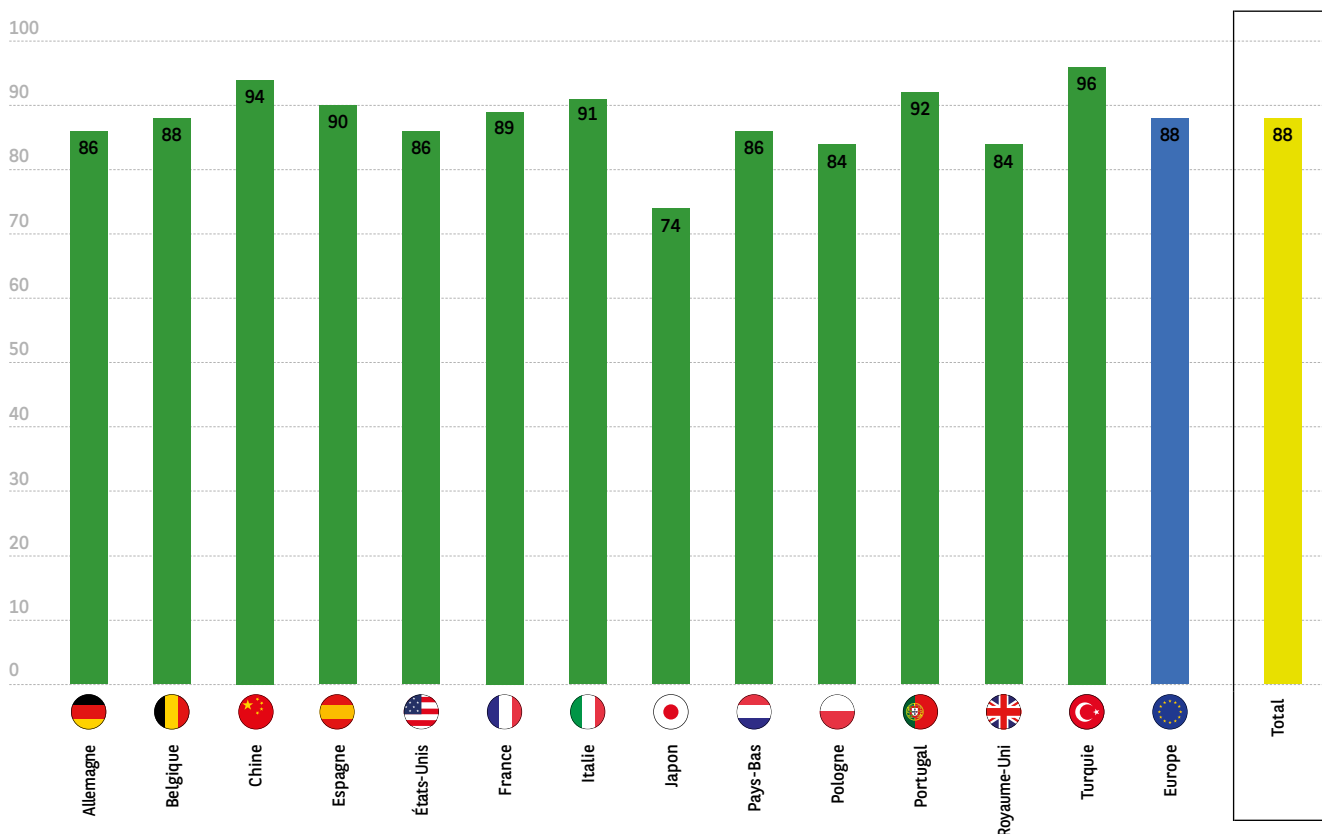
Ne pas oublier l'environnement...

Pour autant, cette relance doit se faire en vert et non contre tout. 9 personnes sur 10 estiment qu'il est important de réduire l'impact environnemental des nouveaux véhicules, la moitié jugeant cependant que ce n'est pas prioritaire. (Fig. 22).

Les points de vue entre pays sont relativement équivalents, les Japonais étant les moins nombreux à faire part de cette importance.

Fig. 22

Selon vous, est-ce tout à fait prioritaire, important mais pas prioritaire ou secondaire de réduire l'impact environnemental des voitures ?
(en %) - À tous (Tout à fait prioritaire & important mais pas prioritaire)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

... les politiques étant relativement positives

Sur cette question, une petite majorité des personnes interrogées estime que les politiques publiques prennent une bonne direction. (Fig. 23).

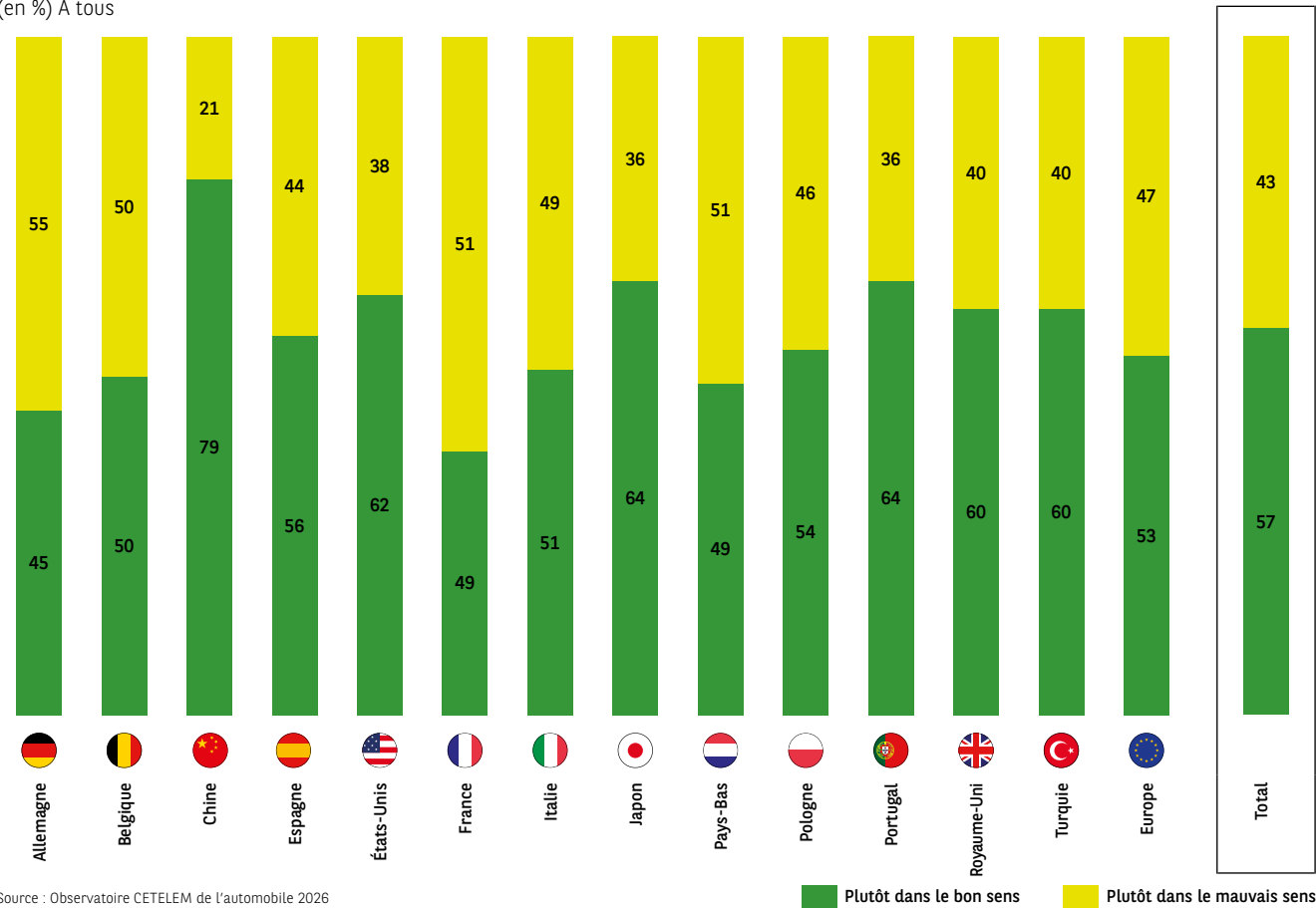
Alors que, au risque de sans cesse nous répéter, les Chinois sont encore et toujours les plus enthousiastes, de nombreux pays européens font la moue sur leur caractère positif.

En Allemagne, en France et aux Pays-Bas, ce point de vue est même minoritaire.

Fig. 23

Diriez-vous que les politiques publiques vont aujourd’hui plutôt dans le bon ou le mauvais sens concernant : l’impact environnemental des voitures.

(en %) À tous



Source : Observatoire CETELEM de l’automobile 2026

Des politiques d'aides à l'achat floues et instables

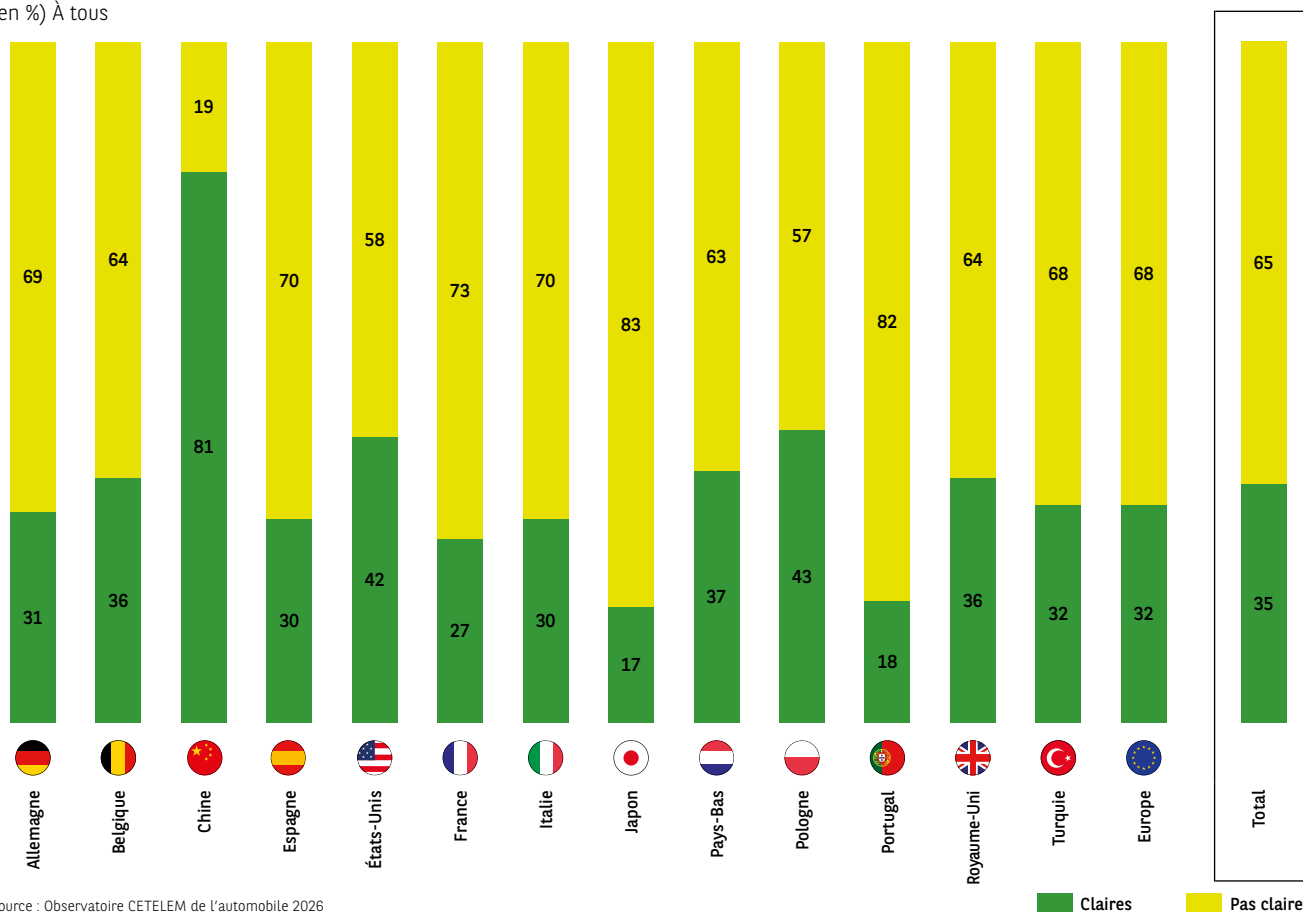
La question de l'environnement laissait poindre un doute sur les intentions positives des politiques publiques. Un autre sujet, lié à l'achat lui-même, confirme une certitude quant à leur manque de clarté. 7 personnes interrogées sur 10 déclarent que les politiques d'aides témoignent d'une réelle opacité, avec comme pays fers de lance de ce constat, le Portugal et le Japon. (Fig. 24).

La plupart des nations européennes productrices d'automobiles, notamment la France, partagent sensiblement ce point de vue. Un pays où tout est clair, où le doute n'est pas permis ? La Chine, évidemment. Les seniors et les habitants des villes et zones rurales s'imposent comme les contempteurs les plus affirmés des politiques publiques concernant l'achat d'un véhicule.

Fig. 24

Diriez-vous que les politiques publiques concernant l'achat d'une voiture neuve (aides à l'achat, primes, etc.) sont ?

(en %) À tous



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

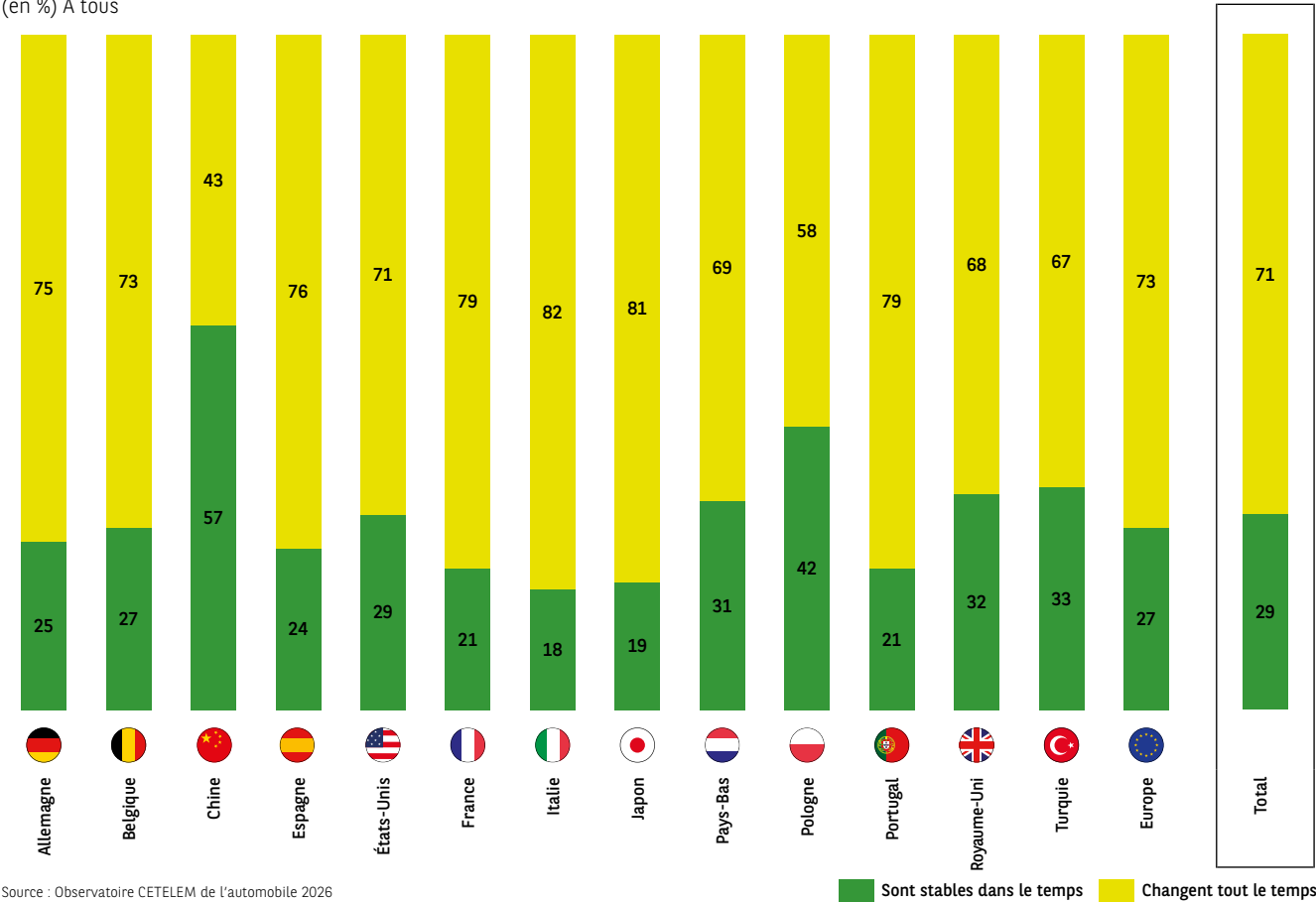
Cette critique sur le manque de clarté se renforce d'une autre critique portant sur l'instabilité, la seconde favorisant la première. Là encore, dans tous les pays, sauf la Chine, une très nette majorité pointe cette instabilité. **(Fig. 25).**

Le Japon, l'Italie et aussi la France et le Portugal sont les plus virulents pour dénoncer cette instabilité. Séniors et habitants des zones rurales se distinguent une fois encore pour adopter la même position.

Fig. 25

Diriez-vous que les politiques publiques concernant l'achat d'une voiture neuve (aides à l'achat, primes, etc.) ?

(en %) À tous



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

LES CHIFFRES-CLÉS

1 personne sur 2

pense que les politiques publiques
envers les constructeurs automobiles
vont dans le bon sens

9 sur 10

estiment qu'il faut
relancer le marché

3 sur 4

ont une bonne image des constructeurs

9 sur 10

jugent important de réduire l'impact
environnemental des nouveaux véhicules

7 sur 10

sont attachées aux marques

7 sur 10

pensent que les politiques publiques
d'aides à l'achat sont floues et instables



4

Cinq voies pour activer le rebond



Face à un marché automobile qui traverse une crise à intensité variable, des mesures sont attendues, un rebond est souhaité.
En écoutant les automobilistes, en recueillant leurs opinions dans un nombre de pays qui couvrent l'essentiel de la production et des ventes mondiales, l'Observatoire Cetelem a identifié 5 leviers à même de relancer le marché.
5 domaines sur lesquels mobiliser les attentions pour mieux passer à l'action.

1. Le prix

RELANCER EN PROPOSANT DES VOITURES MOINS CHÈRES

Nous avons précédemment vu l'importance accordée au prix des automobiles, leur cherté de plus en plus grande étant dénoncée dans tous les pays, à l'exception de la Chine. Pas étonnant que faire baisser le prix des véhicules soit le premier levier identifié. Construire des voitures moins chères et

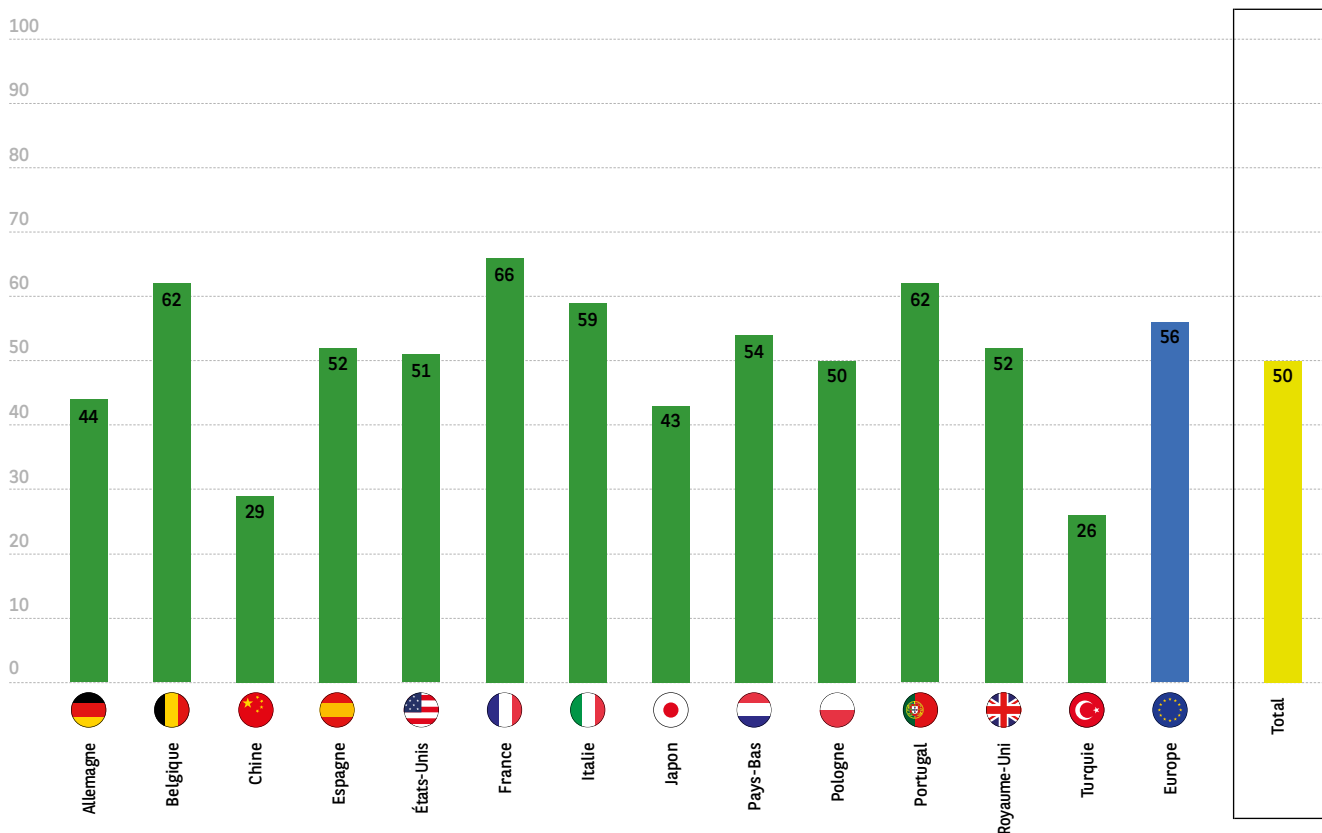
plus simples s'impose comme une priorité pour 1 personne sur 2 afin de relancer le marché. (Fig. 26).

C'est en France où cette opinion est la plus fortement exprimée alors qu'elle rencontre moins de succès en Turquie, en Chine et en Allemagne, pays symbole des berlines et des SUV onéreux. Les seniors y sont très sensibles tout comme les personnes aux revenus modestes et médians, ainsi que les habitants des zones rurales.

Fig. 26

Selon-vous, quelle mesure devrait être prioritaire pour relancer le marché de l'automobile neuve ?
« Proposer des voitures neuves moins chères, mais plus simples (équipements, esthétique, puissance). »

(en %) À tous - En premier



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

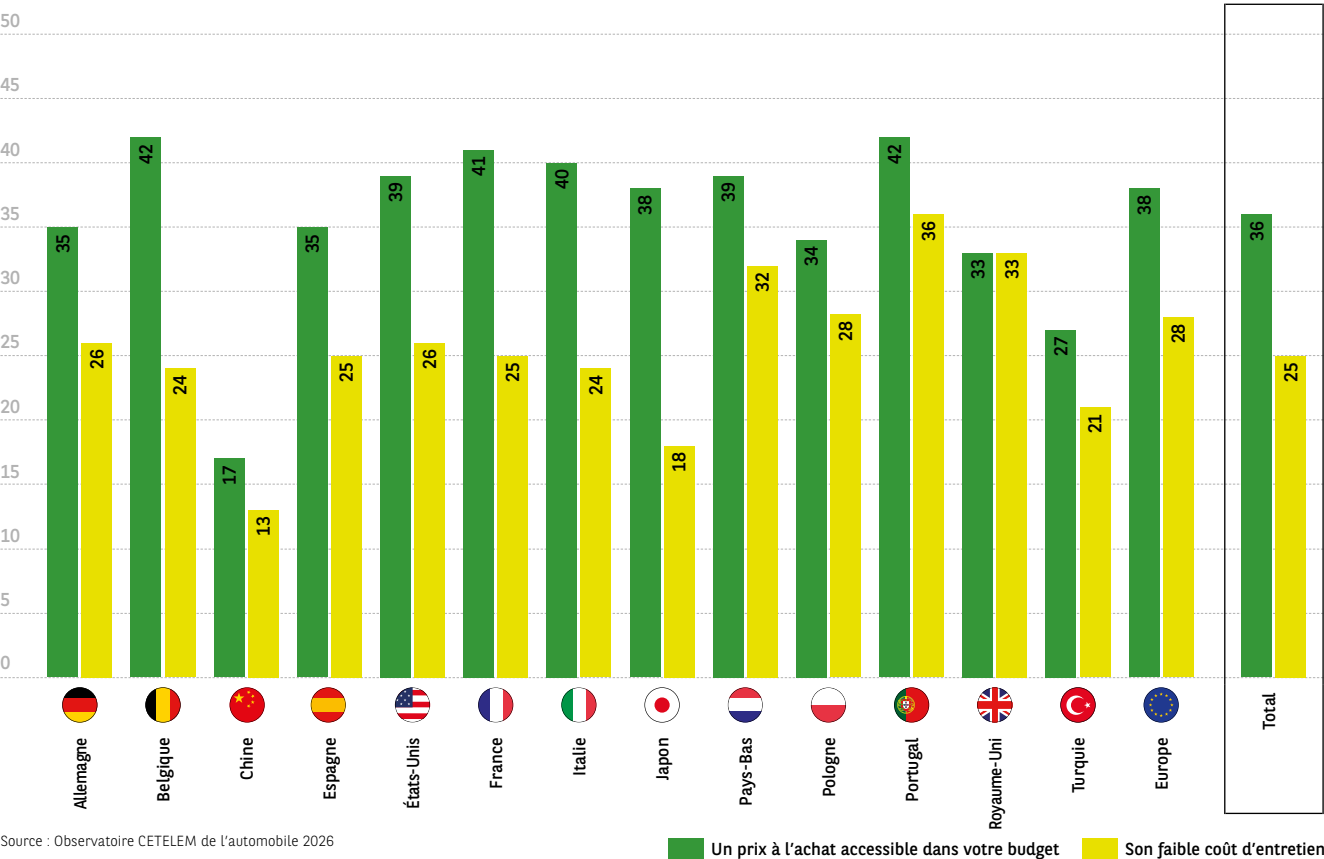
Coûts à l'achat et d'entretien réduits

Cette priorité au prix s'exprime également par une sensibilité à un coût d'achat budgétairement compatible et des frais d'entretien limités. Seule la sécurité s'intercale entre ces deux éléments dans le classement des critères d'achat. Excepté au Japon, en Chine et en Pologne, le prix arrive toujours en tête.

Les seniors et les habitants des zones rurales y sont les plus sensibles. Les coûts d'entretien font l'objet d'une attention particulière en Pologne, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni. Un critère très peu mis en avant en Chine, l'électrification des véhicules générant des coûts réduits. (Fig. 27).

Fig. 27

Si vous deviez acheter une voiture neuve, quels seraient vos trois principaux critères d'achat, dans la liste suivante ?
(en %) À tous



Faire baisser les marges

Alors comment faire baisser le prix des automobiles pour relancer le marché ?

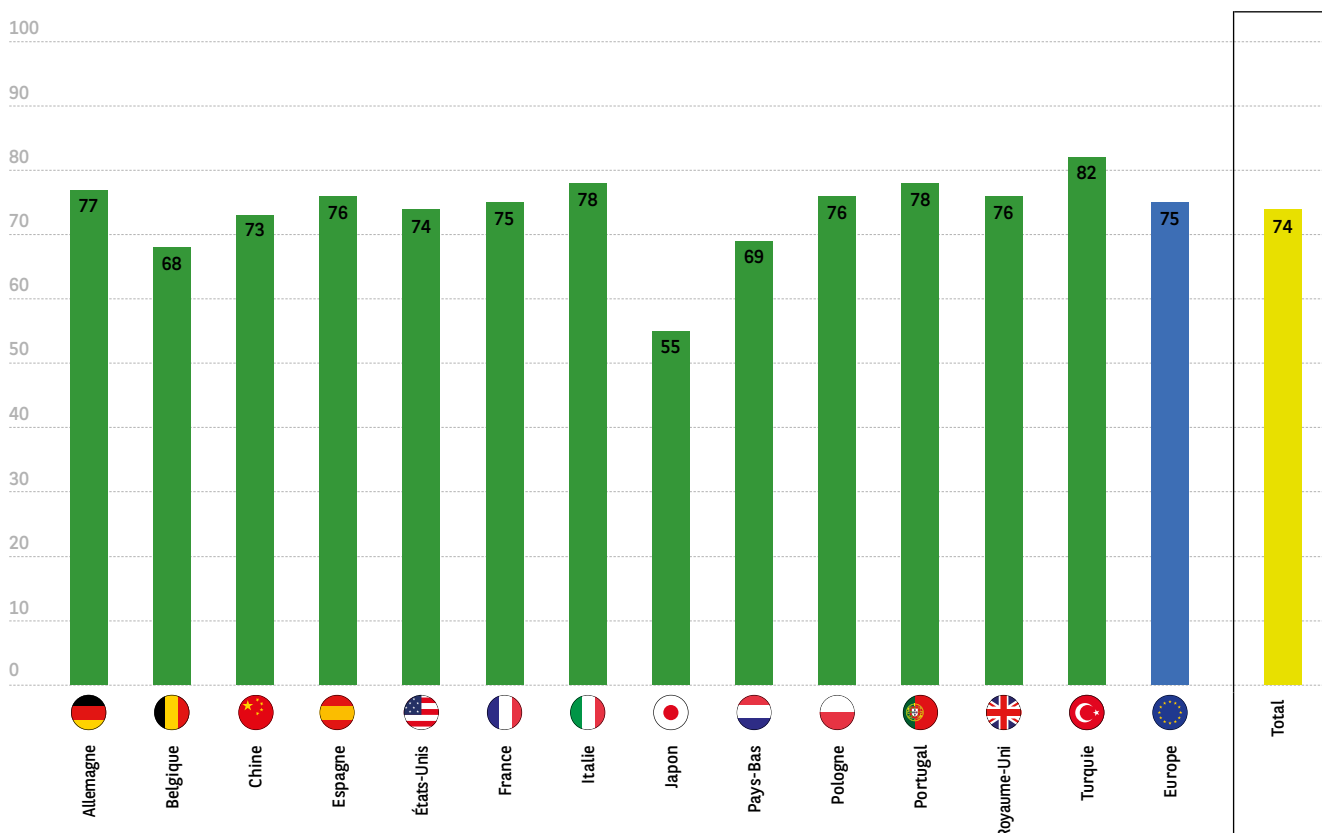
Aux yeux des trois-quarts des automobilistes, cela passe par la réduction des marges des constructeurs.

(Fig. 28).

Fig. 28

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes : pour faire baisser le prix des voitures neuves, il faut réduire les marges des constructeurs, quitte à ce que cela ait un impact économique et/ou social néfaste.

(en %) - À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



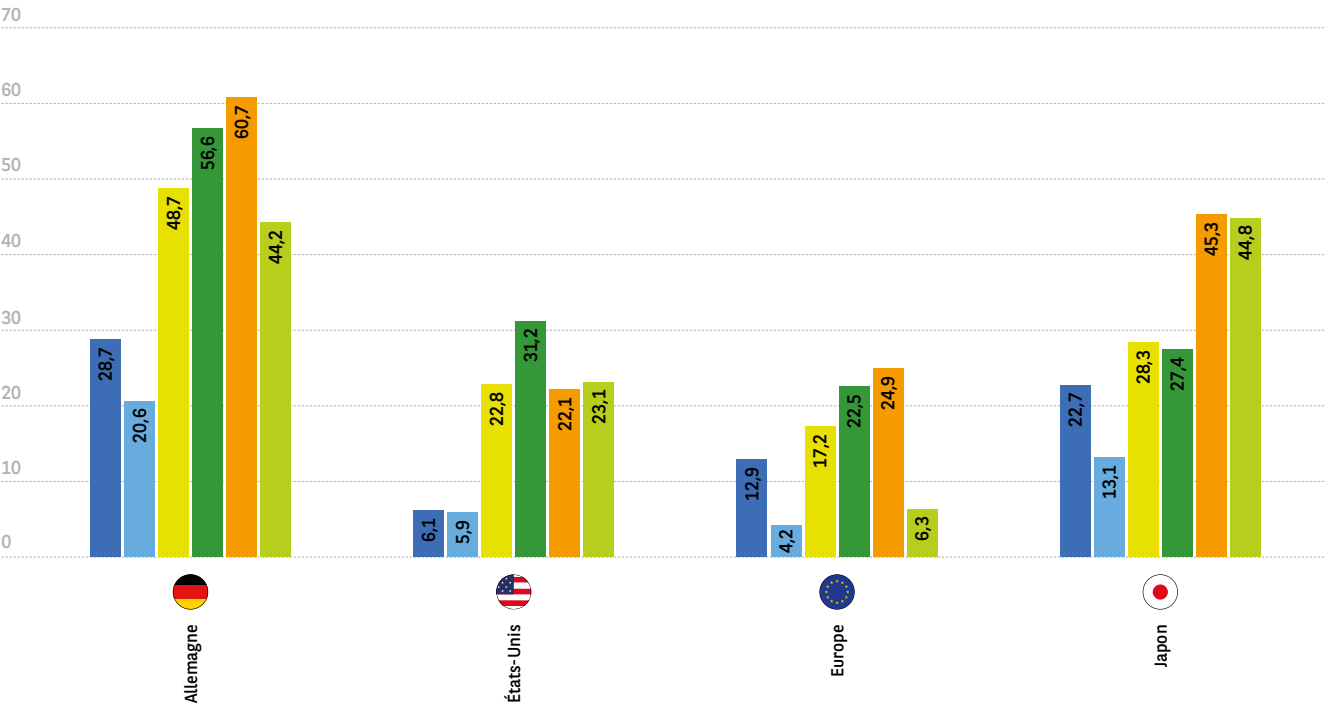
Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Cette opinion est partagée dans tous les pays, excepté au Japon (55 %).

À noter également qu'il n'existe pas de position vraiment marquée selon le revenu ou la situation géographique. Seuls les seniors se montrent légèrement plus favorables que les plus jeunes. **(Fig. 29).**

Fig. 29

Résultats EBIT par constructeur automobile.
(en millions d'euros, à taux de change constant)



Source : EY

2019 2020 2021 2022 2023 2024

Produire où c'est moins cher

Une autre solution pour faire baisser les prix des automobiles consiste à produire dans des pays où la main-d'œuvre est moins chère, même si cela doit avoir un impact social ou environnemental négatif. 6 personnes sur 10 appuient cette idée. Sur ce thème, la Chine, la Turquie et dans une moindre mesure la Pologne se démarquent pour y être particulièrement favorables. Trois pays de cette étude où le coût de la main-d'œuvre est le plus abordable. Le Japon est le plus attaché à une production nationale avec seulement 42 %, le seul score inférieur à la moyenne.

Avec une proportion égale de pour et de contre, Allemands, Italiens et Français n'arrivent pas à trancher. Les jeunes se montrent de loin plus favorables que leurs aînés, tout comme les habitants des grandes villes par rapport à ceux des zones rurales. **(Fig. 30).**

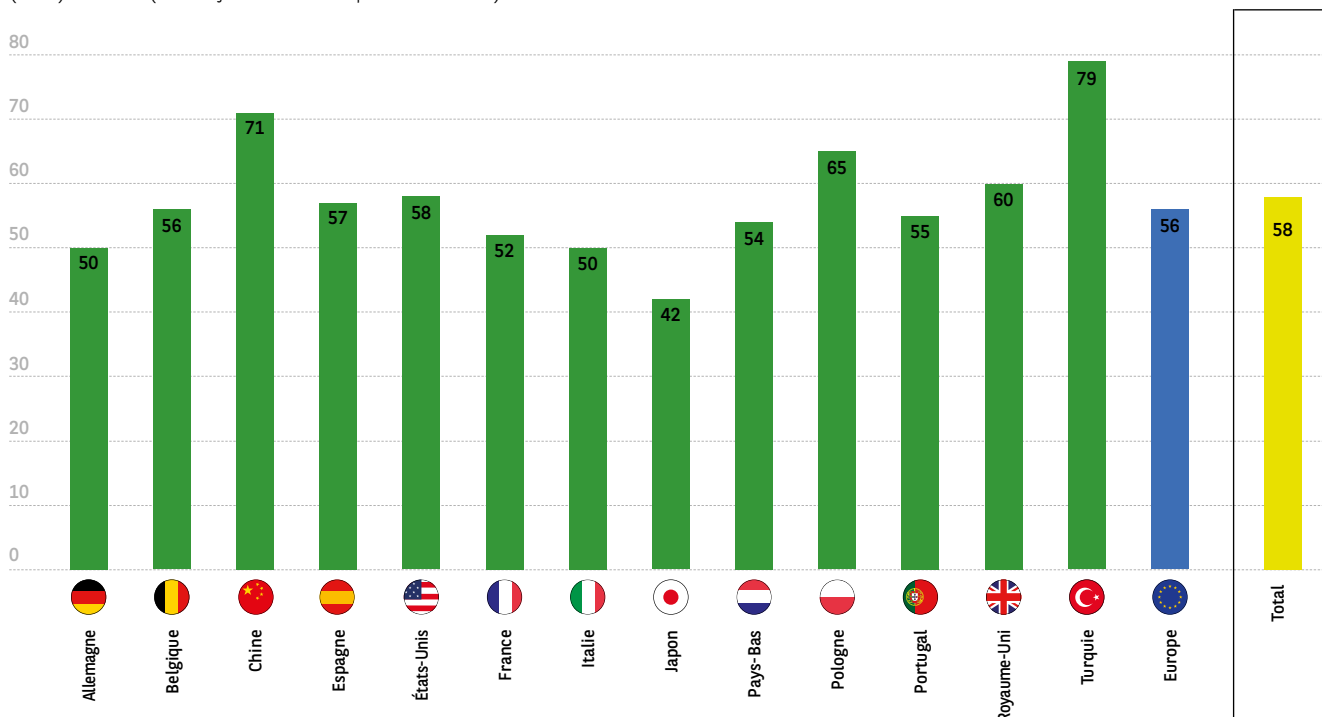
Cette mesure pourrait avoir une incidence économique négative sur le pari européen pro-consommateur.

Produire ailleurs bon marché implique des pertes d'emplois, donc moins de revenus et moins de pouvoir d'achat.

Fig. 30

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes : pour faire baisser le prix des voitures neuves, il faut privilégier la production de voiture dans les pays où la main-d'œuvre et/ou les processus de production sont moins chers, quitte à ce que cela ait impact environnemental ou social néfaste

(en %) - À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

2. Les politiques publiques

DES PRIMES APPRÉCIÉES, ACCESSIBLES PARTOUT ET POUR TOUT LE MONDE

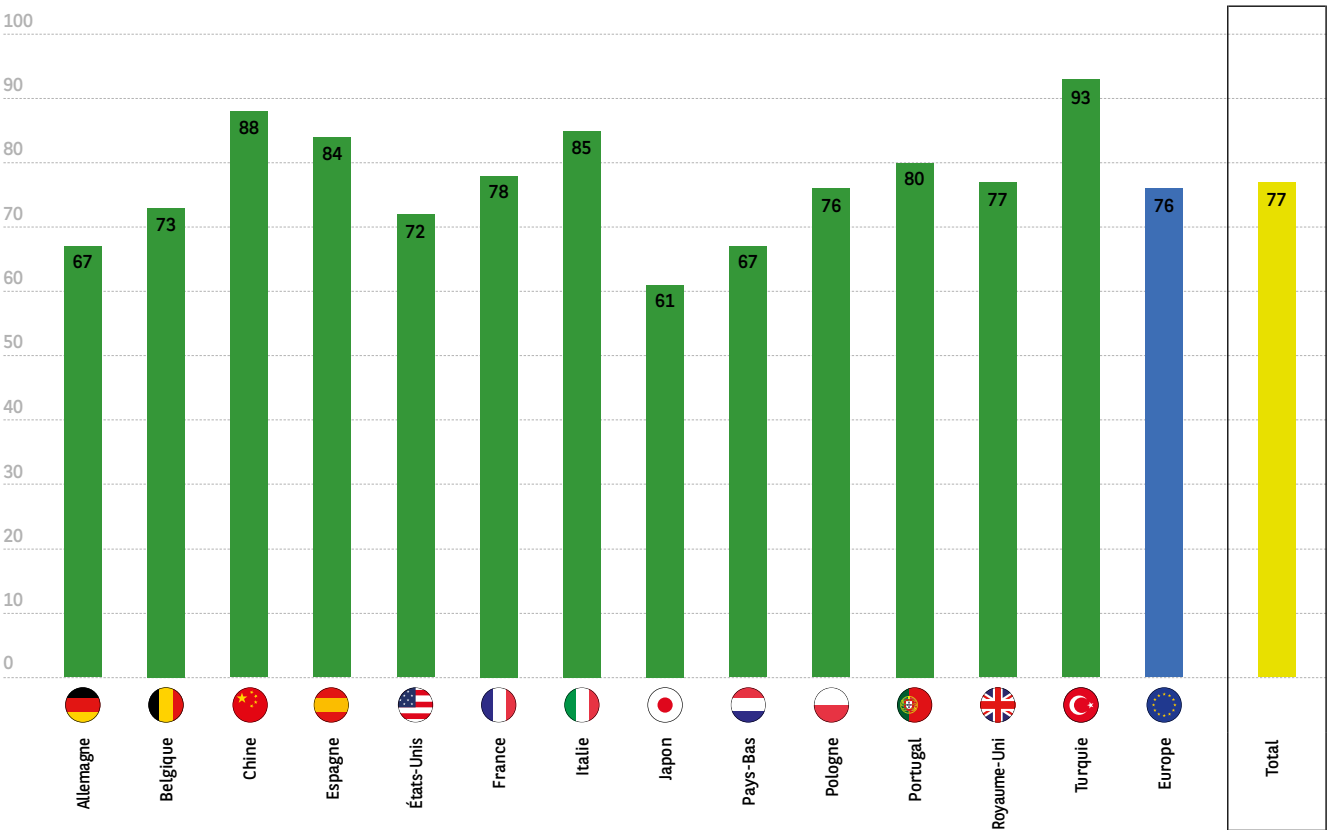
À travers les politiques publiques, la question financière reste au cœur des préoccupations pour actionner un deuxième levier de relance. En ce domaine comme en d'autres, elles ont un rôle moteur à jouer. Dans la partie précédente, nous avons pointé le manque de clarté associé aux politiques publiques.

Fig. 31

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes : pour inciter les automobilistes à acheter une voiture neuve : il faut que les pouvoirs publics proposent des primes à l'achat.

(en %) À tous - (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)

Pourtant, sur certaines questions toujours liées à la dimension économique, les automobilistes ont parfois les idées très claires. C'est le cas au sujet des primes à l'achat qui reçoivent un écho très favorable. **(Fig. 31)**. Près de 8 personnes sur 10 sont pour. On retrouve à nouveau les Japonais pour se montrer les plus réservés (61 %) à l'opposé des Turcs et des Chinois qui les plébiscitent. Les pays méditerranéens affichent des scores supérieurs à la moyenne de l'étude.



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Soutiens publics aux véhicules électriques en Europe : exemples de mesures annoncées ou en vigueur en 2025

Fig. 32

Aide à l'achat VE / bonus (2025)		Autres mesures
Allemagne 	Après l'arrêt de l'« Umweltbonus » fin 2023, nouveau dispositif 2025 : prime pouvant aller jusqu'à 3 000–4 000 € pour l'achat de VE neufs (et certains VE d'occasion) < 45 000 €, ciblée sur les ménages à revenus faibles et moyens.	Mesures parallèles orientées vers l'offre : soutien à l'électrification des flottes, investissements dans la fabrication de VE et l'infrastructure de recharge.
Belgique 	Flandres : prime régionale pour VE : en 2025, 4 000 € pour un VE neuf ≤ 40 000 € et 2 500 € pour un VE d'occasion (prime dégressive 2024–2026).	Dispositif régional, limité dans le temps et au budget ; d'autres régions (Bruxelles, Wallonie) misent plutôt sur des taxes de circulation réduites pour les VE.
Espagne 	Plan MOVES III prolongé jusqu'au 31/12/2025 avec un budget total porté à 1,7 Md€ : subvention directe jusqu'à 4 500–7 000 € pour un VE neuf, pouvant atteindre ~9 000 € avec mise au rebut d'un véhicule thermique.	Déduction fiscale IRPF de 15 % pour l'achat d'un VE et l'installation de borne à domicile, aides aux bornes publiques et aux flottes.
France 	Prime à l'achat de VE (bonus écologique) recentrée en 2025, avec enveloppe d'environ 1 Md€ (contre ~1,5 Md€ auparavant) et critères plus exigeants sur l'empreinte carbone de production; aides spécifiques pour les ménages modestes.	Aides à l'installation de bornes, primes à la conversion, contraintes renforcées sur les flottes (quotas de VE), fiscalité incitative pour les entreprises.
Italie 	Jusqu'à ~ 10 000 € pour les particuliers et 20 000 € pour les petites entreprises, couvrant jusqu'à 30 % du prix d'un VE neuf, conditionnée à la mise au rebut d'un véhicule thermique (programme 2025 financé à ~600 M€).	Ciblage des ménages modestes et des petites entreprises, priorité aux grandes agglomérations, financement via fonds de relance, soutien complémentaire aux flottes et à l'infrastructure.
Pologne 	Nouveau programme « NaszEauto / Mój Elektryk 2.0 » doté d'environ 1,6 Md PLN de budget pour subventionner l'achat, la location ou le leasing de VE.	Aides parallèles pour l'infrastructure de recharge, possibilité d'utiliser les voies de bus et stationnement gratuit pour les VE dans certaines villes.
Portugal 	Prime nationale pouvant atteindre 4 000 € pour l'achat d'une voiture 100 % électrique (plafond de prix relevé à 55 000 €); condition de mise au rebut d'un véhicule thermique de plus de 10 ans.	Subvention jusqu'à 80 % (max. 800 €) du coût d'une borne de recharge domestique, plus diverses incitations fiscales pour VE, motos et vélos électriques.
Royaume-Uni 	Nouveau dispositif annoncé offrant jusqu'à 3 750 £ de remise sur les VE neufs < 37 000 £, avec budget d'environ 650 M £ et ciblage des modèles les plus sobres et produits localement.	Programme prévu jusqu'en 2029; investissements supplémentaires dans le réseau de recharge public (plus de 80 000 points fin 2025).

* VE : véhicule électrique
Sources : C-Ways, sources ministérielles et presse spécialisée. Attention : les montants sont indicatifs.

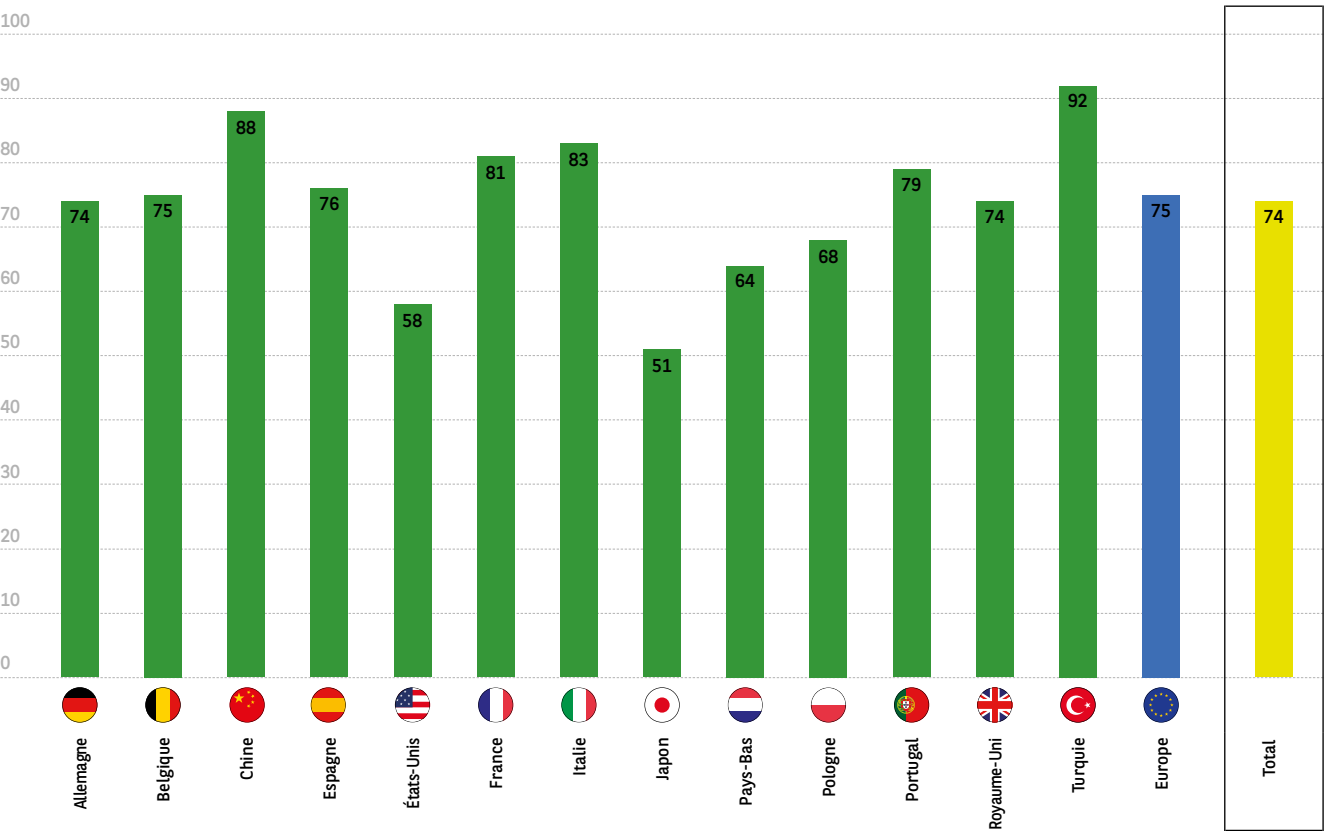
Encadrer les prix

Toujours dans le registre financier, l'encadrement des prix par les pouvoirs publics recueille un nombre de suffrages quasi-équivalent. **(Fig. 33).** 3 personnes sur 4 soutiennent cette mesure. Les différences entre pays sont encore marquées avec, peu ou prou, les mêmes pays qui occupent les mêmes places dans le classement, l'éternel duo sino-turc en tête suivi des Italiens, le Japon plus méfiant que jamais.

Fig. 33

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes ?
Pour inciter les automobilistes à acheter une voiture neuve : il faut que les pouvoirs publics encadrent les prix des voitures.
(en %) - À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)

Le tropisme français pour une certaine forme de colbertisme économique se trouve confirmé par un solide 81 %. Les 30-49 ans, les habitants des grandes villes et les familles avec enfants croient en cet encadrement des prix pour faciliter l'achat automobile.



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Soutenir les constructeurs

Dans une moindre mesure, les automobilistes s'accordent aussi sur l'aide financière que les pouvoirs publics doivent accorder aux constructeurs afin de relancer le marché (62 %). Cette idée s'affirme comme une évidence en Turquie et en Chine, pays où elle se concrétise plus ou moins directement déjà. (Fig. 34).

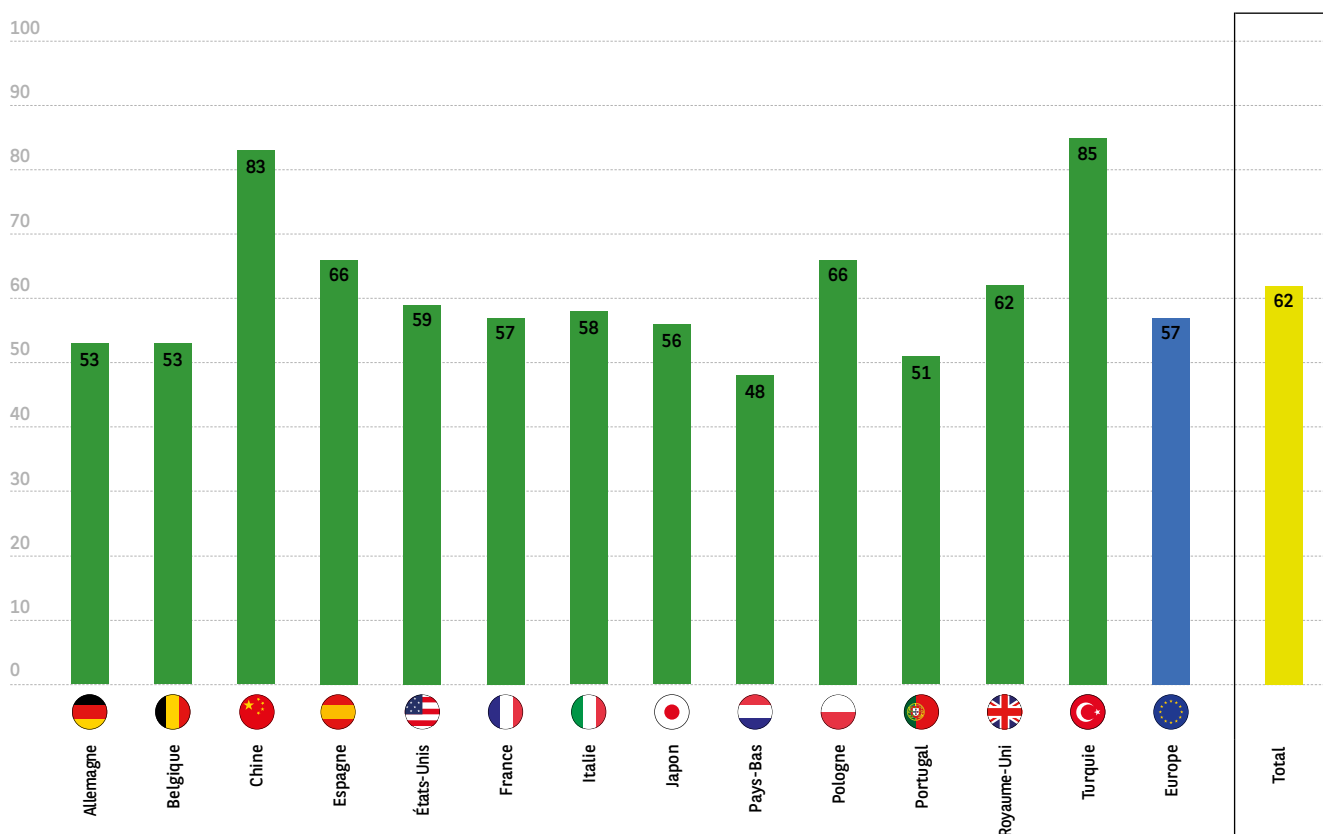
De nombreux pays européens, comme les Pays-Bas ou le Portugal, sont plus réservés avec des scores autour de 50 %, inférieurs même à celui des États-Unis.

Fig. 34

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes ?

Pour inciter les automobilistes à acheter une voiture neuve : il faut que les pouvoirs publics subventionnent les constructeurs.

(en %) - À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

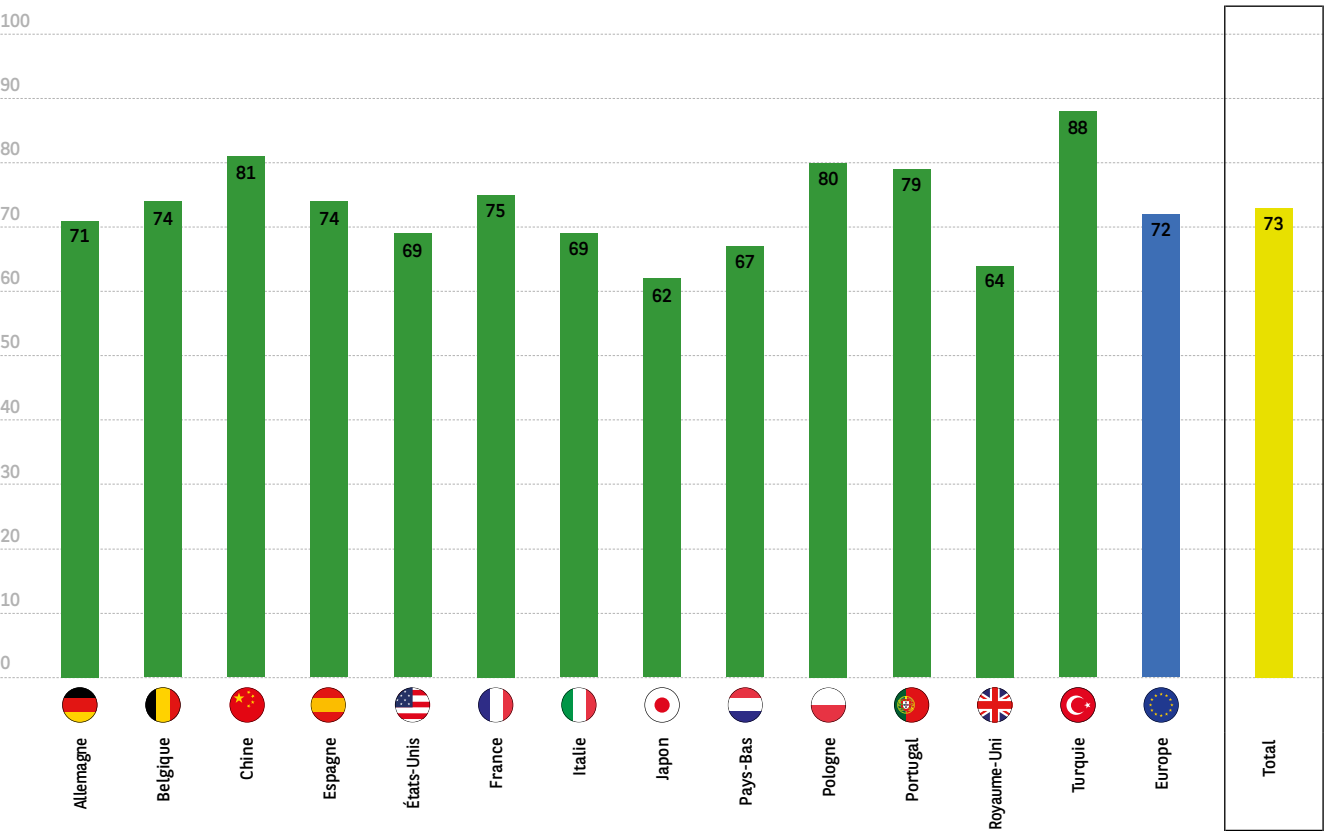
Revenir sur les normes réglementaires

Pour autant, l'efficacité du levier « politiques publiques » ne saurait reposer sur la seule dimension économique. Face à un environnement réglementaire qu'ils jugent flou et changeant, et par là même contraignant, un peu plus de 7 automobilistes sur 10 souhaitent que les pouvoirs publics assouplissent les normes et les réglementations. (Fig. 35).

Fig. 35

Les modèles de voiture commercialisées dans votre pays doivent répondre à certaines normes et réglementations (sécurité, émissions). Êtes-vous favorable ou opposé(e) aux mesures suivantes, afin de permettre de proposer des voitures neuves moins chères : assouplir certaines normes et réglementations.

(en %) - À tous (Tout à fait favorable & plutôt favorable)



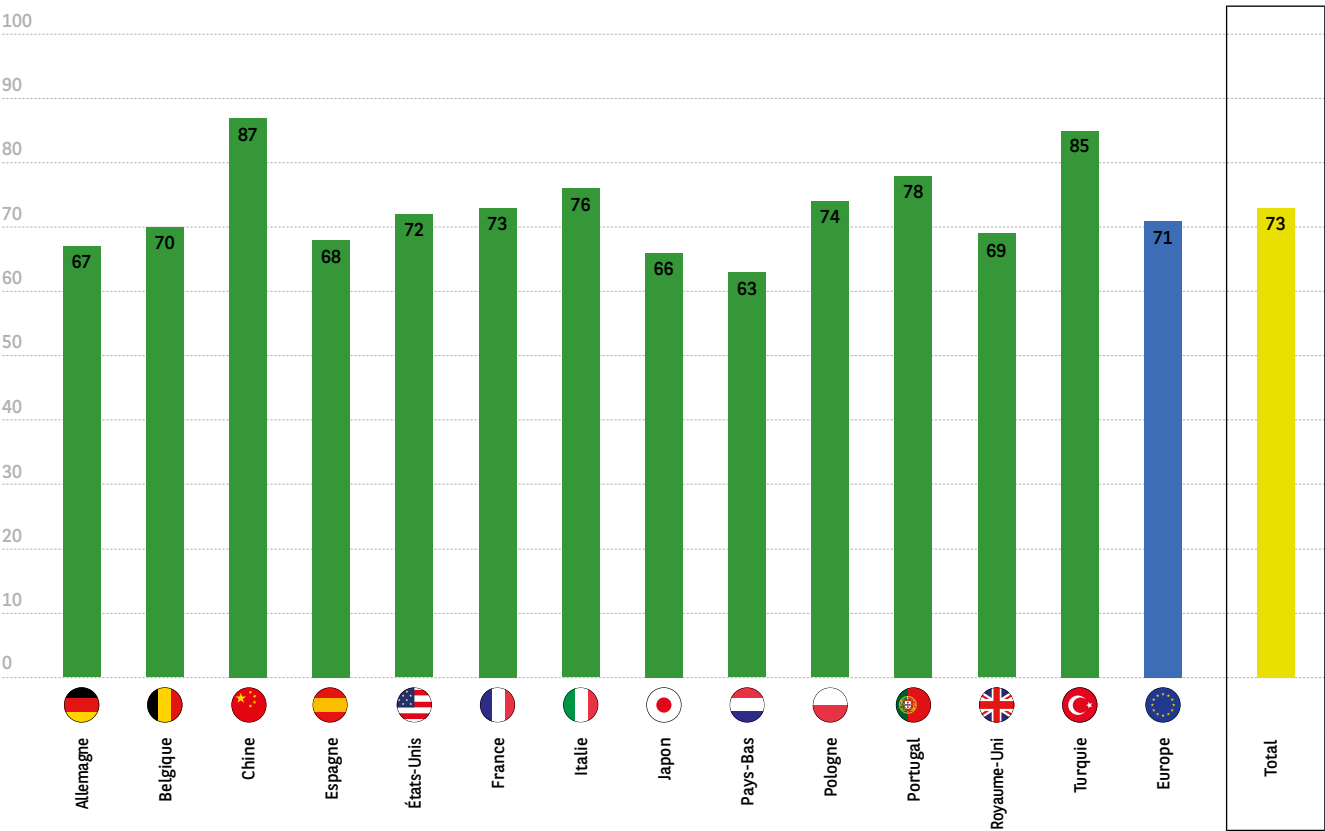
Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Un levier synonyme donc de plus de liberté.
Ils envisagent aussi positivement un ajustement de ces normes selon le type de véhicule et de voie fréquentée.
Près de trois-quarts des personnes se prononcent doublement dans ce sens.

L'assouplissement est moins réclamé au Japon et au Royaume-Uni, alors que l'adaptation recueille moins de faveurs toujours au Japon et aux Pays-Bas.
La France se situe dans la moyenne de l'étude sur ces deux sujets. Les jeunes et les habitants des grandes villes sont les plus nombreux à soutenir ces mesures.

Fig. 35 bis

Les modèles de voiture commercialisés dans votre pays doivent répondre à certaines normes et réglementations (sécurité, émissions). Êtes-vous favorable ou opposé(e) aux mesures suivantes, afin de permettre de proposer des voitures neuves moins chères : prévoir des normes et réglementations différentes selon les modèles de voiture et le type de voies.
(en %) - À tous (Tout à fait favorable & plutôt favorable)



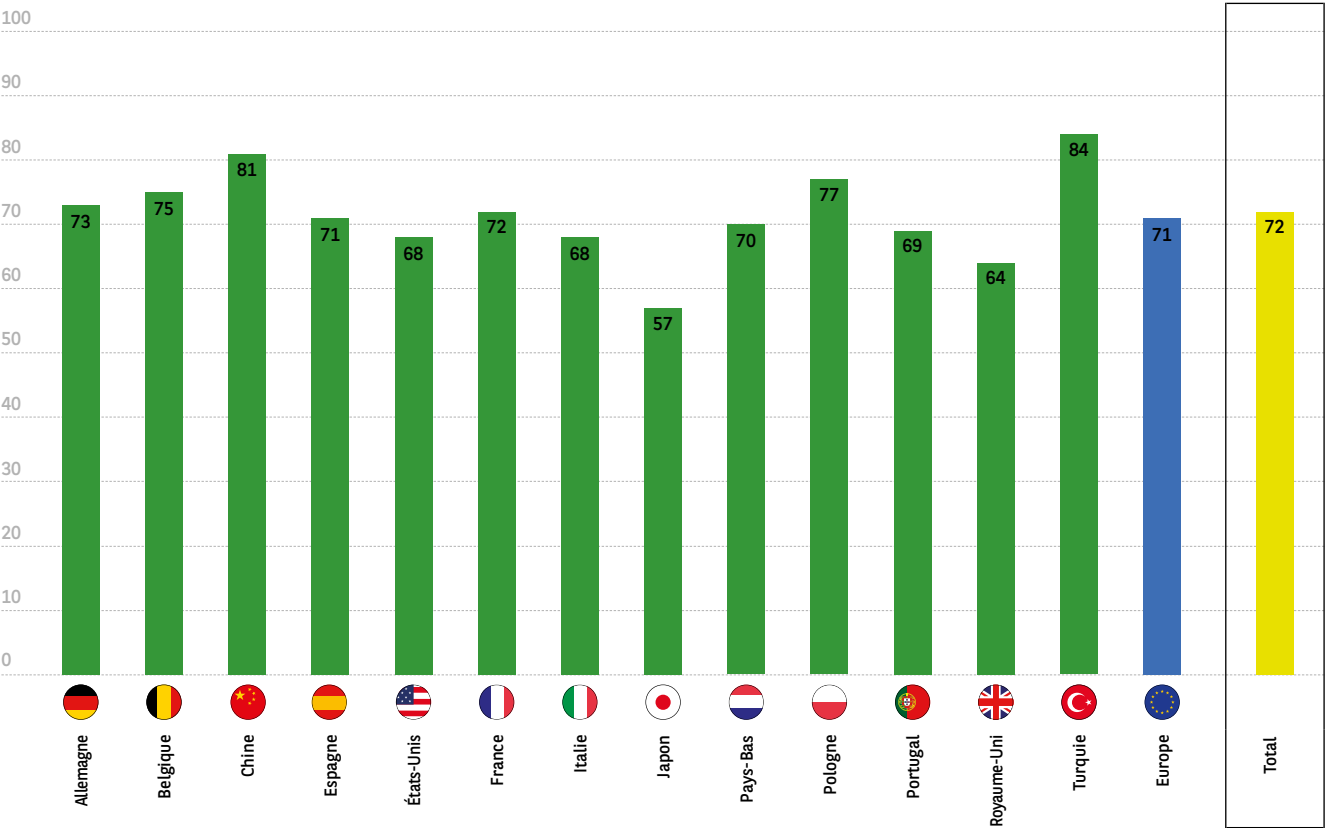
Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Quasiment un nombre égal d'automobilistes estime que ce retour en arrière serait efficace pour relancer le marché. Les opinions sont cependant un peu plus tranchées d'un pays à l'autre, avec toujours les mêmes oppositions, entre des

Japonais sceptiques et des Chinois et Turcs enthousiastes. Une fois encore les moins de 50 ans et les habitants des grandes villes témoignent de leur intérêt, ainsi que les couples avec enfants. **(Fig. 36).**

Fig. 36

Et diriez-vous que ces mesures seraient efficaces ou non pour relancer le marché des voitures neuves : assouplir certaines normes et réglementations.
(en %) - À tous (Très efficace & plutôt efficace)

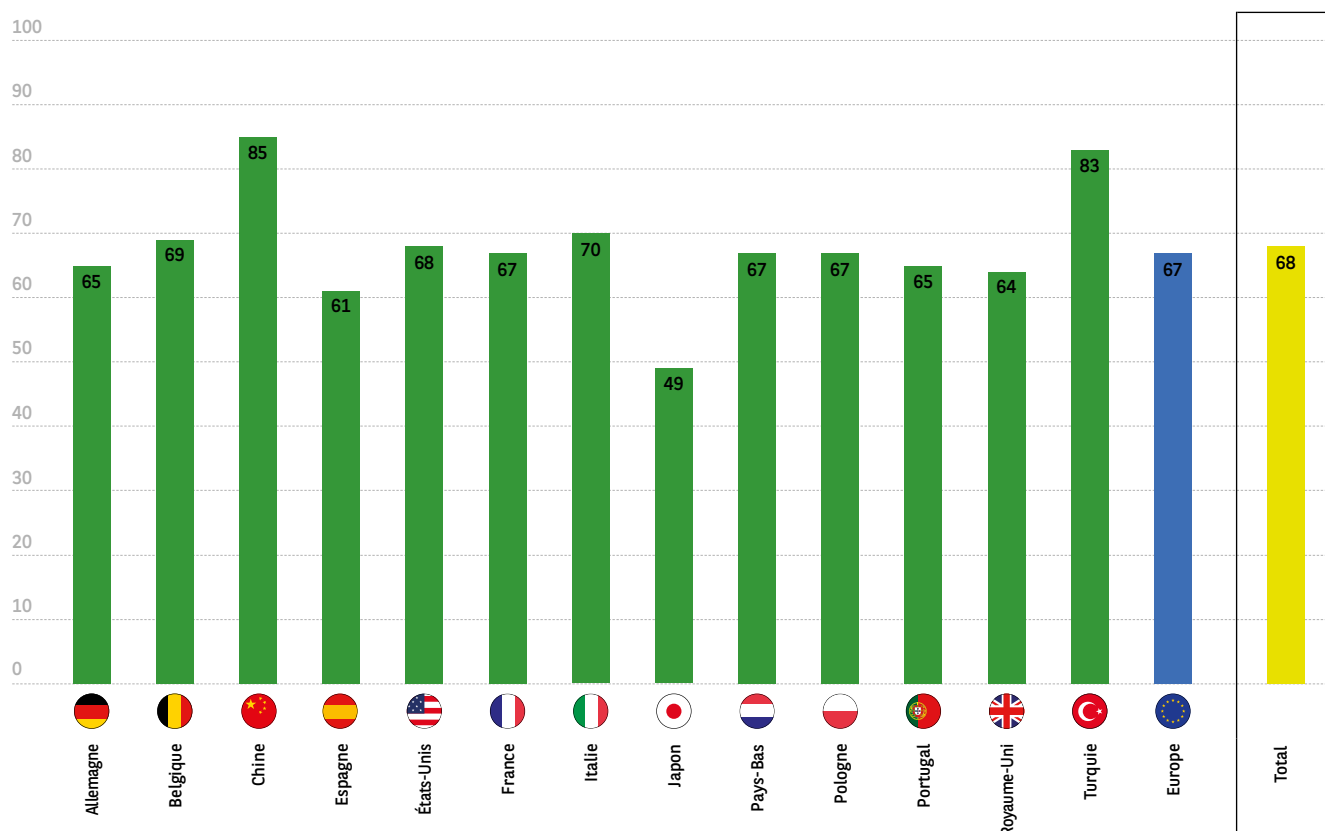


Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Fig. 36 bis

Et diriez-vous que ces mesures seraient efficaces ou non pour relancer le marché des voitures neuves : prévoir des normes et réglementations différentes selon les modèles de voiture et le type de voies.

(en %) - À tous (Très efficace & plutôt efficace)

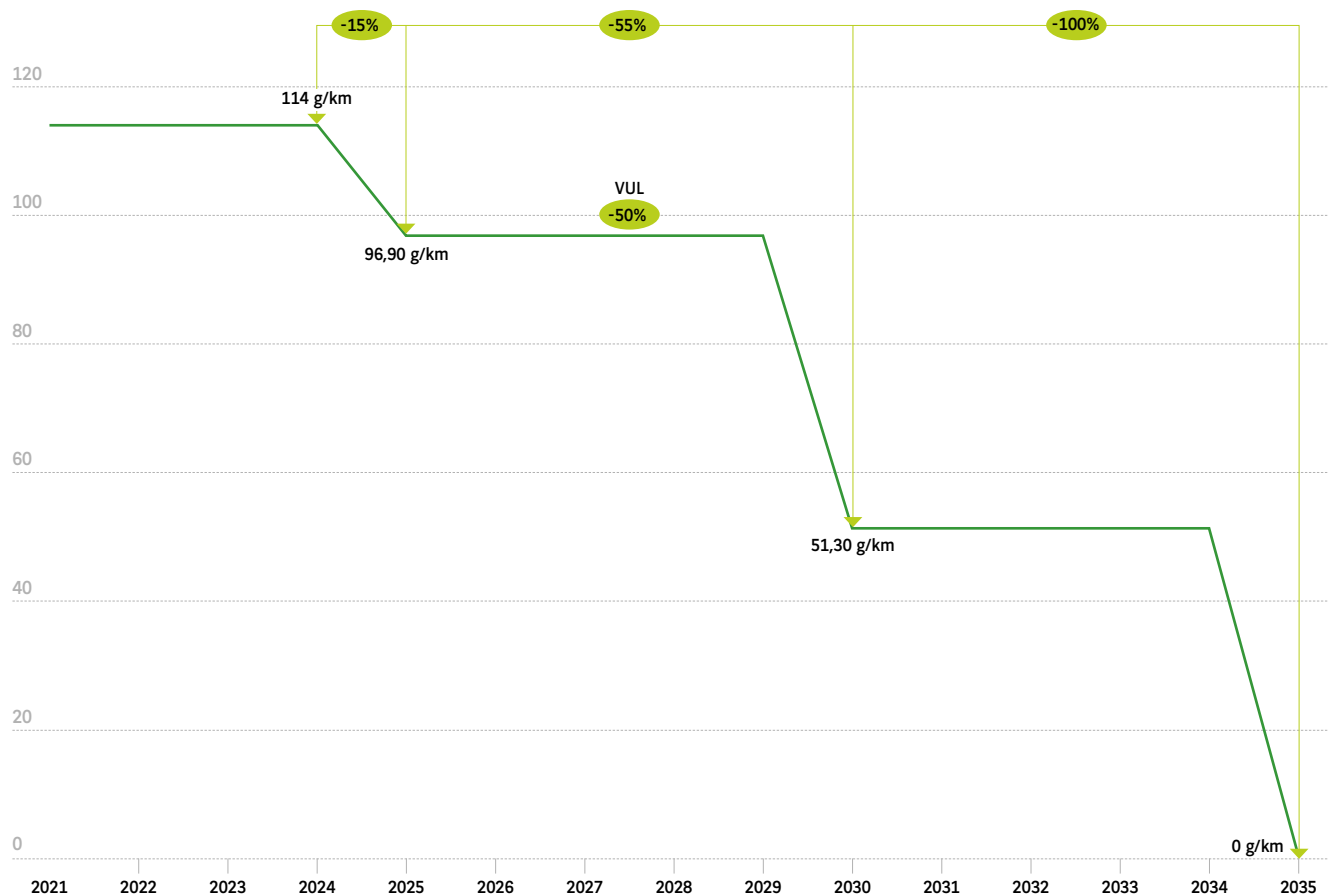


Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Fig. 37

Objectifs réglementaires européens de baisses des émissions de CO₂ des véhicules neufs vendus.

(en g/km)



Source : Commission Européenne

3. Le design

UNE SENSIBILITÉ AFFIRMÉE À L'ESTHÉTISME

Nous avons mis en évidence l'excellente image des automobiles auprès de ceux qui les conduisent. Cette expression est à prendre au premier degré si on en croit le jugement positif qu'ils ont quant à leur design. Facteur qui constitue le troisième levier de la relance automobile.

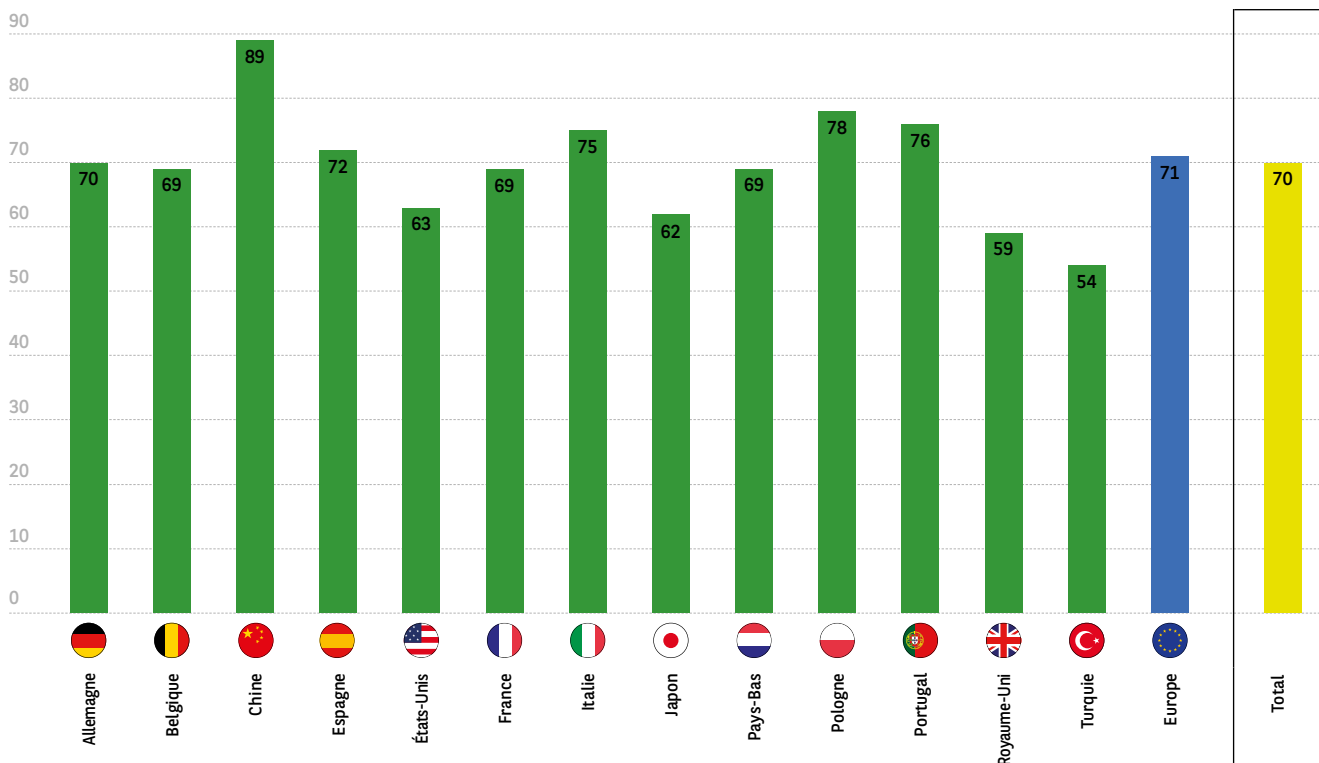
7 personnes sur 10 s'avouent très sensibles au design de leur voiture. (Fig. 38).

C'est particulièrement vrai en Chine où la dimension ostentatoire perdure plus qu'ailleurs sur un marché récent, même si le temps des parades sur les avenues des grandes villes chinoises, à bord de bolides testostéronés semble (politiquement) révolu. Mais c'est aussi le cas en Italie, en Pologne et au Portugal. Pour une fois, les Turcs se situent tout en bas du classement, leur petit 54 % d'opinions témoignant d'une approche plus pragmatique qu'esthétique de la voiture. À l'inverse, les jeunes générations et les hauts revenus se revendiquent les plus sensibles au beau.

Fig. 38

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes : je suis très soucieux de l'esthétique et de la ligne de ma voiture.

(en %) À ceux qui ont au moins une voiture dans leur foyer. (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Des designs qui plaisent, oui mais...

À cette sensibilité esthétique, les constructeurs semblent apporter une réponse qui satisfait les automobilistes.

(Fig. 39).

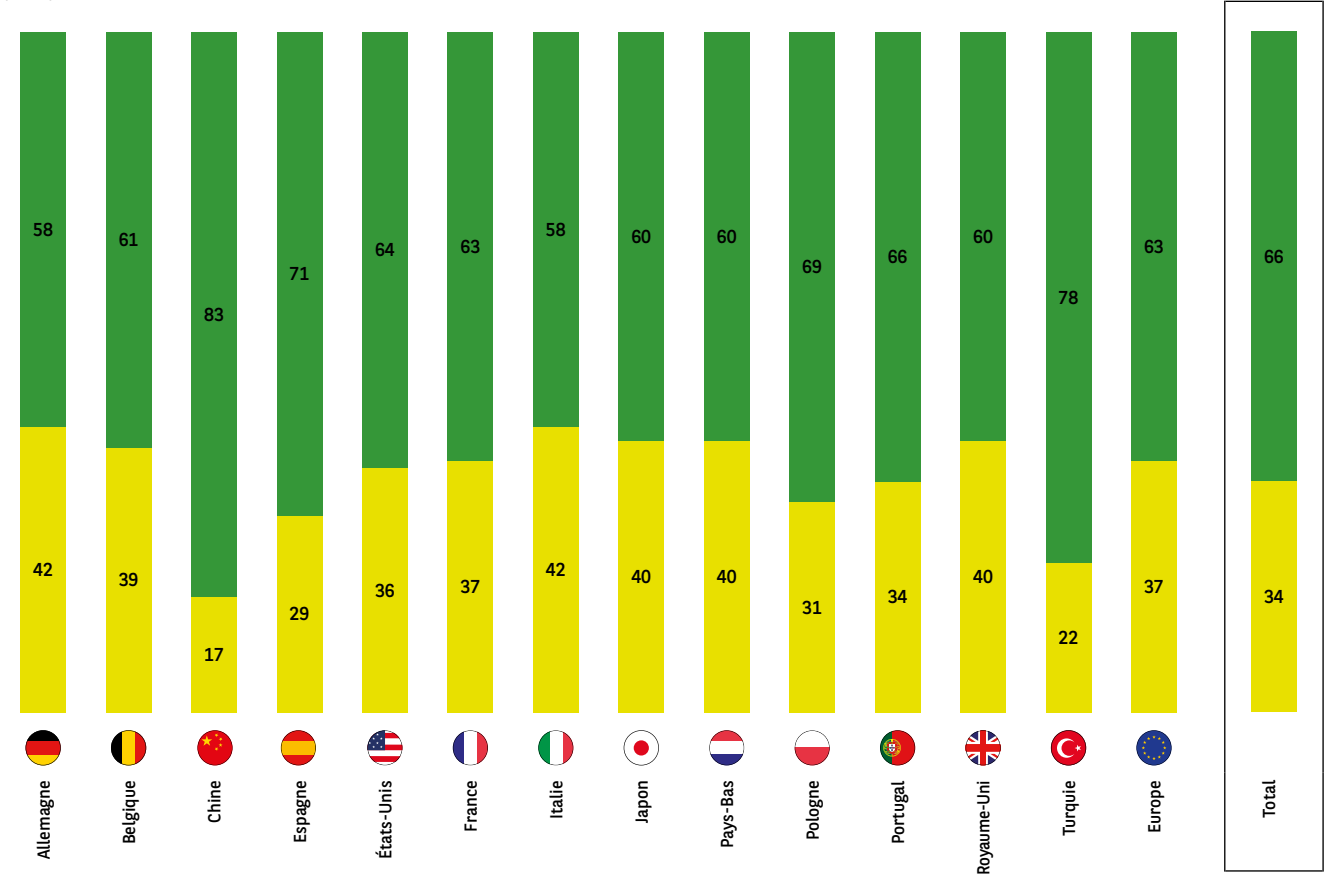
Les deux-tiers d'entre eux sont séduits par le design des voitures neuves actuelles et estiment qu'elles proposent des designs variés. En Chine et en Turquie, l'enthousiasme ne fait pas de doute.

Il faut se tourner vers l'Europe occidentale pour rencontrer des citoyens moins convaincus. Hormis en Espagne et en Pologne, autour de 4 automobilistes européens sur 10 ne sont pas séduits par les véhicules actuels et regrettent leur manque de diversité stylistique. Il existe donc une marge d'évolution conséquente pour répondre aux attentes en activant le levier du style.

Fig. 39

De quelle affirmation se rapproche le plus de votre opinion ?

(en %) À tous



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

■ La plupart du temps le design des voitures neuves vous plaît

■ La plupart du temps le design des voitures neuves ne vous plaît pas

Le look, ça attire

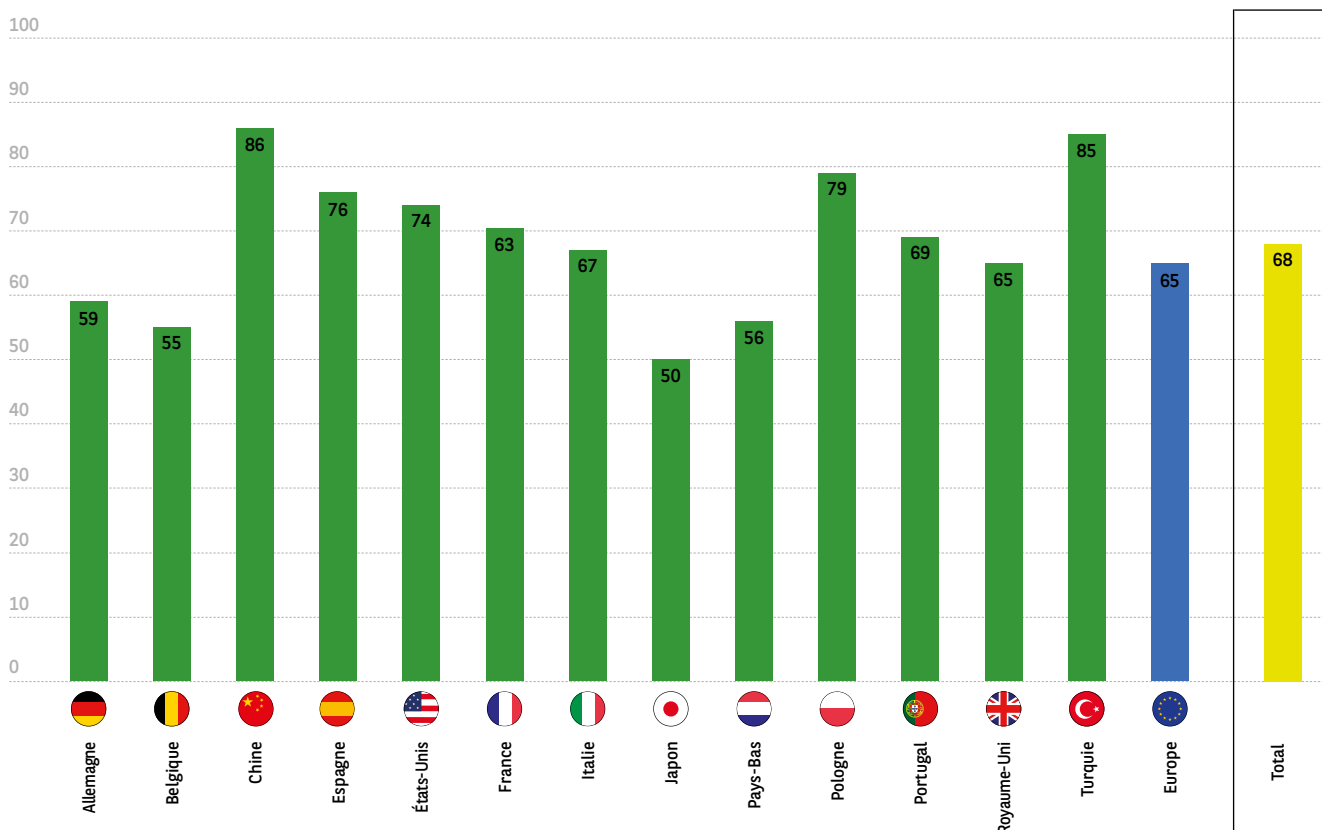
Un autre élément vient conforter cette attention toujours plus grande à porter au design, premier argument tangible transmis par un véhicule à son potentiel propriétaire.

Signe supplémentaire de son importance, près de 7 personnes sur 10 déclarent être attirées par le look d'une voiture aperçue dans la rue. En Chine, en Turquie, en Pologne et en Espagne, ce potentiel d'attraction est particulièrement sensible. **(Fig. 40).**

Fig. 40

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes : il m'arrive d'avoir envie d'une voiture aperçue dans la rue.

(en %) À ceux qui ont au moins une voiture dans leur foyer. (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Un intérêt pour le style et la nouveauté qui perdurent

De façon générale, au-delà d'un seul regard envieux dans la rue, l'attention aux nouveaux modèles reste vive. Seulement un peu moins de 3 automobilistes sur 10 déclarent un intérêt moindre à la nouveauté qu'il y a 10 ans. **(Fig. 41).**

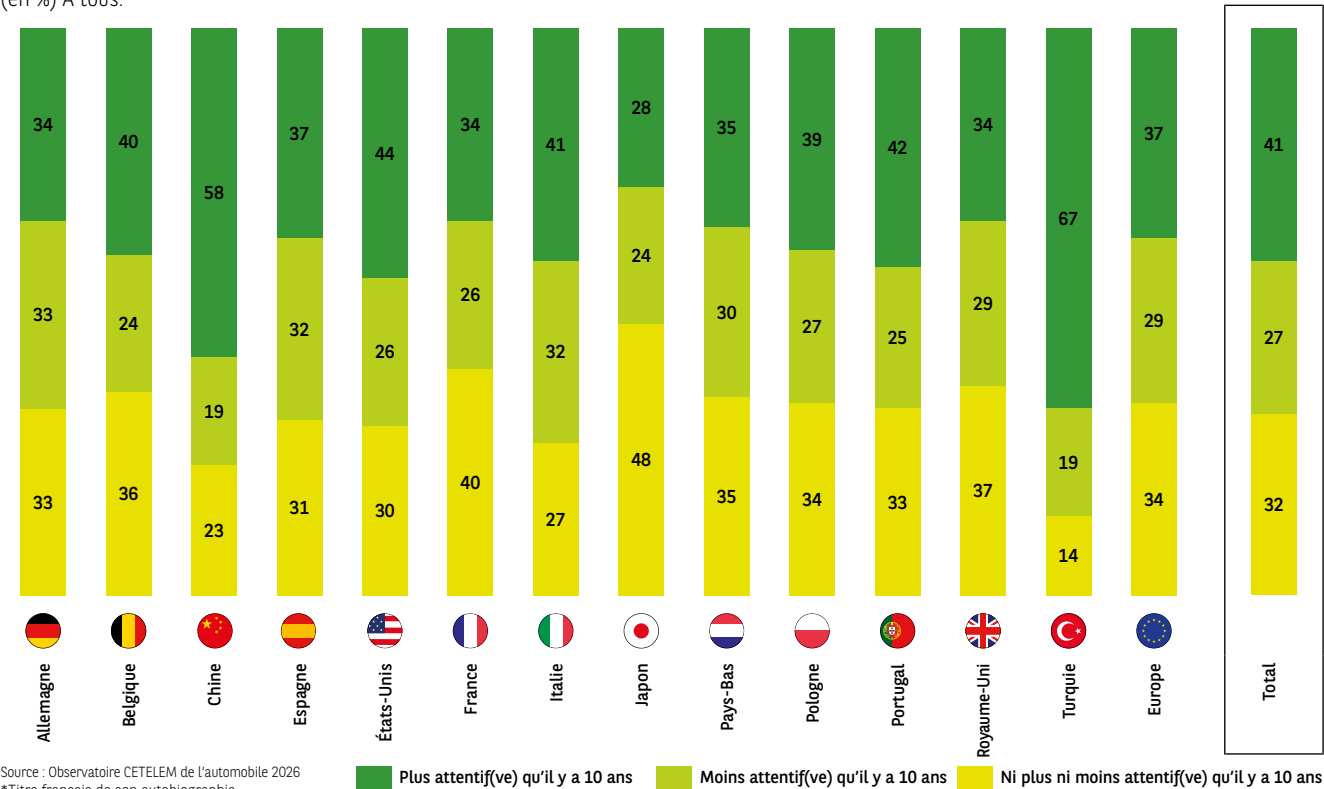
À cet égard, on retrouve les mêmes clivages géographiques. Turquie et Chine jouent encore et toujours les premiers rôles en se montrant attirées par la nouveauté. Une moindre attention est perceptible dans des pays européens comme l'Allemagne, l'Italie ou encore l'Espagne.

La France se distingue par une attention relativement égale sur cette période (40 %). L'intérêt supérieur à la moyenne aux nouveaux modèles reste l'apanage, de manière très nette, des jeunes, des hauts revenus et des habitants des grandes villes. Selon Raymond Loewy, l'un des plus grands designers, qui a non seulement créé des boîtes de soupe et des paquets de cigarettes, mais aussi des voitures, La laideur se vend mal*. Nul doute que les avis exprimés par les personnes interrogées dans cette étude lui donnent raison et que le rebond du secteur automobile passe par plus d'attention accordée au design.

Fig. 41

Diriez-vous que vous êtes plus attentif(ve), moins attentif(ve), ou ni plus ni moins attentif(ve) qu'il y a 10 ans aux nouveaux modèles de voitures qui arrivent sur le marché ?

(en %) À tous.



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026
*Titre français de son autobiographie.

4. L'offre

Faire plus simple...

Toujours dans une logique de baisse des prix, principal levier de relance, porter un regard nouveau sur l'offre semble une direction pertinente pour les automobilistes afin de relancer le marché. **(Fig. 42).**

En premier lieu, le tiers d'entre eux encourage la production et donc la vente de véhicules avec moins d'options de personnalisation. Les tenants de cette frugalité se concentrent dans trois pays du sud de l'Europe : le Portugal, la France et l'Italie (40 %, 38 % et 36 %). Au nord de cette même Europe, l'Allemagne et la Pologne se montrent plus réfractaires.

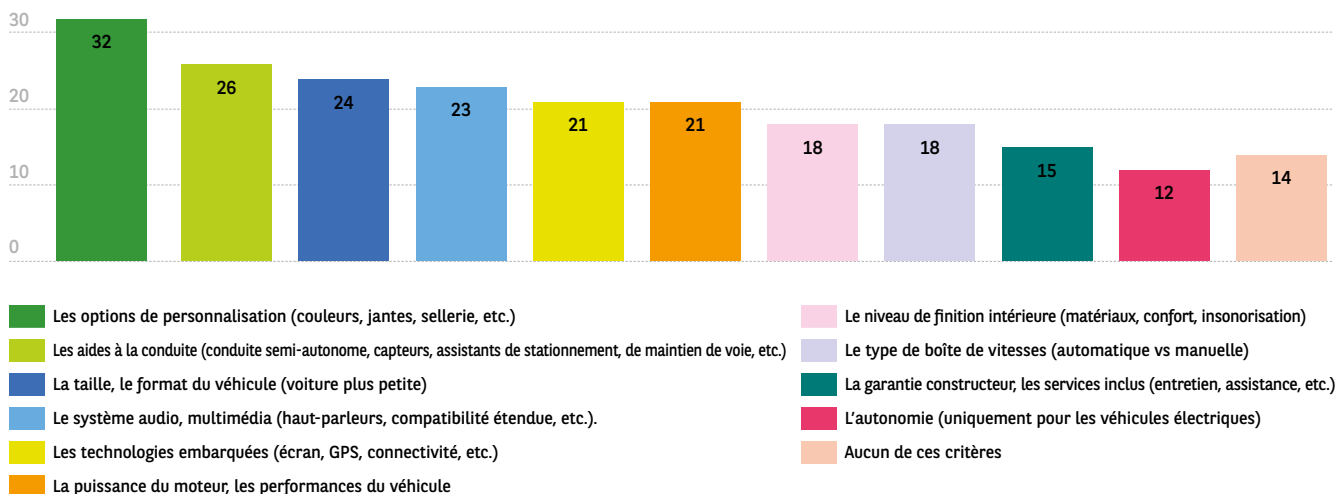
Simplicité dans le choix, mais aussi simplicité dans la technologie. Diminuer les aides à la conduite pour réduire les coûts se place ainsi en deuxième position de ce classement (26 %). De façon quelque peu surprenante, les technophiles Chinois et Américains sont les plus nombreux à le souhaiter.

Enfin, la production de véhicules moins grands et moins lourds se positionne sur la troisième marche du podium. Une nouvelle positive pour les tenants de véhicules plus respectueux de l'environnement. Derrière les Pays-Bas, l'Allemagne, pays des grandes berlines et SUV, occupe une étonnante deuxième place avec un nombre conséquent d'automobilistes qui envisagent cette réduction de taille.

Fig. 42

Pour bénéficier d'une baisse de prix sur l'achat d'une voiture neuve, sur quels types de critères seriez-vous le plus prêt(e) à diminuer le niveau de prestation ? Trois réponses possibles.

en % (Total pays) - À tous



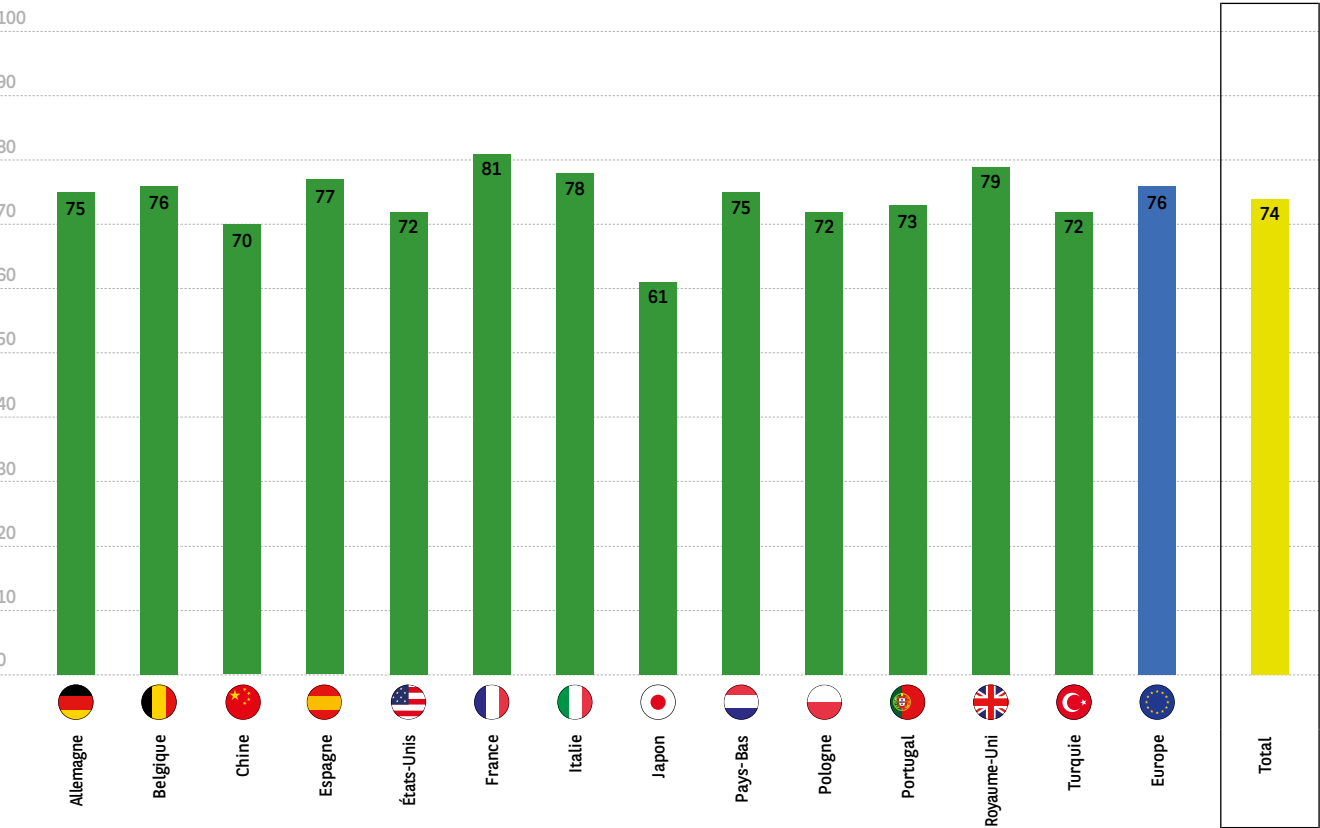
... et faire moins

« Less is more », disaient les modernistes. Les automobilistes contemporains approuvent.
(Fig. 43).

Les trois-quarts sont favorables à moins de modèles construits. Dans la plupart des pays, les avis sont relativement équivalents à ce sujet, hormis au Japon où l'intérêt pour cette réduction de l'offre est moins marqué.
Les Français font office de leader sur cette question devant les Britanniques.

Fig. 43

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes : pour faire baisser le prix des voitures neuves, il faut que les constructeurs proposent moins de modèles de voitures différentes, quitte à ce que l'acheteur ait moins de choix.
(en %) - À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

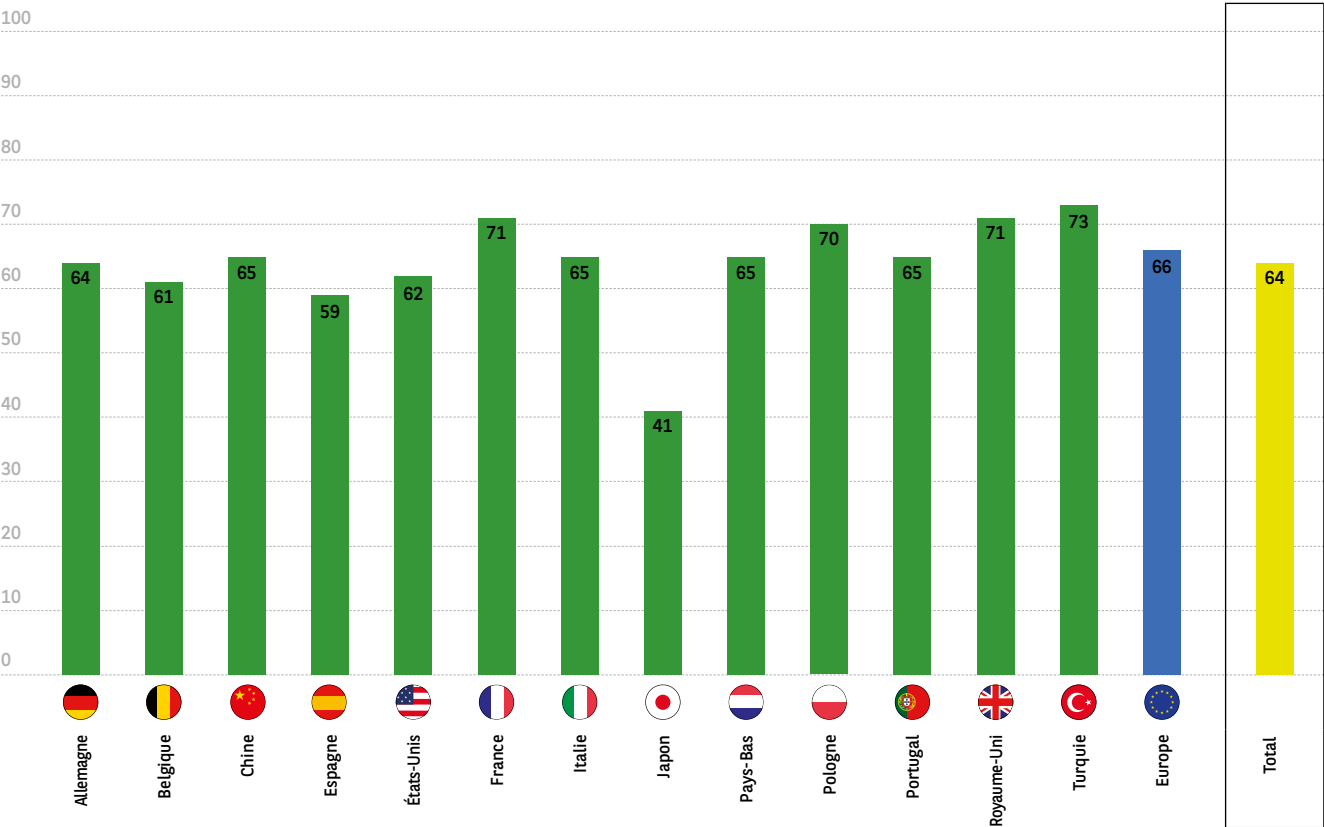
Favoriser l'occasion et le reconditionné

Enfin, l'offre automobile pourrait avantageusement évoluer en mettant l'accent sur l'occasion et le reconditionné pour deux tiers des personnes interrogées. (Fig. 44).

Là encore, le Japon n'y est pas favorable, seul pays où une faible minorité soutient cette idée. Naturellement, les jeunes soutiennent le reconditionné, idée dans l'air du temps.

Fig. 44

Êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes : il faut privilégier la vente de voitures d'occasions ou reconditionnées à la vente de voitures neuves, quitte à ce que cela ait un impact économique et/ou social néfaste.
(en %) - À tous (Tout à fait d'accord & plutôt d'accord)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

5. La commercialisation

Des concessionnaires appréciés...

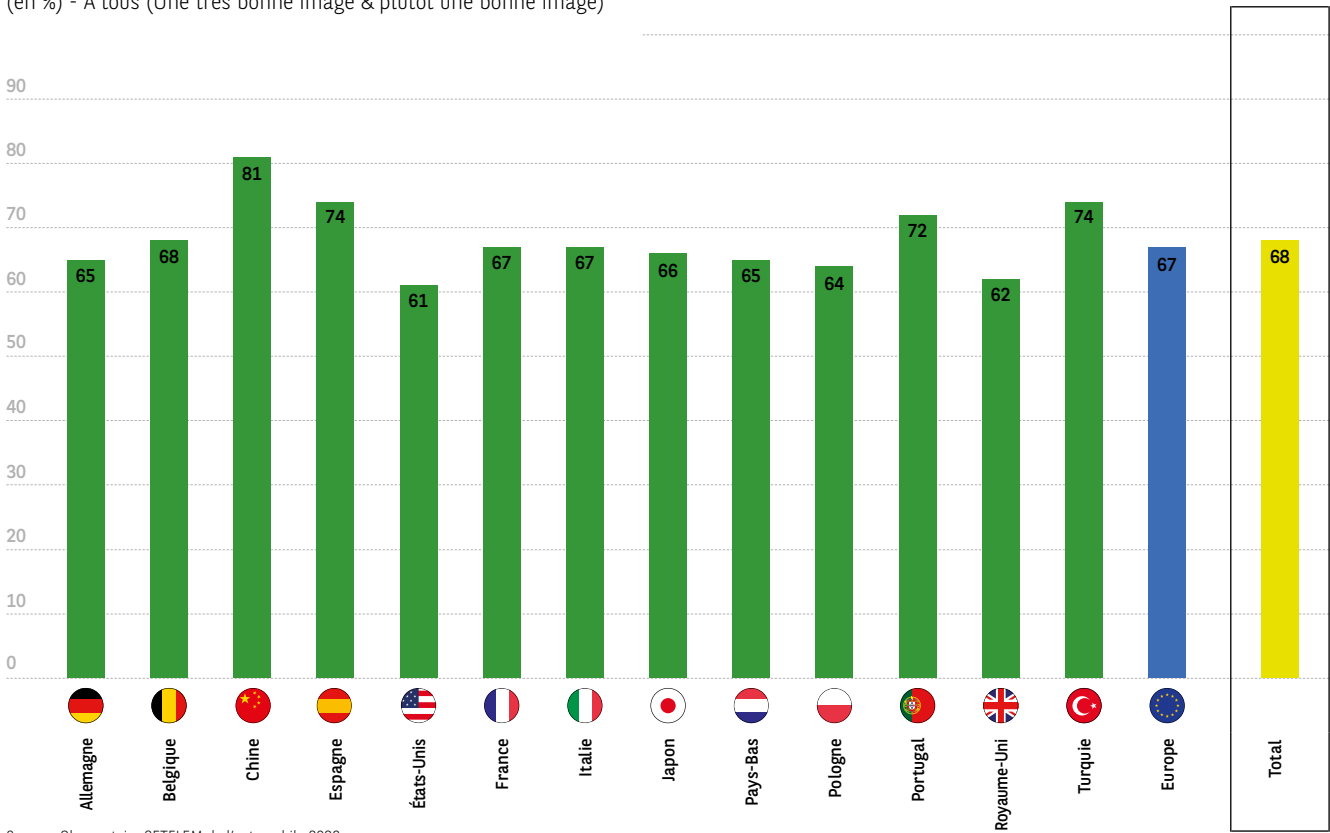
Cela pourrait apparaître comme une tautologie, pour autant cette nouvelle étude de l'Observatoire Cetelem montre que pour relancer les ventes automobiles, ceux qui les commercialisent ont un rôle éminent à jouer. Pour ce faire, ils peuvent s'appuyer, comme les constructeurs, sur une image positive.

Les concessionnaires sont appréciés dans tous les pays, de manière relativement équivalente, 7 personnes sur 10 en moyenne, avec comme toujours un point haut en Chine, et à un degré moindre en Espagne et en Turquie. L'origine sociale et géographique, ainsi que l'âge, ne font pas apparaître de différences notables. (Fig. 45).

Fig. 45

Globalement, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image : des concessionnaires automobile.

(en %) - À tous (Une très bonne image & plutôt une bonne image)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

... Des vendeurs qui le sont aussi

Au sein de ces concessions, les vendeurs eux-mêmes disposent d'un capital sympathie appréciable qui les positionne favorablement auprès des automobilistes.

(Fig. 46).

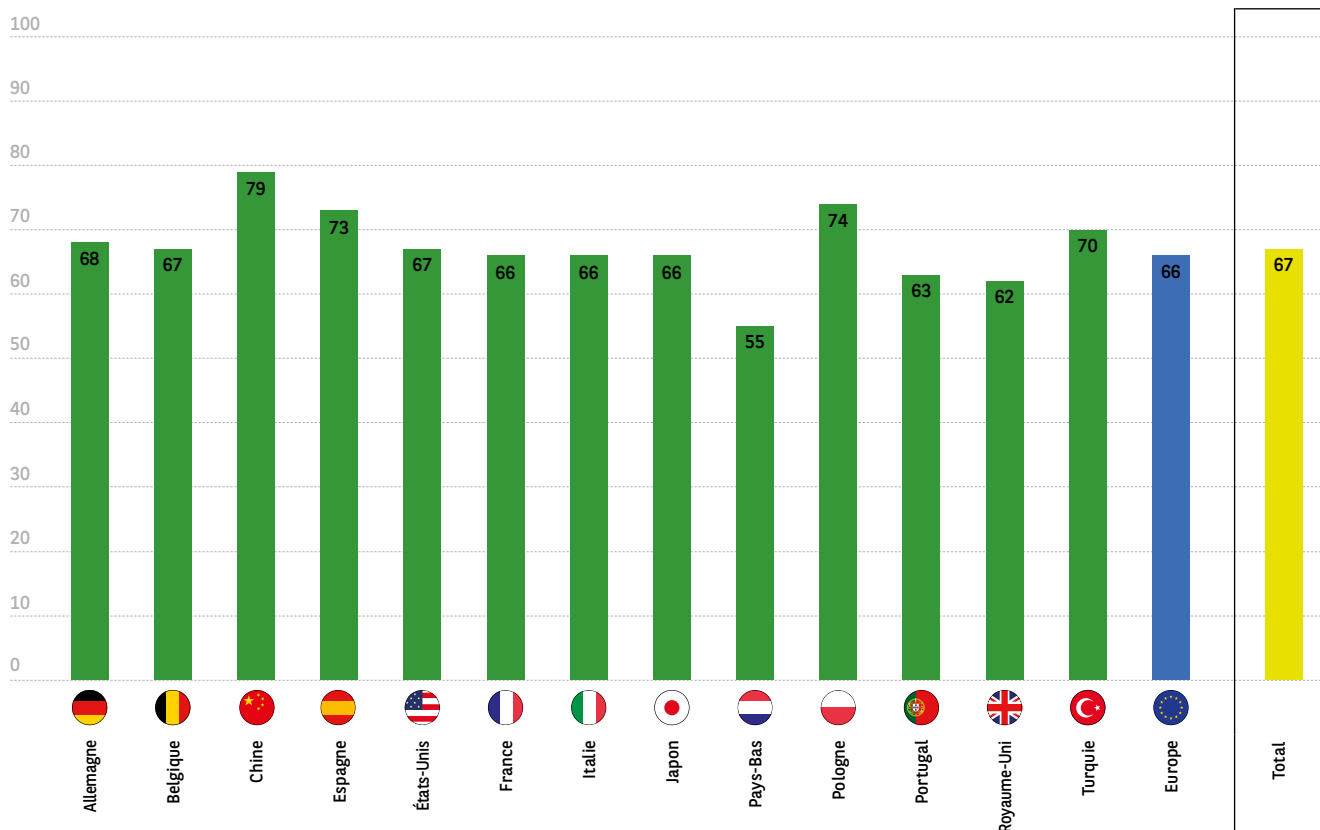
Les deux tiers en ont une bonne image, tout particulièrement les Chinois, les Polonais et les Espagnols.

Seuls les Néerlandais sont circonspects avec un petit 55 % d'opinions positives. Si l'on s'attache à l'étude de certains segments sociologiques, les différences sont plus marquées. Les jeunes les apprécient nettement plus que leurs aînés, tout comme les habitants des grandes villes par rapport à ceux des zones rurales.

Fig. 46

Globalement, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image : des vendeurs automobile (la personne physique).

(en %) - À tous (Une très bonne image & plutôt une bonne image)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

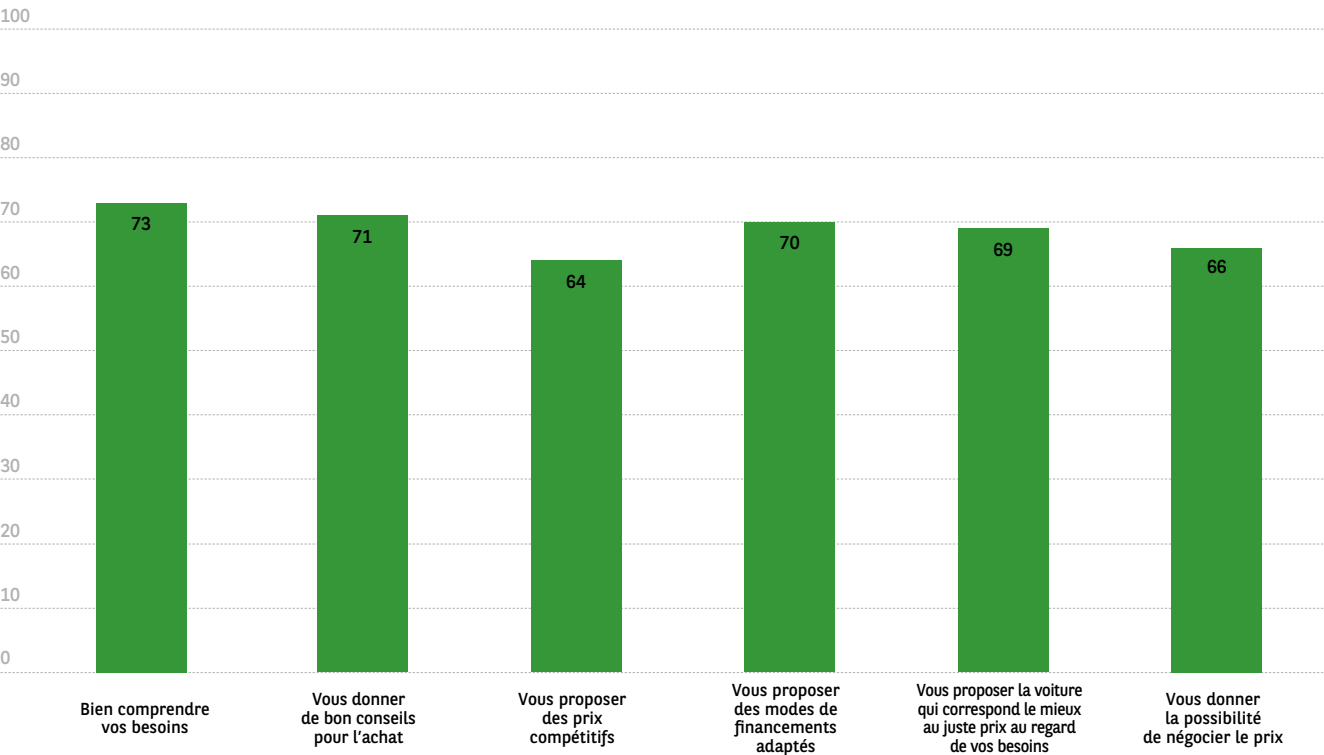
Une confiance sur l'ensemble du parcours d'achat

Cette image positive se concrétise par une confiance globale accordée aux concessionnaires et à leurs vendeurs pour accompagner bénéfiquement les automobilistes au long du processus d'achat. Cette confiance se traduit avant tout 7 fois sur 10 par une compréhension des besoins qui débouche sur des conseils adaptés afin de faire le bon achat.

Des atouts utiles dans une perspective d'évolution de l'offre et d'un ajustement économique, tels qu'ils sont souhaités par les automobiles pour répondre à leurs attentes. Répétons-le pour l'une des dernières fois : Turcs et Chinois sont les plus satisfaits. Les Américains et les Britanniques le sont moins. (Fig. 47).

Fig. 47

Si vous deviez acheter une voiture, feriez-vous confiance ou non au concessionnaire pour ?
en % (Total pays) - À tous (Tout à fait confiance & plutôt confiance)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

La distribution pénalisée par les politiques publiques, surtout en Europe

Cependant, afin que la distribution joue pleinement un rôle efficace de levier de relance, les politiques publiques doivent être mieux orientées envers les concessionnaires.

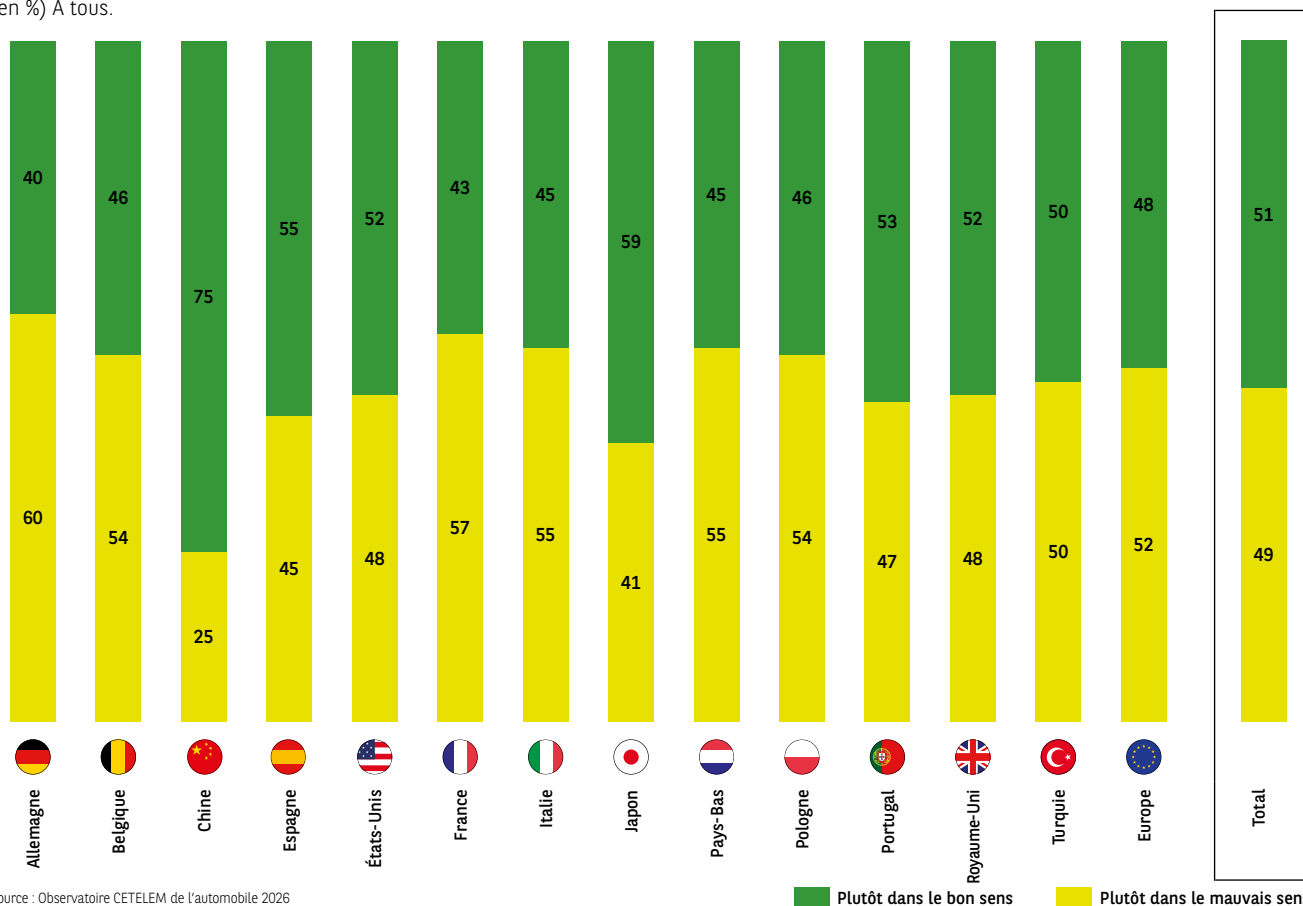
(Fig. 48).

Fig. 48

Diriez-vous que les politiques publiques vont aujourd'hui plutôt dans le bon ou le mauvais sens concernant : les concessionnaires automobiles

(en %) À tous.

1 personne sur 2 pense que c'est actuellement le cas. En Europe, dans seulement trois pays ce score est supérieur à la moyenne. Il atteint ses niveaux les plus bas en Allemagne et en France qui expriment les plus forts doutes envers la bonne orientation des politiques publiques à destination des concessionnaires.



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

Internet, une option pour la commercialisation

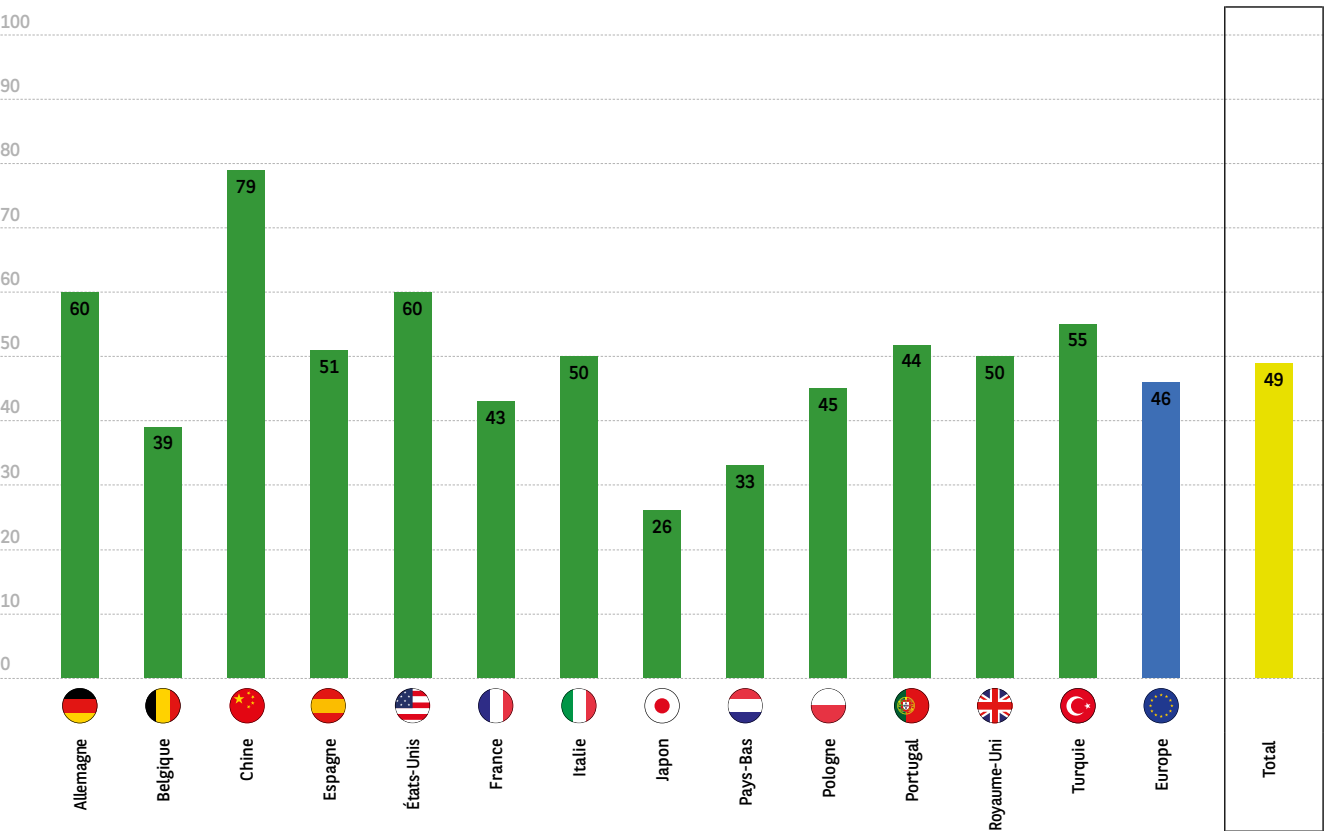
Activer le levier de la commercialisation conduit aussi à l'ouvrir potentiellement aux canaux numériques. Potentiellement, car les avis sont partagés. En moyenne, 1 automobiliste sur 2 pourrait suivre le parcours d'achat intégralement sur Internet. **(Fig. 49).** Mais sur cette question, les opinions divergent sensiblement entre les pays, avec les écarts les plus importants enregistrés.

En Chine, où la pratique numérique est ancrée dans le quotidien et s'applique d'ores et déjà à l'achat automobile, un parcours intégral d'achat sur Internet recueille 79 % des suffrages. Allemands, Américains et Turcs y sont aussi favorables. À l'inverse, dans de nombreux pays moins de la moitié des personnes interrogées l'approuve, particulièrement au Japon et aux Pays-Bas (26 % et 33 %). Sans surprise, les jeunes et les habitants des grandes villes s'y montrent favorables, tout comme les familles avec enfants et les hauts revenus.

Fig. 49

Pourriez-vous acheter une voiture neuve entièrement sur internet (de la prise d'informations, jusqu'à la livraison du véhicule, en passant par le paiement) ?

(en %) - À tous (Oui , certainement & oui, probablement)



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

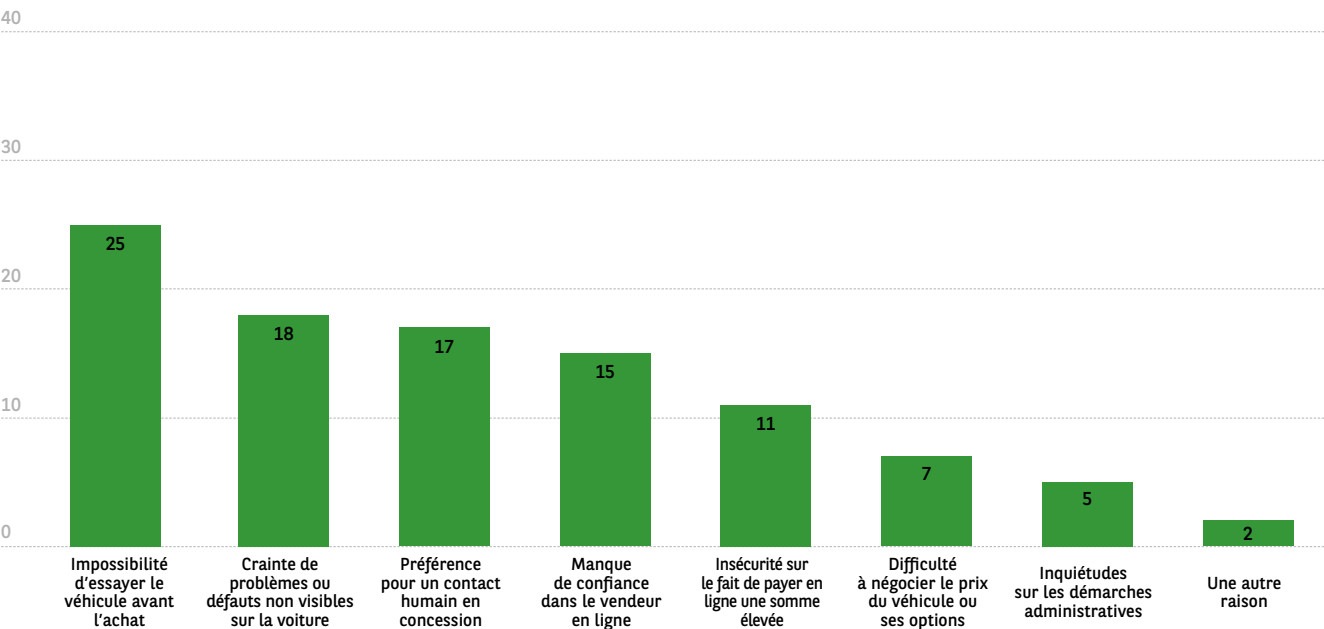
Privilégier le contact physique

Il faut chercher dans la virtualité, et donc l'absence de dimension humaine, les raisons de cette réticence. Ne pas voir le véhicule, ne pas identifier de visu un défaut et la préférence pour un contact humain composent le podium des freins qui bloquent le passage à l'achat digital. Avec des seniors particulièrement sensibles à l'absence de cette dimension humaine. (Fig. 50).

Fig. 50

Pour quelle raison principale ?

en % (Total pays) - En premier - À ceux qui estiment qu'ils ne pourraient pas acheter une voiture neuve entièrement sur internet.



Source : Observatoire CETELEM de l'automobile 2026

LES 5 LEVIERS

LES CHIFFRES-CLÉS

Le prix

1 personne sur 2
pense qu'il est prioritaire
de baisser le prix des véhicules
pour relancer le marché

Trois quarts
pensent qu'il faut réduire
les marges des constructeurs



Les politiques publiques

6 personnes sur 10
sont favorables à une production
là où les coûts de main-d'œuvre
sont moindres

8 sur 10
sont pour les primes à l'achat

3 sur 4
soutiennent l'encadrement
des prix

6 sur 10
sont favorables à un soutien
des constructeurs

7 sur 10
souhaitent un assouplissement
des réglementations et des normes

Le design

7 personnes sur 10

sont très sensibles au design

Deux tiers

des automobilistes apprécient
le design des voitures neuves

3 sur 10

montrent moins d'attention pour
les nouveaux modèles qu'il y a dix ans

Une offre revisitée

Un tiers

des personnes interrogées souhaitent
moins d'options de personnalisation

Un quart

est pour la diminution des aides
à la conduite et des voitures moins
lourdes et moins grandes

Trois quarts

sont favorables à moins
de modèles pour faire baisser les prix

La commercialisation

7 personnes sur 10

ont une bonne image
des concessionnaires
et des vendeurs

7 sur 10

pensent qu'ils comprennent
leurs besoins et leur donnent
de bons conseils

1 sur 2

estime que les politiques
publiques envers
les concessionnaires
sont bien orientées

1 sur 2

pourrait effectuer
le parcours d'achat
d'un véhicule intégralement
sur Internet

CONCLUSION

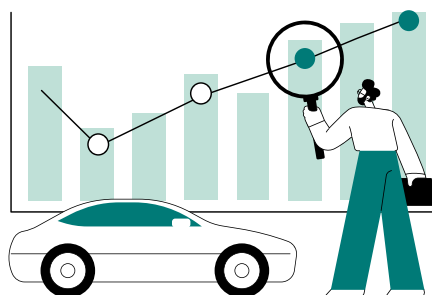
Et si le secteur automobile devait davantage croire en lui ?

C'est presque ce que l'on serait tenté de croire à la lecture de cette nouvelle étude de l'Observatoire Cetelem. La crise est là, nul ne peut le nier, mais le rebond est possible à condition d'activer les bons leviers. Des leviers à portée de main des principaux acteurs du marché et de leurs « partenaires », en premier lieu les pouvoirs publics.

Nous en avons identifié cinq principaux : le prix, les politiques publiques, le design, l'offre, la distribution. Ils ne sont sans doute pas les seuls. Mais l'efficacité de leur activation peut s'appuyer sur une séduction de l'automobile qui ne se dément pas.

Cette étude met aussi en lumière un élément crucial pour croire au rebond. De façon générale, ces leviers seront plus efficaces sur les jeunes et les habitants des grandes villes, contrairement à l'idée reçue qui veut que ces cibles ne croient plus en l'automobile. Surtout, ce sont des clientèles potentielles qu'il convient de convaincre pour dessiner un horizon plus serein pour le secteur automobile.

Chiffres du marché



Le marché des véhicules particuliers neufs (VPN)

	2021	2022	2023	2024	Variation 2023 vs. 2022	2024 (9 mois)	2025 (9 mois)	Taux de croissance 9 mois 2025/2024	2025p	Variation 2025 vs. 2024	2026p	Variation 2026 vs. 2025
Allemagne	2 622 132	2 651 357	2 844 609	2 817 331	-1%	2 116 074	2 110 348	-0,3%	2 820 000	0,1%	2 900 000	2,8 %
Belgique	383 123	366 578	476 675	448 277	-6%	356 568	323 868	-9,2%	415 000	-7,4%	425 000	2,4 %
Chine	21 481 537	23 563 287	26 013 000	27 980 971	8%	20 415 111	21 532 008	5,5%	29 500 000	5,4%	30 000 000	1,7 %
Espagne	859 476	813 396	949 360	1 016 885	7%	744 698	854 658	14,8%	1 150 000	13,1%	1 200 000	4,3 %
États-Unis	14 946 971	13 754 300	14 297 755	15 961 559	12%	11 754 182	12 153 804	3,4%	16 300 000	2,1%	16 000 000	-1,8 %
France	1 659 005	1 529 185	1 774 772	1 718 449	-3%	1 265 927	1 186 786	-6,3%	1 650 000	-4%	1 700 000	3,0 %
Italie	1 456 674	1 316 700	1 598 787	1 558 681	-3%	1 202 184	1 167 437	-2,9%	1 525 000	-2,2%	1 580 000	3,6 %
Japon	3 675 698	3 448 298	4 436 866	4 405 180	-1%	3 287 291	3 196 938	-2,7%	4 300 000	-2,4%	4 300 000	0,0 %
Norvège	176 276	174 329	126 953	128 691	1%	91 798	113 325	23,5%	150 000	16,6%	155 000	3,3 %
Pays-Bas	324 336	312 129	371 972	381 227	2%	278 154	269 953	-2,9%	375 000	-1,6%	380 000	1,3 %
Pologne	446 647	419 765	475 033	579 547	22%	467 690	427 891	-8,5%	530 000	-8,5%	530 000	0,0 %
Portugal	149 740	156 304	186 447	209 715	12%	157 842	171 564	8,7%	225 000	7,3%	230 000	2,2 %
Royaume-Uni	1 647 181	1 614 063	1 903 054	1 952 778	3%	1 514 094	1 578 172	4,2%	2 050 000	5%	2 100 000	2,4 %
Turquie	561 853	592 660	961 339	1 238 509	29%	675 273	742 687	10%	1 300 000	5%	1 250 000	-3,8 %
TOTAL 14 PAYS	50 390 649	50 712 351	56 416 622	60 397 800	11 %	44 326 886	45 829 439	3 %	62 290 000	3 %	62 750 000	0,7 %

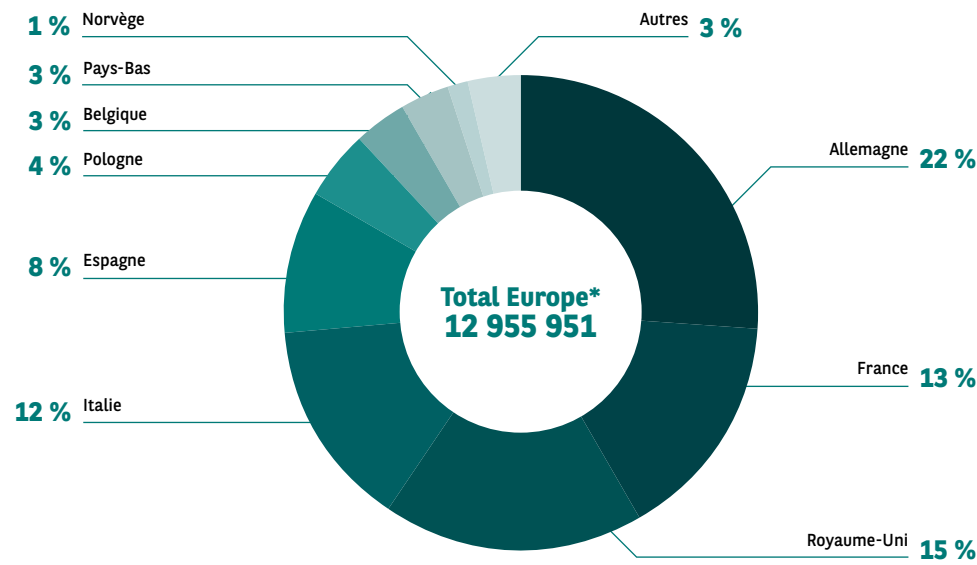
*Estimations et prévisions de l'Observatoire de l'Automobile 2026. Sources : L'obervatoire de l'Automobile 2026, OICA, ACEA, C-Ways.

Le marché mondial des véhicules légers (VL)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025*	Variation 2024/2023	Variation 2025/2024
Ventes VL Monde en millions d'unités	77,8	80,7	85,3	87,0	88,7	90,0	2,0%	1,5%

Périmètre : tous pays du monde. *Estimations et prévisions de l'Observatoire Cetelem de l'Automobile. Sources : Global Data, prévisions C-Ways.
Véhicules légers = véhicules particuliers (VP) + véhicules utilitaires légers (VUL).

Immatriculations de véhicules particuliers neufs en Europe* en 2024



*Europe 26 (hors Malte) + UK, Norvège, Suisse et Islande. Source : ACEA.

Le taux d'achat des ménages dans 5 pays

Le calcul est effectué en retenant strictement les immatriculations à destination des ménages

	Immatriculations particulières 2024, en milliers	Immatriculations totales VPN en 2024, en milliers	Part de particuliers	Part des sociétés	Nombre de ménages en millions (2021)	Taux d'achat des ménages
Allemagne	914	2817	32%	68%	41,2	2,2%
Espagne	457	1017	45%	55%	18,8	2,4%
France	800	1718	47%	53%	30,4	2,6%
Italie	915	1559	59%	41%	25,8	3,5%
Royaume-Uni	746	1953	38%	62%	29,5	2,5%
TOTAL	3 832	9 064	42%	58%	145,7	2,6%

Sources : Bureau nationaux de statistiques, Fédérations de constructeurs, C-Ways.

Les principales marques en Europe

Ventes annuelles en Europe en 2024, évolutions vs. 2023
En nombre d'unités

Volkswagen	1 165 148 (+ 1,3 %)
Toyota	798 556 (+ 16,2 %)
Skoda	659 665 (+ 13,6 %)
Renault	631 108 (+ 0,3 %)
BMW	620 669 (+ 5,2 %)

Sources : ACEA.

Les principaux groupes en Europe

Ventes annuelles en Europe en 2024, évolution vs. 2023
En nombre d'unités.

Volkswagen Group	2 841 451 (+ 3,2 %)
Stellantis (PSA-FCA)	1 742 073 (- 7,2 %)
Renault Group	1 173 762 (+ 1,9 %)
Toyota Group	856 654 (+ 17,5 %)
Hyundai-Kia	834 301 (- 5,8 %)

Sources : ACEA.

Le marché du véhicule neuf en France

En nombre d'immatriculations

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VPN – Véhicule particulier neuf	1 795 885	1 917 226	2 015 177	2 110 748	2 173 518	2 214 428	1 650 118	1 659 146	1 529 185	1 774 772	1 718 449	1 700 000
VUL – Véhicule utilitaire léger	372 074	379 424	397 085	438 645	459 038	479 769	401 124	430 787	346 946	377 878	380 341	350 000

Sources : C-Ways d'après SIV, prévisions C-Ways pour 2025.

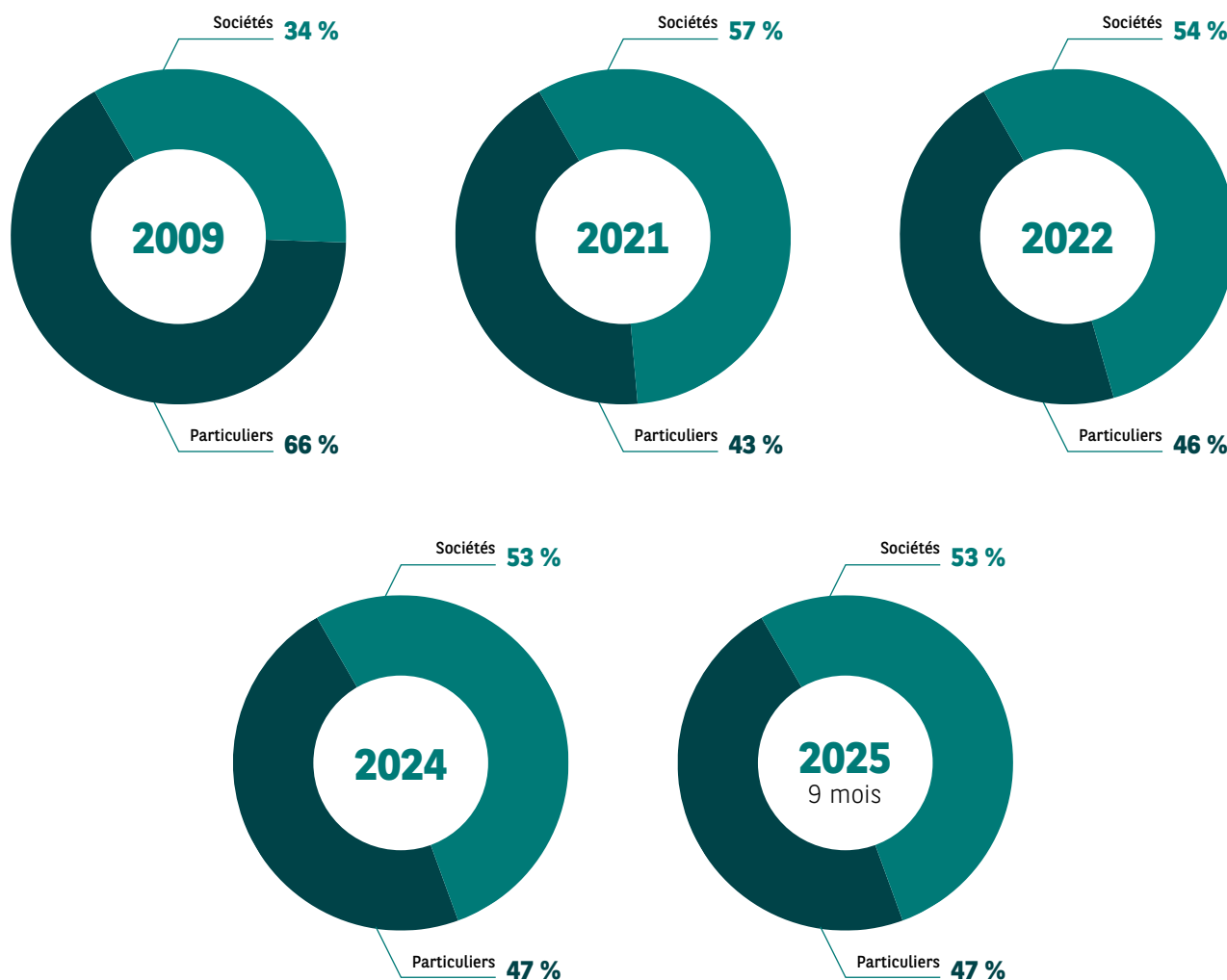
Part des véhicules électriques dans les nouvelles immatriculations de voitures

En %

	2015	2019	2023	2024
Allemagne	1	3	18	14
Belgique	1	3	20	29
Chine	1	5	24	25
Espagne	0	1	5	6
États-Unis	1	2	12	8
France	1	3	17	17
Italie	0	1	4	4
Japon	1	1	2	1
Norvège	22	56	82	89
Pays-Bas	10	15	31	35
Pologne	0	1	4	3
Portugal	1	6	18	20
Royaume-Uni	1	3	17	20
Turquie	0	0	0	9

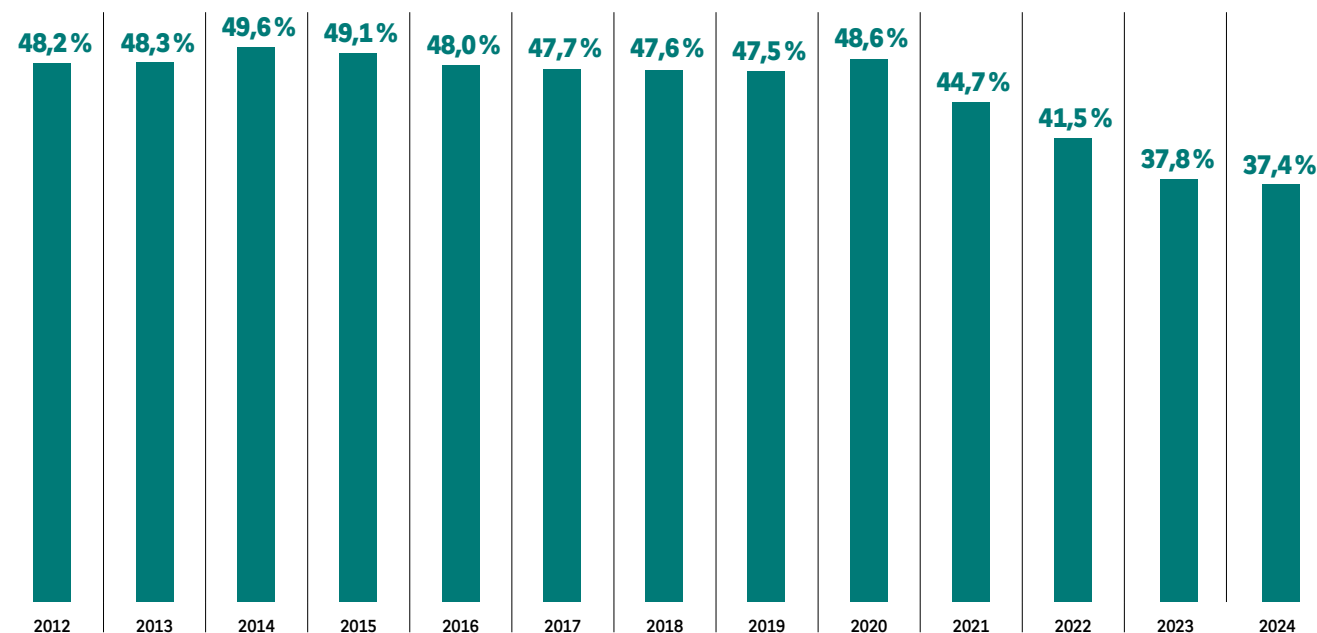
Sources : IAE, ACEA & Marklines.

La structure du marché du véhicule particulier neuf en France



Sources : Observatoire Cetelem de l'automobile, CCFA, C-Ways d'après SIV.

La part de marché des marques françaises* en France, sur le marché des VPN



*Marques françaises : Citroën, Peugeot, DS, Alpine et Renault. Sources : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile, CCFA, C-Ways d'après SIV.

Le marché du véhicule particulier d'occasion en France en 2025

Neuf premiers mois de 2025



Sources : C-Ways d'après SIV.

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.

Enquêtes menées **en ligne** et en simultané par **Harris Interactive** dans **13 pays** (9 en Europe, ainsi qu'en Turquie, Japon, Chine et États-Unis), 13 échantillons représentatifs de la population nationale de chaque pays, âgée de 18 ans et plus, interrogés du **30 juin au 11 juillet 2025**.

Au total, **15 774** personnes ont été interrogées, réparties dans les différents pays. La représentativité est assurée par la méthode des quotas et par un redressement appliqué aux variables suivantes : sexe, âge, région d'habitation et niveau de revenus (ou catégorie socio-professionnelle dans le cas de la France) des interrogés dans chacun des pays. Chaque pays a ensuite été remis à son poids au sein de l'échantillon global, selon la taille de sa population totale.

3 144 interviews ont été réalisées en France et plus de 1 000 dans chacun des autres pays.

Direction de l'étude : Flavien Neuvy

Co-rédaction : Luc Charbonnier et C-Ways

Conception : © Altavia Disko

Illustrations : Altavia Disko, Adobe Stock

#PROSPECTIVE

Suivez l'actualité de l'Observatoire Cetelem sur :

www.observatoirecetelem.com



@obs_cetelem

LinkedIn  **YouTube** 

OBSERVATOIRE
Cetelem

