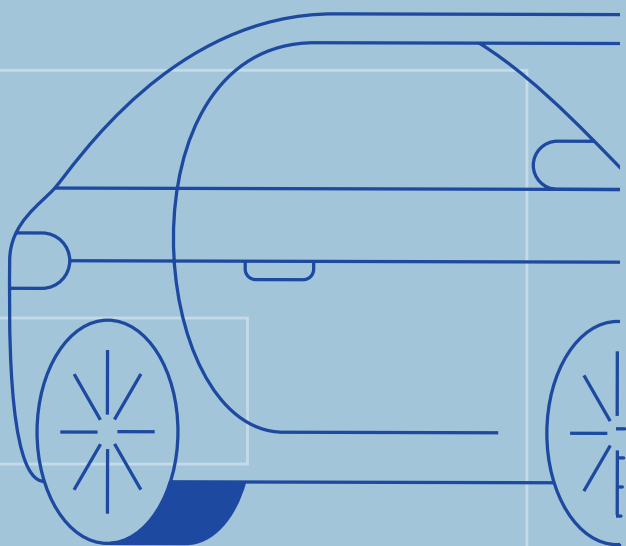


# AUTO

2020

MOBILITÉS, GÉOGRAPHIES, GÉNÉRATIONS

## LA FRACTURE AUTOMOBILE



**OBSERVATOIRE**  
Cetelem

BNP PARIBAS  
PERSONAL FINANCE

# ÉDITORIAL

## LA FRACTURE AUTOMOBILE

*L'industrie automobile doit relever des défis considérables : technologiques, environnementaux et sociaux. La réglementation évolue en permanence et les règles varient d'un continent à l'autre. Cela complexifie considérablement la tâche des constructeurs. Mais ce n'est pas tout. L'édition 2020 de l'Observatoire Cetelem montre que la place et l'usage de la voiture ne sont pas les mêmes selon que vous soyez en centre urbain ou à la campagne, selon votre âge ou votre pays d'habitation.*

*C'est une véritable fracture automobile qui saute aux yeux. Deux mondes qui ne vivent pas la même réalité quotidienne et qui ne se comprennent pas toujours. D'un côté celles et ceux pour lesquels la voiture est simplement vitale pour pouvoir se déplacer et donc pour pouvoir vivre, et de l'autre celles et ceux pour lesquels la voiture est un objet source de nuisances sonores, de pollution et de congestion urbaine.*

*Il faudrait la combattre d'un côté et de l'autre la protéger en limitant les coûts liés à son utilisation. Une équation impossible à résoudre ? Pas forcément, mais les ruptures en cours ne se feront pas sans heurt. Tout l'enjeu sera pour les pouvoirs publics de laisser le temps nécessaire aux constructeurs de s'adapter*

*aux nouvelles normes. Ils devront également adapter leur offre en fonction des continents. En Europe, les objectifs fixés en matière de réduction d'émissions de CO<sub>2</sub> rendent la voiture électrique incontournable. Les constructeurs devront en vendre beaucoup pour échapper aux lourdes amendes qui les guettent. Toutefois, les États-Unis, deuxième marché mondial, n'ont pas fait les mêmes choix et les gros 4x4 y ont encore un bel avenir. Mais sera-t-il possible pour un constructeur d'investir des milliards dans la voiture électrique tout en continuant à investir dans le moteur thermique ? Rien n'est moins sûr, et le désengagement récent du marché européen de certains constructeurs américains semble confirmer cette hypothèse.*

*Au-delà de cette fracture réglementaire qui se creuse entre les continents, les constructeurs, quels que soient leurs marchés de prédilection, devront répondre aux attentes et aux besoins des automobilistes qui sont parfois très divergents comme le montre notre nouvelle étude.*

*Je vous en souhaite une très bonne lecture.*

**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** (www.c-ways.com), spécialiste du Marketing d'Anticipation.

Les terrains de l'enquête consommateurs **quantitative** ont été conduits par **Harris Interactive** du 30 août au 20 septembre 2019 dans **15 pays** : Afrique du Sud, Allemagne, Belgique, Brésil, Chine, Espagne, États-Unis, France, Italie, Japon, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni et Turquie.

Au total, **10000 individus** ont été interrogés en ligne (mode de recueil CAWI). Ces individus, âgés de 18 à 65 ans, sont issus d'échantillons nationaux représentatifs de chaque pays. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge). 3000 interviews ont été réalisées en France et 500 dans chacun des autres pays.

**Codes pays** : Afrique du Sud (ZA), Allemagne (DE), Belgique (BE), Brésil (BR), Chine (CN), Espagne (ES), États-Unis (US), France (FR), Italie (IT), Japon (JP), Pays-Bas (NL), Pologne (PL), Portugal (PT), Royaume-Uni (UK), Turquie (TR).

Co-rédaction : Luc Charbonnier et C-Ways  
Coordination éditoriale : Patricia Bosc  
Conception : © Insign.

# SOMMAIRE

## 1. MA VOITURE – TOUJOURS – BIEN-AIMÉE .....5

Amour toujours .....	6
Posséder une voiture : raisons et sentiments.....	10
Transports en commun : l'alternative des jeunes et des urbains .....	14
Une voiture sérieusement idéale .....	16
Prêts à ne jamais posséder d'automobile .....	18

## 2. LES OMBRES D'UN DOUTE.....23

Protection de l'environnement : prise de conscience et jugement.....	24
Une question avant tout budgétaire.....	30
Rouler moins pour dépenser moins.....	36

## 3. DES SOLUTIONS D'UNE NOUVELLE MOBILITÉ QUI DOIVENT ENCORE FAIRE LEURS PREUVES.....41

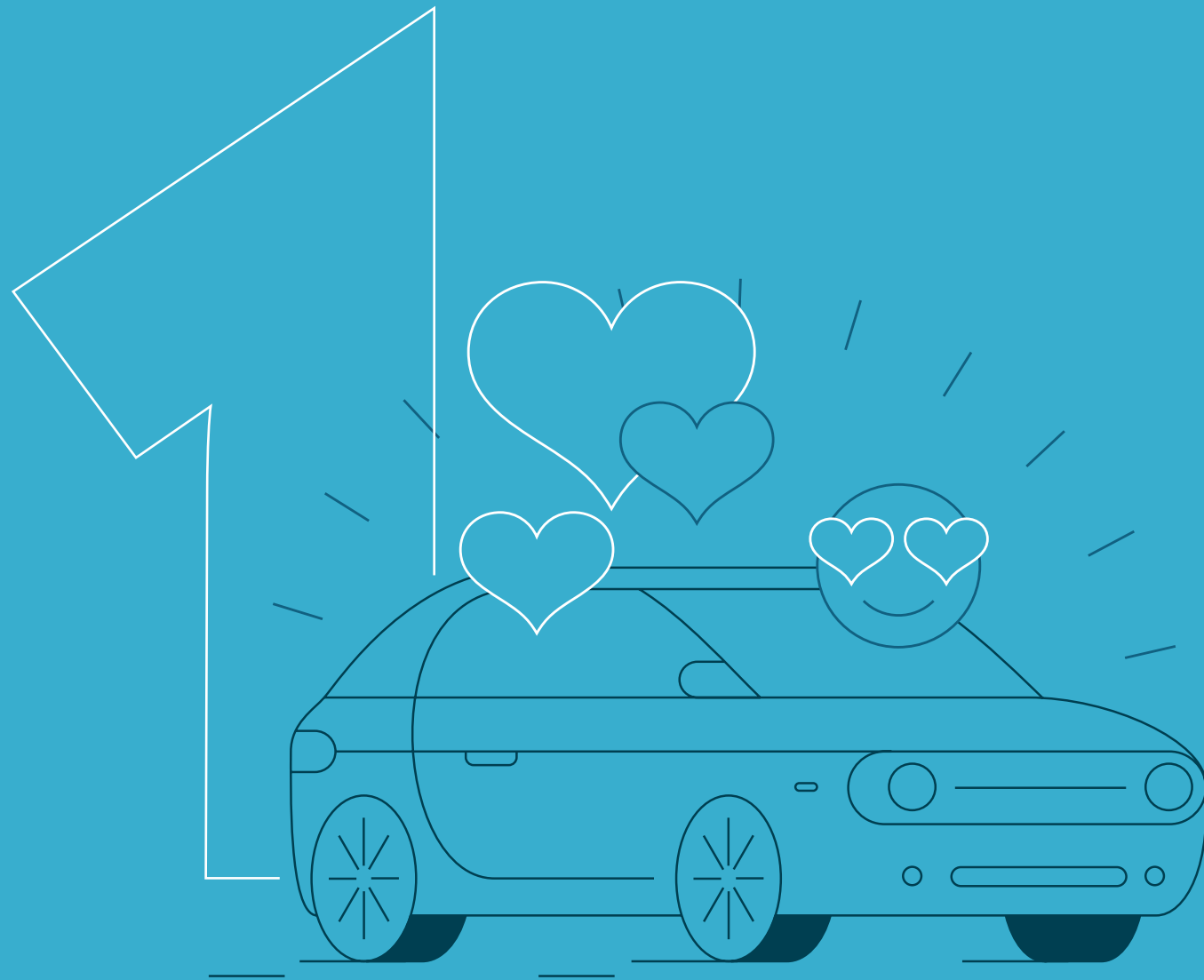
Réinventer l'automobile par le service.....	42
Faire du covoiturage : une question financière.....	46
Ne pas faire du covoiturage : il n'y a pas que l'argent dans la vie.....	48
Autopartage : un intérêt qui demande à être confirmé.....	52
La voiture, un espace qui reste protégé.....	58

## 4. DES SOLUTIONS POUR LE FUTUR MAIS DES FRACTURES PERSISTANTES.....65

L'automobile, pour longtemps encore.....	66
Le futur de l'automobile est en route .....	70
Des indicateurs qui précisent les fractures automobiles.....	72
Les jeunes et les urbains d'abord .....	74

## CHIFFRES CLÉS.....78

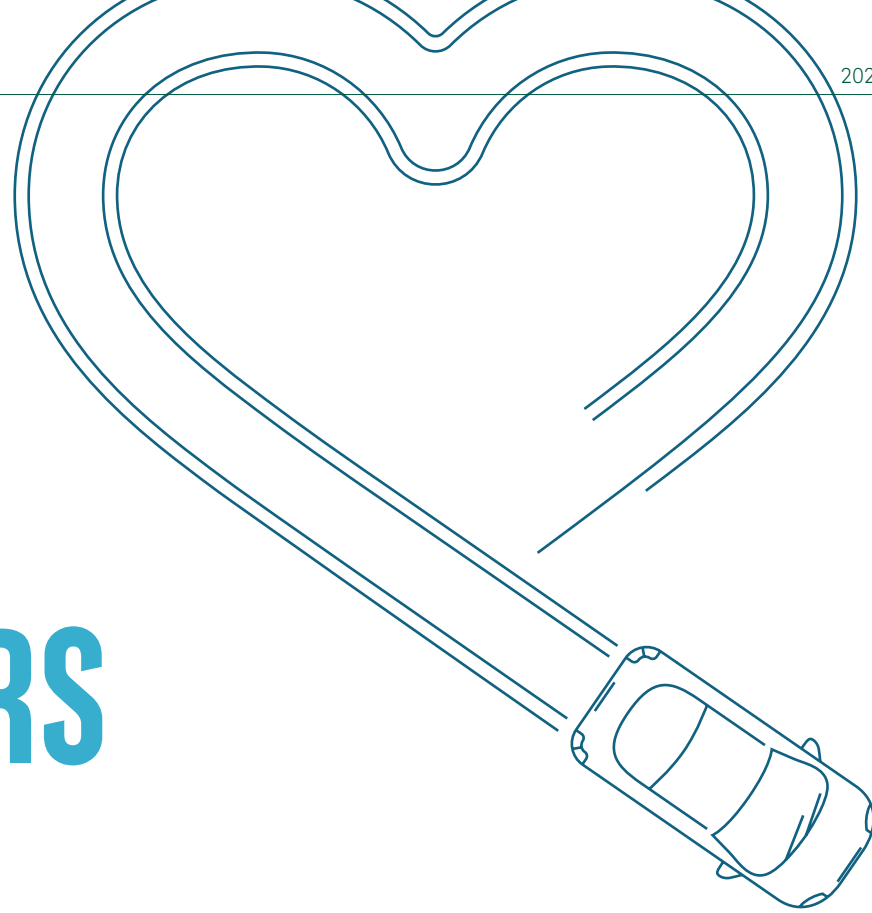
## FICHES PAYS .....85



## MA VOITURE – TOUJOURS – BIEN-AIMÉE

S'il est un domaine où amour semble rimer avec toujours, c'est bien le secteur automobile. Crises, suspicion, contraintes, évolution des modes de vie et des comportements, rien ne semble devoir altérer la place et l'usage d'un produit-star plus que centenaire qui se maintient très en forme. Mais l'amour que lui portent les automobilistes est loin d'être aveugle, les bons sentiments voisinant les bonnes raisons.

# AMOUR TOUJOURS



Produit manufacturé majeur et symbole du développement consumériste, l'automobile recueille les louanges d'admirateurs béats tout comme elle subit les foudres de contempteurs acharnés. Car s'il est une vérité bien établie depuis la création en 1769 par Joseph Cugnot du premier véhicule automobile, c'est que la voiture ne laisse pas indifférente.

En 2017, L'Observatoire Cetelem intitulé « Ma voiture bien aimée » soulignait que 9 automobilistes sur 10 en avaient une bonne, voire une très bonne opinion. Et pour 8 sur 10, il était hors de question de s'en passer.

## UN ENGOUEMENT QUI NE FAIBLIT PAS

Trois ans plus tard, la voiture a toujours la cote dans des proportions quasiment identiques. 8 personnes sur 10 se déclarent attachées au véhicule qu'elles possèdent (Fig.1). L'Italie, la Pologne et l'Espagne rassemblent les plus enthousiastes (9/10), tandis que la Belgique et la Chine tempèrent légèrement cet unanimisme (7/10). La France se situe dans la moyenne alors que les États-Unis, pays de l'autoreine, affichent une ferveur légèrement moindre.

## AUGMENTATION DU TAUX DE MOTORISATION : DES PREUVES D'AMOUR

S'il fallait une preuve de l'engouement suscité par l'automobile, les chiffres du taux de motorisation (Fig. 2 et 3) en seraient l'une des plus évidentes.

Ces dernières années, ils n'ont cessé de croître dans les pays de l'Observatoire Cetelem, à deux réserves près. Les grands centres urbains occidentaux affichent une décrue de l'équipement. La Chine, où les ventes reculent actuellement, continue de voir son taux de motorisation augmenter. Cependant, elle enregistre encore le plus faible score de ce classement suivie de près par l'Afrique du Sud, la Turquie et le Brésil. Ces pays, moins équipés et de façon plus récente, forment un quatuor au comportement homogène et distinct de celui du reste de la planète. Un quatuor singulier illustrant la fracture géographique internationale qui touche sur certains sujets le secteur automobile. Sans surprise, les États-Unis trônent en haut du classement du nombre de voiture par habitant.

Fig. 1

### Êtes-vous attaché à votre voiture ?

En %, somme des « Oui » (Tout à fait/Plutôt)  
Question posée aux seuls possesseurs d'une voiture

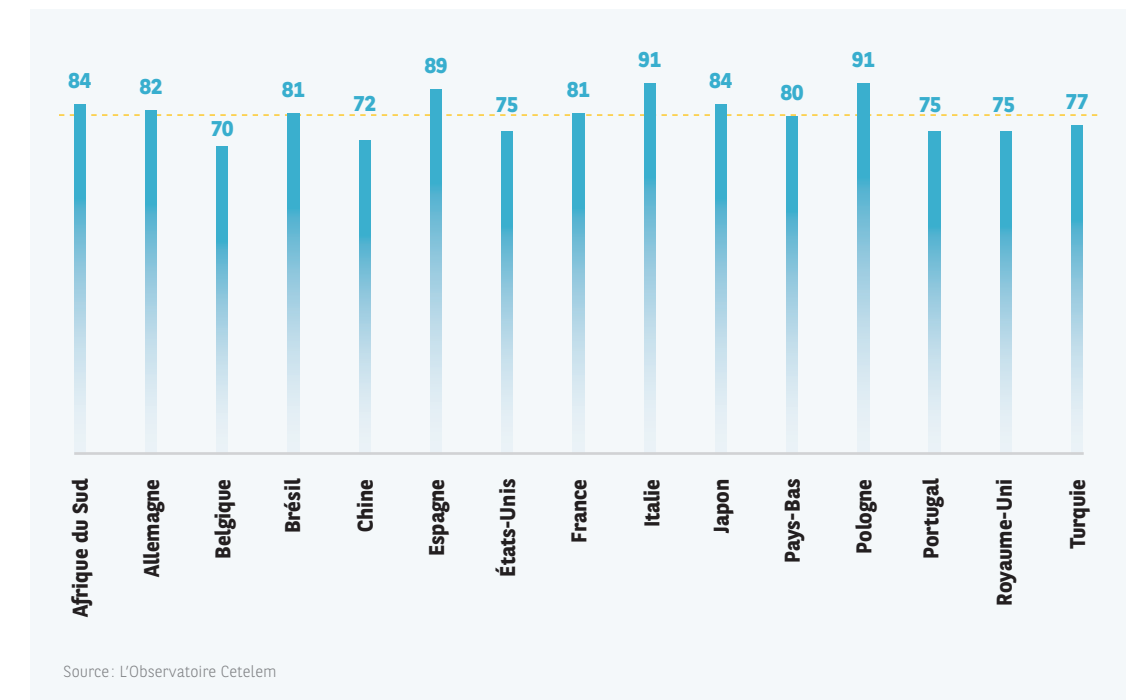
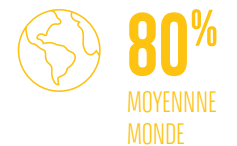


Fig. 2

**Taux de motorisation en 2017**

Nombre de véhicules pour 1000 habitants

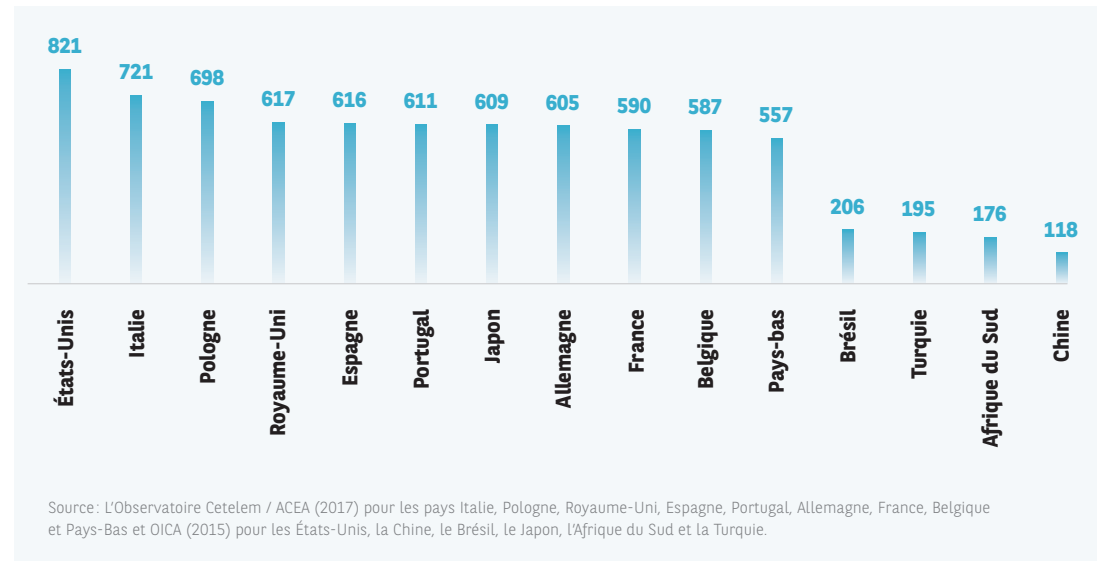
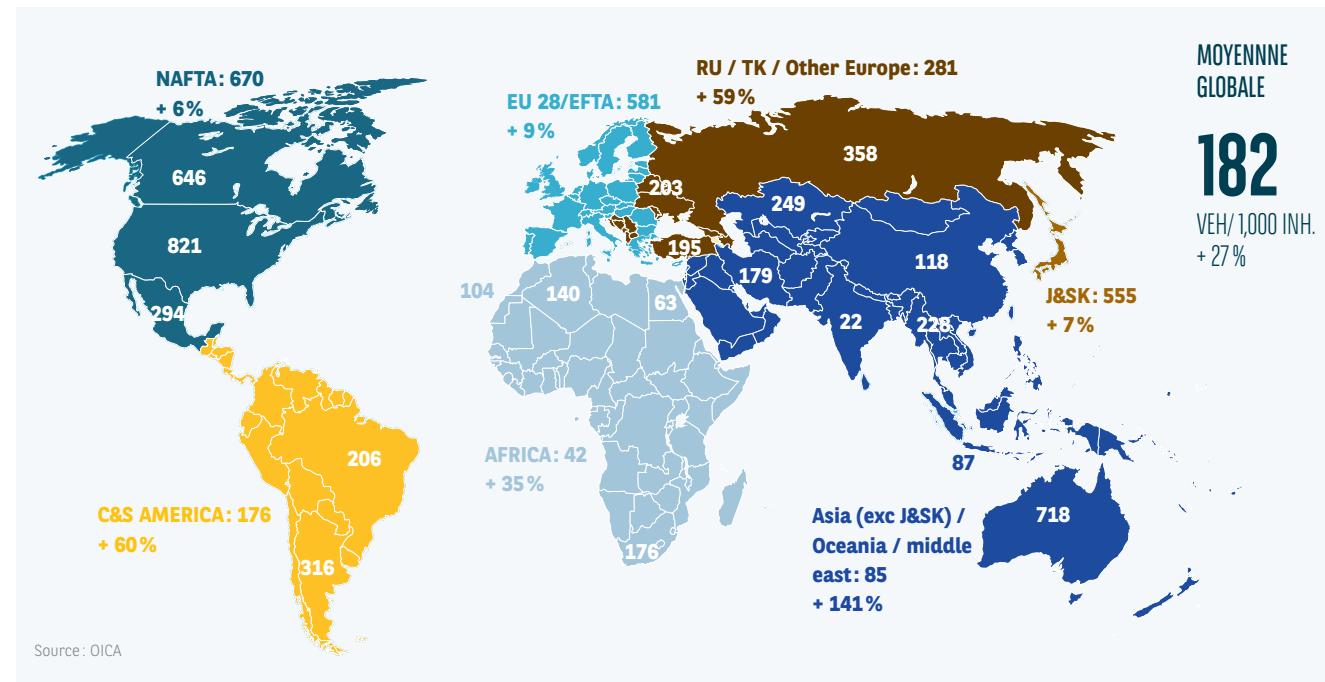


Fig. 3

**Évolution du taux de motorisation entre 2005 et 2015**



**LA COTE AVEC LES JEUNES**

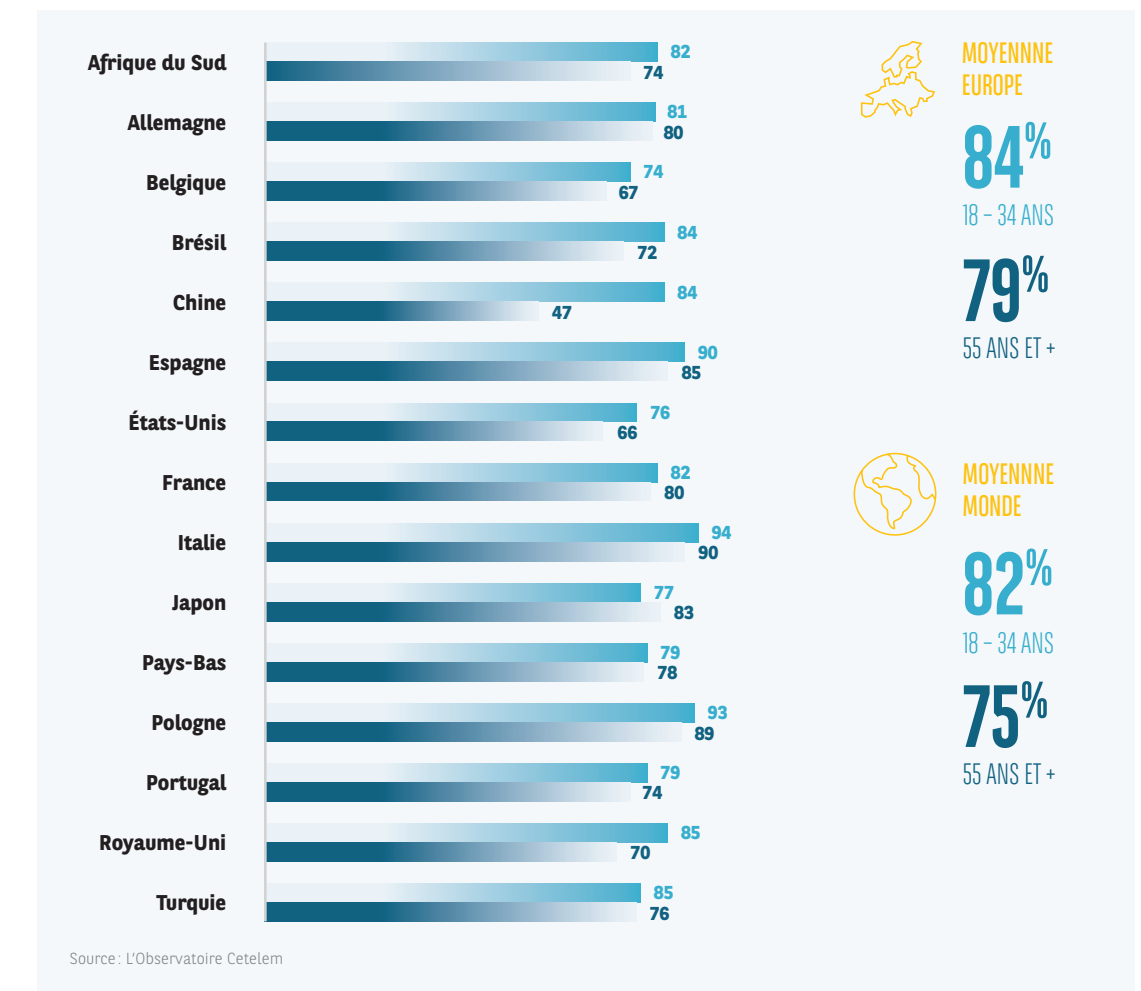
Autre bonne nouvelle pour les constructeurs, les millennials, vivier de futurs clients, sont plus enclins que leurs aînés à déclarer leur attachement (Fig. 4). Une différence générationnelle qui constitue certainement la plus importante fracture mise en évidence par l'enquête. En Chine, les millennials sont même deux fois plus nombreux que les seniors à revendiquer cet attachement. Le développement massif et récent de l'automobile explique pour beaucoup cet écart. Pour les plus jeunes,

l'automobile fait depuis toujours partie de leur vie. Ce n'est pas le cas des seniors qui ont longtemps vécu sans automobile. Parce que les millennials habitent plus naturellement en ville, c'est dans les agglomérations de plus de 1 million d'habitants que l'affection pour l'automobile est le plus revendiquée. Une nouvelle fracture qui amène à considérer différemment la «voiture des villes» et la «voiture des champs». Les écarts sont particulièrement sensibles en Chine, aux États-Unis et au Japon, pays aux nombreuses mégapoles.

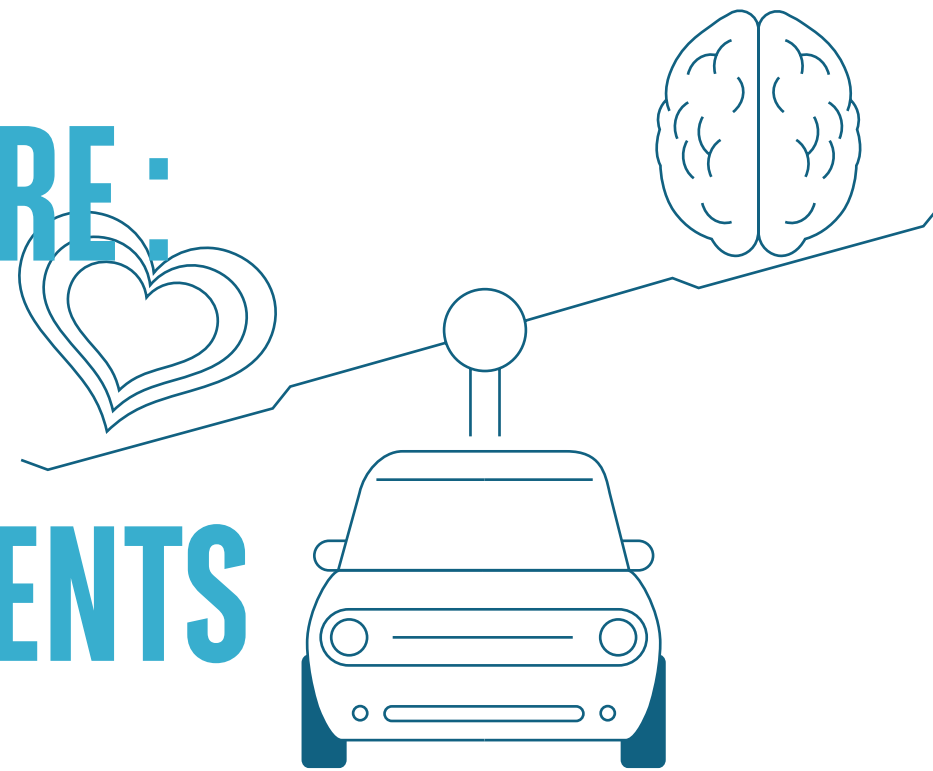
Fig. 4

**Êtes-vous attaché à votre voiture?**

En %, somme des «Oui» (Tout à fait/Plutôt)



# POSSÉDER UNE VOITURE: RAISONS ET SENTIMENTS



Au-delà de cet « amour » de l'automobile, diverses raisons, mêlant pragmatisme et idéalisme, invitent à en faire l'acquisition (Fig. 5 et 6). Pour 39% des personnes interrogées, une voiture est avant tout indispensable pour se déplacer, surtout pour les ruraux (47%) et les seniors. (44%). Une caractéristique particulièrement mise en avant en Italie, en Belgique et au Japon, beaucoup moins en Allemagne. Mais la voiture n'est pas seulement un objet pratique, elle reste aussi porteuse de rêve. Pour 17% des automobilistes, c'est un moyen de liberté incomparable. Cet avis est également partagé quelle que soit la génération, notamment par les Espagnols et les Allemands (40% et 31%). À l'opposé, les Japonais sont seulement 5% à associer automobile et liberté.

Pour 12%, la voiture est un plaisir en soi qui ne saurait être boudé, surtout par les Américains et les Sud-Africains (22%). Seulement 5% des Portugais se demandent où il y a du plaisir à conduire. À ce sujet, les millennials, sans doute parce qu'ils projettent ou découvrent le potentiel plaisir de l'automobile, se montrent plus enthousiastes que leurs aînés qui, avec le temps, semblent avoir fait le tour de la question (15% vs 9%).

Enfin, 11% jugent ensuite que la voiture est une contrainte économique. 9% estiment qu'elle est de moins en utile comparée aux offres de transports de plus en plus nombreuses (transports en commun, autopartage, covoiturage, etc.).

Fig. 5

**Pour vous aujourd'hui posséder une voiture, c'est avant tout... ?**  
En %, une seule réponse possible

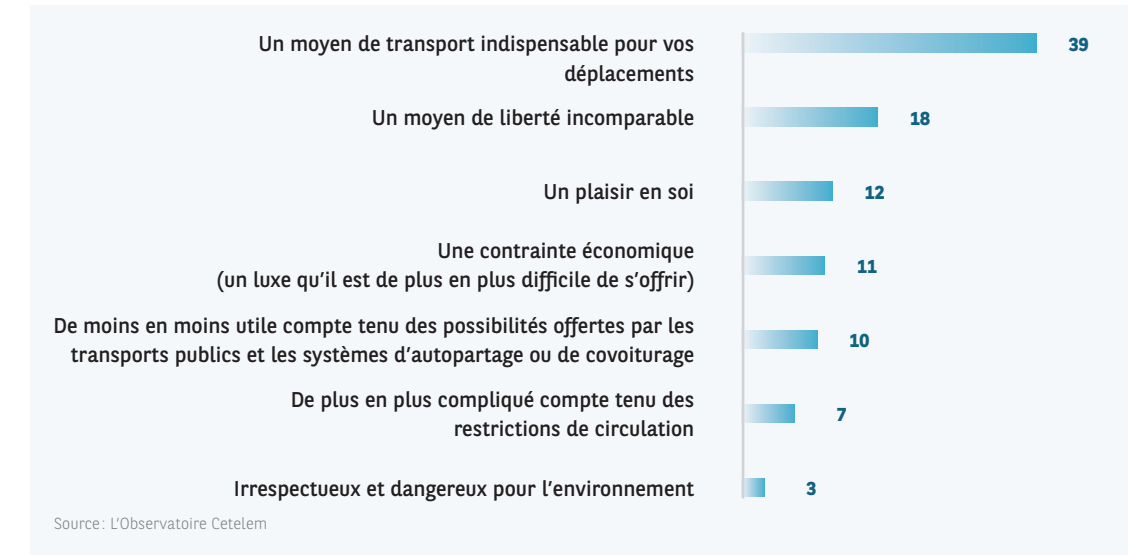
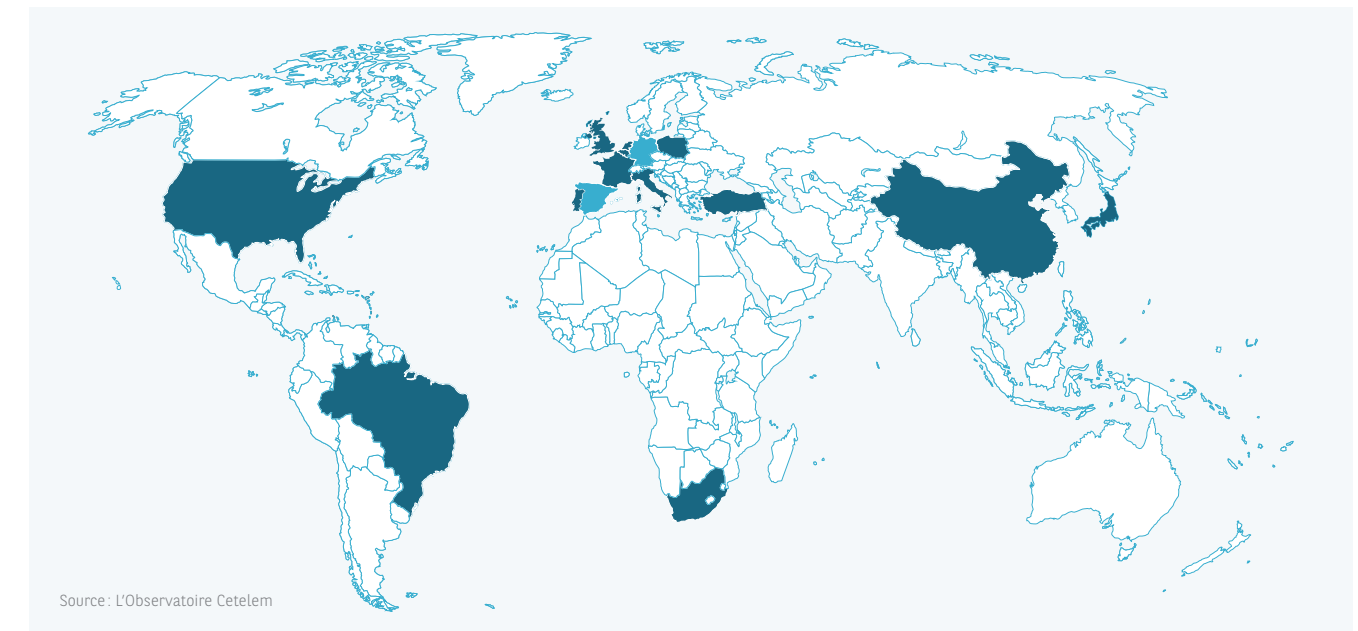


Fig. 6

**Pour vous aujourd'hui posséder une voiture, c'est avant tout... ?**  
Les couleurs représentent la proposition majoritaire dans chaque pays



● Un moyen de transport indispensable pour vos déplacements  
● Un moyen de liberté incomparable



### CONSERVER SA VOITURE : UN CHOIX PRINCIPALEMENT AFFECTIF

Lorsqu'ils expriment les raisons qui les poussent à conserver leur véhicule, les automobilistes distinguent cette fois davantage les dimensions idéalistes que pragmatiques (Fig. 7 et 8).

Pour 59% des personnes interrogées, la liberté procurée est à leurs yeux décisive. Africains du Sud, Portugais et Allemands composent le trio le plus épris de liberté (74%, 69%, 66%), alors que Japonais et Chinois en font le moins état (44% et 52%). Les Français se situent quant à eux dans une juste moyenne.

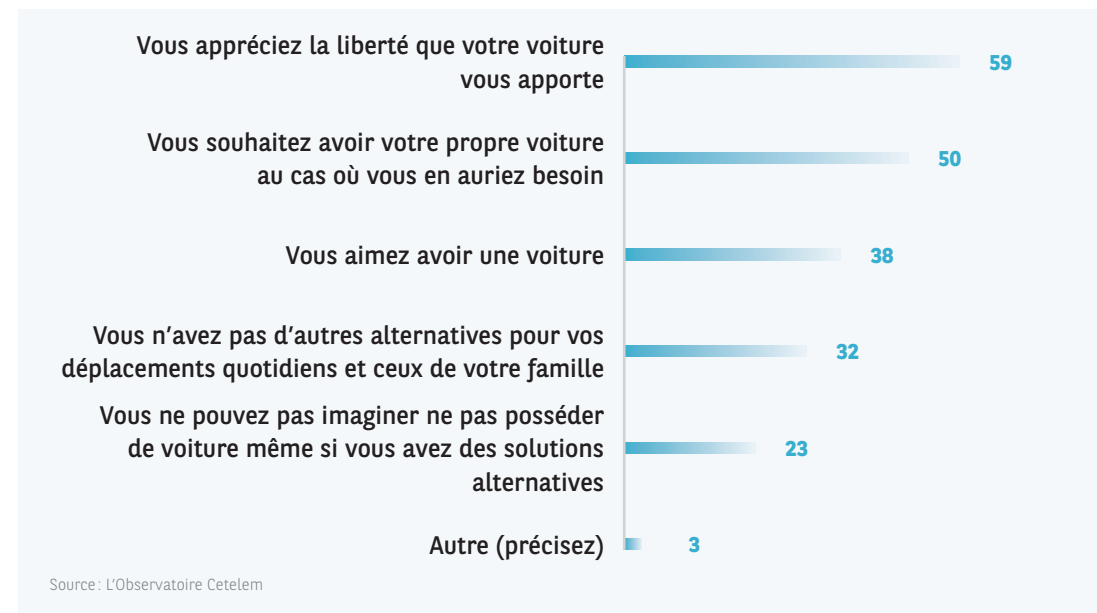
38% affirment tout simplement aimer leur voiture. Les Sud-Africains lui déclarent majoritairement leur flamme (60%), tout comme les Américains et les Britanniques, fidèles à leur image de passionnés d'automobile (57% et 52%). En revanche, à l'encontre d'un certain cliché, les Italiens sont les moins épris de leur voiture (22%).

23% n'imaginent même pas se passer de voiture. Les Sud-Africains sont une fois encore les plus nombreux à repousser cette perspective (35%). À l'opposé, les Chinois, dont le pays est le premier marché automobile, et les Italiens résistent peu à cette idée (12% et 14%).

Fig. 7

#### Pourquoi n'êtes-vous pas prêt à vous séparer de votre voiture ?

En %, plusieurs réponses possibles



### SAVOIR RAISON (ET AUTOMOBILE) GARDER

D'autres raisons plus raisonnables conduisent les automobilistes à ne pas vouloir lâcher le volant pour l'ombre.

50% des personnes interrogées estiment qu'elle reste indispensable au cas où elles en auraient besoin, surtout en Chine (61%), beaucoup moins en Turquie (26%). 32% jugent n'avoir pas d'autre alternative pour se

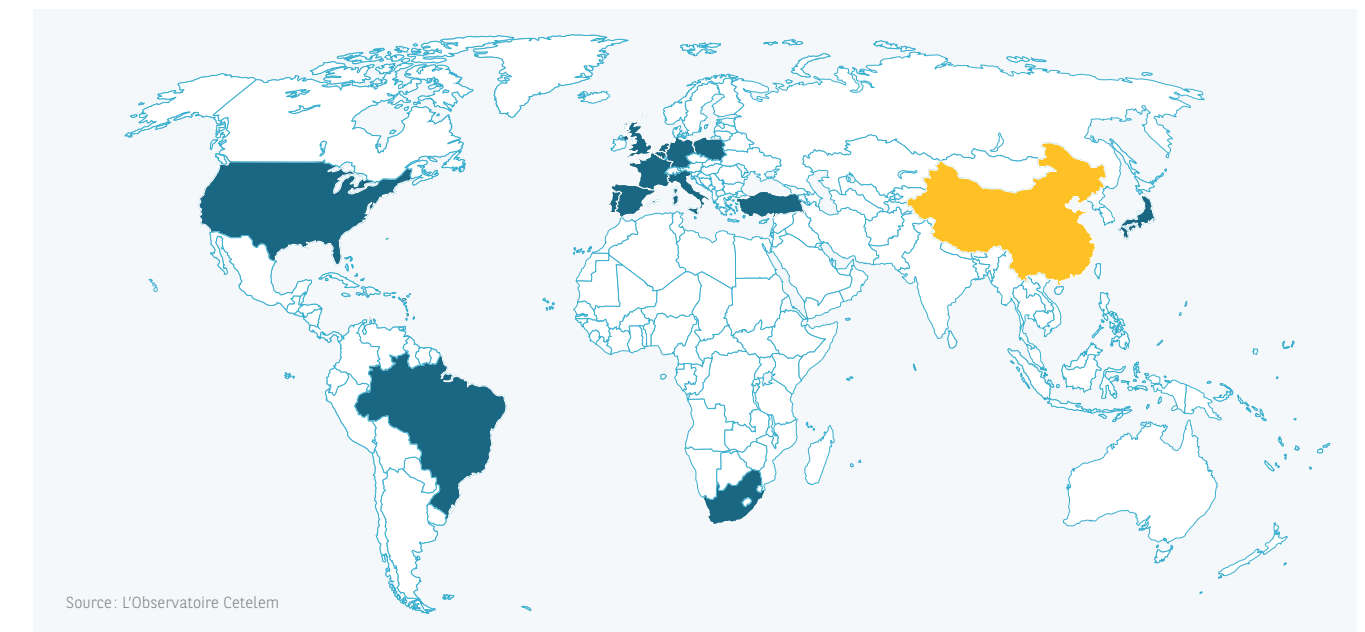
déplacer, les Français étant les plus nombreux dans ce cas (44%).

Ce résultat explique en creux pourquoi toucher en France à l'automobile peut se transformer en sujet potentiellement explosif (cf. le mouvement des « gilets jaunes »). À l'inverse, il est possible d'habiter un grand pays, au sens géographique, comme le Brésil et être seulement 15% à juger la voiture sans concurrent crédible.

Fig. 8

#### Pourquoi n'êtes-vous pas prêt à vous séparer de votre voiture ?

Les couleurs représentent la proposition majoritaire dans chaque pays

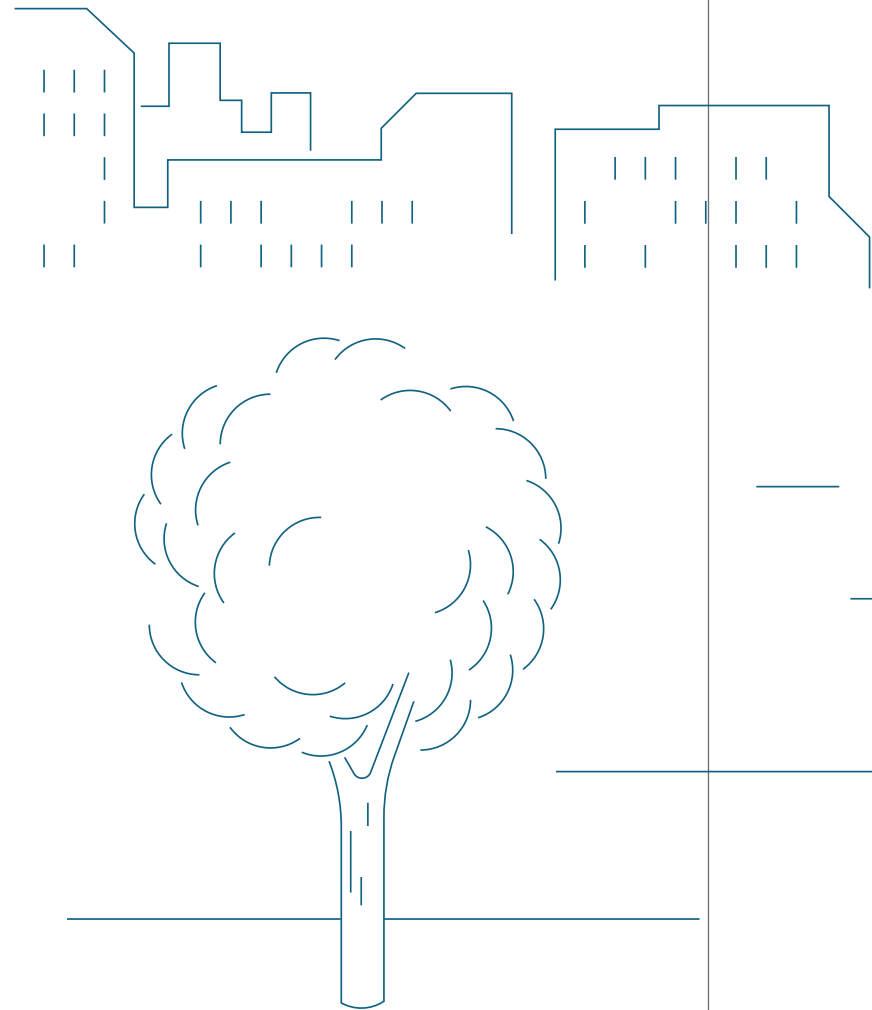


● Vous appréciez la liberté que votre voiture vous apporte

● Vous souhaitez avoir votre propre voiture au cas où vous en auriez besoin



# TRANSPORTS EN COMMUN : L'ALTERNATIVE DES JEUNES ET DES URBAINS



Pour beaucoup, l'alternative au déplacement automobile réside dans la possibilité de prendre les transports en commun (Fig. 9). Deux tiers des personnes interrogées estiment que leur réseau est suffisamment développé autour de leur domicile, les Chinois, les Néerlandais et les Britanniques étant les plus nombreux (86%, 80% et 78%). Cette satisfaction envers le réseau de transport en commun se teinte d'une double tonalité urbaine et

générationnelle. Dans les grandes métropoles, certains résultats sont plébiscitaires comme en Pologne (100%), en Allemagne, en Chine et au Japon (96%, 96%, 95%). Avec 92%, les Français des villes jugent aussi positivement leur réseau de transports en commun. Les millennials, sauf en Turquie, apprécient son développement. En Afrique du Sud, cette approbation de la jeunesse est significativement la plus forte: 65% contre seulement 12% pour les seniors.

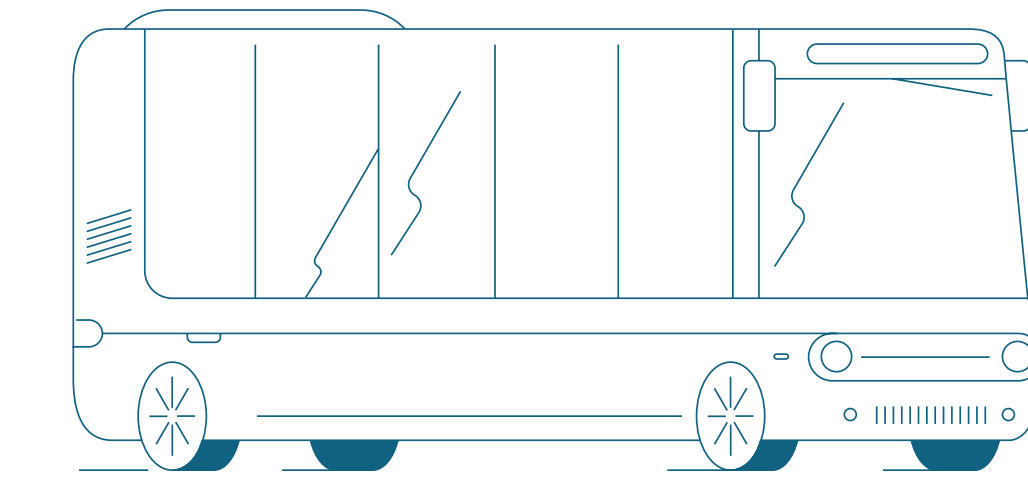
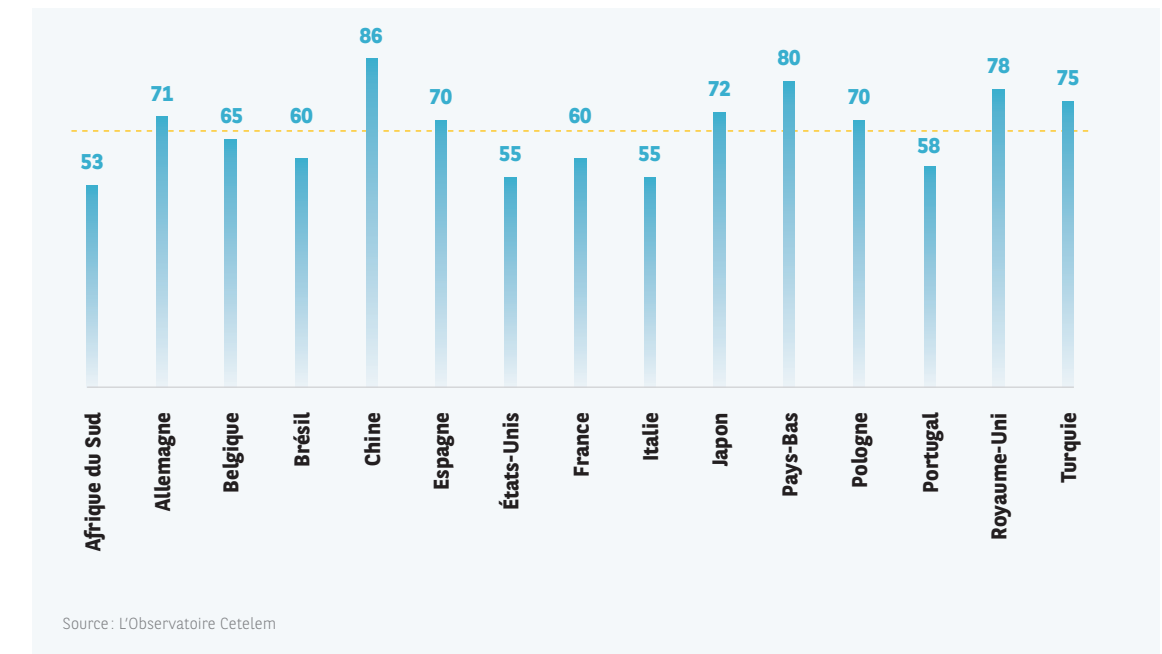


Fig. 9

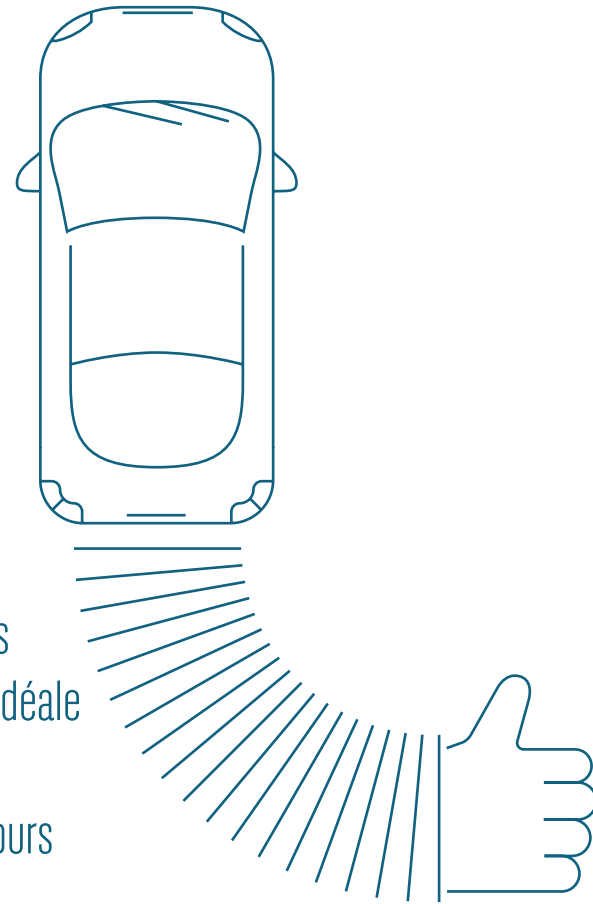
**Estimez-vous que le réseau de transports en commun autour de votre domicile est ... ?**  
 En %, somme des « Développé » (Très/Assez)  
 1 seule réponse possible

**67%**  
 MOYENNE EUROPE

**67%**  
 MOYENNE MONDE



# UNE VOITURE SÉRIEUSEMENT IDÉALE



Alors oui, on aime sa voiture, oui elle est porteuse de valeurs comme la liberté, oui on y est très attaché. Et oui la voiture idéale existe. Seulement 8 % des personnes interrogées pensent le contraire. Pour autant, cette voiture idéale se pare des atours de la réalité la plus prosaïque.

## DE SOLIDES QUALITÉS

L'automobile est idéale (Fig. 10) si on y est d'abord en sécurité (42%), avec des Espagnols, des Africains du Sud et des Japonais qui lui associent majoritairement cette qualité. La voiture idéale se doit d'être aussi confortable (34%). Là encore, les Japonais se montrent les plus sensibles à ce sujet, suivis par les Brésiliens. Seulement 10% des Allemands mettent en avant cette caractéristique, sans doute parce que la berline germanique est à leurs yeux par essence confortable.

Un trio de réponses recueille ensuite des opinions à peu près identiques. Pour un peu plus du quart des personnes interrogées, la voiture idéale doit durer longtemps, coûter

le moins cher possible à l'achat et à l'utilisation, et être agréable à conduire. Notons que ces critères sont presque toujours surévalués à la campagne et par les seniors.

## RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT, OUI MAIS...

26% affirment aussi qu'une voiture doit avoir une faible empreinte écologique. Les Américains et les Brésiliens se montrent les moins pressés à mettre en avant cette caractéristique, ce qui fait écho au peu d'égard vis-à-vis de l'environnement dont font preuve leurs dirigeants respectifs actuels.

Mais quand on sait que 3% des personnes interrogées estiment que posséder un véhicule est irrespectueux et

dangereux pour l'environnement, on peut en conclure que les automobilistes considèrent que la voiture elle-même doit être écologique, plus que son propriétaire.

## NI STATUTAIRE, NI VISIONNAIRE

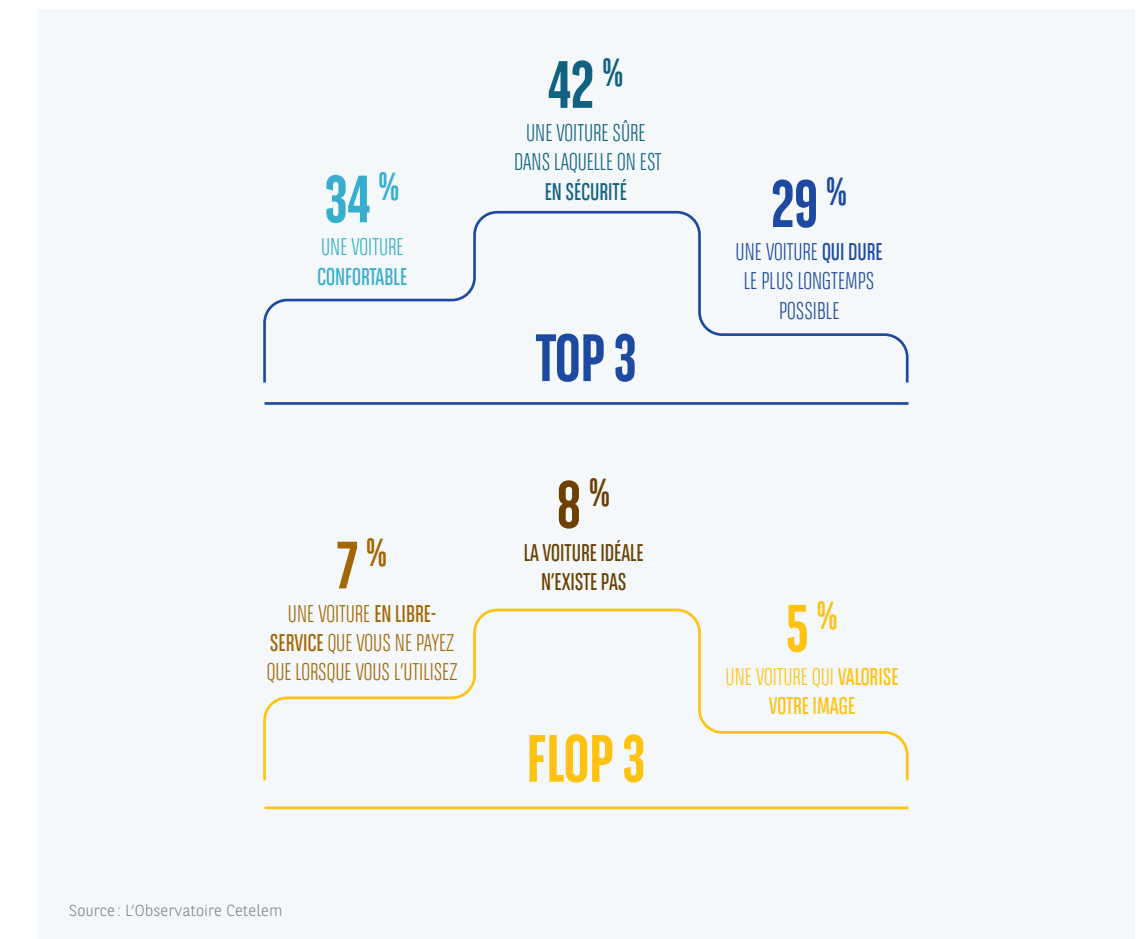
En dernière position de ce classement de la voiture idéale, la dimension statutaire de la voiture recueille un petit 5%. Ce résultat confirme un changement définitif mis en évidence dans de nombreuses études de l'Observatoire

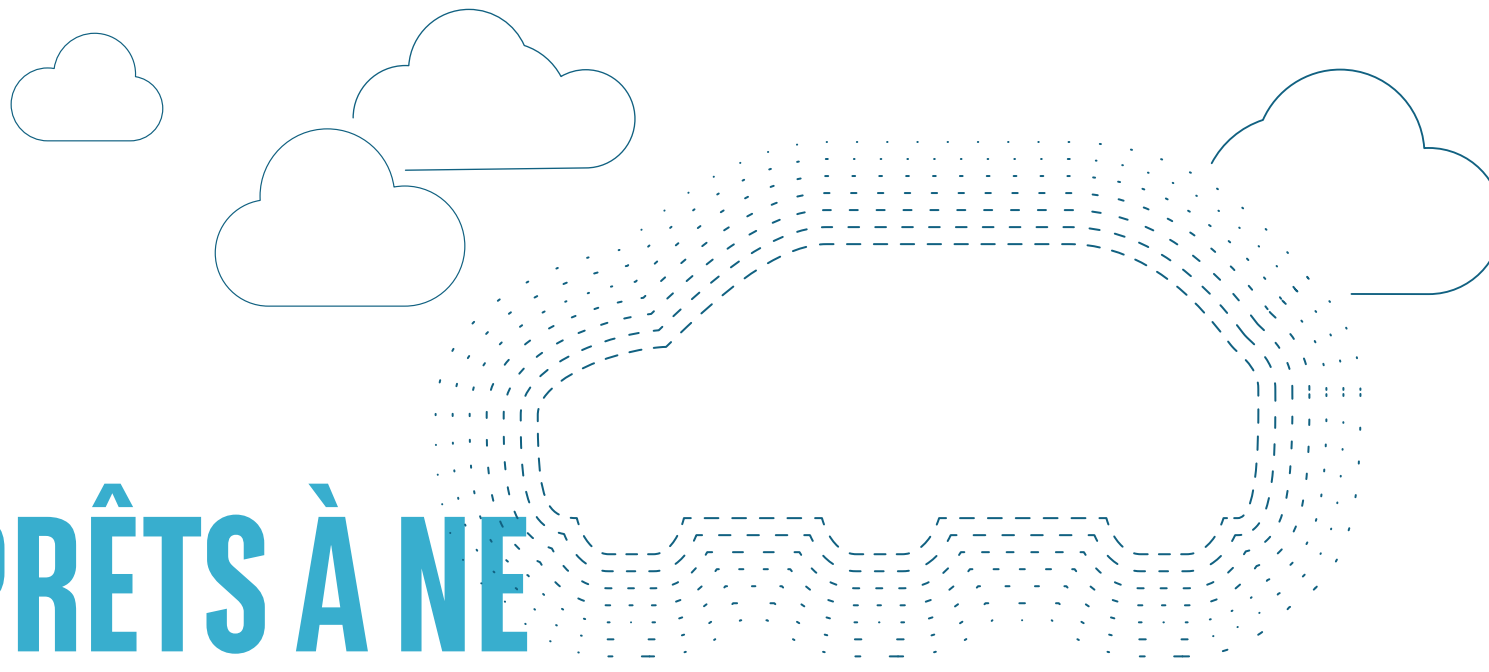
Cetelem, notamment « Ma voiture bien-aimée ». Les millennials, les urbains, les Chinois et les Japonais sont un peu plus sensibles que la moyenne à la valorisation de leur image grâce à l'automobile. Enfin, il apparaît que la voiture idéale est loin d'être associée à une modernité triomphante, tant dans sa conception que dans son usage. 8% la voit comme ultra-technologique et 7% en libre-service, qui ne coûte que si on l'utilise.

Fig. 10

## Pour vous, la voiture idéale serait ... ?

Jusqu'à quatre réponses possibles





# PRÊTS À NE JAMAIS POSSÉDER D'AUTOMOBILE

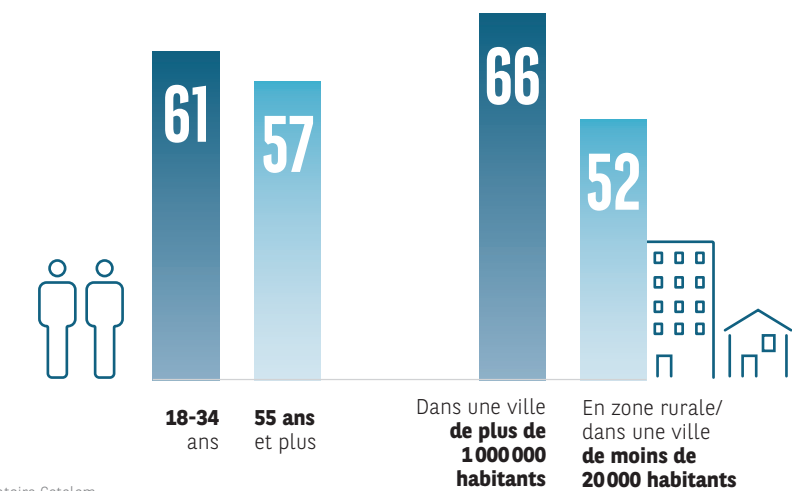
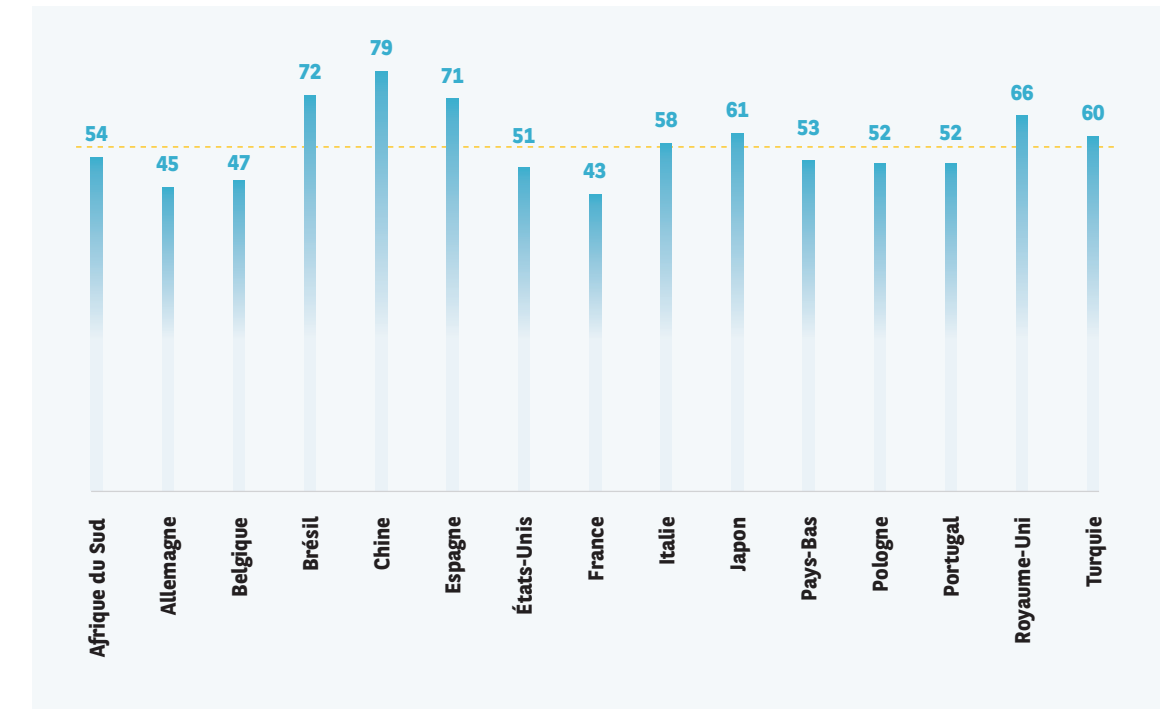
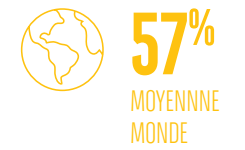
Mais si aux yeux des automobilistes la voiture idéale existe, il ne leur paraît plus indispensable de la posséder, du moins à certaines conditions (Fig. 11 et 12). 6 sur 10 l'affirment. 8 Chinois sur 10 le pensent haut et fort. À l'opposé, les Français sont les moins nombreux à envisager un futur sans voiture (43%).

Les millennials sont les plus enclins à envisager une vie sans posséder de voiture, même si des différences existent entre les pays. Les urbains sont partout majoritaires à l'affirmer. Cette position radicale repose sur un changement de paradigme à la fois écologique et économique, générateur de fractures sensibles.

Fig. 11 et 12

**Pourriez-vous imaginer ne jamais posséder de voiture de toute votre vie (ou ne plus en posséder)?**

En %, somme des «Oui»  
(Tout à fait/Sous certaines conditions)

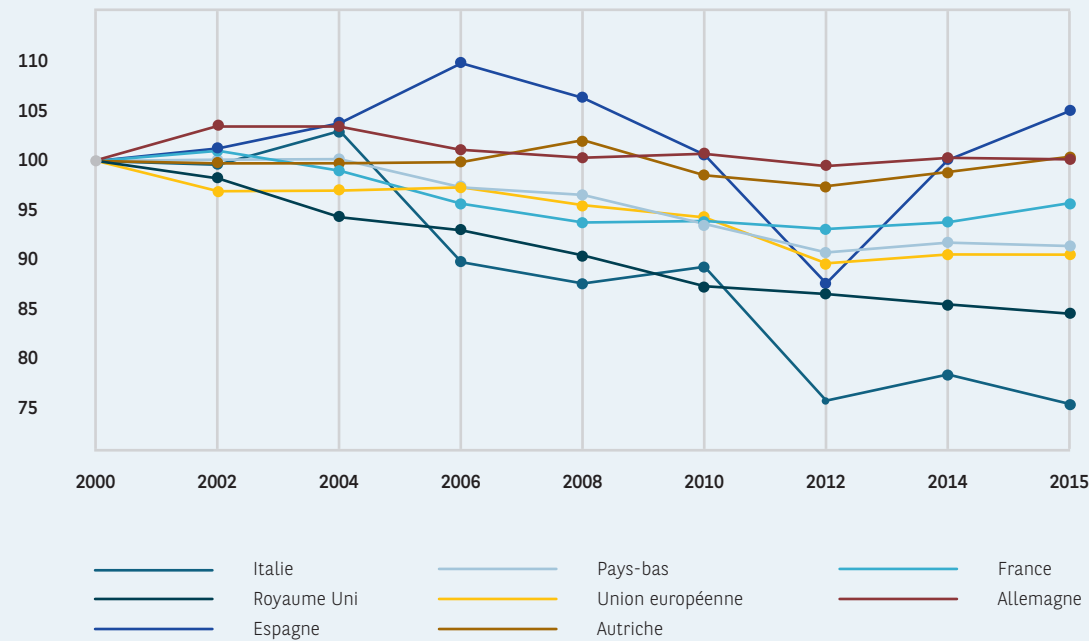


Source: L'Observatoire Cetelem

## Un kilométrage qui ne diminue plus

Après avoir connu une baisse continue entre 2000 et 2012, le nombre de kilomètres parcourus par voiture semble s'être stabilisé dans de nombreux pays. Il augmente même à nouveau dans certains pays (Espagne, Autriche, France). Si ce regain de kilomètres parcourus est intervenu à la faveur d'une baisse des coûts des carburants, il n'en reste pas moins une nouvelle preuve que la voiture reste bien indispensable quand bien même on envisage désormais de ne pas en posséder une à tout prix.

**KILOMÉTRAGES ANNUELS MOYENS PAR VOITURE (INDICE 100 EN 2000)**



Source : Enerdata

# ESPRIT DE SYNTHÈSE

## LES CHIFFRES CLÉS



8 personnes sur 10 sont attachées à leur voiture.



4 sur 10 jugent l'automobile avant tout indispensable pour se déplacer.



6 sur 10 gardent leur véhicule pour la liberté qu'il procure.



9 sur 10 pensent que la voiture idéale existe.



6 sur 10 sont prêtes à vivre sans posséder d'automobile.

## LES FRACTURES

- Les millennials et les urbains sont plus attachés à leur voiture que leurs aînés.
- Il persiste une fracture géographique en termes de motorisation entre les pays « émergents » et les autres pays de l'étude.
- La voiture est « pratique » pour les seniors et les ruraux et synonyme de « plaisir » pour les millennials.
- Les transports en commun sont un concurrent sérieux de l'automobile pour les jeunes et les urbains.

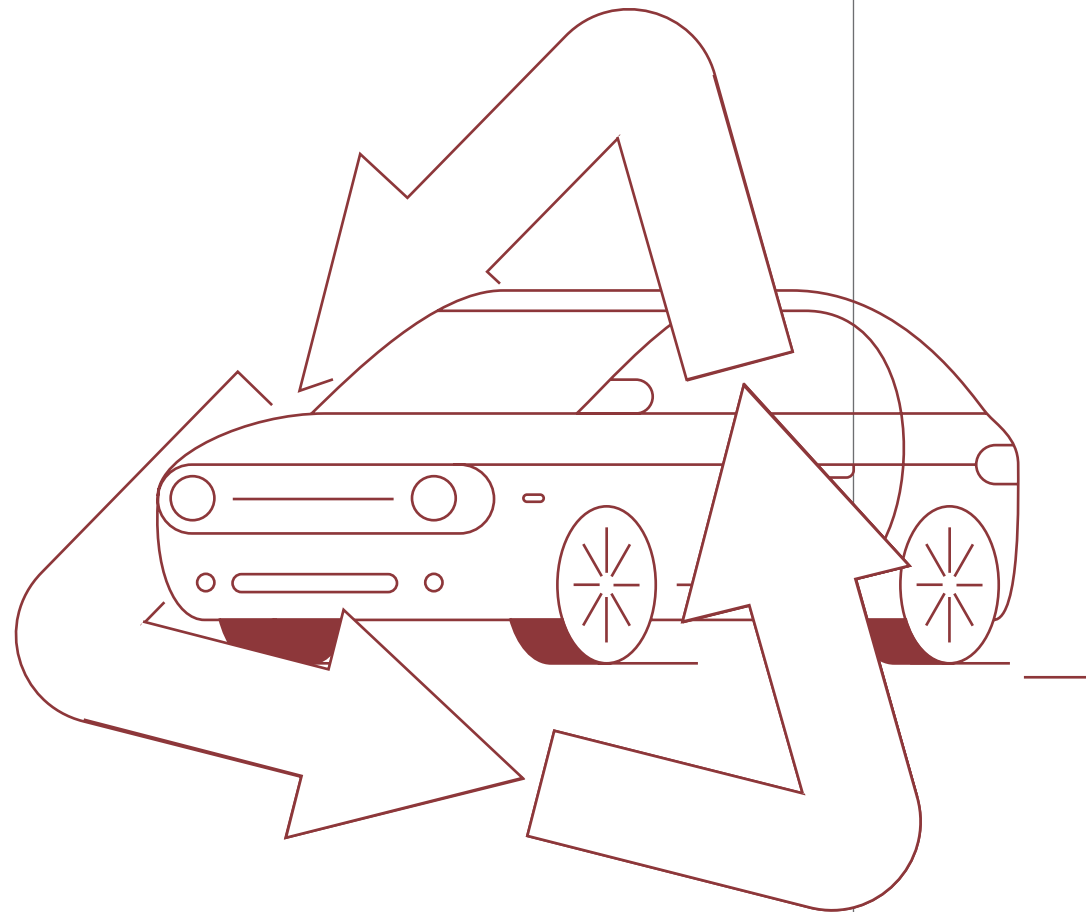
# LES OMBRES D'UN DOUTE

Derrière l'image d'une automobile aimée, à laquelle les automobilistes sont très attachés, apparaissent des fractures d'ordres générationnel et géographique qui viennent tempérer un portrait idéalisé.

Les problématiques économiques et écologiques induisent notamment de fortes oppositions entre millennials et seniors, urbains et ruraux, habitants des économies développées et des pays émergents.

# PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT : PRISE DE CONSCIENCE ET JUGEMENT

En l'espace de quelques années, la problématique écologique s'est imposée à tous, au-delà des seules sphères scientifiques. Et le secteur automobile n'échappe pas à ce changement, cette évolution se traduisant par des changements concrets.



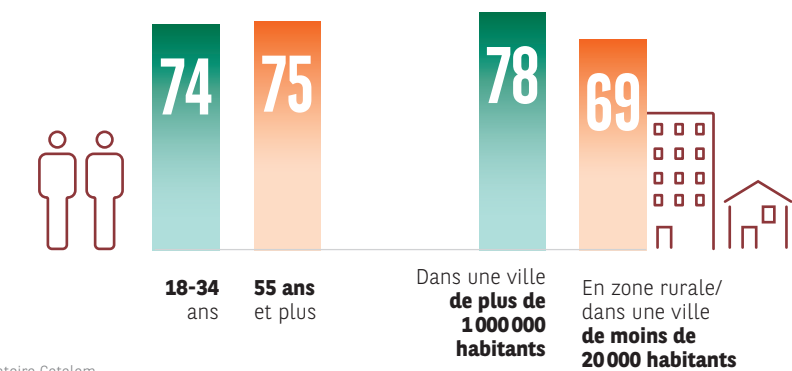
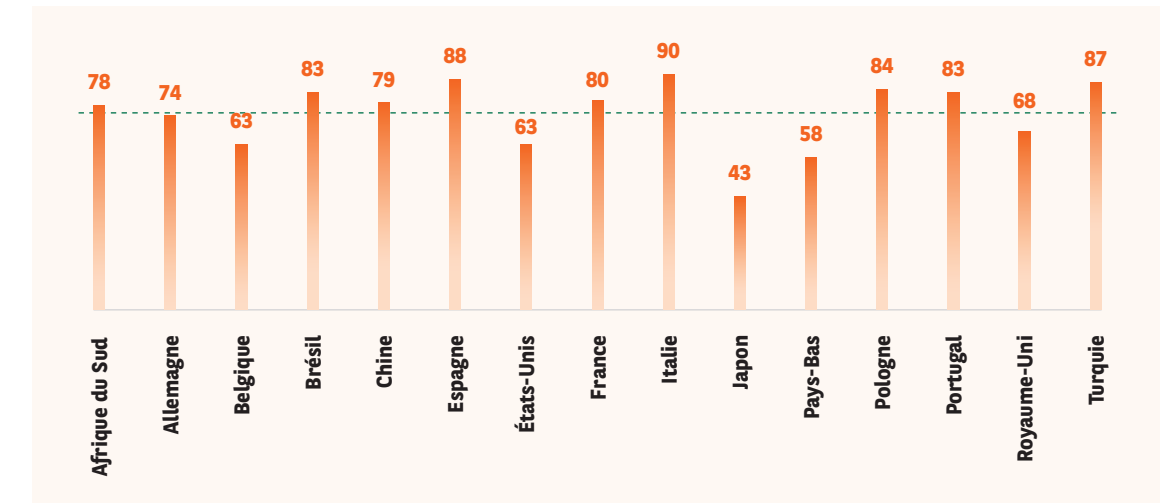
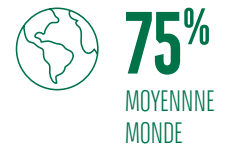
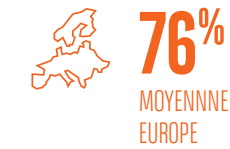
## CHANGEMENT D'ATTITUDE

Trois quarts des personnes interrogées sont sensibles à l'environnement et déclarent avoir réorienté, à ce titre, leurs habitudes de consommation (Fig. 13 et 14). Italiens, Espagnols et Turcs sont les plus affirmatifs alors que les Japonais, qui ont pourtant subi de nombreux accidents ou phénomènes naturels environnementaux, sont les moins nombreux (44%). Si les millennials américains

sont plus engagés que leurs aînés et les citoyens chinois plus impliqués que leurs concitoyens des champs, les différences sont, somme toute, peu notables au sein de chaque pays. La partition ville/champs marque le plus de différence avec des citoyens plus sensibles à des choix de consommation écologiques.

Fig. 13 et 14

**Je suis très sensible aux questions écologiques et je réoriente mes habitudes de consommation en faveur de l'environnement**  
En %, somme des «Oui» (Tout à fait/Plutôt)



Source : L'Observatoire Cetelem

**LE « J'ACCUSE » DES JEUNES ET DES URBAINS**

Cette sensibilité écologique nouvelle conduit même les automobilistes à désigner la voiture comme principal coupable. En moyenne, 66% des personnes interrogées s'accordent à la considérer comme le premier vecteur de pollution (Fig. 15 et 16). Derrière cette condamnation massive apparaissent de nettes fractures géographiques, générationnelles et résidentielles.

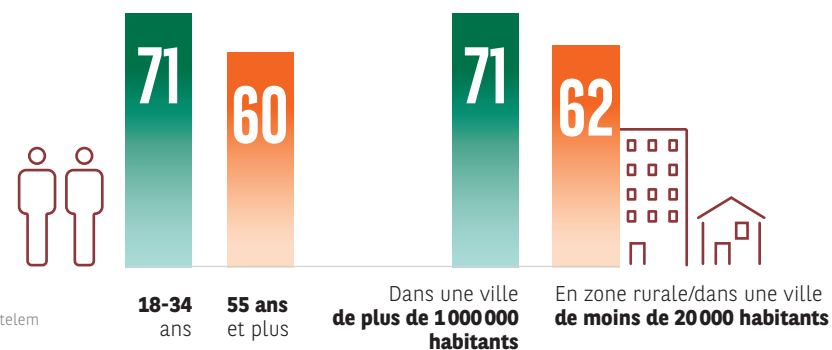
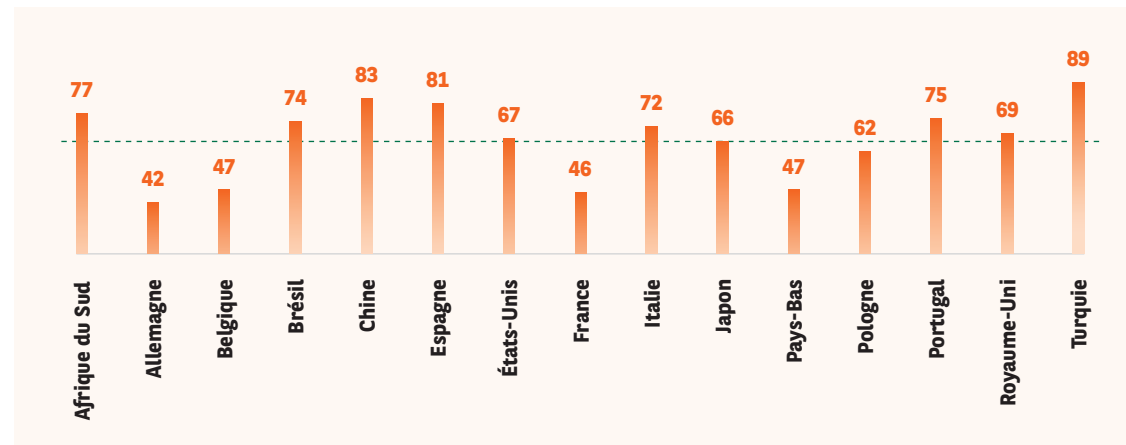
Turquie, Chine, Afrique du Sud et Brésil la condamnent sans nuances (89%, 83%, 77%, 74%). La péninsule Ibérique les rejoint pour un avis tout aussi tranché. À l'opposé, la plupart des économies développées se montrent beaucoup moins virulentes (Allemagne 42%, France 46%, Belgique

47%, Pays-Bas 47%). Les différences générationnelles sont également très aigües. En France, les millennials sont deux fois plus nombreux que les seniors à juger l'automobile principale source de pollution (63% vs 30%). En Allemagne, en Belgique et aux Pays-Bas, la proportion est presque identique. On retrouve aussi des écarts importants en Afrique du Sud et au Royaume-Uni. L'analyse de ces mêmes résultats en fonction du lieu de vie distingue encore et toujours Allemagne, France, Belgique et Pays-Bas comme principaux terrains de fracture entre, d'une part, les habitants des grandes villes très critiques vis-à-vis de la pollution automobile et, d'autre part, des ruraux beaucoup moins accablants.

Fig. 15 et 16

**Selon vous, la voiture est-elle la cause principale de la pollution aujourd'hui?**

En %, somme des « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord »

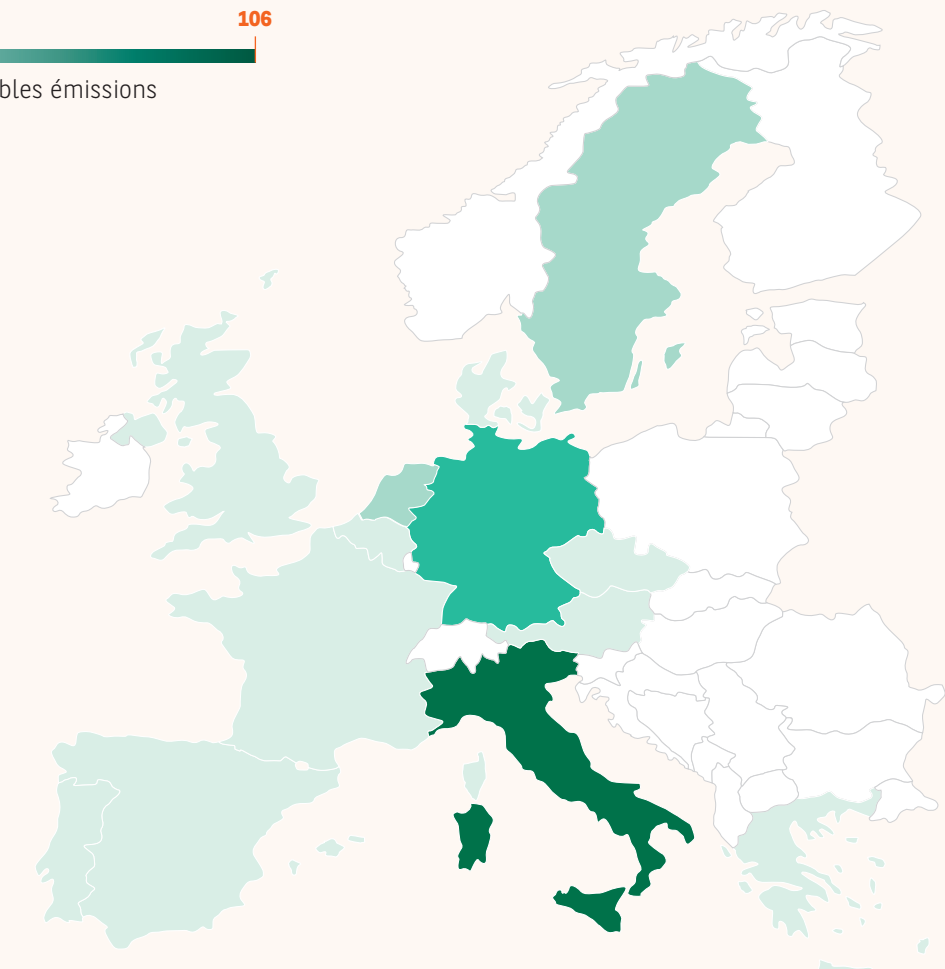
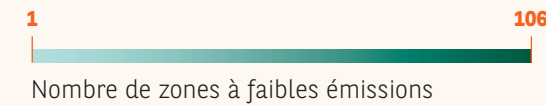


Source: L'Observatoire Cetelem

**Des mesures à géographies variables**

Si la question climatique semble s'être installée de façon définitive dans le paysage médiatique et la conscience des citoyens, les mesures gouvernementales pour réduire la pollution automobile diffèrent singulièrement d'un pays à l'autre par leur « dureté » ainsi que par leur espace d'application.

**NOMBRE DE ZONES À FAIBLES ÉMISSIONS DANS DIFFÉRENTS PAYS D'EUROPE (CHIFFRES INDICATIFS DE NOVEMBRE 2018)**



Source: ADEME, Rapport des zones à faibles émissions en Europe  
<https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/rapport-zones-faibles-emissions-lez-europe-ademe-2018.pdf>



### ÉVOLUTION DU NOMBRE DE ZONES À FAIBLE ÉMISSION

	Mars 2011	Mars 2012	Mars 2014	Mars 2015	Septembre 2017	Novembre 2018
Autriche	1	1	2	4	4	4
République tchèque	1	1	1	1	1	1
Danemark	4	4	4	4	4	4
Allemagne	43	56	69	78	83	86
Italie	109	98	94	100	108	106
Pays-Bas	12	12	12	13	13	13
Portugal	0	1	1	1	1	1
Suède	6	6	7	8	8	8
Royaume-Uni	2	2	3	1	1	1
Grèce	-	-	-	1	1	1
France	-	-	-	-	2	3
Belgique	-	-	-	-	1	2
Espagne	-	-	-	-	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>179</b>	<b>182</b>	<b>193</b>	<b>211</b>	<b>337</b>	<b>231</b>

Source: <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/rapport-zones-faibles-emissions-lez-europe-ademe-2018.pdf>  
ADEME, Rapport des zones à faibles émissions en Europe

### DES INTENTIONS D'ACHAT ENVIRONNEMENTALO-COMPATIBLES

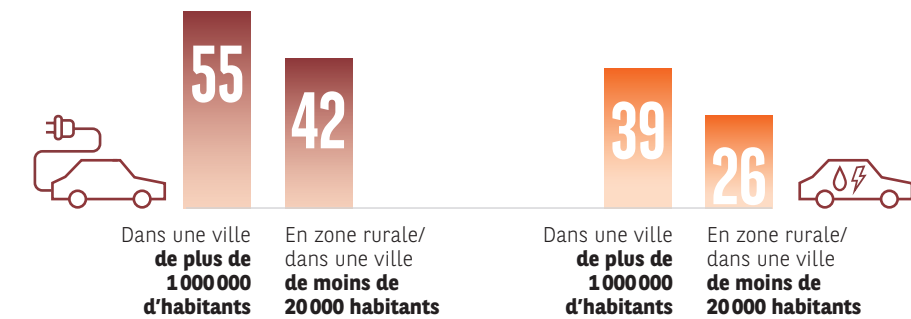
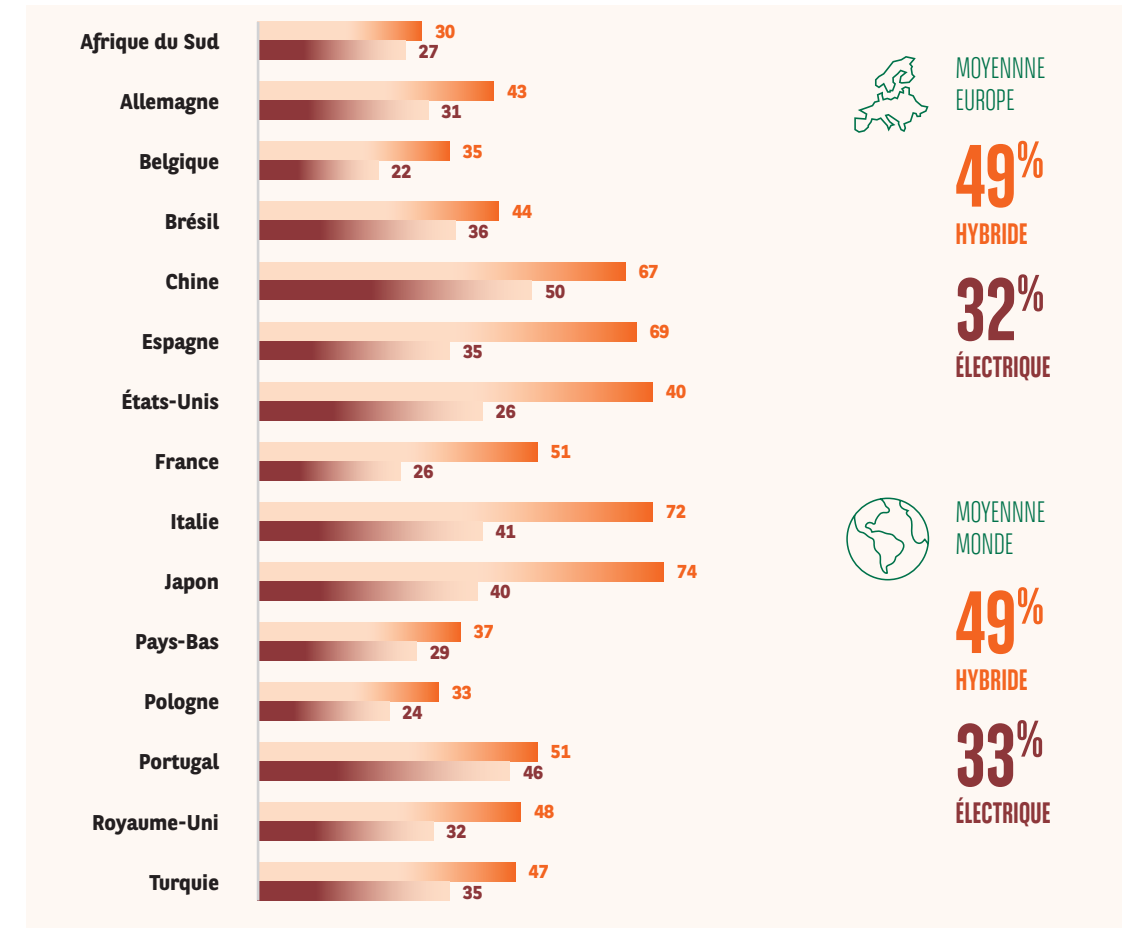
Les intentions d'achat d'automobiles traduisent aussi le changement de comportement à l'œuvre (Fig. 17 et 18). Si l'achat d'un véhicule essence est toujours dominant (59%), la préférence pour un modèle hybride, voire totalement électrique, s'accroît fortement (respectivement 49% et 33%). Conséquence, la domination du diesel semble désormais définitivement révolue (32%). La percée de l'hybride (55%) et de l'électrique (39%) est particulièrement sensible en milieu urbain. Les contraintes toujours plus grandes pour circuler dans les métropoles

mais aussi une nouvelle offre conséquente, liée aux normes environnementales, expliquent ces chiffres qui devraient croître sensiblement dans les années à venir. Géographiquement, les intentions d'« achats écologiques » sont particulièrement fortes au Japon, en Italie, en Espagne et en Chine qui plébiscitent l'hybride (respectivement 74%, 72%, 69% et 67%). On retrouve à nouveau la Chine avec le Portugal et encore l'Italie et le Japon pour envisager de façon forte le choix électrique (50%, 46%, 41% et 40%). À l'opposé, les États-Unis s'accrochent sans surprise à la motorisation essence (80%), tandis que les Turcs choisissent prioritairement le diesel (59%).

Fig. 17 et 18

### Avez-vous l'intention d'acheter ... ?

En %, plusieurs réponses possibles



Source: L'Observatoire Cetelem

# UNE QUESTION AVANT TOUT BUDGÉTAIRE

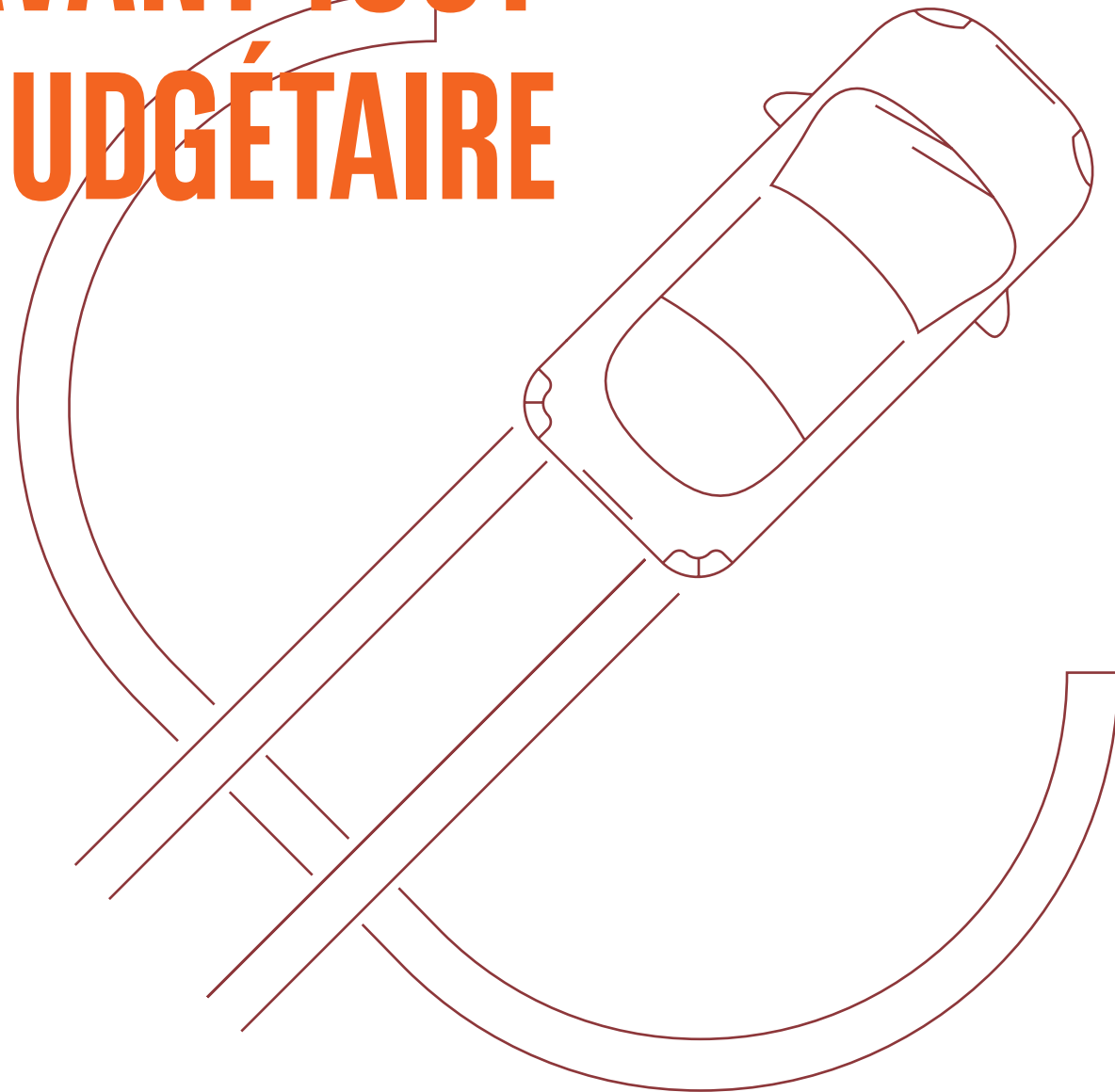
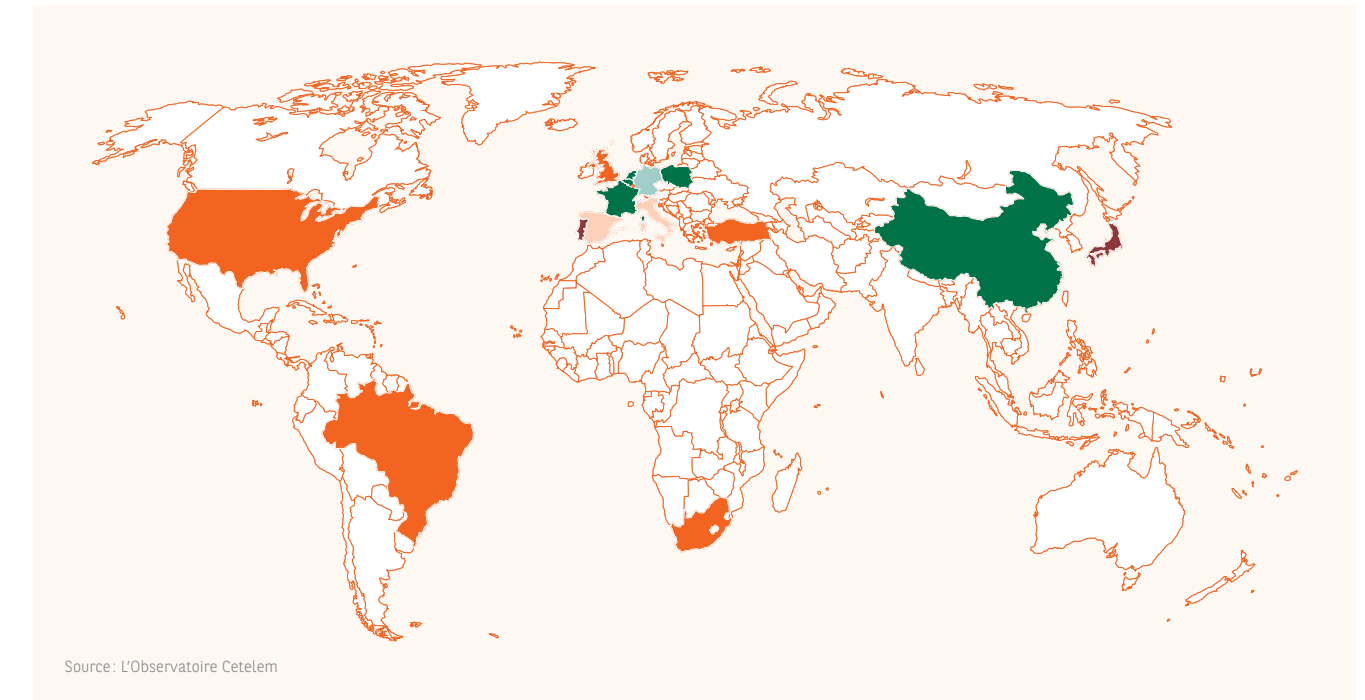


Fig. 19

## Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de voiture ?

En %, plusieurs réponses possibles

Les couleurs représentent la proposition majoritaire dans chaque pays



Source: L'Observatoire Cetelem

36 %

LA VOITURE EST TROP CHÈRE  
À L'ACHAT

34 %

JE N'AI PAS LE PERMIS

34 %

LA VOITURE EST UNE  
CHARGE FINANCIÈRE TROP  
IMPORTANTE À L'USAGE

25 %

JE PRÉFÈRE UTILISER D'AUTRES  
MOYENS DE TRANSPORT

24 %

JE N'EN AI PAS BESOIN

Si la question écologique pèse désormais de façon importante, la question économique reste cependant prioritaire. Lorsqu'on interroge les personnes qui ne possèdent pas de voiture, seulement 12% mettent en avant les problèmes environnementaux pour justifier ce choix. Car pour elles, elle est d'abord trop chère à l'achat et engendre des coûts d'entretien trop importants (36% et 34%). Ce coût élevé à l'achat est particulièrement ressenti dans les pays « émergents » - Turquie, Afrique du Sud et

Brésil - où les niveaux de vie sont moindres. Un tiers des personnes interrogées l'expliquent ensuite par le fait de ne pas avoir le permis (Fig. 19).

**UN USAGE QUI COÛTE PLUS CHER QUE L'ACHAT**  
La perception entre achat et usage est significativement différente pour les propriétaires d'un véhicule, la question économique restant cependant prépondérante. Seulement 18% jugent que financer l'achat de son

véhicule constitue une dépense importante. Mais pour 85 %, le carburant arrive en tête des coûts constatés. Une opinion très forte en Pologne et au Brésil, beaucoup moins aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. Sur ce sujet, qui a été le déclencheur de la crise des Gilets Jaunes, la France exprime une opinion toute aussi massive, légèrement supérieure à la moyenne (88 %). Le coût de l'assurance et les frais d'entretien sont ensuite soulignés (70 % et 54 %). L'Italie, le Portugal et l'Espagne pointent les premiers (83 %, 80 % et 77 %). La Chine et la Turquie sont les plus sensibles aux seconds (70 % et 67 %).

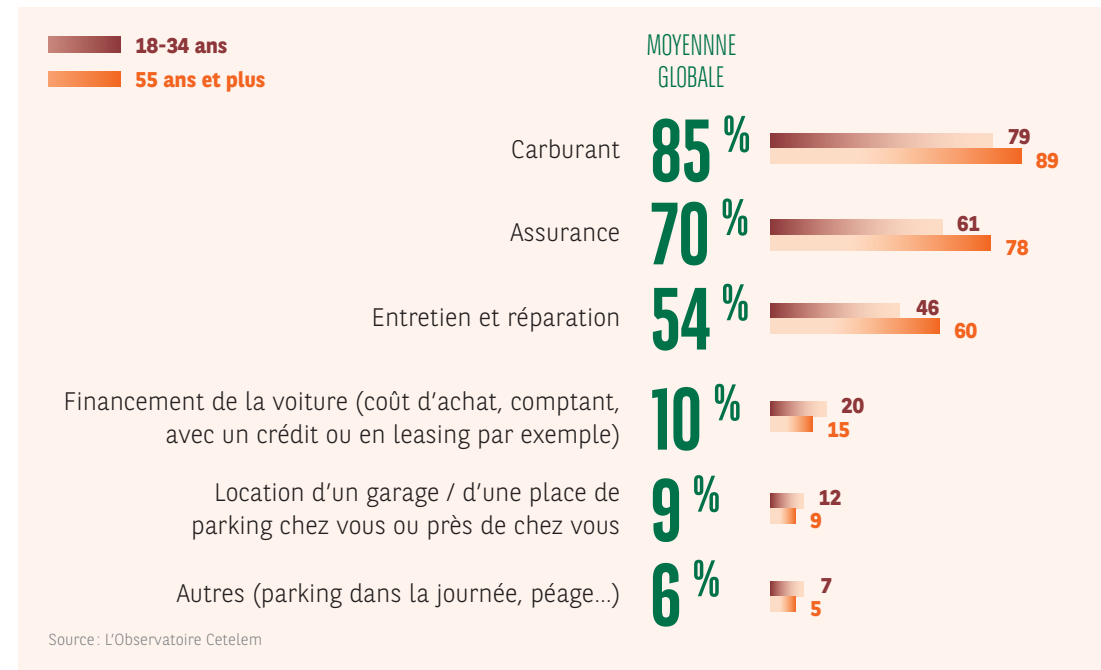
### DES MILLENNIALS QUI ENCAISSENT LES COÛTS AUTOMOBILES

Une fois encore, le fossé générationnel est fortement marqué en ce qui concerne ces trois principaux postes de dépenses. Les millennials sont 89 %, contre 79 %, pour les séniors, à placer le carburant en tête des postes budgétaires. L'écart est encore plus grand pour l'assurance et l'entretien (78 % vs 61 %, 60 % vs 46 %). L'entrée dans la vie active et des revenus moins élevés à cette période de la vie semblent devoir expliquer ces différences. Aux yeux des millennials, la liberté associée à l'automobile a un coût. Souvent trop élevé.

Fig. 20

### Quelles sont les principales dépenses liées à votre voiture ?

En %, trois réponses possibles



### CARBURANT TROP CHER, UNE BONNE RAISON DE NE PAS PRENDRE SA VOITURE

La question du coût du carburant alimente également ce même hiatus générationnel quant à l'utilisation de son véhicule. Si 1 personne sur 2 renonce à se mettre au volant en raison d'un coût trop élevé, les millennials sont 63% à le faire contre seulement 46% des plus de 55 ans. La différence la plus significative s'enregistre au Royaume-Uni où ils sont 3 fois plus nombreux que leurs aînés à s'abstenir de mettre la

clé sur le contact en raison du prix du carburant. En France et en Espagne, l'écart est également sensible (+24 et +21 points). Seule la Turquie se démarque avec des seniors plus sensibles au prix que les plus jeunes (Fig. 21 et 22).

### SENIORS ET HABITANTS RURAUX : MOINS DE TAXES, PLUS D'ARGENT

Une autre question posée aux automobilistes confirme que la problématique carburant est définitivement économique

Fig. 21

### Vous arrive-t-il de renoncer à faire des trajets avec votre voiture en raison du prix des carburants ?

En %, somme des « Oui », une seule réponse possible

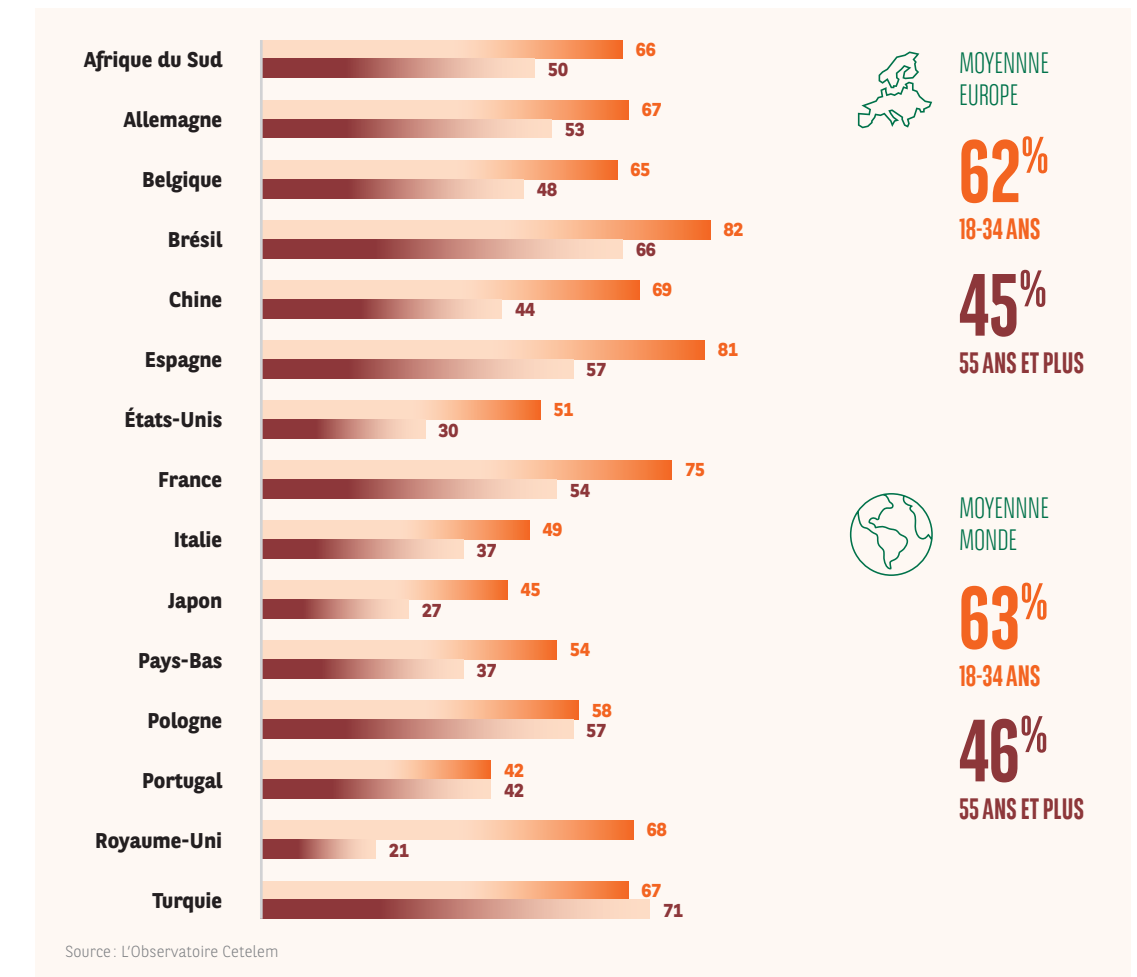
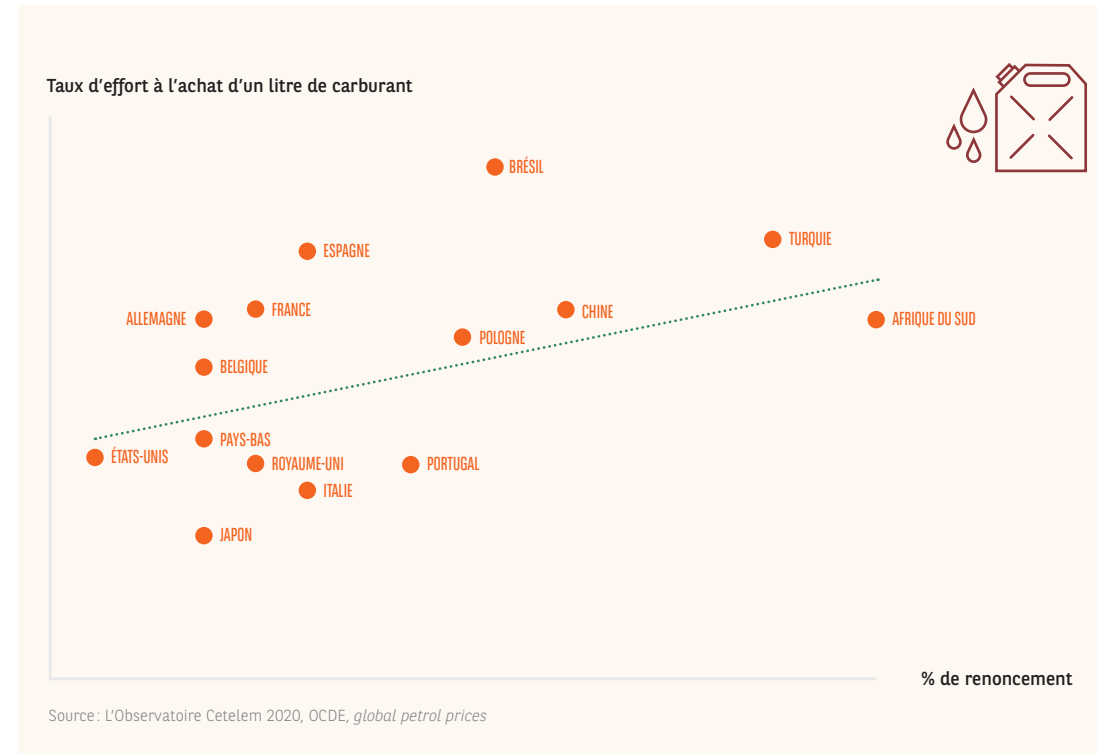


Fig. 22

**Relation entre le taux d'effort à l'achat d'un litre de carburant et le renoncement à des trajets automobiles**

Taux d'effort: rapport prix du carburant et PIB par tête



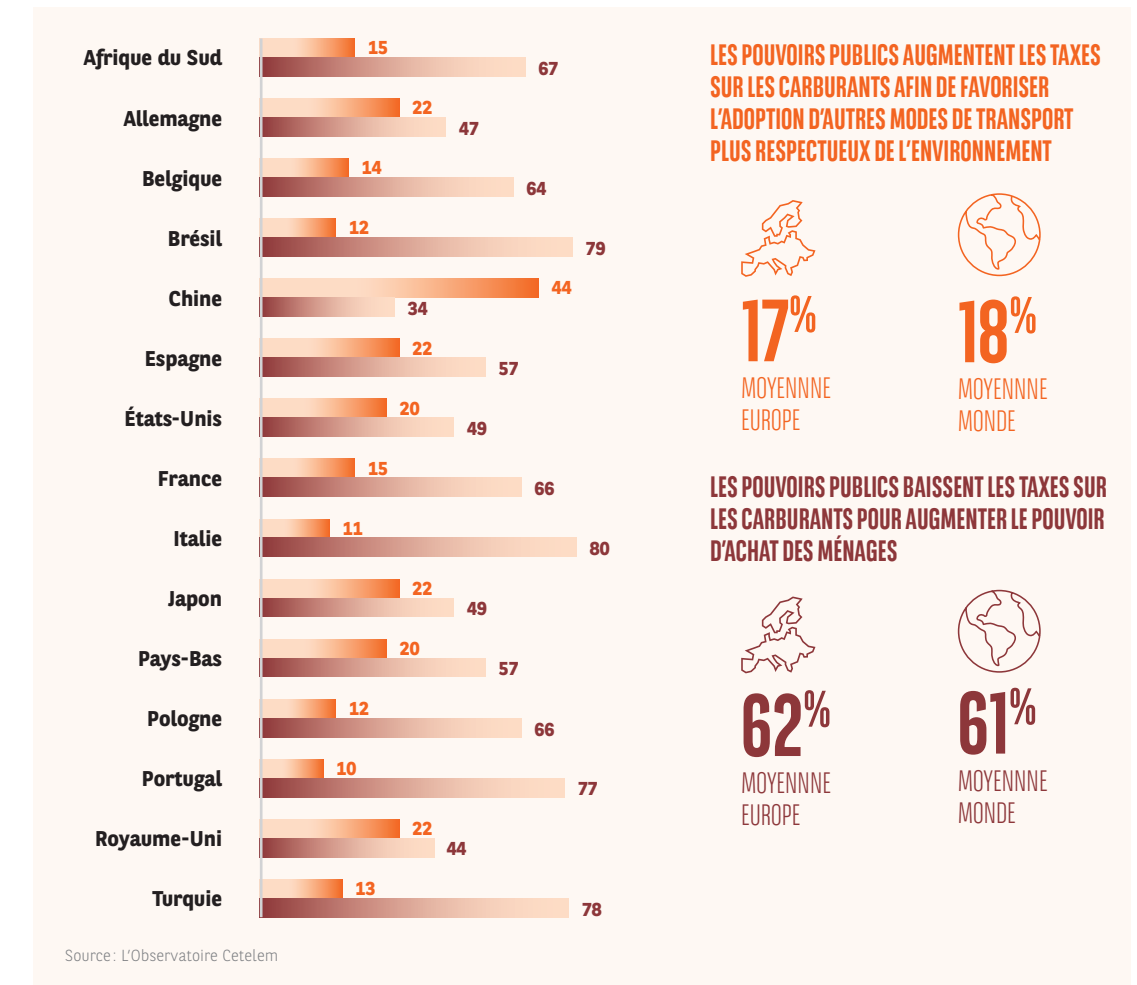
avant d'être écologique. Lorsqu'on les interroge pour savoir si les pouvoirs publics devraient augmenter les taxes sur les carburants afin de favoriser des modes de transport vertueux ou les baisser pour augmenter le pouvoir d'achat, la réponse est sans ambiguïté. 61% sont pour la seconde option contre seulement 18% pour la première. Les seniors sont les plus enclins à soutenir cette solution du moins de taxes (65% vs 55% pour les millennials). Sans doute parce que la voiture leur est plus indispensable, les habitants des campagnes sont plus favorables à cette

mesure que ceux des grandes villes. C'est en France où l'écart est le plus important (25 points). Au plan géographique, les écarts générationnels sont particulièrement sensibles en Afrique du Sud, en Turquie, aux Pays-Bas, en Belgique et en France. Seule la Chine se distingue pour choisir une augmentation des taxes afin de favoriser l'environnement. Confrontés à une forte pollution aérienne, 44% d'automobilistes optent pour cette mesure contre seulement 34% pour un soutien au pouvoir d'achat (Fig. 23).

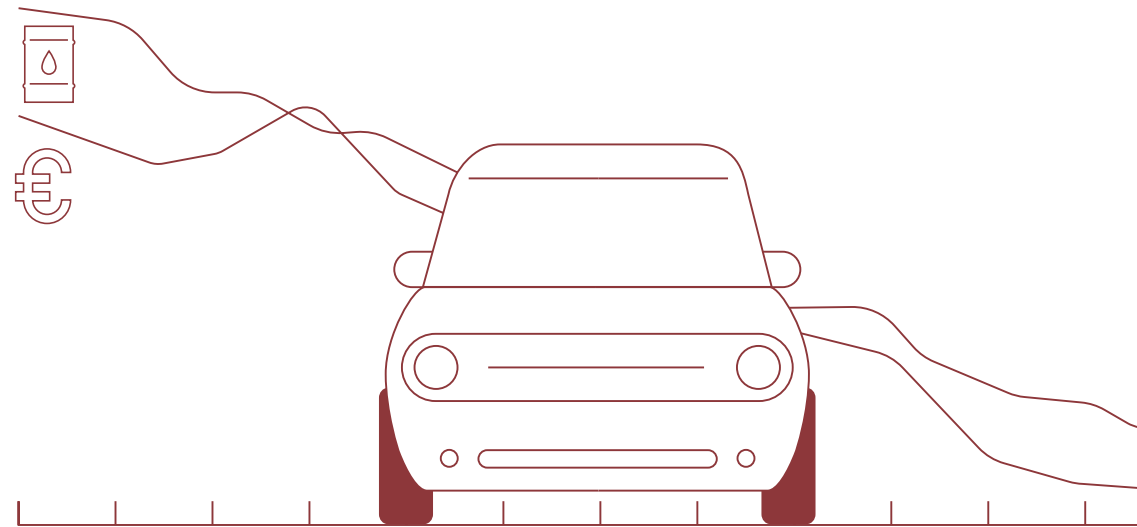
Fig. 23

**Serait-il préférable selon vous que ... ?**

En %, une seule réponse possible pour chacune des deux propositions



# ROULER MOINS POUR DÉPENSER MOINS



## RÉDUIRE LES COÛTS D'USAGE, DES MESURES DÉJÀ PRISES

Face à la problématique budgétaire et économique, les automobilistes ont déjà pris un train de mesures pour alléger les coûts liés à leur véhicule. Ils sont ainsi 4 sur 10 à rouler moins, les Japonais se montrant les plus réticents à limiter leur kilométrage (26%).

Une même proportion préfère acheter un véhicule d'occasion ou consommant moins, réduit le coût de son assurance en utilisant les comparateurs en ligne, évite les péages. Le passage à un autre mode de transport est aussi un choix effectué surtout par les Chinois, les Turcs et les Brésiliens. À l'inverse, seulement 18% d'irréductibles

Américains privilégient cette solution. Notons que seulement 9% des Chinois ont opté pour l'occasion, pourcentage de loin le plus bas de tous les pays de l'étude. Le marché de l'occasion n'y étant pas encore, il est vrai, parfaitement structuré (Fig. 24).

## LES AUTRES SOLUTIONS ENVISAGÉES : JOUER SUR TOUS LES TABLEAUX

Pour ceux qui n'ont pas encore pris de mesures budgétaires, les solutions possibles sont quelque peu différentes. Prioritairement, ils entendent profiter des primes à la casse, au véhicule vert... (41%). Deuxième option, rouler moins (34%). Ensuite acheter un véhicule

Fig. 24

## Pour que votre voiture coûte moins cher, seriez-vous prêt à ... ?

En %, somme des « Vous le faites déjà et vous souhaitez continuer à le faire », une seule réponse possible



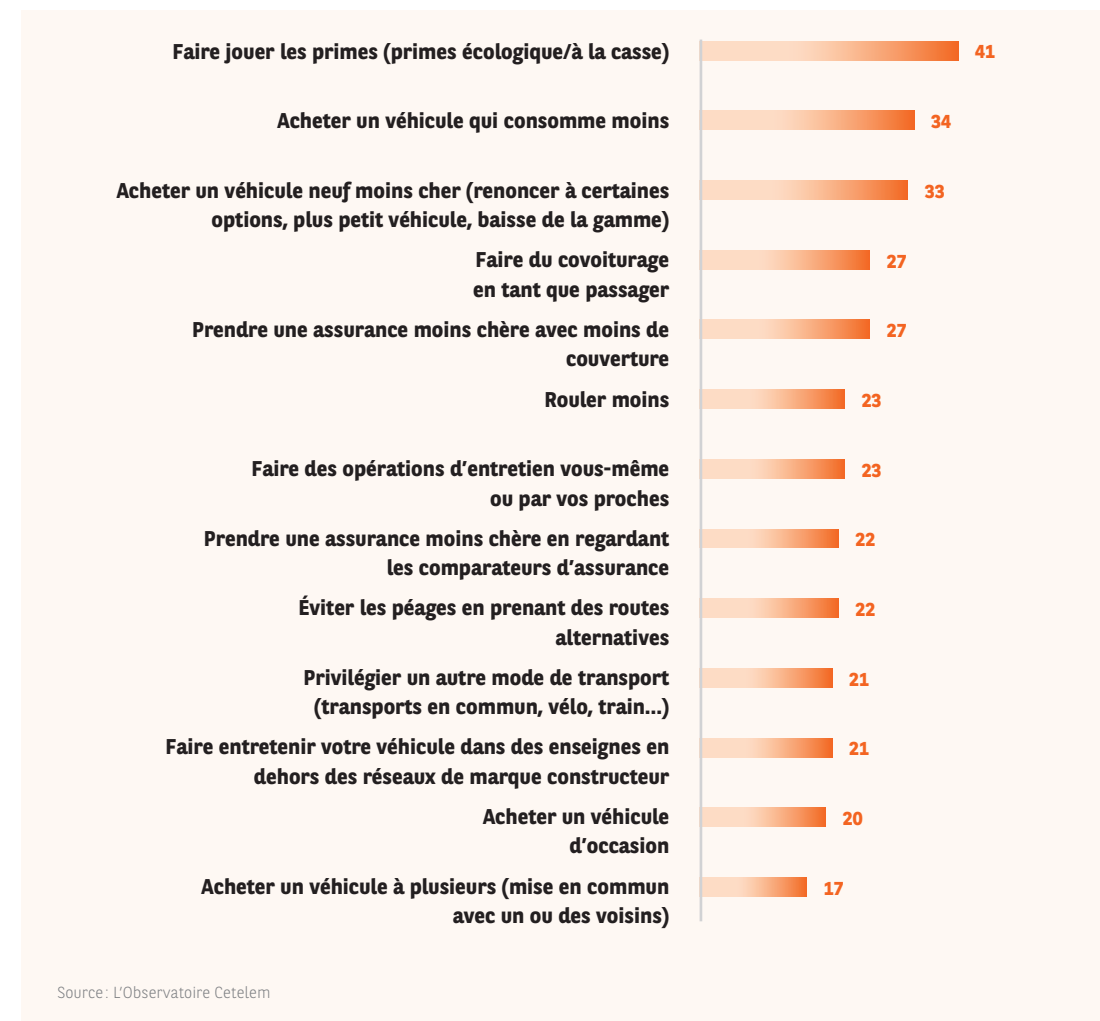
neuf moins cher (33%). Pour ces trois solutions, les opinions sont assez homogènes dans tous les pays. Une quatrième disposition semble intéresser les automobilistes pour réduire les coûts liés à leur véhicule. 1 personne sur 4 envisage désormais le covoiturage, 18% le pratiquant déjà comme passager. En ce domaine, la Chine est championne du monde. 32% pratiquent déjà le

covoiturage comme passager pour faire baisser le coût de leur voiture et régler l'épineuse question du parking qui manque cruellement dans les villes chinoises. Les pays émergents s'y adonnent aussi régulièrement. Un usage qui doit beaucoup sans doute au fait de partager un véhicule pour se rendre au travail à moindres frais (Fig. 25).

Fig. 25

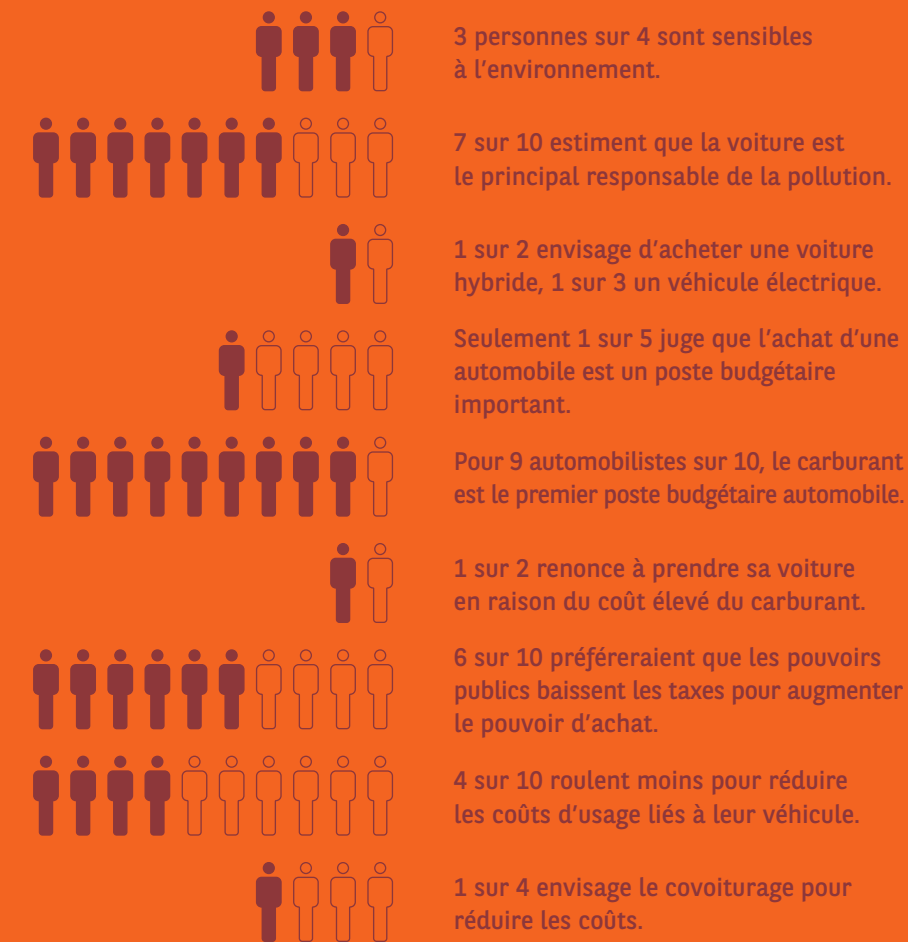
### Pour que votre voiture coûte moins cher, seriez-vous prêt à ... ?

En %, somme des «Vous ne l'avez jamais fait et seriez prêt à le faire»



# ESPRIT DE SYNTHÈSE

## LES CHIFFRES CLÉS



## LES FRACTURES

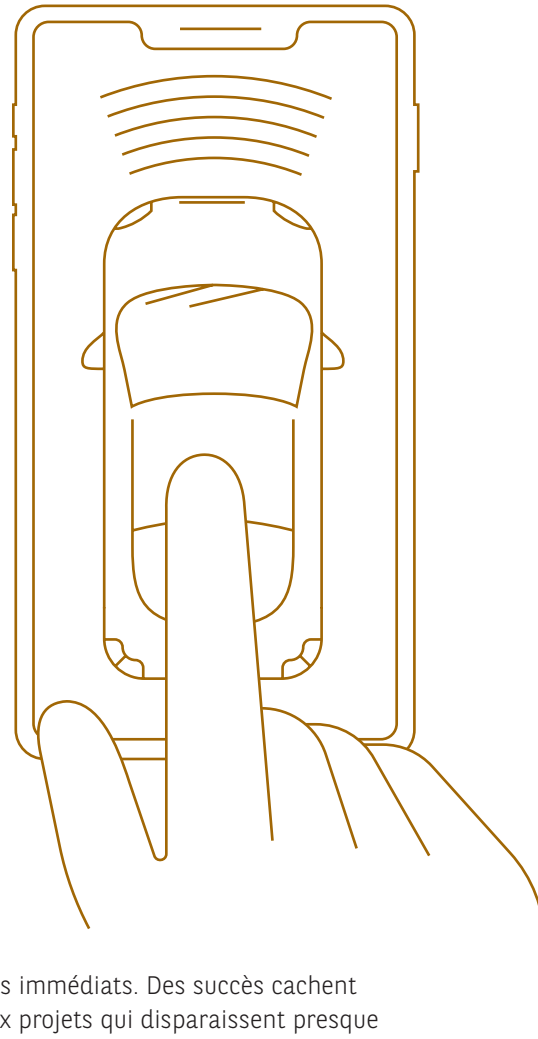
- Les pays émergents, les millennials et les urbains sont deux fois plus nombreux à considérer l'automobile comme premier pollueur.
- On enregistre une forte percée des intentions d'achat en motorisation hybride et électrique, surtout en milieu urbain.
- Face au coût élevé du carburant, les millennials sont plus nombreux que les seniors à renoncer à prendre leur voiture.
- Les seniors et les ruraux soutiennent davantage la baisse des taxes pour l'amélioration du pouvoir d'achat.
- C'est dans les pays émergents et en Chine que le covoiturage comme passager est le plus pratiqué.

# DES SOLUTIONS D'UNE NOUVELLE MOBILITÉ QUI DOIVENT ENCORE FAIRE LEURS PREUVES

Achat, usage, usure puis renouvellement... Le temps du cycle de vie traditionnel d'une automobile semble être révolu. Les fractures précédemment évoquées invitent à proposer de nouvelles solutions. Certaines ont vu le jour, d'autres sont à l'étude. Mais quelle sera leur pérennité? Sauront-elles se jouer des contraintes et satisfaire des attentes qui divergent d'une clientèle, d'un pays, d'un lieu de vie à l'autre?



# RÉINVENTER L'AUTOMOBILE PAR LE SERVICE



Le secteur automobile est placé dans une situation d'effervescence créative comme il en a rarement connu. Les nouvelles technologies réinventent la voiture. Des solutions-services visent surtout à relever le défi posé par la circulation dans des villes congestionnées et soumises à la pollution. La rentabilité et donc la pérennité de ces offres questionnent. Le développement de marques leaders impose des apports en capital élevés, sans pour autant

générer de bénéfices immédiats. Des succès cachent l'échec de nombreux projets qui disparaissent presque aussi vite qu'ils ont vu le jour. Les plus « gros » rachètent les plus « petits ». Par ailleurs, la constitution de galaxies de mobilité autour des grandes marques automobiles démontre que l'automobile doit toujours séduire et construire son avenir autour de nouveaux usages comme le covoiturage et l'autopartage.

## Les galaxies automobiles de services de mobilité

	Acquisition	Investissement	Filiale	Partenariat
	-			
	-		-	
	-	-	-	
	-		-	
	-	-	-	
	-			
	-			
	-	-	-	

Source : <https://www.cargroup.org/disrupted-by-mobility-startups-automakers-reshape-their-roles/>

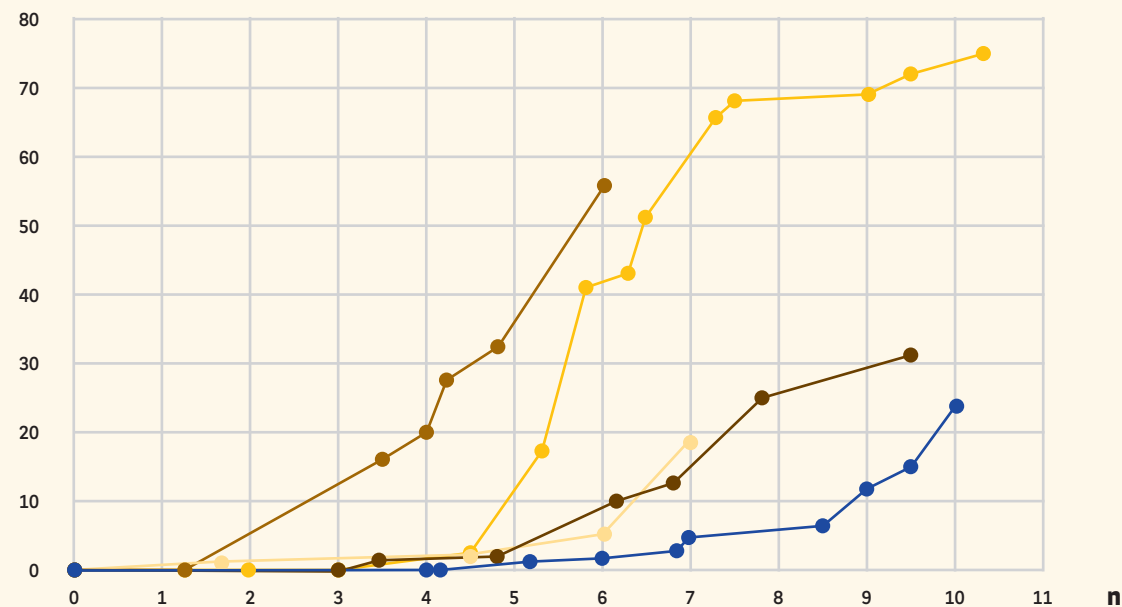
# États-Unis et Asie, les deux pôles majeurs des nouvelles mobilités

Clairement, les États-Unis et l'Asie, particulièrement la Chine, s'imposent dans le domaine des nouvelles mobilités, grâce à des marques leaders. Des compagnies qui, au-delà de leur attractivité boursière, doivent encore cependant convaincre de leur capacité à générer des bénéfices durables.

- DiDi, service de VTC en Chine
- Uber, service de VTC et de livraison au plan mondial
- Grab : service de VTC et de livraison en Asie du Sud-Est
- Lyft, service de VTC aux États-Unis
- Airbnb

## LES GALAXIES AUTOMOBILES DE SERVICES DE MOBILITÉ

Valeur estimée de la société en milliards de dollars (n années après son introduction en bourse)



Source : <https://travelandmobility.tech/infographics/>

## DIFFÉRENTES FORMULES POUR ROULER DIFFÉREMMENT

Pour rouler dans une voiture sans la posséder, différents types de services existent :

- L'autopartage, c'est-à-dire la mise à disposition du public par des opérateurs publics ou privés d'une flotte d'automobiles. Cette formule s'est maintenant développée entre particuliers en ligne directe, assistés d'opérateurs digitaux (l'américain Getaround qui rachète en 2019 le français Drivy).

- Existe aussi la possibilité du covoiturage sur courte ou longue distance, qu'il s'agisse d'aller au travail tous les jours ou de partir parfois en vacances (le leader international Blablacar est français).
- Et puis la location longue durée, avec ou sans possibilité d'acheter la voiture au terme du contrat, est arrivée pour séduire de plus en plus d'automobilistes moins attachés à la propriété. On les invite même maintenant à louer la voiture qu'ils ont louée...

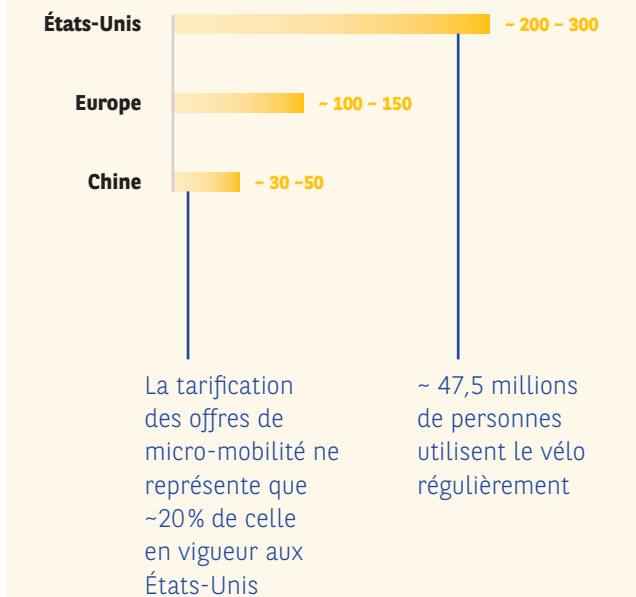
## Locataire et loueur en même temps

Depuis quelques années, le leasing a le vent en poupe sur le marché automobile. À l'instar d'autres postes de consommation, la voiture bascule progressivement dans l'économie de l'abonnement, l'usage d'un service consommé supplantant l'usure d'un bien possédé. Les avantages sont nombreux pour les consommateurs : disposition permanente d'un véhicule récent car régulièrement renouvelé, pas d'aléas sur la valeur résiduelle arrêtée en amont, plus de souci de reprise ou de risque à la revente en occasion... Les gains sont aussi importants pour la collectivité qui voit le parc se renouveler et se verdir plus rapidement.

« On peut faire encore plus et mieux », déclare Jean-Claude Puerto-Salavert, entrepreneur spécialiste de la location automobile, dirigeant de Ucar. Chantre de l'économie du partage, il vient de lancer en France Ucar2share, système de « leasing alternatif » qui propose à ses clients locataires une remise substantielle sur le loyer en échange de la (re)-mise à disposition quelques jours par mois de leur voiture. La voiture jusqu'ici exclusive et exclusivement poste de dépense se fait collective et source de revenus pour son locataire principal. Dans le même temps, l'offre de location courte durée s'étend et devient plus accessible pour le reste de la communauté non équipée. « Après avoir été le symbole de la liberté individuelle au vingtième siècle, la bagnole va devenir le champion de la liberté dans le partage », prophétise Jean-Claude Puerto-Salavert.

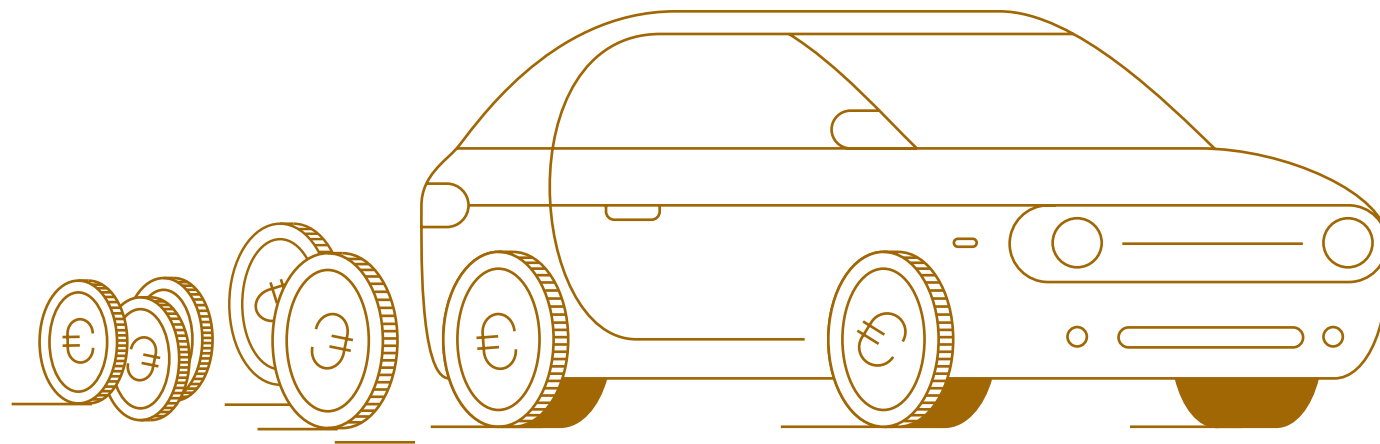
## ÉTATS-UNIS, EUROPE ET CHINE : LES MICRO-MOBILITÉS ONT DE L'AVENIR

Estimation du marché de la micromobilité, par région, en 2030, en milliards de dollars



Source : [www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/micromobilitys-15000-mile-checkup](http://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/micromobilitys-15000-mile-checkup)

# FAIRE DU COVOITURAGE : UNE QUESTION FINANCIÈRE



## UN CHOIX ÉCONOMIQUE SURTOUT DANS LES PAYS ÉMERGENTS

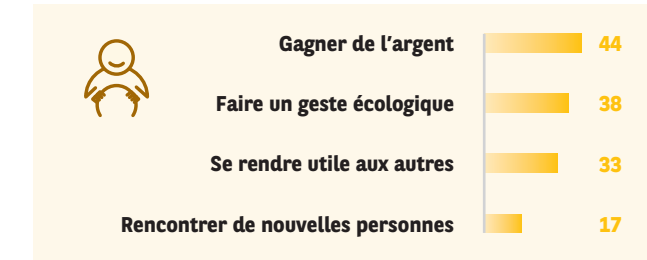
Le choix du covoiturage est fortement teinté d'économie, que l'on soit passager ou conducteur (Fig. 26 et 27). 51% des premiers le pratiquent pour dépenser moins alors qu'ils sont 44% pour les seconds. La dimension écologique arrive en deuxième position (35% et 38%).

L'Afrique du Sud, la Turquie et le Brésil concentrent le plus grand nombre de passagers et de conducteurs qui pratiquent le covoiturage pour des raisons économiques. À l'inverse, Allemands et surtout Japonais n'entrent pas dans ces considérations. Les Français, quant à eux, se situent plutôt dans la moyenne.

Fig. 26 et 27

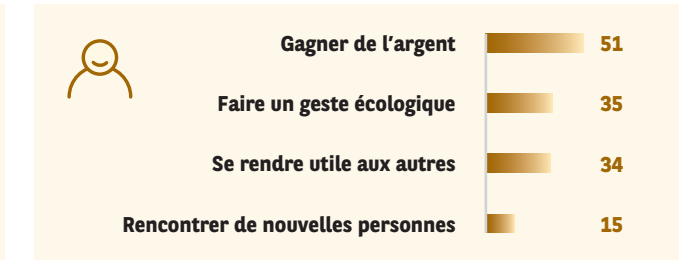
### Quelles sont (ou seraient) vos motivations principales pour faire du covoiturage en tant que conducteur ?

En %, trois réponses maximum



### Quelles sont (ou seraient) vos motivations principales pour faire du covoiturage en tant que passager ?

En %, trois réponses maximum



Source: L'Observatoire Cetelem

## POUR LES MILLENNIALS, D'ABORD GAGNER DE L'ARGENT

La dimension générationnelle fait apparaître une fracture tout aussi forte. Les millennials sont beaucoup plus nombreux que leurs aînés à envisager le covoiturage pour gagner de l'argent. Mieux encore, les conducteurs seniors privilégient le respect de l'écologie. Cependant, l'aspect

social du covoiturage est aussi nettement souligné par les millennials, qu'ils soient passagers ou conducteurs. En revanche, il n'existe pas de différence spectaculaire entre urbains et ruraux. Les raisons de pratiquer le covoiturage sont à peu près identiques, priorité étant donnée au gain économique (Fig. 28).

Fig. 28

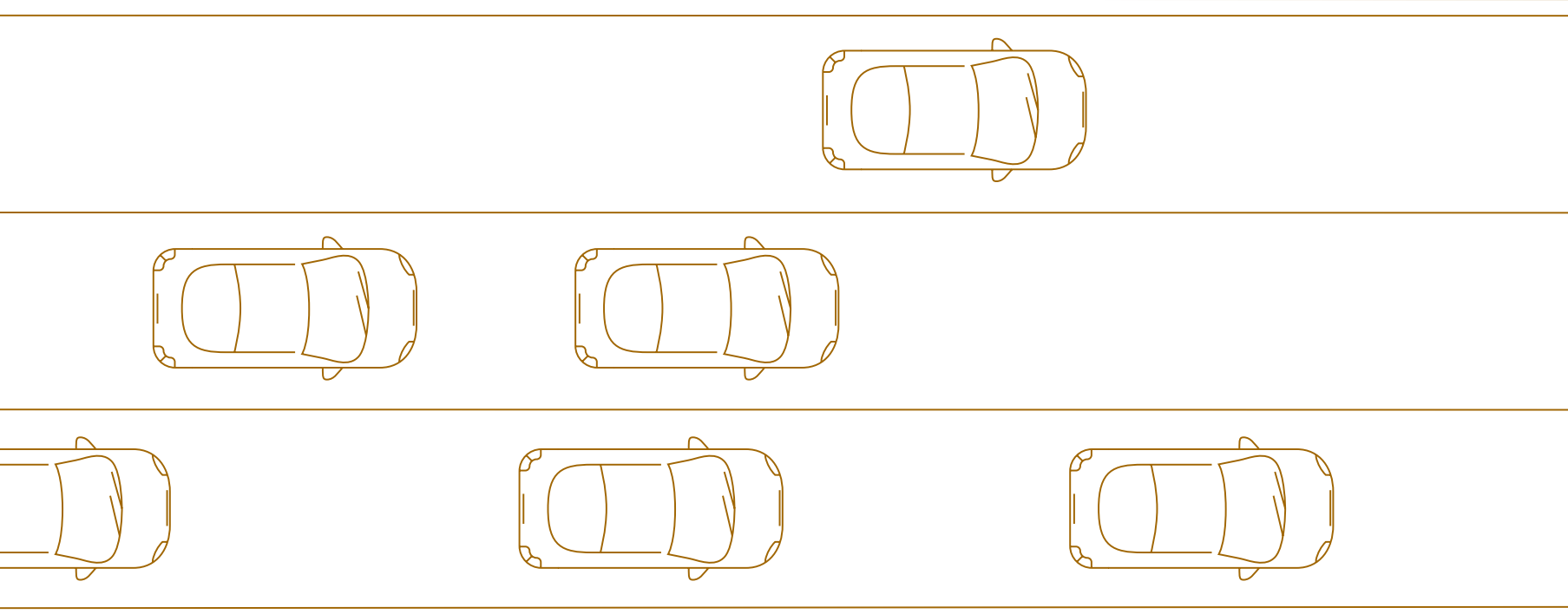
### Quelles sont (ou seraient) vos motivations principales pour faire du covoiturage en tant que passager ?

En %, trois réponses maximum



Source: L'Observatoire Cetelem

# NE PAS FAIRE DU COVOITURAGE : IL N'Y A PAS QUE L'ARGENT DANS LA VIE



## QUAND ON EST JEUNE, CHOISIR AVEC QUI VOYAGER

Les raisons de ne pas faire de covoiturage renvoient à des raisons tout autres. Les passagers préfèrent tout simplement conduire (44%), surtout les seniors (46%), les millennials étant moins affirmatifs à ce sujet (38%). C'est aux États-Unis et en Allemagne que ce choix est le

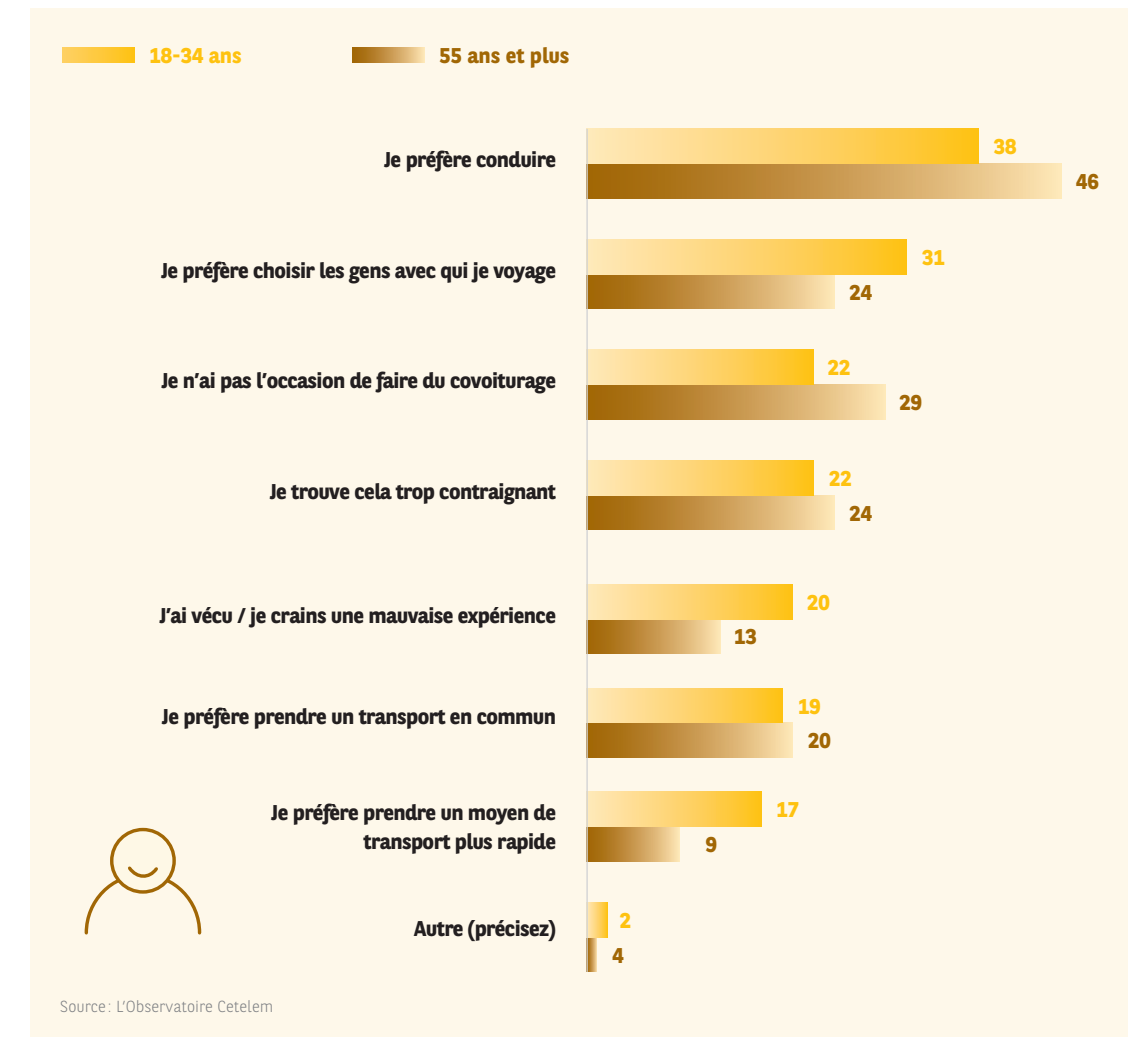
plus marqué, les Japonais étant les plus enclins à confier le volant à un autre conducteur.

Les millennials veulent ensuite pouvoir décider avec qui voyager (31%). Voyager entre amis explique sans doute le choix de cette génération. Un choix important pour les Africains du Sud et les Turcs, beaucoup moins pour les Italiens, les Japonais et les Belges (Fig. 29).

Fig. 29

### Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus faire de covoiturage en tant que passager ?

En %, trois réponses maximum



### À LA CAMPAGNE, LA QUESTION DE PRATIQUER LE COVOITURAGE NE SE POSE PAS VRAIMENT

Les occasions de cette pratique sont beaucoup plus marquées entre ville et campagne. 35% des ruraux n'ont pas l'occasion de pratiquer le covoiturage, contre seulement 20% des urbains. À l'inverse, si 28% des habitants des grandes villes préfèrent les transports en

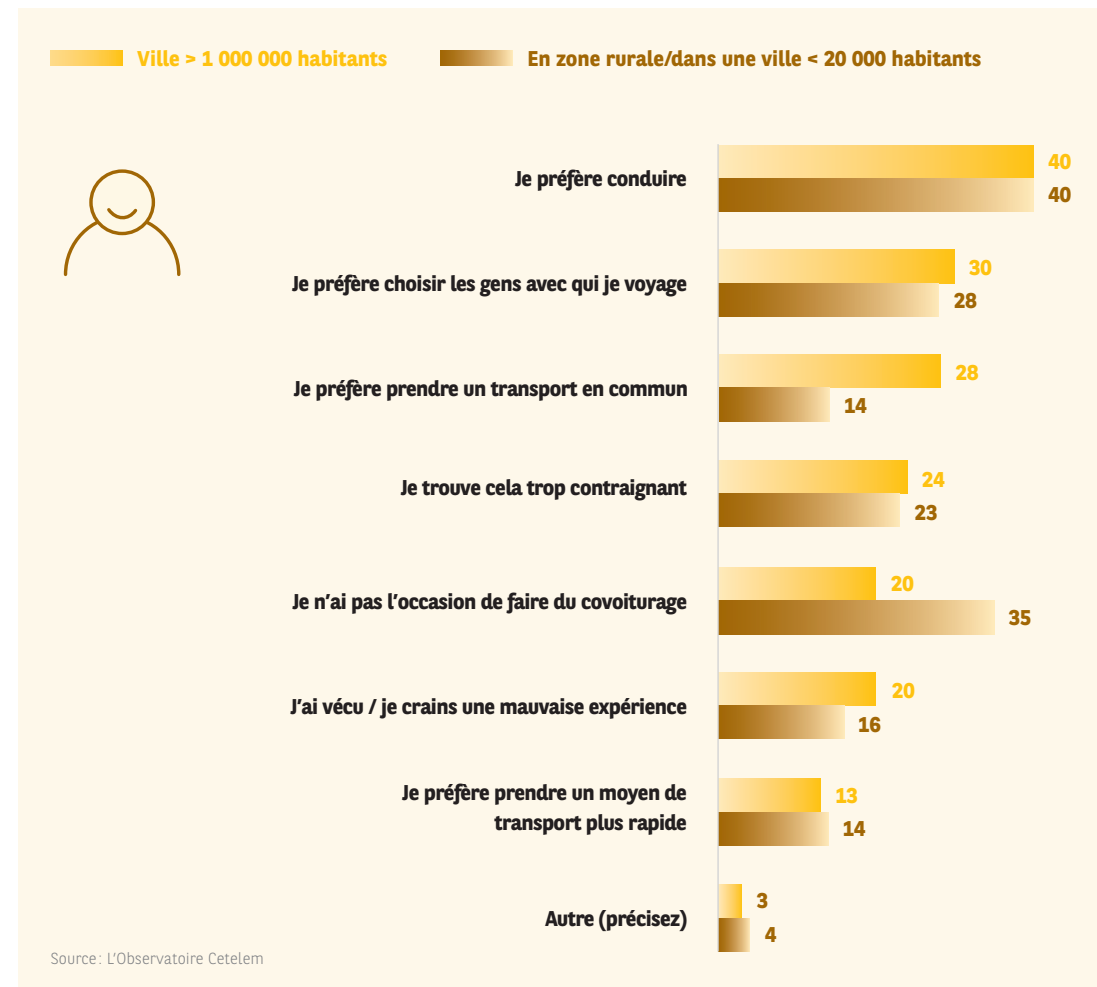
commun, on en rencontre seulement 14% dans les petites communes moins desservies.

Un quart des personnes interrogées jugent enfin le covoiturage trop contraignant. Et pour une fois, jeunes et plus âgés, citadins et campagnards s'accordent dans la même proportion (Fig. 30).

Fig. 30

### Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus faire de covoiturage en tant que passager ?

En %, trois réponses maximum



### DES SENIORS LIBRES DE LEURS MOUVEMENTS, DES MILLENNIALS PLUS CRAINTIFS

Si l'on est conducteur, les contraintes liées au covoiturage empêchent sa pratique. Les seniors souhaitent ainsi plus que les millennials rester libres de leurs déplacements (38% vs 32%),

35% des personnes interrogées déclarent aussi ne pas vouloir prendre de risques. Cette raison est invoquée de façon identique par les millennials et les seniors, les citadins et les campagnards. Un pays, le Brésil, se démarque avec 54%, en lien sans doute avec un fort sentiment d'insécurité.

Les millennials témoignent aussi d'une expérience malheureuse passée pour renoncer au covoiturage (25% vs 14%). Ces conducteurs échaudés habitent prioritairement en ville, en Turquie, au Japon ou en Chine (Fig. 31).

## Covoiturage : l'insécurité en question

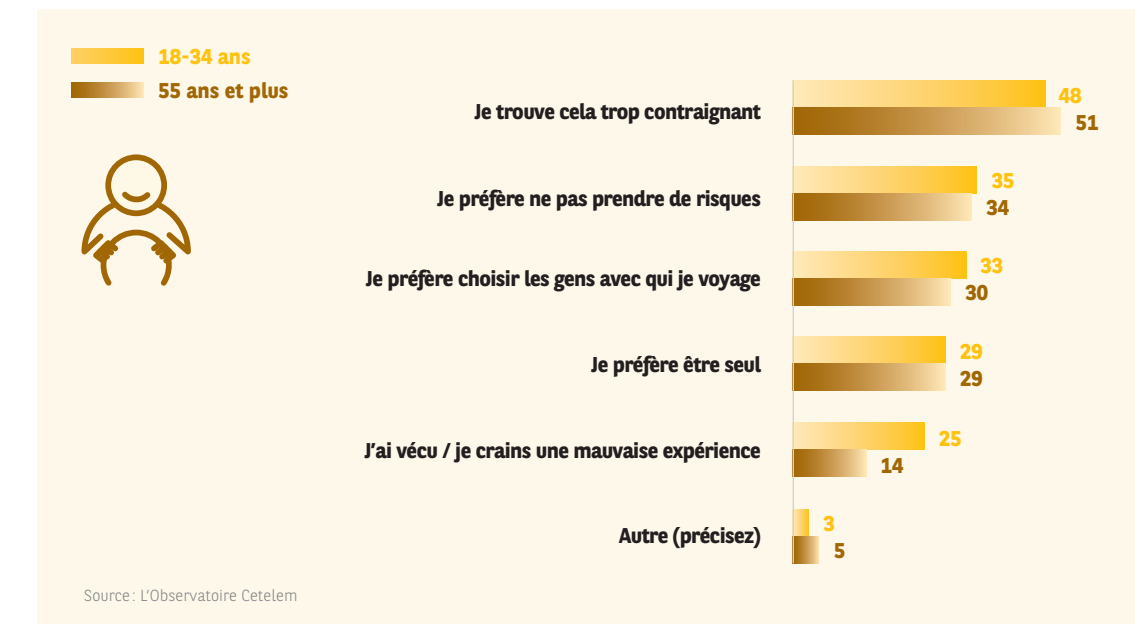
# 35 %

des personnes ne pratiquent pas le covoiturage parce qu'elles ne souhaitent pas prendre de risques. Un choix qui semble trouver en Chine sa justification. Suite à deux meurtres survenus en juillet 2018, le gouvernement chinois a interdit les services de covoiturage accessibles à partir de ride-hailing. En juillet 2019, ces services étaient toujours suspendus. Et DiDi n'avait fixé encore aucun agenda de reprise à ce sujet.

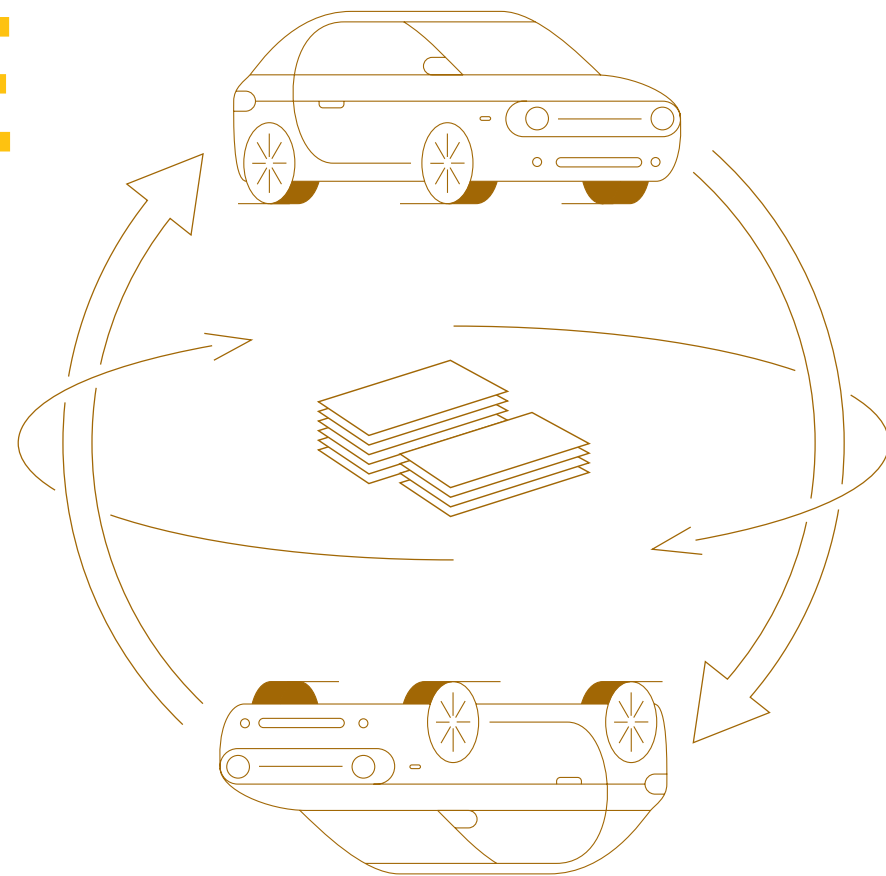
Fig. 31

### Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus faire de covoiturage en tant que conducteur ?

En %, trois réponses maximum



# AUTOPARTAGE : UN INTÉRÊT QUI DEMANDE À ÊTRE CONFIRMÉ



## GAGNER DE L'ARGENT, OUI MAIS PAS SEULEMENT...

Le motif économique l'emporte pour la pratique du covoiturage. Il reste prépondérant pour l'autopartage mais au même titre que faire un geste pour l'environnement et des raisons pratiques. Les trois motifs recueillent des suffrages quasi égaux, que ce soit pour l'autopartage entre particuliers (49%, 49% et 46%) ou auprès d'une société privée (29%, 29% et 28%). Soulignons que les motivations financières sont plus sensibles en Afrique du Sud, au Brésil et en Turquie (Fig. 32 et 33).

## DES MILLENNIALS TOUJOURS ÂPRES AUX GAINS

L'examen générationnel met à nouveau en évidence de nettes différences, avec cependant une certaine nuance.

Comme d'habitude, serait-on tenté de dire, les millennials envisagent l'autopartage auprès de sociétés privées ou de particuliers d'abord pour gagner de l'argent (36% et 47%). Ils s'y adonnent ensuite pour des raisons écologiques (33% et 46%), puis pour des motivations pratiques (27% et 42%).

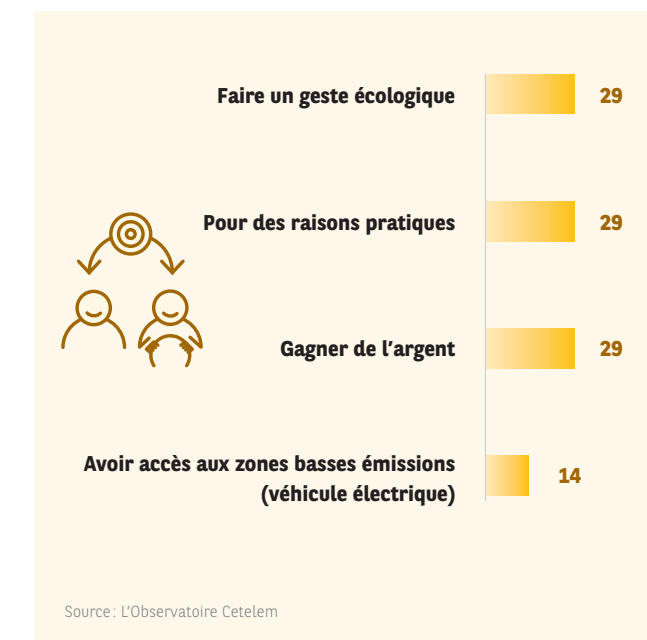
## DES SENIORS OUVERTS À D'AUTRES HORIZONS

Du point de vue des seniors, l'asymétrie est totale. L'autopartage va de pair avec l'écologie et la praticité, l'économie étant seulement la troisième raison invoquée. Cependant, les seniors sont plus nombreux que les millennials à vouloir gagner de l'argent en pratiquant l'autopartage entre particuliers (50% vs 47%). Un résultat rare qui mérite d'être souligné (Fig. 34 et 35).

Fig. 32 et 33

### Quelles sont (ou seraient) vos motivations principales pour faire de l'autopartage auprès d'une société privée (Citiz, Car2Move...)?

En %, trois réponses maximum



### Quelles sont (seraient) vos motivations principales pour faire de l'autopartage entre particuliers?

En %, trois réponses maximum

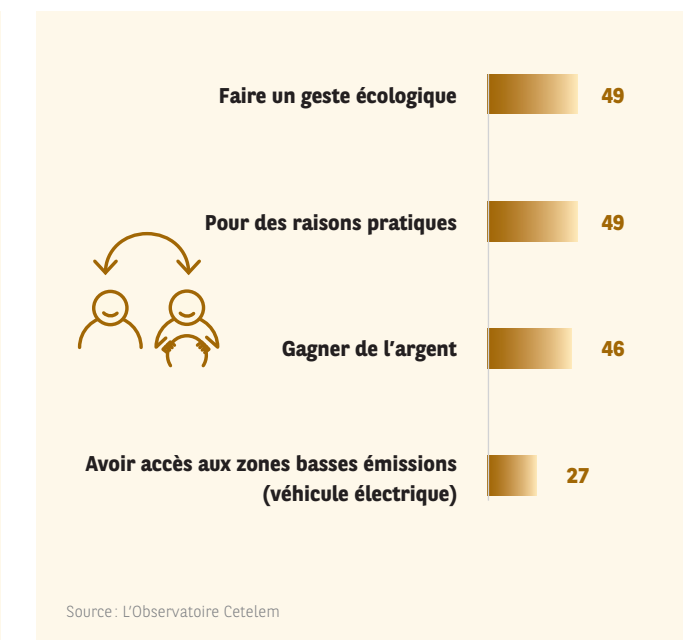


Fig. 34

**Quelles sont (ou seraient) vos motivations principales pour faire de l'autopartage auprès d'une société privée (Citiz, Car2Move...)?**

En %, trois réponses possibles

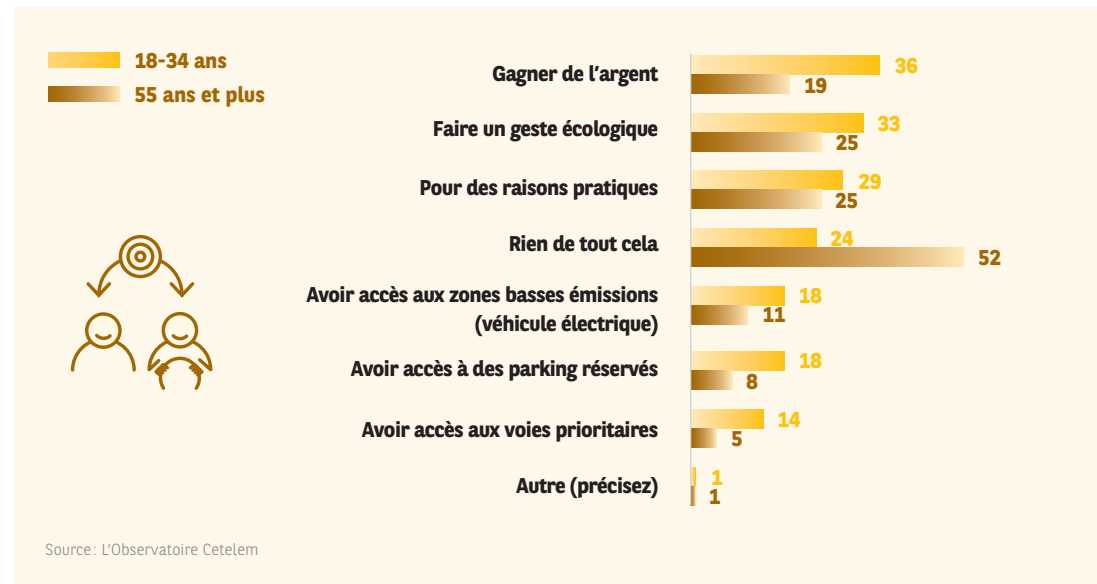


Fig. 35

**Quelles sont (seraient) vos motivations principales pour faire de l'autopartage entre particuliers?**

En %, trois réponses possibles



**METTRE SA VOITURE À DISPOSITION : LE SCHISME « NORD-SUD »**

Les résistances à l'autopartage sont encore significatives lorsqu'il s'agit d'envisager la mise à disposition de son propre véhicule. Une ligne de démarcation sépare les économies occidentales des pays émergents. 1 habitant sur 2 des premières (hormis la Pologne et l'Italie) ne l'envisage même pas une seule journée. A l'inverse, ils sont seulement 1 sur 3 en Turquie, en Afrique du Sud et au Brésil, et 1 sur 5 en Chine, à refuser catégoriquement de mettre à disposition leur véhicule pour de l'autopartage.

La durée moyenne fait apparaître des différences identiques. Elle s'établit à 7,5 jours en Chine, trois fois plus qu'en Allemagne et aux Pays-Bas qui se situent en bas de ce classement (Fig. 36).

La somme d'argent mensuelle qui satisferait les automobilistes pour accepter l'autopartage donne à voir une opposition moins significative. Elle varie du simple au double entre la Chine, en bas de classement, et le Japon, situé tout en haut. Les niveaux de vie respectifs des deux pays expliquent une partie de la différence (Fig. 37).

Fig.36

**Combien de jours seriez-vous prêt à proposer votre véhicule en autopartage par mois (en programmant les jours à l'avance)?**

En %, une seule réponse

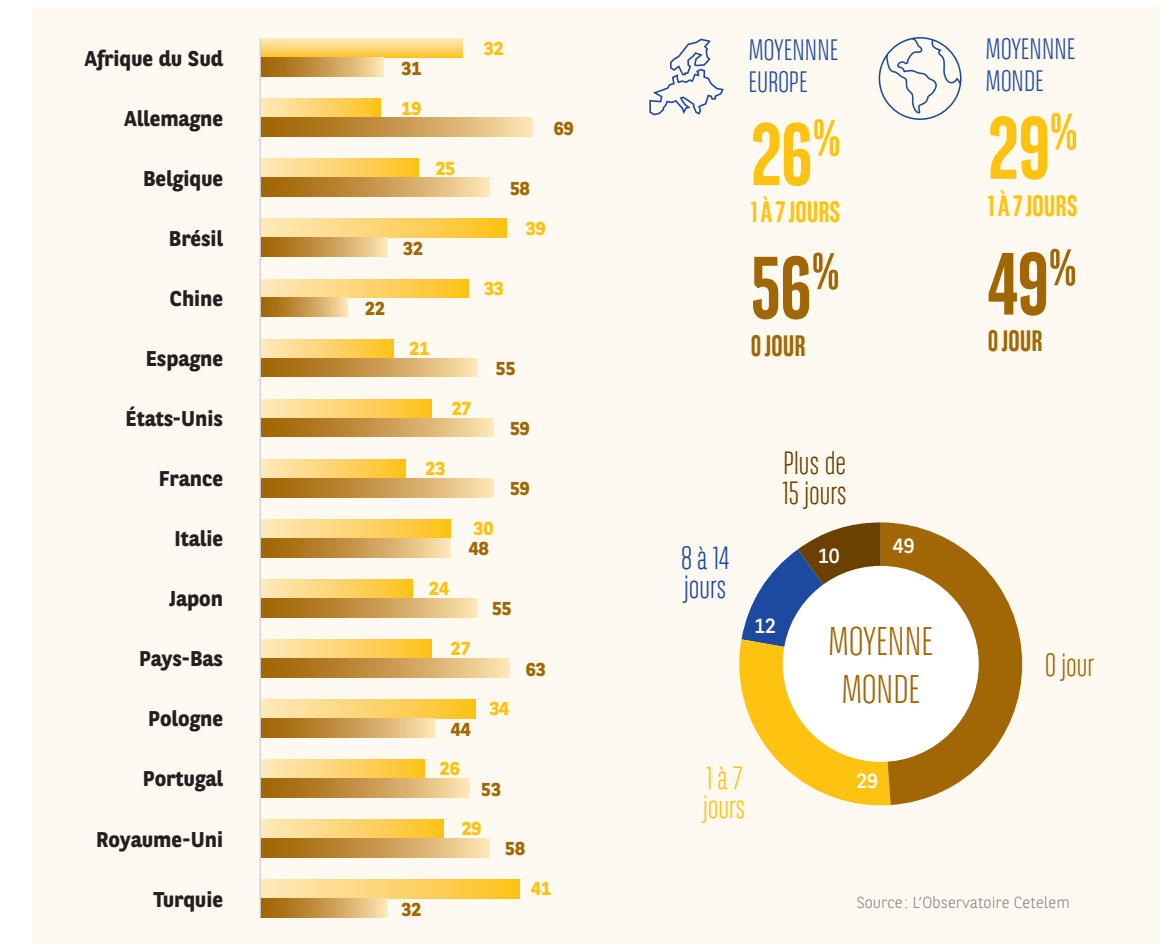
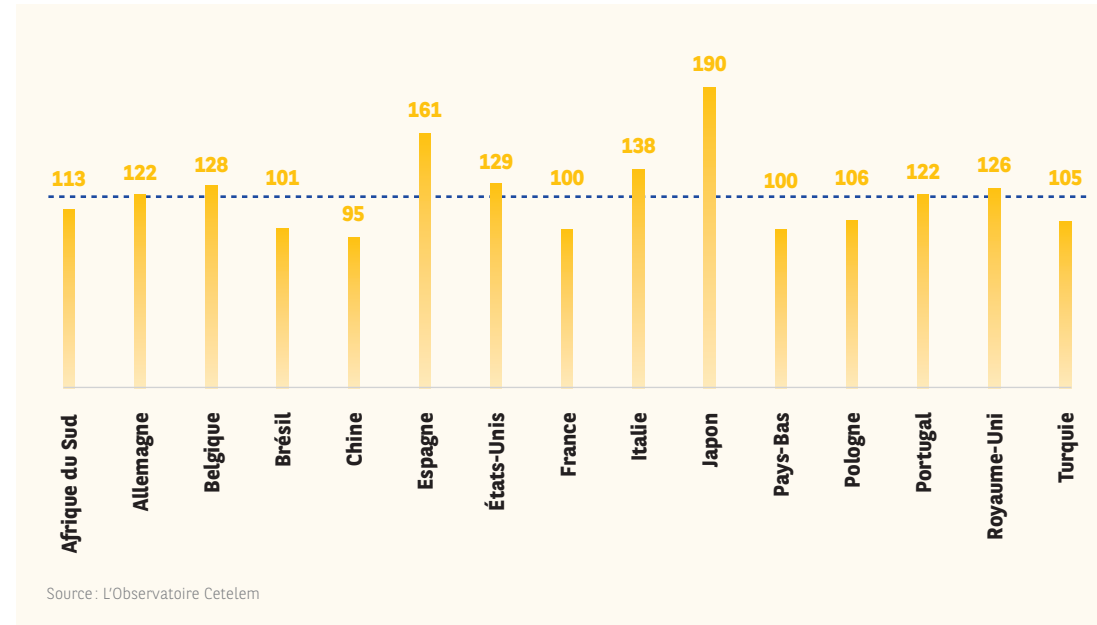




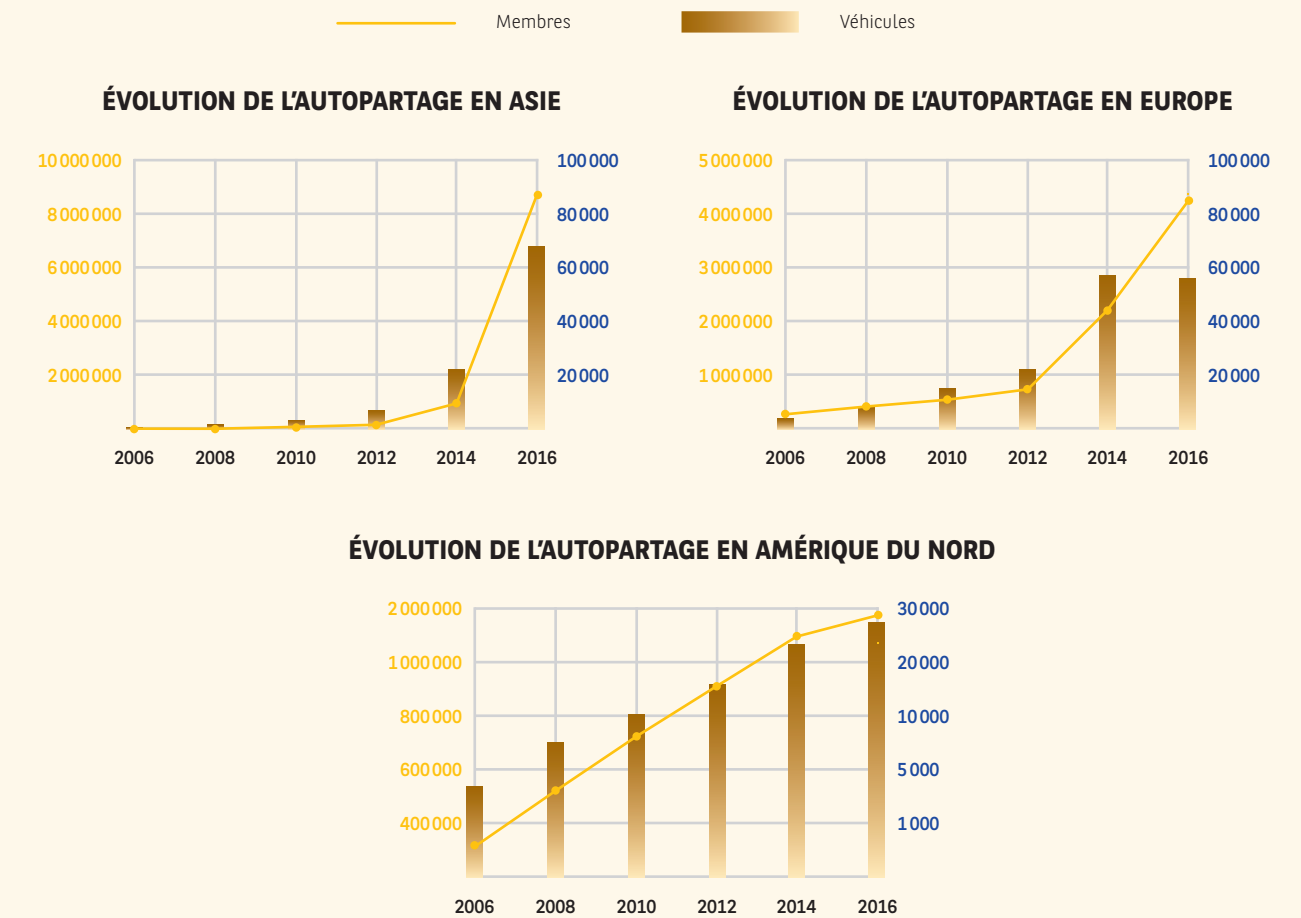
Fig. 37

**Pour quelle compensation financière seriez-vous prêt à proposer votre véhicule en autopartage par mois?**  
En %, une seule réponse. En euros



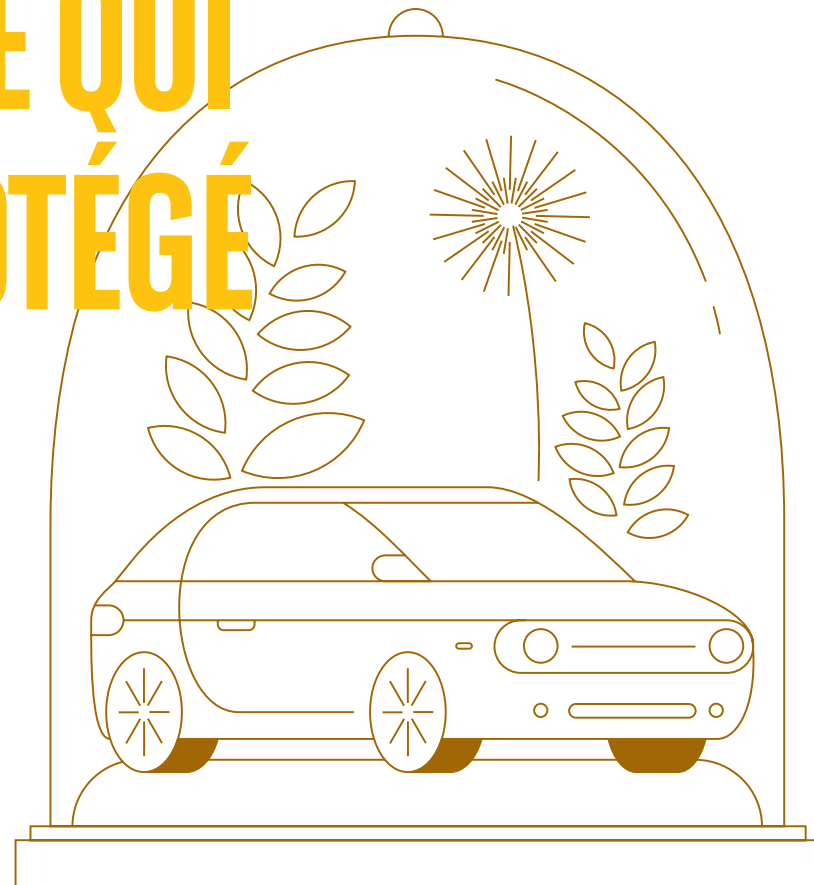
## Autopartage : le leadership asiatique

Sur le marché de l'autopartage, le marché asiatique occupe clairement la première place devant l'Europe et les États-Unis, fort notamment d'un développement soutenu et constant. Le poids de la Chine y est naturellement significatif, avec des entreprises qui se développent en cohérence avec les projets des autorités, et avec leur soutien plus ou moins direct.



Source : Shaheen, Spring Carsharing Outlook, 2018  
<https://escholarship.org/uc/item/49j961wb#main>

# LA VOITURE, UN ESPACE QUI RESTE PROTÉGÉ



Clairement, le gain d'argent est dominant pour envisager la pratique de l'autopartage et du covoiturage. Pour autant, il ne saurait s'affranchir de toutes limites. Notamment celles de la sphère intime dont l'automobile fait encore amplement partie.

## PROPRIÉTÉ PRIVÉE : NE PAS TOUCHER

Ne pas vouloir proposer sa propre voiture à la location, c'est avant tout souhaiter qu'elle ne soit pas détériorée. 62% des automobilistes l'affirment. Les millennials et les seniors, les urbains et les ruraux sont pour une fois sur la même longueur d'ondes. Comme l'a déjà mis en évidence l'Observatoire Cetelem dans des études précédentes, la voiture se prête à des usages toujours plus variés

pour devenir une sorte de seconde maison, un espace résolument privé. La deuxième raison invoquée conforte ce sentiment de propriété, pour certains encore jalousement sauvegardé. 38% ne souhaitent pas louer leur véhicule car ils entendent en rester le seul utilisateur (Fig. 38 et 39).

Fig. 38

### Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus proposer votre voiture à la location ?

En %, trois réponses maximum

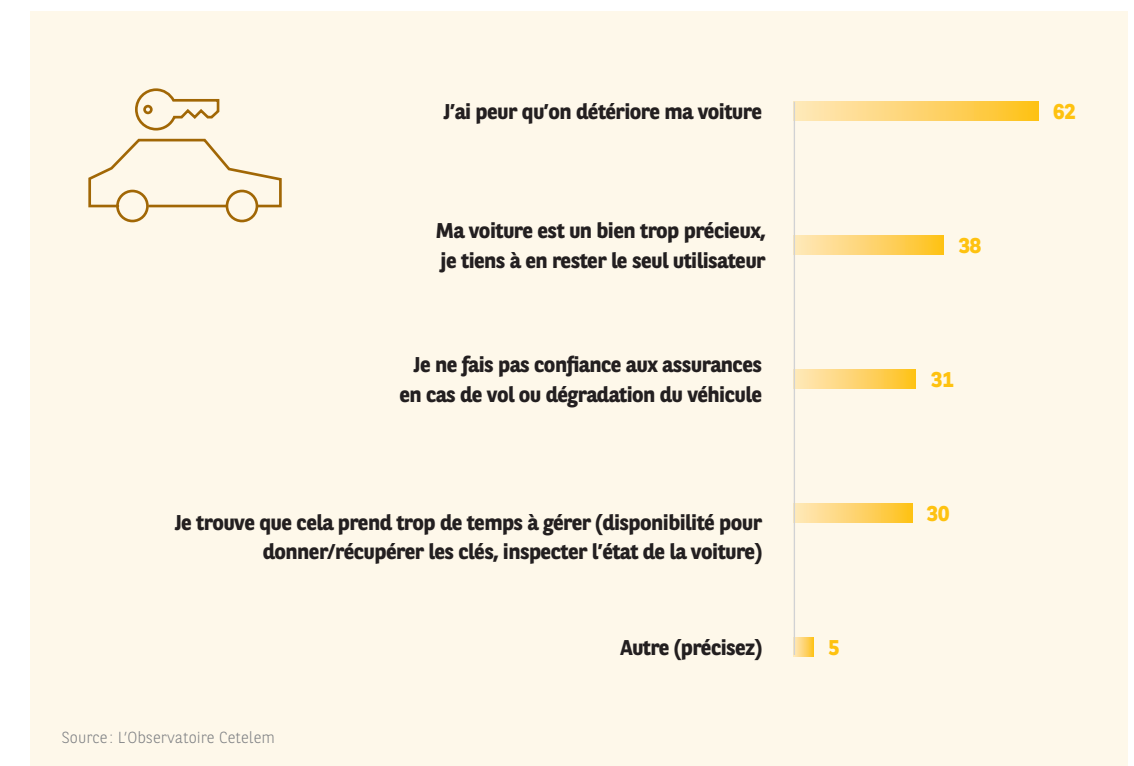


Fig. 39

**Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus proposer votre voiture à la location ?**

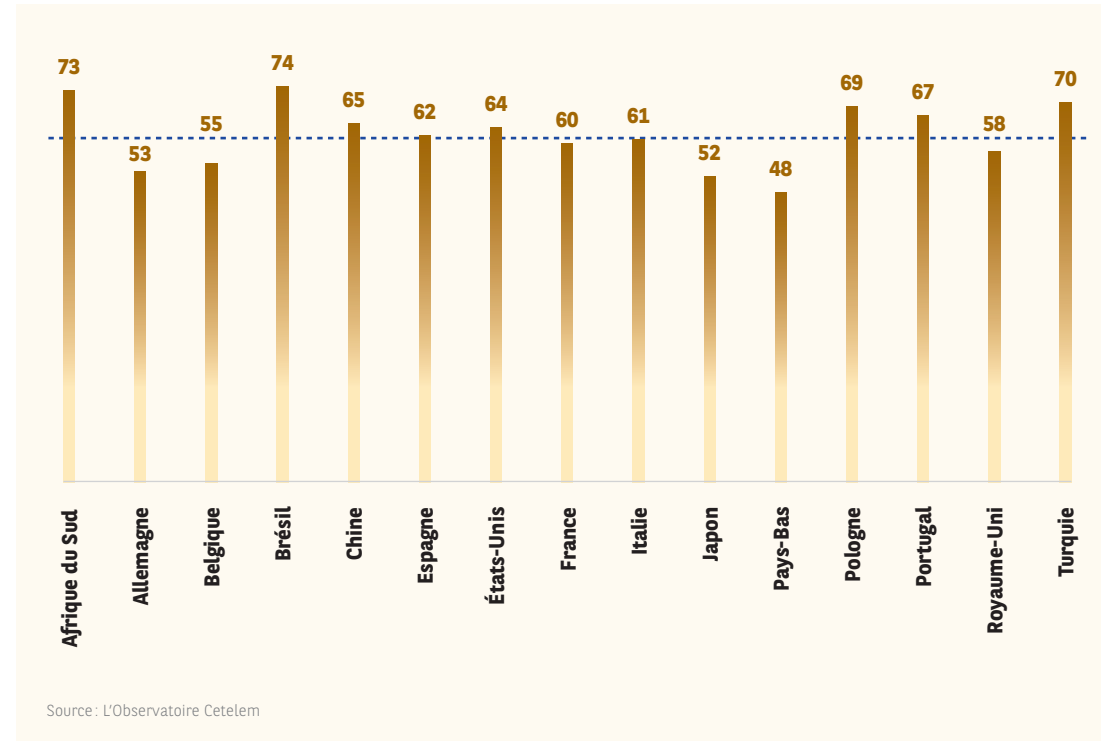
En %, somme des « J'ai peur qu'on détériore ma voiture »



**59%**  
MOYENNE  
EUROPE



**62%**  
MOYENNE  
MONDE



**PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE : DES SENIORS PLUS MÉFIANTS**

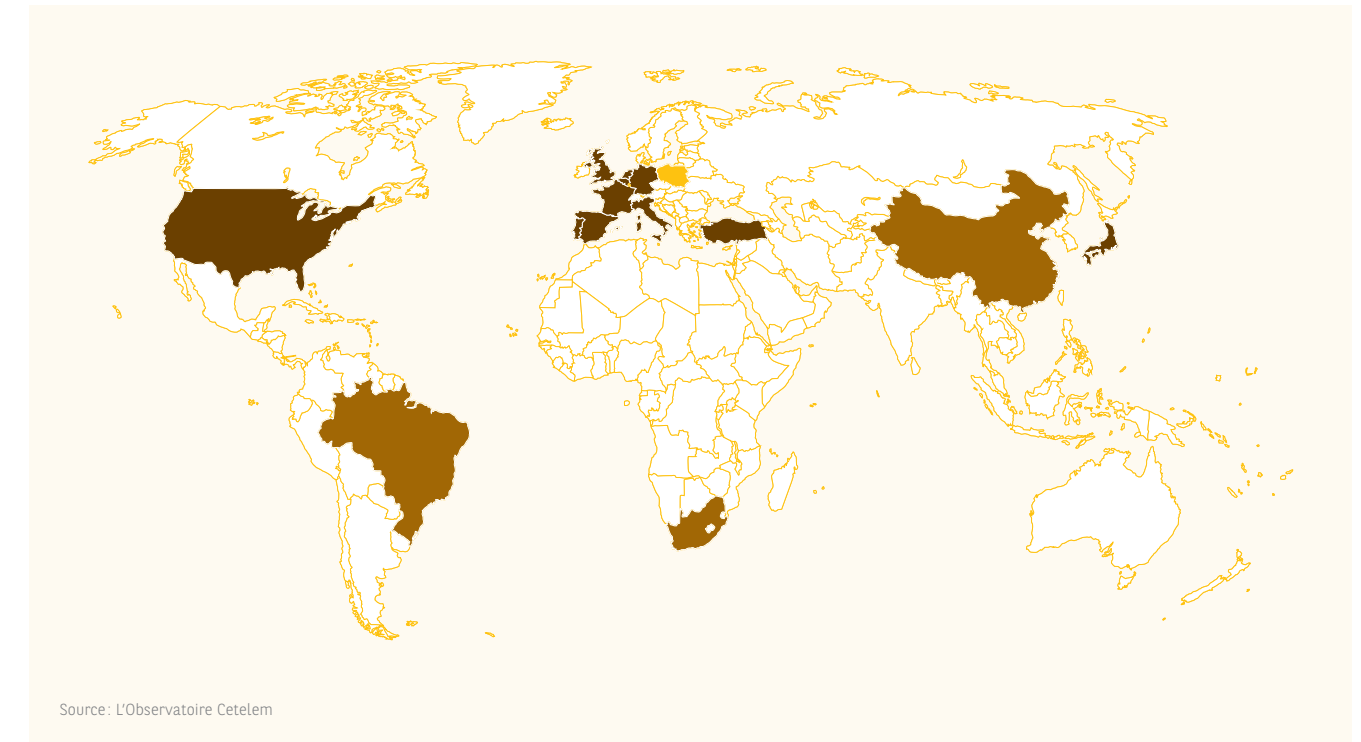
Cette volonté de sauvegarder son intimité conditionne aussi le choix de ne pas être rémunéré pour l'enregistrement de ses données privées par des capteurs installés dans le véhicule. 57% considèrent que ce serait une intrusion dans leur vie privée. 1 personne sur 2 a peur que ces données soient détournées et utilisées de manière illégale (Fig. 40). Dans les deux cas, les seniors se

montrent plus méfiants que les millennials. Cette peur d'une utilisation frauduleuse des données est particulièrement exprimée en Chine (70%). Ce pays est pourtant le paradis des écosystèmes, où la data est le nouvel or noir et où l'achat de véhicule est le plus numérisé. Alors, paradoxe ou suspicion légitime ?

Fig. 40

**Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus vendre vos données personnelles (grâce à des capteurs installés dans votre voiture) ?**

En %, les couleurs représentent la proposition majoritaire dans chaque pays



**57%**

JE CONSIDÈRE QUE C'EST UNE INTRUSION DANS MA VIE PRIVÉE

**50%**

J'AI PEUR QUE MES DONNÉES PERSONNELLES SOIENT DÉTOURNÉES / UTILISÉES DE MANIÈRE ILLÉGALE

**45%**

JE NE FAIS PAS CONFIANCE AUX ENTREPRISES QUI RÉCUPÈRENT LES DONNÉES

**PUBLICITÉ : MANQUE DE DISCRÉTION ASSURÉE**

Autre moyen possible de générer des revenus avec son véhicule, la publicité ne fait pas recette. 1 automobiliste sur 2 ne souhaite pas se faire remarquer en auto-sandwich. Les seniors sont les plus réservés à ce sujet, tandis que les Allemands et les Brésiliens montrent le moins de prévention à cet égard. Notons que 1 personne sur 4 juge dans l'absolu cette activité pas suffisamment rémunératrice... surtout les millennials (Fig. 41).

**UNE CONFIRMATION À VENIR**

Alors, les solutions d'autopartage et de covoiturage seraient-elles seulement de belles mécaniques rutilantes au plan marketing? Force est de constater qu'au-delà de l'attachement personnel à sa voiture, les contraintes imposées et la simple réalité de la vie expliquent en grande partie le relatif confinement des solutions d'autopartage et de covoiturage à une sphère limitée d'utilisateurs. Même si le poids des millennials et des urbains plus propices et enclins à ces nouvelles « automobilités » laisse augurer de réels espoirs de décollage.

Fig. 41

**Quelles sont/ont été vos raisons principales pour ne pas/plus mettre de la publicité sur votre voiture?**

En %, trois réponses maximum



# ESPRIT DE SYNTHÈSE

**LES CHIFFRES CLÉS**

1 personne sur 2 pratique le covoiturage en tant que passager pour dépenser moins.



1 millennial sur 2 pratique le covoiturage ou l'autopartage pour gagner de l'argent.



4 sur 10 le pratiquent pour se rendre utile aux autres.



1 sur 2 s'adonne à l'autopartage autant pour gagner de l'argent, faire un geste pour l'environnement que pour des raisons pratiques.



6 sur 10 ne souhaitent pas louer leur voiture pour éviter qu'elle soit détériorée.



6 sur 10 considèrent que l'enregistrement d'informations à l'intérieur de leur véhicule est une atteinte à leur vie privée.



1 sur 2 a peur que ces données soient détournées.



1 sur 2 ne souhaite pas de publicité sur sa voiture pour ne pas se faire remarquer.

**LES FRACTURES**

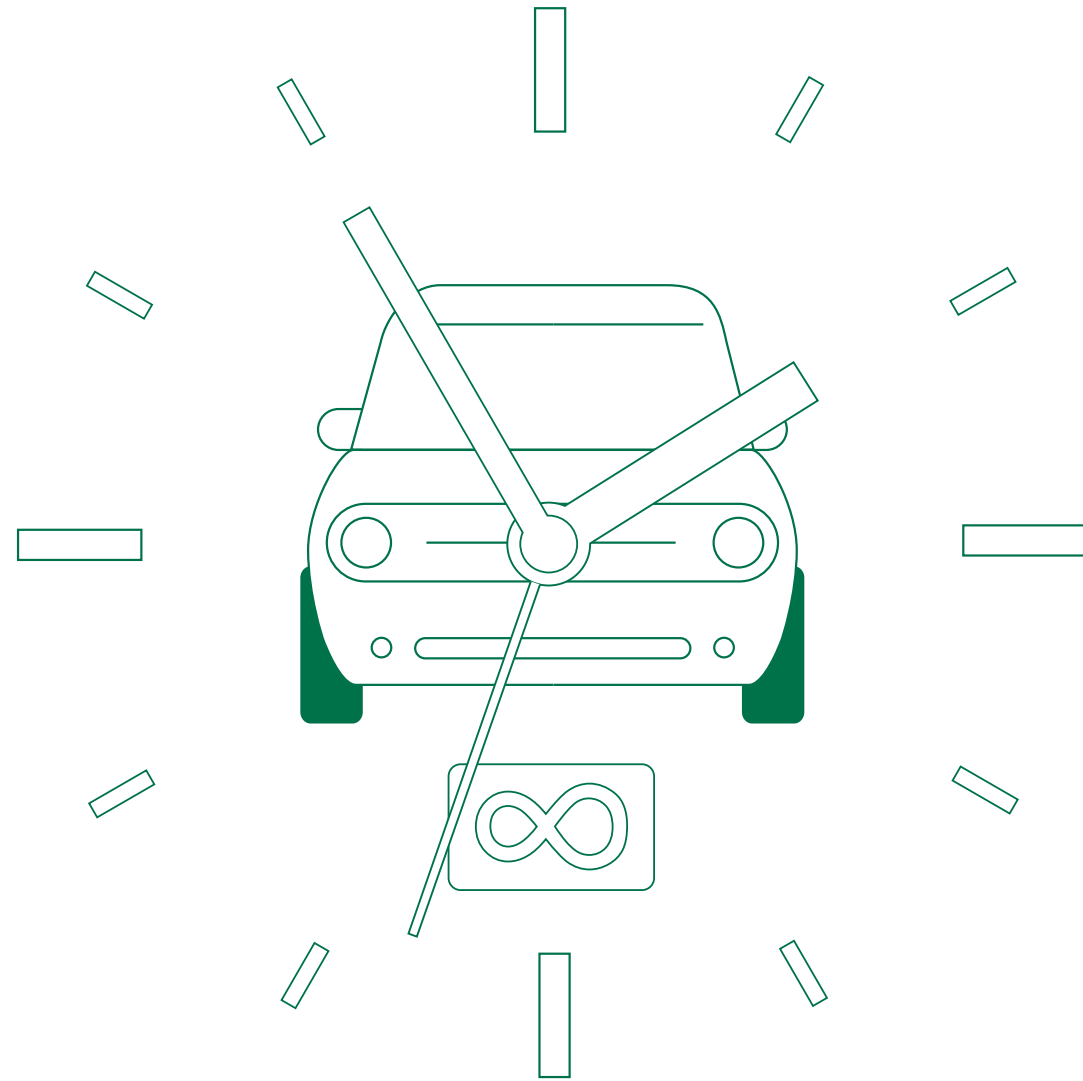
- Dans les pays émergents, le choix du covoiturage est plus qu'ailleurs d'ordre économique.
- Les seniors privilégient le covoiturage pour le respect de l'environnement.
- En matière d'autopartage, les seniors privilégient l'écologie et la praticité au gain d'argent.
- Les habitants des économies matures sont beaucoup plus réticents que ceux des pays émergents à vouloir mettre à disposition leur véhicule pour de l'autopartage.
- Les seniors sont plus attachés à la préservation de leur vie privée concernant leur véhicule.

# DES SOLUTIONS POUR LE FUTUR MAIS DES FRACTURES PERSISTANTES

La voiture questionne, pose problème, séduit, attire, prête le flanc aux critiques, stimule les innovations... Une chose est sûre, on n'a pas encore fini d'en entendre parler. C'est ce que nous disent les automobilistes. En effet, si certains se projettent sans en posséder une, ils n'imaginent pas un monde sans voiture. Comment résistera l'automobile sous sa forme traditionnelle? Quels poids prendront les nouvelles formes d'«automobilité» à travers le monde, au sein des différentes générations, dans les villes et dans les campagnes?

Afin de mesurer et suivre la place et les formes d'usage et d'accès automobiles, l'Observatoire Cetelem propose 3 indicateurs exclusifs, descriptifs des recours traditionnels et modernes à la voiture.

# L'AUTOMOBILE, POUR LONGTEMPS ENCORE



## UN AVENIR QUI ROULE

Bonne nouvelle pour les constructeurs et les distributeurs, 86% des personnes interrogées dans cette étude pensent que dans 10 ans on achètera et on possèdera encore sa voiture. Un quintet se détache pour l'affirmer plus haut et plus fort : Afrique du Sud, Pologne, États-Unis, Brésil et Royaume-Uni. Un trio est moins affirmatif : Japon, Chine et Pays-Bas.

Autre bonne nouvelle, les millennials sont les plus enclins à le penser, avec la Chine comme pays où les différences générationnelles sont les plus marquées (84% millennials

vs 60% seniors). En fonction du lieu de vie, les écarts sont sensiblement moins nets, que l'on habite dans les grandes villes ou à la campagne (Fig. 42).

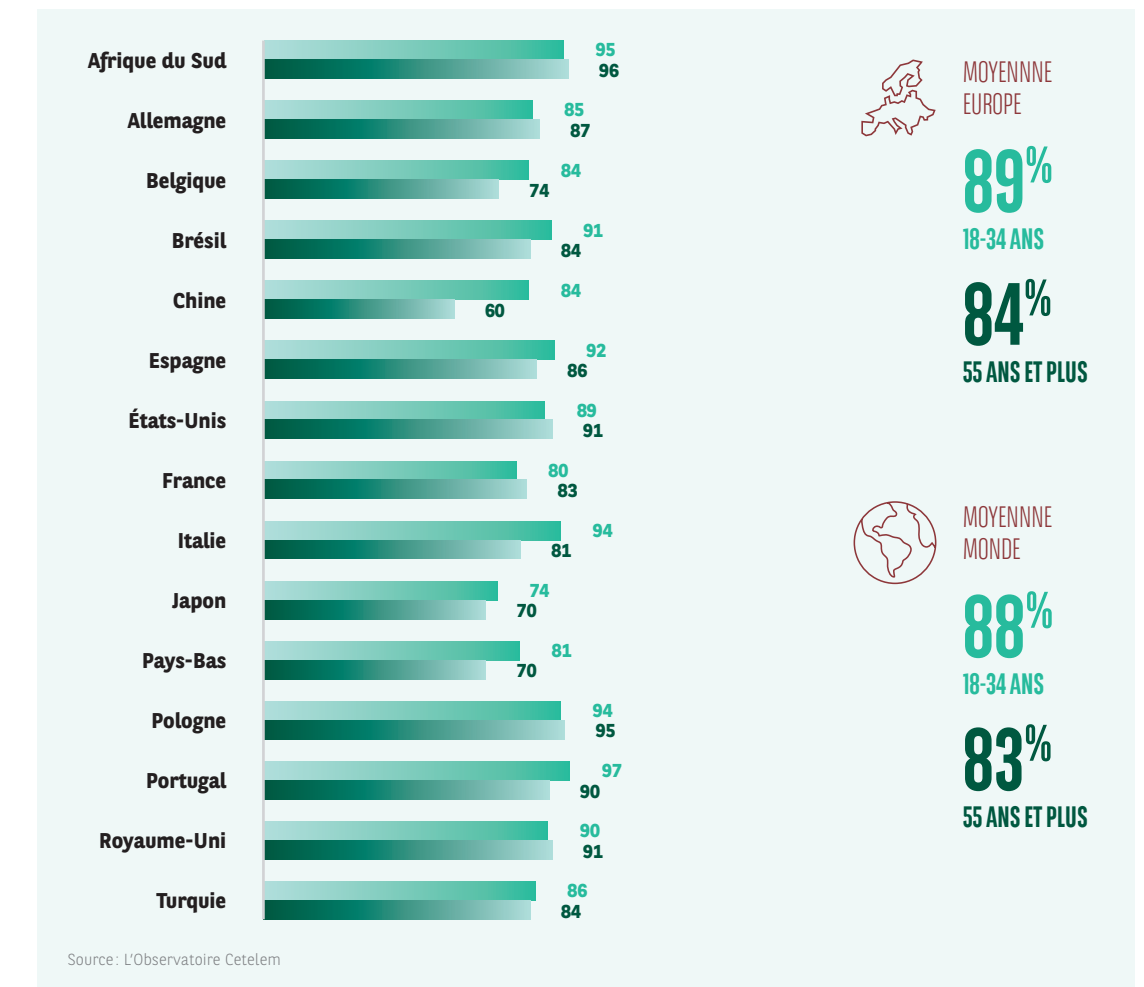
## ET SI C'ÉTAIT GRATUIT ?

Monnayer ses habitudes et données de navigation à des fins commerciales, accepter d'entendre ou de voir des publicités à bord de son véhicule sont des possibilités techniquement de plus en plus réalisables grâce aux véhicules connectés. Elles sont maintenant évoquées en contrepartie du financement de tout ou partie du coût de

Fig. 42

### Dans 10 ans, pensez-vous que l'on achètera/possèdera encore sa voiture ?

En %, somme des « Oui »



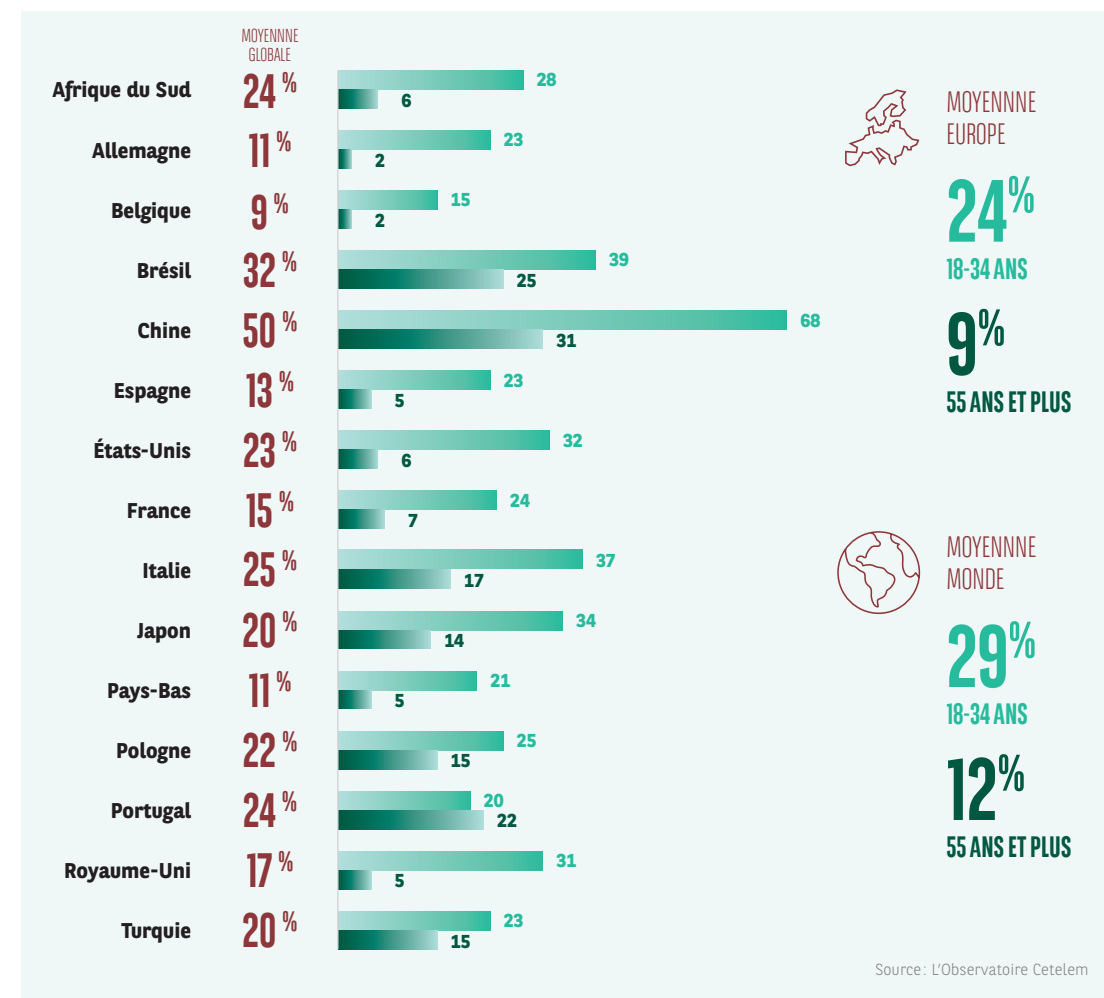
la voiture. La « zero dollar car » peut-elle exister ? C'est en tout cas ce que souhaite une proportion d'automobilistes qui imaginent possible d'utiliser un jour gratuitement un véhicule. 1 personne sur 5 en a la conviction, et même jusqu'à 1 Chinois sur 2. C'est en Europe que l'on rencontre les plus dubitatifs, particulièrement les Belges, les Allemands et les Hollandais (Fig. 43). Moins digitaux et moins coutumiers des services freemium, les seniors sont très peu nombreux à croire en cette solution (12% en moyenne). L'usage prolongé de leur

véhicule, à un coût qu'ils ont eu le temps de juger trop important, explique sans doute ce faible score. Une fois encore les Allemands et les Belges ne se font aucune illusion à ce sujet. N'oublions pas aussi que cette étude a montré des millennials très sensibles à la problématique budgétaire automobile. Qu'ils soient plus nombreux que leurs aînés à croire en sa gratuité future est somme toute logique. Les millennials chinois se distinguent à nouveau avec plus des deux tiers d'entre eux qui croient en cette gratuité. Ils sont suivis par d'autres adeptes du digital, les Brésiliens.

Fig. 43

**Pensez-vous qu'on pourra utiliser un jour une voiture gratuitement ?**

En %, somme des « Oui »



**Chine, le pays de l'automobile du futur**

Premier marché mondial après 15 ans de croissance continue, la Chine connaît depuis plus d'un an une baisse sensible des ventes automobiles. Le signe d'un déclin possible? Pas si sûr. Au moins si l'on en juge par la nature même de ce marché et la façon de moderniser ce secteur d'activité. L'organisation économique et politique a aussi permis la mise en place de mesures et de principes de ventes qui bouleversent ce même marché. Face au défi de la qualité de l'air, la voiture électrique a été encouragée plus que partout ailleurs, tant par les aides accordées à ce type de véhicule que par des mesures de restriction pour limiter les ventes de véhicules thermiques. Autre paramètre essentiel, abstraction faite des GAFA, on peut considérer la Chine et ses BATX (Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi) comme la première puissance technologique mondiale, particulièrement en matière d'intelligence artificielle et d'utilisation commerciale poussée de la téléphonie. Aujourd'hui, il est possible de choisir, essayer, commander, payer un véhicule, le tout à partir de son smartphone, en attendant peut-être de voir rouler à grande échelle les véhicules autonomes pour lesquels la Chine est aussi à la pointe. Des avancées rendues possibles par le tropisme des Chinois pour la technologie et une logique écosystémique pilotée par l'État.

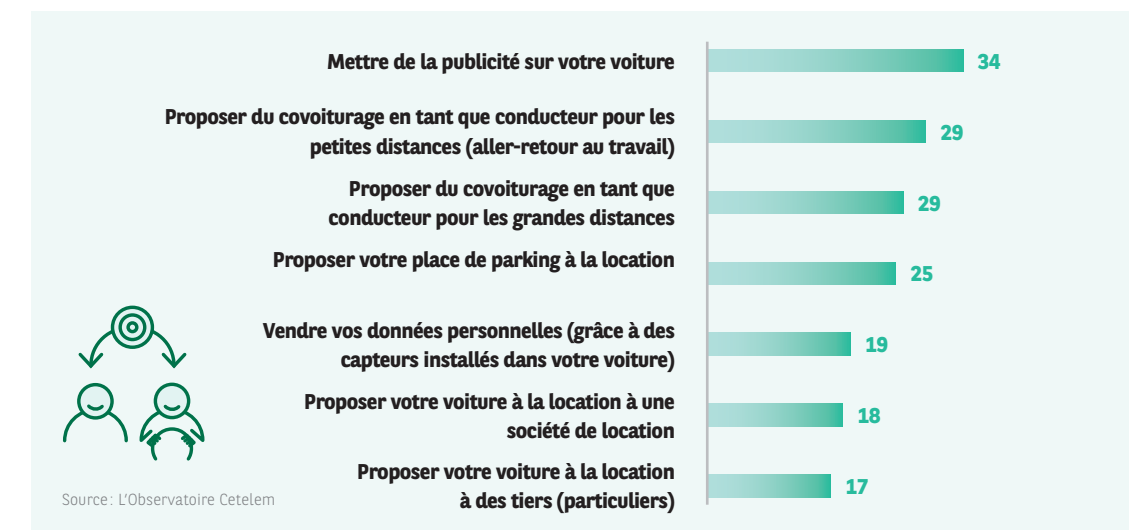
**COMMENT DEMAIN GAGNER DE L'ARGENT AVEC SA VOITURE**

À défaut de gratuité potentielle, mais non immédiate, les automobilistes sont prêts à envisager des solutions rémunératrices pour gagner de l'argent avec leur voiture. Première d'entre elles la publicité, pour 1 automobiliste sur 3, avec globalement des pays tout autant portés à le faire, excepté le Japon qui, discret, montre la plus forte réticence (13%). Le covoiturage, pour courtes ou longues distances, a aussi potentiellement de nombreux adeptes (29% et 26%), suivi de près par la mise en location de sa place de parking (25%). Comme nous l'avons souvent vu pour tout ce qui a trait aux questions d'ordre économique, l'Afrique du Sud, la Chine, la Turquie et le Brésil se distinguent en étant les plus motivés. Louer sa propre voiture, à une entreprise ou un particulier, tout comme vendre ses données personnelles liées à l'usage automobile, séduisent moins. Néanmoins, 1 automobiliste sur 5 se dit prêt à utiliser cette nouvelle possibilité de gagner de l'argent avec sa voiture (Fig. 44).

Fig. 44

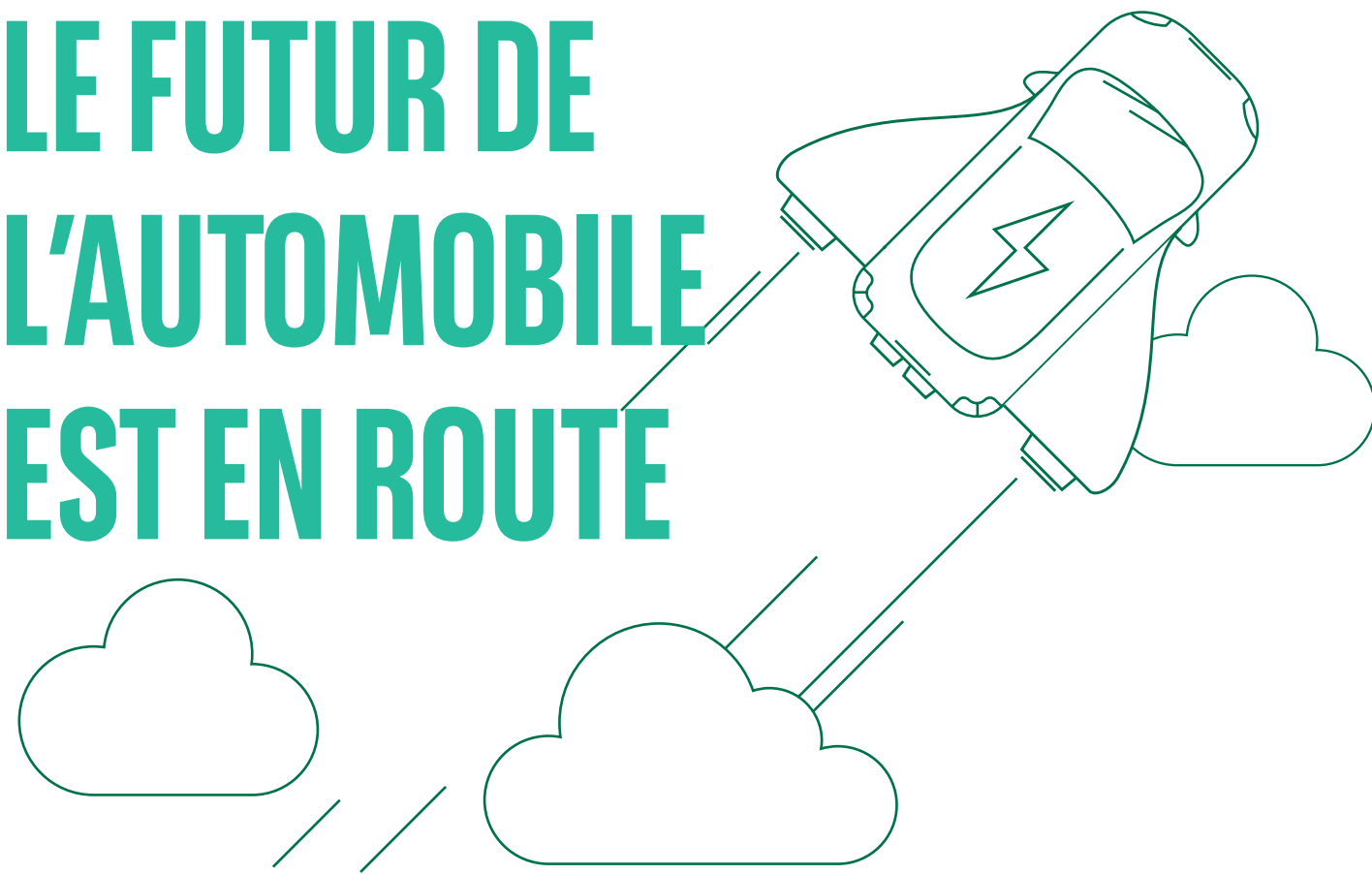
**Pour que votre voiture vous rapporte de l'argent, seriez-vous prêt à... ?**

En %, somme des « Vous ne l'avez jamais fait et seriez prêt à le faire »





# LE FUTUR DE L'AUTOMOBILE EST EN ROUTE



Dans une logique prospectiviste, et afin de contribuer à une meilleure compréhension du futur automobile, l'Observatoire Cetelem a souhaité créer trois indicateurs pour confronter les usages classiques de l'automobile aux usages nouveaux et, mieux encore, à leur potentiel de développement. Ces trois indicateurs composites ont été définis à l'aide des variables issues du questionnaire qui a servi de support à la réalisation de cette étude.

## Nature et composition des indicateurs

**Car Use Now** mesure, de 1 à 10, le degré de diffusion de l'automobile dans son mode traditionnel de possession et d'usage. Il est constitué de variables d'équipement, d'usage et d'attachement à sa voiture et à la liberté qu'elle confère. Plus la note est élevée, plus la voiture est utile et utilisée dans sa version classique.

- Nombre de véhicules par foyer
- Kilomètres parcourus par jour de semaine
- Évolution de l'usage automobile
- Attachement à son véhicule
- Importance donnée à la liberté qu'offre la possession automobile

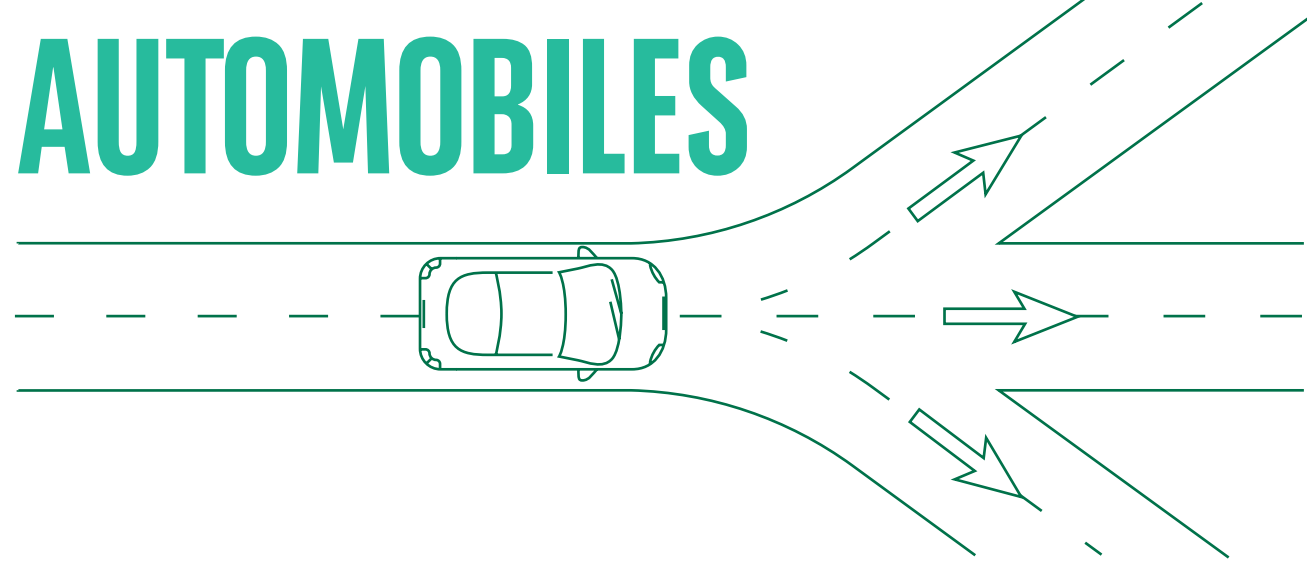
**Car Use New** mesure de 1 à 10 le niveau d'adoption réel et actuel de nouvelles formes d'accès et d'usages de l'automobile, ainsi que des moyens d'économiser ou de gagner de l'argent avec sa voiture. Plus la note est élevée, plus le recours aux nouvelles formes d'automobilité est important.

- Fréquence de déplacement selon les nouveaux usages (autopartage, covoiturage, etc.)
- Possession d'un abonnement de covoiturage ou d'autopartage
- Pratiques permettant de réduire le coût de son automobile

**Car Use Next** reprend les indicateurs de Car Use New mais en se focalisant cette fois non plus seulement sur les usagers effectifs et actuels des nouveaux usages, mais en considérant également ceux qui déclarent s'y intéresser et envisager d'y avoir recours un jour. Plus la note est élevée, plus on peut prévoir un développement de ces usages.

- Fréquence de déplacement selon les nouveaux usages (autopartage, covoiturage, etc.)
- Possession d'un abonnement de covoiturage ou d'autopartage
- Pratiques permettant de réduire le coût de son automobile

# DES INDICATEURS QUI PRÉCISENT LES FRACTURES AUTOMOBILES



## UNE NETTE DICHOTOMIE ENTRE PAYS OCCIDENTAUX ET PAYS ÉMERGENTS.

Concernant l'indicateur Car Use Now, les usages classiques de l'automobile résistent plutôt mieux dans les pays occidentaux. L'Italie, la Pologne, la France, le Portugal, l'Espagne et les États-Unis présentent en effet un indicateur supérieur ou égal à la moyenne. En dernière position de ce classement, la Chine obtient une note presque deux fois inférieure à l'Italie qui occupe le premier rang (3,3 vs 6,2). Notons les places occupées en bas de classement par l'Allemagne et le Royaume-Uni, pourtant pays de tradition automobile.

Avec les indicateurs de nouveaux usages avérés ou potentiels, la perspective s'inverse pour placer au-devant de la scène les pays émergents. En présentant les plus

forts indices Car Use New et Car Use Next, la Chine conforte son statut de laboratoire de l'automobile du futur (2,9 et 3,5). Pas étonnant non plus de retrouver ensuite, comme nous l'avons maintes fois souligné, la Turquie, le Brésil et l'Afrique du Sud avec des notes quasiment similaires.

Plus surprenante est la place qu'occupe les États-Unis après ce quatuor. Pays des grands espaces et de la mobilité par excellence, ils démontrent leur capacité aux changements d'un produit, et du mode de vie associé, auquel ils ne sont pas prêts à renoncer. Notons que la France, l'Italie, la Belgique et l'Allemagne campent la vieille Europe automobile. Situés en bas de classement pour les deux indicateurs, ces pays font preuve d'une certaine frilosité vis-à-vis du changement.

Fig. 45

## Indicateur Cetelem Car Use



# LES JEUNES ET LES URBAINS D'ABORD

## LA VOITURE AUJOURD'HUI ESSENTIELLE À LA CAMPAGNE

Tout au long de cette étude, nous avons constaté deux fractures autres que géographiques entre, d'une part, les millennials et les seniors, et, d'autre part, les habitants des grandes villes et ceux des campagnes. Les trois indicateurs les mettent en évidence.

L'indicateur Car Use Now obtient ces scores les plus élevés dans les zones les moins densément peuplées, confirmant le caractère indispensable de la voiture pour qui habite dans une zone rurale, éloignée des centres, où les alternatives à l'automobile sont les plus rares. La transition se fait ensuite progressivement jusqu'aux villes de plus de 1 million d'habitants où les scores obtenus sont les plus faibles. L'automobile y subit en effet la concurrence économique et l'efficacité d'autres modes comme les transports en commun ou les modes dits actifs (marche, vélo, etc.). Elle y est non seulement moins indispensable, mais souvent jugée inopportune.

Au plan générationnel, et à lieu de vie identique, les scores ne soulignent pas de différence notable quant à un usage classique de l'automobile.

## L'AVENIR URBAIN DES NOUVELLES MOBILITÉS PORTÉ PAR LES JEUNES GÉNÉRATIONS

En toute logique, les indicateurs Car Use New et Car Use Next, qui témoignent de la percée des nouvelles mobilités, obtiennent les notes les plus fortes dans les grandes villes. Pour autant, ces notes ne sont pas encore aussi élevées que pour l'indice Car Use Now. En revanche, à âge égal, la différence est souvent du simple au double entre les plus petites villes et les plus grandes.

Dans le registre de l'âge, les seniors enregistrent des notes très sensiblement inférieures pour Car Use New et Car Use Next. Plus agiles sur les plateformes de réservation digitales et plus souvent contraints en termes de moyens économiques, les millennials adoptent davantage les nouveaux moyens d'utiliser et de payer les services rendus par une automobile, et se déclarent encore plus nombreux à le faire.

Il est à ce titre intéressant de corréliser ces résultats avec ceux obtenus dans la mesure de la technophilie et de l'adoption de l'innovation. Le pourcentage des moins de 55 ans prêts à essayer sans attendre un nouveau produit, service ou concept store est le double de celui des 55 ans et plus. Et il en va de même en ce qui concerne les échanges entre particuliers.

Tab. 1

### Car Use Now

Possession et usage classique de l'automobile

	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus
Dans une ville de plus de 1 000 000 d'habitants	4	4,4	3,6
Dans une ville de 100 001 à 1 000 000 d'habitants	4,3	4,5	4,2
Dans une ville de 20 000 à 100 000 habitants	4,5	4,8	4,7
En zone rurale / dans une ville de moins de 20 000 habitants	5,1	5,5	5,4

Tab. 2

### Car Use New

Adoption déclarée des nouveaux usages et accès à l'automobile

	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus
Dans une ville de plus de 1 000 000 d'habitants	2,8	2	1,6
Dans une ville de 100 001 à 1 000 000 d'habitants	2,3	1,7	1,4
Dans une ville de 20 000 à 100 000 habitants	2,2	1,4	1,2
En zone rurale / dans une ville de moins de 20 000 habitants	1,7	1	1,1

Tab. 3

### Car Use Next

Intention déclarée d'adopter les nouveaux usages et accès à l'automobile

	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus
Dans une ville de plus de 1 000 000 d'habitants	3,5	2,8	2,1
Dans une ville de 100 001 à 1 000 000 d'habitants	3,1	2,4	1,9
Dans une ville de 20 000 à 100 000 habitants	3,1	2,2	1,8
En zone rurale / dans une ville de moins de 20 000 habitants	2,5	1,8	1,7

Tab. 4 et 5

**Pourcentage de répondants déclarant être les premiers à essayer un nouveau produit, service ou concept store**

En %

	Moins de 55 ans	55 ans et plus
Ville de moins de 1 000 000 d'habitants	51%	33%
Ville de plus de 1 000 000 d'habitants	59%	34%

**Pourcentage de répondants aimant échanger ou acheter des objets avec d'autres particuliers**

	Moins de 55 ans	55 ans et plus
Ville de moins de 1 000 000 d'habitants	54%	36%
Ville de plus de 1 000 000 d'habitants	58%	30%

**AUTOMOBILITÉS FUTURES : UN FOSSÉ ENTRE VILLE ET CAMPAGNE DIFFICILE À COMBLER**

On peut ainsi projeter qu'avec la diffusion des innovations récentes et à venir par effet générationnel, les futurs seniors auront emporté leurs habitudes de jeunesse et notamment les usages renouvelés de l'automobile.

En revanche, les scores futurs (Car Use Next) des campagnes et des zones peu denses ne rejoignent pas les scores actuels enregistrés en ville. Ce qui en dit long sur les limites du développement des nouvelles automobilités en dehors des méga-cités.

# ESPRIT DE SYNTHÈSE

**LES CHIFFRES CLÉS**

Près de 9 personnes sur 10 pensent que dans 10 ans on achètera encore sa voiture.



2 sur 10 pensent que la voiture sera un jour gratuite.

**LES FRACTURES**

- Les millennials sont plus nombreux que les seniors à croire qu'on achètera encore sa voiture dans 10 ans.
- Les seniors sont très peu nombreux à croire que la voiture sera un jour gratuite.
- Les automobilistes des pays émergents sont les plus enclins à vouloir gagner de l'argent avec leur voiture.
- La voiture possédée et utilisée classiquement remporte logiquement le plus de suffrage à la campagne et dans les zones peu denses.
- La fracture générationnelle n'est pas évidente pour l'automobile à la mode ancienne.
- La voiture new age, louée, partagée et « monétisée », est quant à elle clairement l'apanage des villes et même des grandes villes, des jeunes et même des très jeunes.

# CHIFFRES CLÉS

## MARCHÉ DE VÉHICULES PARTICULIERS NEUFS, VPN

	2017	2018	2019*	Variation 2019/2018	2020*	Variation 2020/2019
France	2 110 748	2 173 481	2 170 000	-0,2%	2 100 000	-3,2%
Italie	1 970 497	1 910 025	1 870 000	-2,1%	1 830 000	-2,1%
Espagne	1 234 931	1 321 438	1 225 000	-7,3%	1 200 000	-2,0%
Portugal	222 134	228 327	217 000	-5,0%	208 000	-4,1%
Belgique – Luxembourg	599 333	602 418	585 000	-2,9%	573 000	-2,1%
Royaume-Uni	2 540 617	2 367 147	2 305 000	-2,6%	2 190 000	-5,0%
Allemagne	3 441 261	3 435 778	3 525 000	2,6%	3 454 500	-2,0%
Pays-Bas	414 538	443 531	408 000	-8,0%	400 000	-2,0%
Pologne	484 190	531 889	543 000	2,1%	530 000	-2,4%
République tchèque	271 595	261 437	240 000	-8,2%	230 000	-4,2%
Slovaquie	95 976	98 080	99 000	0,9%	97 000	-2,0%
Hongrie	116 265	136 601	150 000	9,8%	140 000	-6,7%
<b>Total 13 pays</b>	<b>13 502 085</b>	<b>13 510 152</b>	<b>13 337 000</b>	<b>-1,3%</b>	<b>12 952 500</b>	<b>-2,9%</b>
Europe 27 + EFTA <sup>(1)</sup>	15 606 865	15 626 509	15 390 000	-1,5%	14 900 000	-3,2%
Japon	4 386 378	4 391 160	4 480 000	2,0%	4 480 000	0,0%
États-Unis	17 239 892	17 337 214	17 075 000	-1,5%	16 700 000	-2,2%
Chine	24 950 000	23 709 782	21 340 000	-10,0%	22 000 000	3,1%
Brésil	1 840 000	2 101 884	2 250 000	7,0%	2 400 000	6,7%
Turquie	735 000	486 321	317 000	-34,8%	320 000	0,9%
<b>Somme</b>	<b>64 758 135</b>	<b>63 652 870</b>	<b>60 852 000</b>	<b>-4,4%</b>	<b>60 800 000</b>	<b>-0,1%</b>

\* Estimations et prévisions de l'Observatoire Cetelem de l'Automobile

<sup>(1)</sup> Europe 27 (hors Malte et Chypre) + Norvège, Suisse et Islande

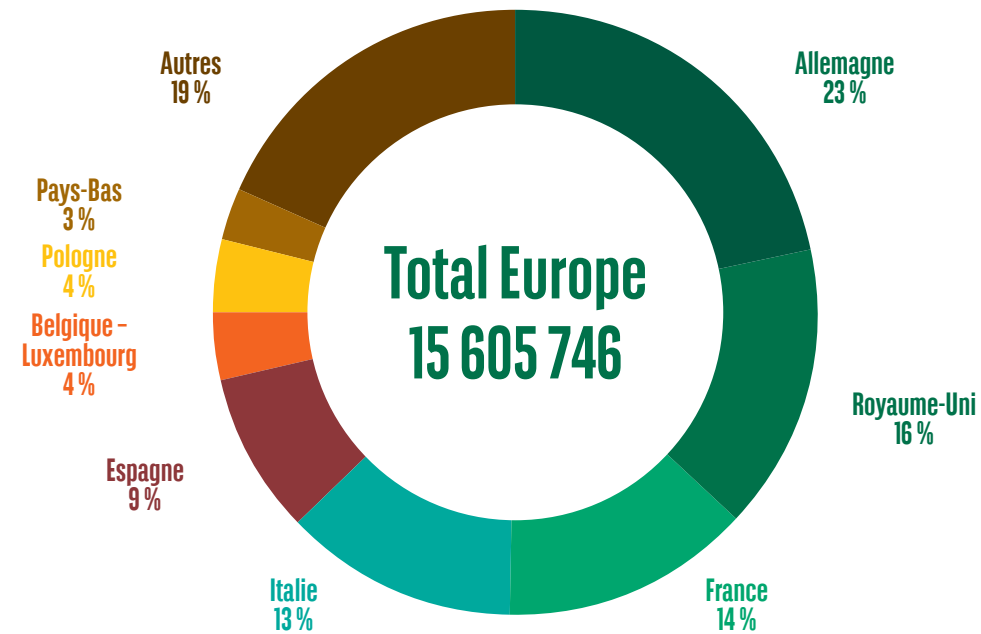
## MARCHÉ DE VÉHICULES LÉGERS, VL\*

	2017	2018	2019*	Variation 2019/2018	2020*	Variation 2020/2019
<b>Monde* en millions</b>	94	94	90	-4,3%	91	0,6%

\* Estimations et prévisions de l'Observatoire Cetelem de l'Automobile

Véhicules légers = véhicules particuliers (VP) + véhicules utilitaires légers

**IMMATRICULATIONS DES VÉHICULES PARTICULIERS NEUFS EN EUROPE\* EN 2018**



\* Europe 27 (hors Malte et Chypre) + Norvège, Suisse et Islande  
Sources : AECA

**TAUX D'ACHAT MÉNAGE - PROJECTIONS 2019**

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

	Immatriculations totales VPN	Part des particuliers	Part des sociétés	Immatriculations particulières	Nombre de ménages 2017	Taux d'achat des ménages
France	2 170 000	45%	55%	976 500	29 314 400	3,3%
Italie	1 870 000	56%	45%	1 037 850	25 864 700	4,0%
Espagne	1 225 000	49%	51%	599 025	18 512 500	3,2%
Allemagne	3 525 000	35%	65%	1 233 750	40 722 600	3,0%
Royaume-Uni	2 305 000	42%	58%	965 795	28 822 300	3,4%
<b>Total</b>	<b>11 095 000</b>	<b>43%</b>	<b>57%</b>	<b>4 812 920</b>	<b>143 236 500</b>	<b>3,4%</b>

Sources : CCFA, ANFAC, ANFIA, KBA, SMMT

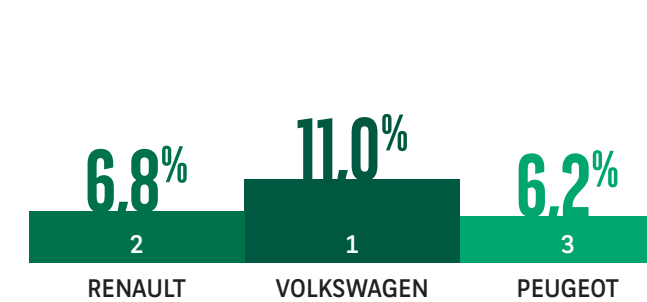
**PRINCIPALES MARQUES EUROPE 2019**

	Parts de marché 9 mois 2019	Parts de marché 9 mois 2018	Évolution 2019 vs 2018
VOLKSWAGEN	11,0%	11,3%	-4,0%
RENAULT	6,8%	7,3%	-8,6%
FORD	6,2%	6,3%	-3,5%
PEUGEOT	6,2%	6,2%	-1,7%
OPEL / VAUXHALL	5,7%	5,8%	-2,4%
MERCEDES	5,5%	5,2%	4,1%
AUDI	4,8%	5,0%	-5,0%
BMW	5,0%	4,9%	-0,4%
FIAT	4,3%	4,8%	-11,0%
SKODA	4,7%	4,5%	2,9%
TOYOTA	4,7%	4,5%	1,6%
CITROEN	4,2%	3,9%	6,4%
HYUNDAI	3,5%	3,5%	0,3%
DACIA	3,8%	3,3%	11,4%
NISSAN	2,5%	3,3%	-25,4%
KIA	3,2%	3,2%	1,1%

Source : AECA

**TOP 3 DES MARQUES EN EUROPE EN 2019**

Parts de marché 9 mois 2019

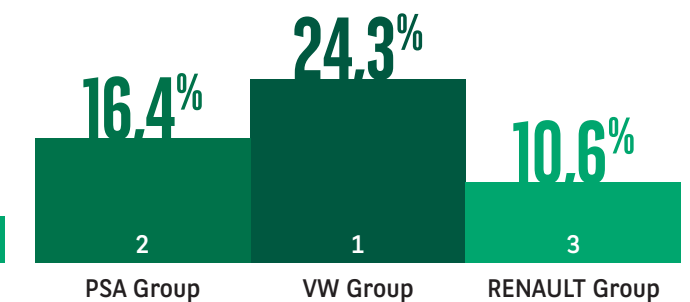


Source : AECA

	Parts de marché 9 mois 2019	Parts de marché 9 mois 2018	Évolution 2019 vs 2018
SEAT	3,3%	3,0%	9,3%
VOLVO CAR CORP.	2,0%	1,9%	5,2%
MINI	1,4%	1,3%	2,2%
JEEP	1,1%	1,1%	0,7%
HONDA	0,8%	0,9%	-13,1%
LAND ROVER	1,0%	1,0%	-0,5%
SMART	0,7%	0,6%	5,9%
ALFA ROMEO	0,3%	0,6%	-42,4%
PORSCHE	0,4%	0,5%	-10,0%
JAGUAR	0,5%	0,5%	-6,0%
LANCIA / CHRYSLER	0,4%	0,3%	29,2%
DS	0,3%	0,3%	-1,3%
LEXUS	0,3%	0,3%	16,6%
LADA	0,0%	0,0%	-7,8%
ALPINE	0,0%	0,0%	172,5%

**TOP 3 DES GROUPES EN EUROPE EN 2019**

Parts de marché 9 mois 2019



Source : AECA

### LE MARCHÉ DU VÉHICULE NEUF EN FRANCE

En nombre d'immatriculations

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
<b>VPN – Véhicule particulier neuf</b>	1 790 456	1 795 885	1 917 226	2 015 177	2 110 748	2 173 518	2 170 000
<b>VUL – Véhicule utilitaire léger</b>	367 334	372 074	379 424	397 085	438 645	459 038	483 000

\* Estimation et prévisions de L'Observatoire Cetelem de L'Automobile  
Source: C-Ways d'après SIV

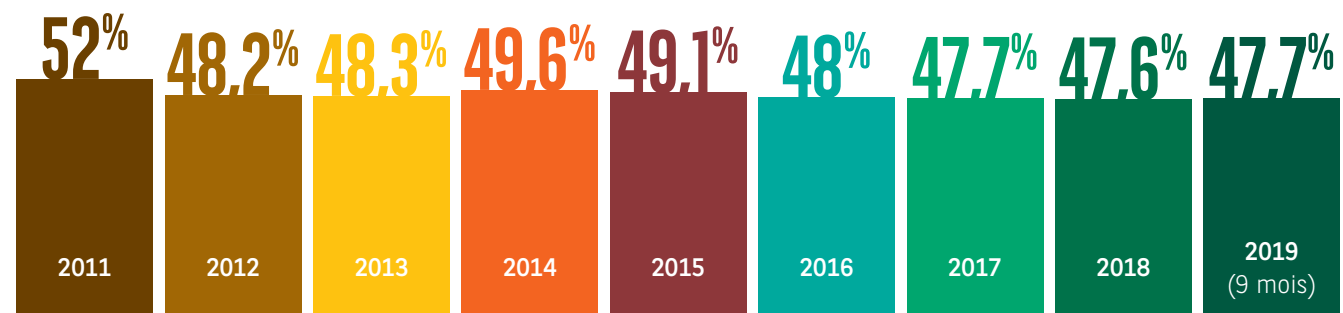
### LA STRUCTURE DU MARCHÉ DU VÉHICULE PARTICULIER NEUF EN FRANCE

En %



\* Estimation et prévisions de L'Observatoire Cetelem de L'Automobile  
Source: C-Ways d'après SIV

### LA PART DE MARCHÉ DES MARQUES FRANÇAISES\* DANS L'HEXAGONE SUR LE MARCHÉ DES VPN



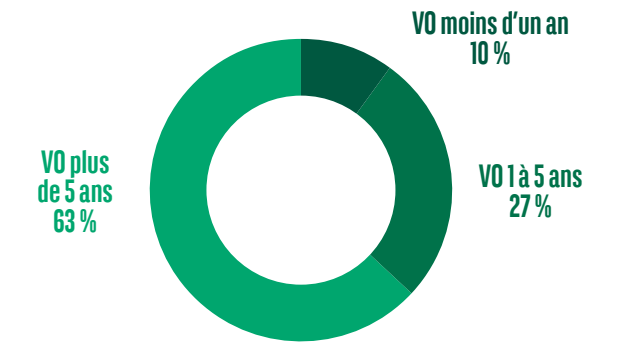
\* Marques françaises: Citroen, Peugeot, DS et Renault  
Source: CCFA

### LE MARCHÉ DU VÉHICULE D'OCCASION EN FRANCE EN 2019

En nombre d'immatriculations

	10 mois 2019
<b>VO* moins d'un an</b>	503 337
<b>VO* 1 à 5 ans</b>	1 312 322
<b>VO* plus de 5 ans</b>	3 081 722
<b>Total VO*</b>	<b>4 897 381</b>

\* Véhicules d'occasion  
Source: C-Ways d'après SIV



# CONCLUSION

## LE MONDE AUTOMOBILE EST FRACTURÉ. IL LE RESTERA POUR CERTAINS.

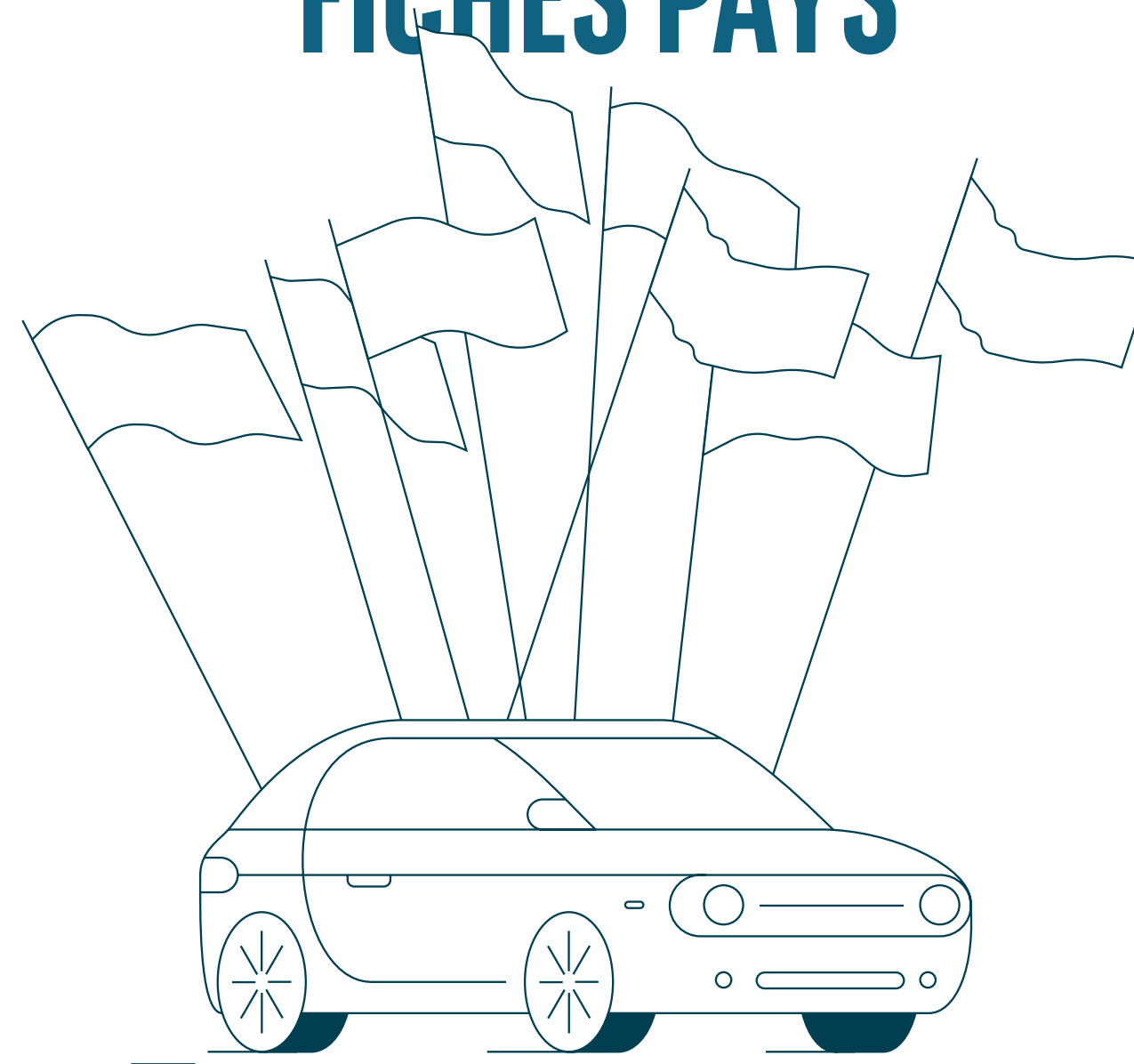
Alors qu'une partie aspire toujours autant à acquérir ce bien libérateur des contraintes de l'espace et du temps, une autre tient l'automobile comme responsable de tous les maux écologiques, jusqu'à être évincée, à certains endroits, de l'espace public.

Mais des fractures internes, nationales, sont également ouvertes. S'en passer est un luxe : celui des citoyens proches de tout et qui peuvent à loisir arbitrer leurs modes de transport. Tandis que vivre sans voiture est au mieux un purgatoire pour les jeunes en attente de situation et de moyens compatibles avec son coût, au pire un enfer pour les péri-urbains et les ruraux éloignés de tout et notamment des alternatives du transport en commun. Cumulant les difficultés, les jeunes ruraux n'auront pas volé le titre de maudits de la bagnole !

L'ironie de la situation, c'est que les moyens alternatifs et modernes d'utiliser une automobile ne peuvent se développer que là où l'on en a le moins besoin : en ville. Le volume et la densité de population que réclament les nouvelles solutions de partage pour trouver leur équilibre économique ne sont en effet pas compatibles avec les espaces et la faible densité humaine du monde rural.

Des normes et des progrès techniques participent bel et bien à limiter les nuisances de l'automobile et à réduire la part dans la fracture environnementale. D'autres innovations et solutions plus ou moins avérées pourront en partie contribuer à rapprocher les jeunes générations du pouvoir économique de rouler. Mais il semble bien que la fracture entre la voiture des villes et la voiture des champs restera encore longtemps ouverte et douloureuse.

# FICHES PAYS





## Afrique du Sud

## Les Sud-Africains et la voiture

### L'AFRIQUE DU SUD ET LA VOITURE

Il reste à l'Afrique du Sud un grand potentiel de développement automobile. Son taux de motorisation compte en effet parmi les plus faibles du panel. Pourtant le marché n'enregistre pas de bonnes performances à l'heure actuelle. Tout semble cependant en place pour que le potentiel s'exprime : un réseau routier de qualité, des infrastructures industrielles modernes et même des sites d'assemblage automobile. Et surtout, pour les Sud-Africains, un attachement à l'automobile plus élevé que la moyenne mondiale et une faible proportion de personnes envisageant de vivre sans voiture.

### Prévision de marché (VP neufs en millions):

2018: 0,37 | 2019: 0,35 | 2020: 0,36

### Taux d'équipement automobile 2018:

176 véhicules pour 1 000 habitants (515 monde)

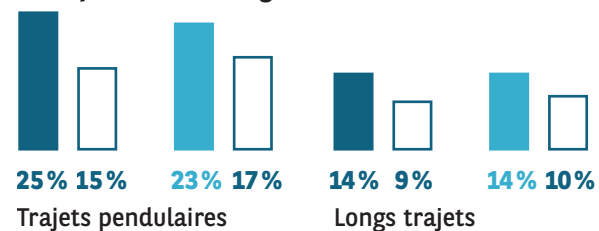
### 84% attachés à leur voiture (80% monde)

### 54% se déclarent prêts à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

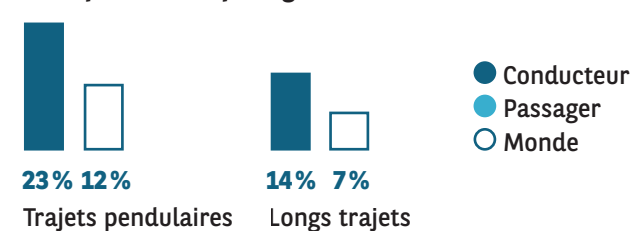
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>55%</b>	Faibles <b>61%</b>	Hommes <b>53%</b>	< 55 ans <b>54%</b>
> 100 000 <b>53%</b>	Forts <b>47%</b>	Femmes <b>55%</b>	> 55 ans <b>48%</b>

### LES SUD-AFRICAINS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

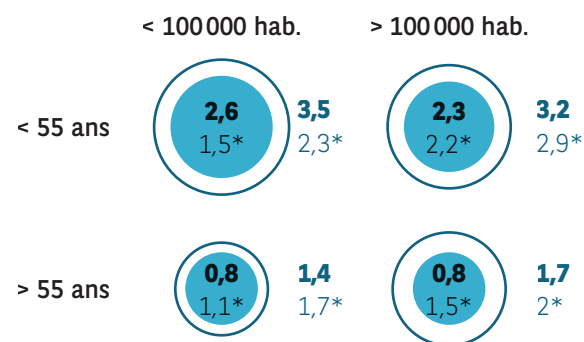
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

### Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

### Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

**Le Sud-Africain n'est pas très équipé en automobile, mais il y recourt régulièrement, et d'une façon moderne, car le covoiturage comme l'autopartage sont très développés. De façon assez originale, contrairement à la plupart des autres pays couverts, les nouveaux usages automobiles sont davantage pratiqués dans les zones peu denses que dans les villes.**

## Allemagne

## Les Allemands et la voiture

### L'ALLEMAGNE ET LA VOITURE

Dans le pays symbole de la tradition industrielle automobile, le parc devrait diminuer ces prochaines années! En effet, le taux d'équipement des ménages proche de la saturation ne progresse plus guère depuis quelques années. Parallèlement, la population va décroître, entraînant une baisse du stock de voitures en circulation. Si le marché automobile reprend quelques couleurs ces derniers mois, il reste loin de ses records historiques (environ 4 millions d'unités). Pourtant, tant qu'il restera des automobilistes en Allemagne, ils seront farouchement attachés à leur voiture!

### Prévision de marché (VP neufs en millions):

2018: 3,44 | 2019: 3,53 | 2020: 3,45

### Taux d'équipement automobile 2018:

605 véhicules pour 1 000 habitants (515 monde)

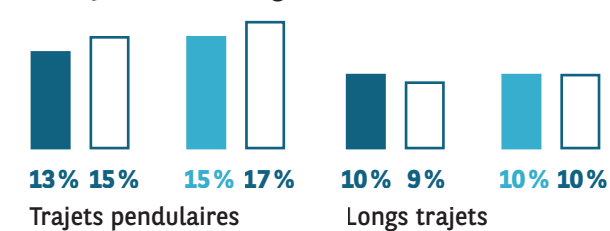
### 82% attachés à leur voiture (80% monde)

### 44% se déclarent prêts à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

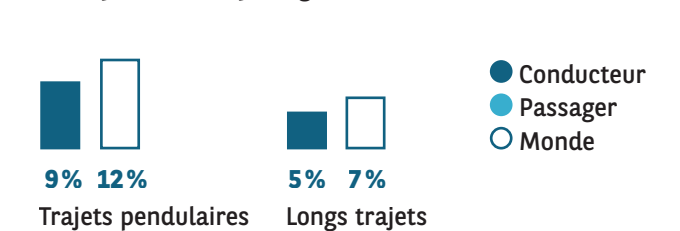
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>38%</b>	Faibles <b>54%</b>	Hommes <b>44%</b>	< 55 ans <b>46%</b>
> 100 000 <b>54%</b>	Forts <b>38%</b>	Femmes <b>45%</b>	> 55 ans <b>41%</b>

### LES ALLEMANDS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

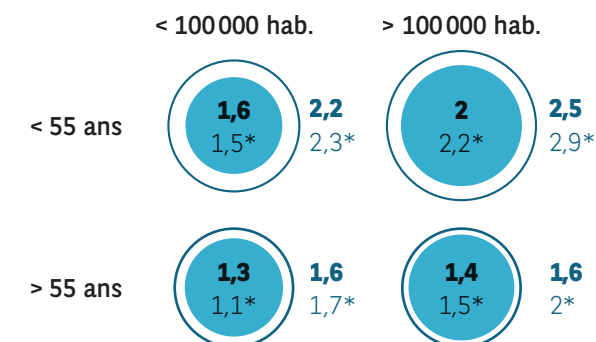
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

### Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

### Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

**Les Allemands ne sont que modérément friands du covoiturage et de l'autopartage qu'ils pratiquent au même niveau que la moyenne mondiale. Aussi, leurs indices de nouveaux usages automobiles sont encore faibles; plus faibles que la moyenne mondiale. Ces notes ne sont pas très différenciées par densité, les villes allemandes n'étant pas d'une densité extrême.**

## Belgique

## Les Belges et la voiture

### LA BELGIQUE ET LA VOITURE

Avec près de 600 véhicules pour 1000 habitants, la Belgique se situe dans la moyenne de l'Europe de l'Ouest en termes d'équipement automobile. On trouve outre-Quiévrain une faible proportion de répondants qui imaginent une vie sans posséder d'automobile, mais pour autant l'attachement des Belges à leur voiture reste bien inférieur à la moyenne mondiale.

Le marché, traditionnellement très porté par les ventes aux entreprises, recule cette année depuis les plus hauts historiques qu'il avait atteints en 2018. Une nouvelle correction pourrait intervenir en 2020.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 0,6 | 2019: 0,59 | 2020: 0,57

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
587 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

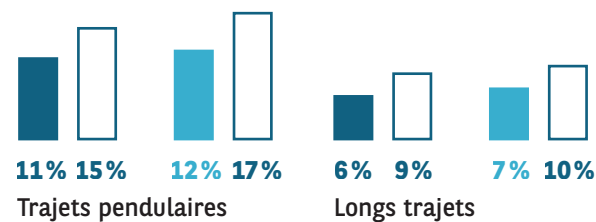
• **70% attachés à leur voiture (80% monde)**

• **46% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

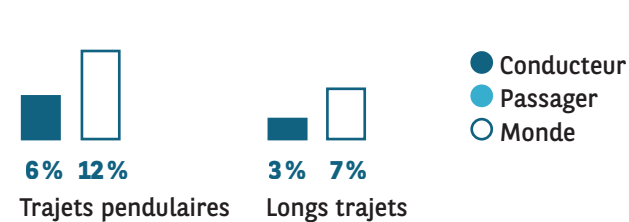
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>43%</b>	Faibles <b>51%</b>	Hommes <b>48%</b>	< 55 ans <b>46%</b>
> 100 000 <b>61%</b>	Forts <b>39%</b>	Femmes <b>44%</b>	> 55 ans <b>48%</b>

### LES BELGES ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

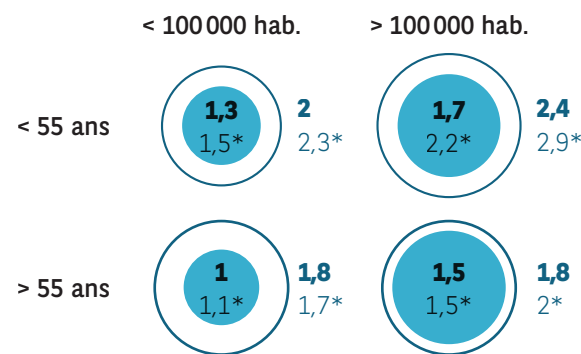
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Comme leurs voisins allemands, les Belges s'affichent sous la moyenne mondiale en termes de pratique du covoiturage et de l'autopartage. La taille du territoire et le maillage du transport en commun y sont certainement pour quelque chose. Toujours est-il que les indicateurs de nouveaux usages automobiles sont en retrait de ceux du reste du monde.

## Brésil

## Les Brésiliens et la voiture

### LE BRÉSIL ET LA VOITURE

Le Brésil conserve un grand potentiel de développement de son marché. Le taux d'équipement moyen de la population n'atteint que le tiers de celui de l'Europe, le quart de celui des États-Unis. Mais ce potentiel s'exprimera-t-il pleinement dans le futur? L'attachement à l'automobile dépasse à peine la moyenne internationale et le pourcentage de personnes imaginant vivre sans voiture compte parmi les plus élevés de la planète. Pour l'heure le Brésil se remet lentement de la crise qui a longuement laminé son marché automobile. 2019 et probablement 2020 s'afficheront nettement à la hausse.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 2,10 | 2019: 2,25 | 2020: 2,40

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
206 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

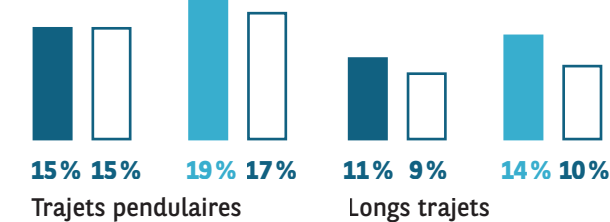
• **81% attachés à leur voiture (80% monde)**

• **72% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

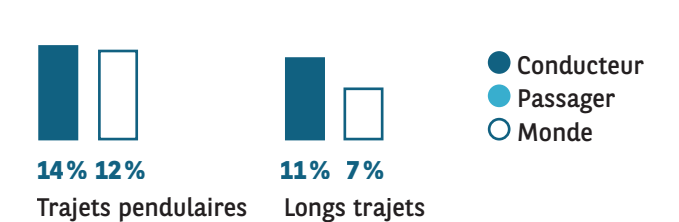
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>71%</b>	Faibles <b>75%</b>	Hommes <b>71%</b>	< 55 ans <b>74%</b>
> 100 000 <b>72%</b>	Forts <b>68%</b>	Femmes <b>72%</b>	> 55 ans <b>64%</b>

### LES BRÉSILIENS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

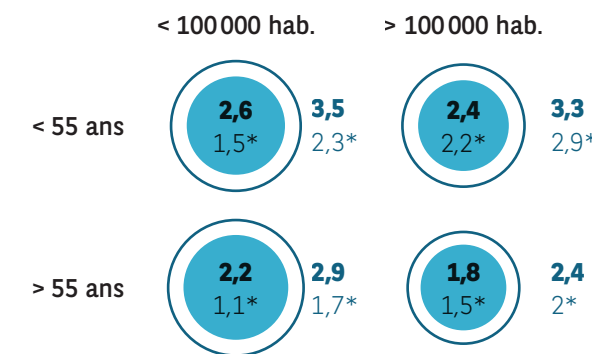
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Encore peu équipés, les Brésiliens sont un peu plus enclins que la moyenne mondiale à pratiquer covoiturage et autopartage. Leurs notes de nouveaux usages automobiles sont plutôt élevées, pour les jeunes comme pour les moins jeunes. Comme en Afrique du Sud, cette inclination pour les nouveaux usages automobiles n'est pas l'apanage des grandes villes.

## Chine

## Les Chinois et la voiture

### LA CHINE ET LA VOITURE

L'autopartage et le covoiturage sont largement développés en Chine. Le covoiturage courte distance permet notamment aux citadins d'échapper à la contrainte du parking; de fait les parkings sont rares dans les grandes villes chinoises. Les indicateurs d'usages nouveaux de l'automobile sont donc particulièrement développés en Chine. Et pas seulement pour les plus jeunes.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 23,71 | 2019: 21,34 | 2020: 22,00

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
118 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

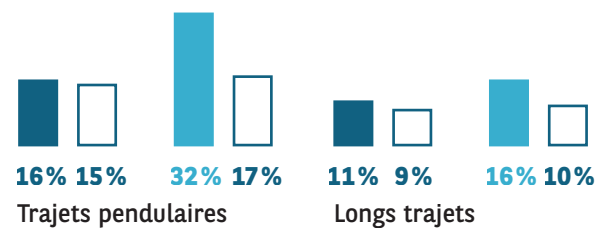
• **72% attachés à leur voiture (80% monde)**

• **79% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

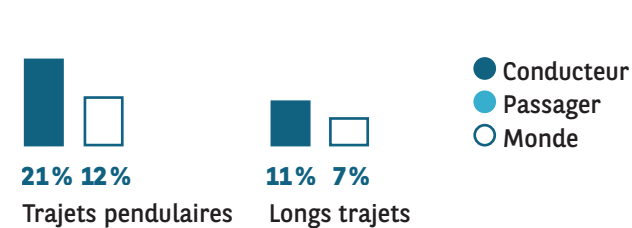
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>82%</b>	Faibles <b>68%</b>	Hommes <b>78%</b>	< 55 ans <b>78%</b>
> 100 000 <b>78%</b>	Forts <b>79%</b>	Femmes <b>80%</b>	> 55 ans <b>83%</b>

### LES CHINOIS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

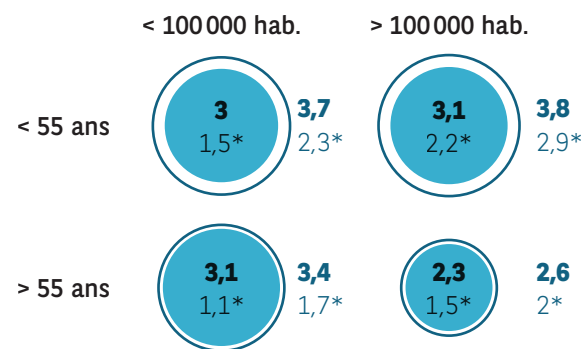
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Le premier marché mondial connaît depuis plusieurs mois une baisse des ventes. La première depuis le décollage du marché au début des années 2000. Le ralentissement économique et les quotas fixés par les autorités expliquent le reflux. Pourtant le potentiel de marché reste énorme au regard de la démographie du pays et du niveau d'équipement qui reste faible. Si beaucoup de Chinois imaginent une vie sans voiture, la levée des quotas de ventes décidée par le gouvernement et les progrès réalisés par les marques locales meilleur marché participeront au redécollage du marché.

## Espagne

## Les Espagnols et la voiture

### L'ESPAGNE ET LA VOITURE

L'Espagne est proche de la moyenne mondiale en ce qui concerne la pratique du covoiturage et de l'autopartage.

Ses indices d'usage des nouvelles mobilités automobiles sont ainsi très proches des scores internationaux moyens.

On relève cependant une légère avance relative dans ces usages nouveaux pour les plus jeunes et les zones les moins peuplées.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 1,32 | 2019: 1,23 | 2020: 1,20

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
616 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

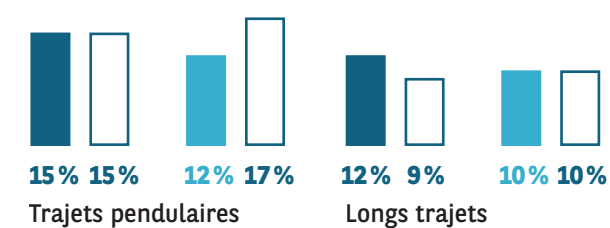
• **89% attachés à leur voiture (80% monde)**

• **71% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

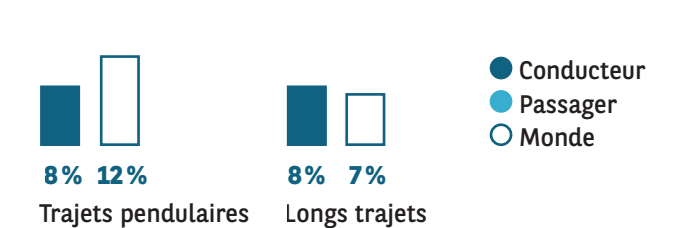
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>65%</b>	Faibles <b>74%</b>	Hommes <b>71%</b>	< 55 ans <b>70%</b>
> 100 000 <b>76%</b>	Forts <b>64%</b>	Femmes <b>71%</b>	> 55 ans <b>71%</b>

### LES ESPAGNOLS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

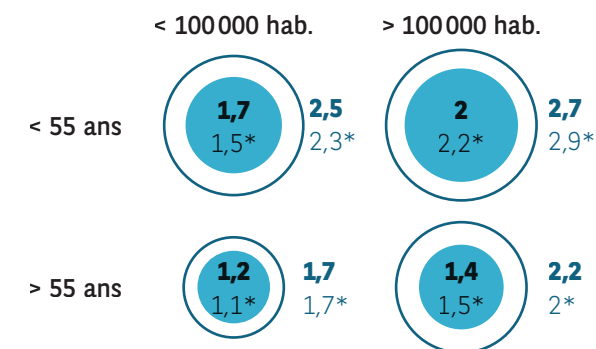
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Les Espagnols se montrent très attachés à leur voiture et ils comptent aussi parmi les moins disposés au monde à s'en passer. Les jeunes comme les moins jeunes, les hommes comme les femmes. Le taux d'équipement automobile a rejoint et dépassé le niveau européen moyen et compte tenu de l'atonie démographique, il y a maintenant peu à attendre de la croissance du parc: le marché sera essentiellement un marché de renouvellement. Celui-ci s'est considérablement redressé depuis sa descente aux enfers après la crise de 2009. Il va consolider et décroître en 2019 et 2020.

## États-Unis

## Les Américains et la voiture

### LES ÉTATS-UNIS ET LA VOITURE

Le pays de la voiture reine n'est pas hostile aux nouveaux accès à l'usage automobile. Le VTC et l'autopartage y ont été inventés. On constate néanmoins que si les plus de 55 ans affichent des indicateurs de nouveaux usages actuels dans la moyenne mondiale, les jeunes sont aujourd'hui en retard. Mais à en croire l'indicateur futur, ce retard sera bientôt comblé.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 17,34 | 2019: 17,08 | 2020: 16,70

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
**821 véhicules** pour 1 000 habitants (515 monde)

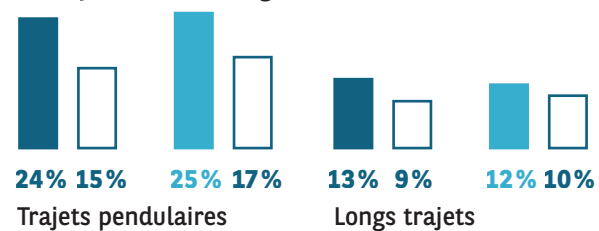
• **75 % attachés à leur voiture (80 % monde)**

• **51 % se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58 % monde) selon la répartition suivante:

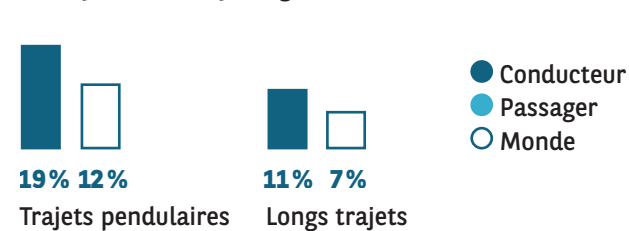
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>48%</b>	Faibles <b>57%</b>	Hommes <b>56%</b>	< 55 ans <b>58%</b>
> 100 000 <b>57%</b>	Forts <b>58%</b>	Femmes <b>47%</b>	> 55 ans <b>39%</b>

### LES AMÉRICAINS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

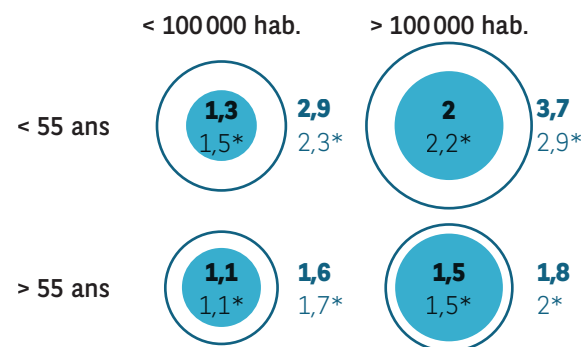
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

**Record absolu de motorisation pour les États-Unis avec 821 véhicules légers pour 1 000 habitants. Même s'ils en sont sur-équipés et qu'ils en font un usage intense, les Américains ne sont pas au monde les plus attachés à leur voiture. En revanche, ils sont peu à déclarer pouvoir imaginer une vie sans automobile. Les ventes qui ont atteint un record historique en 2018 font depuis de la résistance face au ralentissement économique. La baisse enregistrée en 2019 sera modeste comme probablement celle de 2020.**

## France

## Les Français et la voiture

### LA FRANCE ET LA VOITURE

La France est un pays automobile mature qui présente un taux de motorisation élevé et un parc qui continue d'augmenter légèrement ces dernières années. Les Français sont attachés à leur voiture et ne se déséquipent guère que dans les grandes villes du pays. C'est d'ailleurs dans ces grands centres urbains que l'on déclare plus volontiers pouvoir ne plus posséder de voitures. Les femmes et les plus jeunes se montrant légèrement moins enclins à lâcher le volant.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 2,17 | 2019: 2,17 | 2020: 2,1

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
**590 véhicules** pour 1 000 habitants (515 monde)

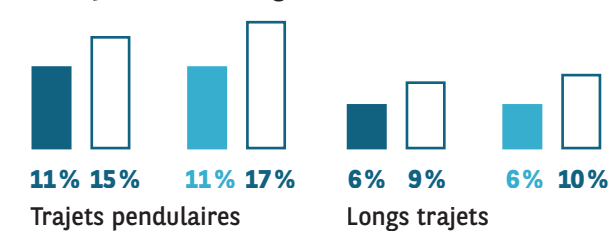
• **81 % attachés à leur voiture (80 % monde)**

• **43 % se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58 % monde) selon la répartition suivante:

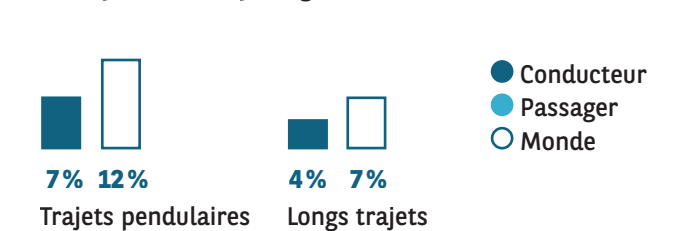
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>38%</b>	Faibles <b>47%</b>	Hommes <b>45%</b>	< 55 ans <b>46%</b>
> 100 000 <b>61%</b>	Forts <b>48%</b>	Femmes <b>42%</b>	> 55 ans <b>38%</b>

### LES FRANÇAIS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

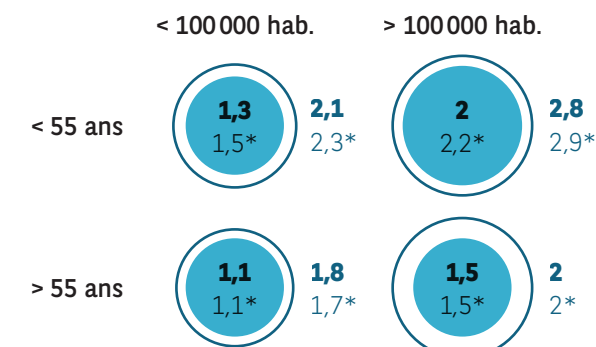
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

**Les Français les plus âgés sont dans la moyenne mondiale en termes d'usage des nouvelles «automobilités». Si les plus jeunes pratiquent plus que leurs aînés, ils affichent un léger retard sur la moyenne mondiale. L'indice de potentiel d'adoption indique que ce retard sera comblé dans le futur dans les zones de plus grande densité.**





## Italie

### LA ITALIE ET LA VOITURE

L'usage d'un véhicule possédé en toute exclusivité apparaît prédominant en Italie. La pratique du covoiturage et de l'autopartage est en retrait par rapport à la moyenne mondiale. Néanmoins, si l'indicateur actuel d'usage nouveau de l'automobile est en deçà de la moyenne mondiale, l'indicateur futur – potentiel – laisse penser qu'un rattrapage est possible ces prochaines années.

### Prévision de marché (VP neufs en millions):

**2018:** 1,91 | **2019:** 1,87 | **2020:** 1,83

### Taux d'équipement automobile 2018:

**721 véhicules** pour 1 000 habitants (515 monde)

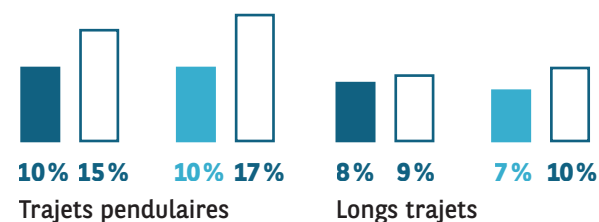
### 91% attachés à leur voiture (80% monde)

**58% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

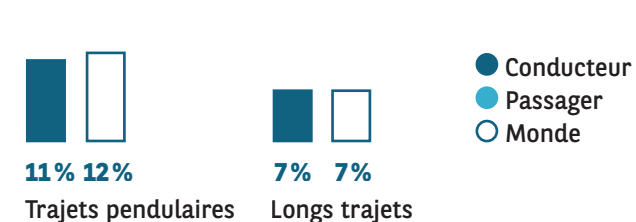
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>57%</b>	Faibles <b>61%</b>	Hommes <b>60%</b>	< 55 ans <b>61%</b>
> 100 000 <b>60%</b>	Forts <b>59%</b>	Femmes <b>56%</b>	> 55 ans <b>54%</b>

### LES ITALIENS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

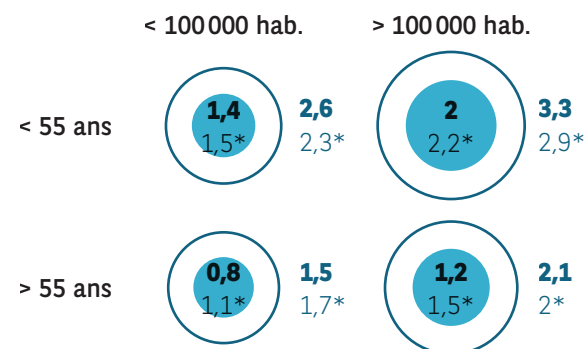
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

**Les Italiens sont les plus motorisés des pays européens – avec une motorisation comprise entre la moyenne européenne et le niveau des États-Unis – et sont aussi logiquement les plus attachés à leur voiture. Ils sont cependant dans la moyenne mondiale pour ce qui est de s'imaginer vivre sans voiture. Avec un taux d'équipement à saturation et une démographie déclinante, le parc ne croîtra plus en Italie. Comme en Espagne, le marché qui avait fortement reculé après la crise de 2009 s'est redressé ces dernières années. Comme en Espagne, il va se contracter en 2019 et 2020.**



## Japon

### LE JAPON ET LA VOITURE

D'avantage covoitureurs qu'autopartageurs, les Japonais ne sont pas fermés à l'idée d'utiliser une voiture qu'ils ne possèdent pas. Leurs indicateurs d'usages nouveaux de l'automobile sont d'ailleurs à l'heure actuelle très proches de la moyenne mondiale. Leur potentiel d'évolution futur semble également projeter de nouveaux usages comparables à ceux du reste du monde.

### Prévision de marché (VP neufs en millions):

**2018:** 4,39 | **2019:** 4,48 | **2020:** 4,48

### Taux d'équipement automobile 2018:

**609 véhicules** pour 1 000 habitants (515 monde)

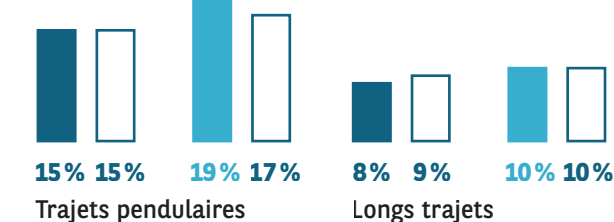
### 84% attachés à leur voiture (80% monde)

**61% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

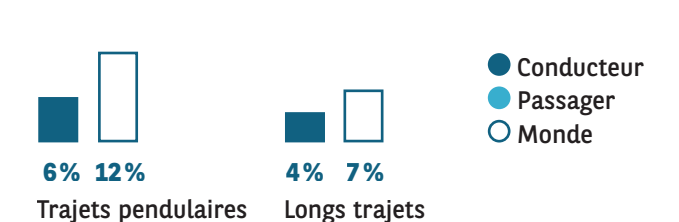
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>57%</b>	Faibles <b>64%</b>	Hommes <b>55%</b>	< 55 ans <b>59%</b>
> 100 000 <b>62%</b>	Forts <b>54%</b>	Femmes <b>66%</b>	> 55 ans <b>63%</b>

### LES JAPONAIS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

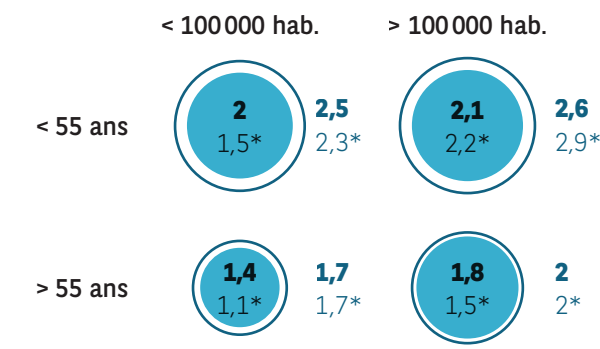
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fais pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

**Plus attachés à leur voiture que la moyenne mondiale, les Japonais affichent un taux de motorisation dans la moyenne. Ils sont en comparaison assez peu nombreux à s'imaginer vivre sans voiture, surtout chez les femmes et les plus âgés. En l'absence de réelle dynamique économique et d'une population en contraction, depuis près de 20 ans le marché automobile japonais recule. Différentes mesures de relance lui ont permis de se stabiliser en 2019, mais on ne peut plus guère attendre de croissance significative des ventes dans ce pays.**

## Pays-Bas

## Les Hollandais et la voiture

### LES PAYS-BAS ET LA VOITURE

Quand ils ne sont pas dans leur voiture, les Hollandais sont soit à vélo soit dans la voiture de quelqu'un d'autre. Ils ont une pratique du covoiturage et de l'autopartage comparable à celui des autres pays étudiés. De même leurs indicateurs de nouveaux usages de la voiture sont proches de ceux du reste du monde avec, comme partout, des jeunes plus enclins à partager la voiture.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 0,44 | 2019: 0,41 | 2020: 0,40

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
557 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

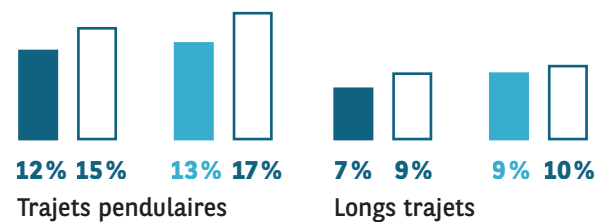
• **80% attachés à leur voiture (80% monde)**

• **52% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

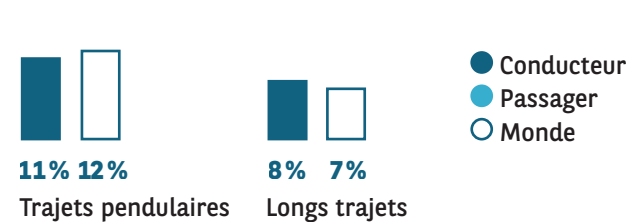
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 49%	Faibles 58%	Hommes 52%	< 55 ans 54%
> 100 000 61%	Forts 61%	Femmes 53%	> 55 ans 49%

### LES HOLLANDAIS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

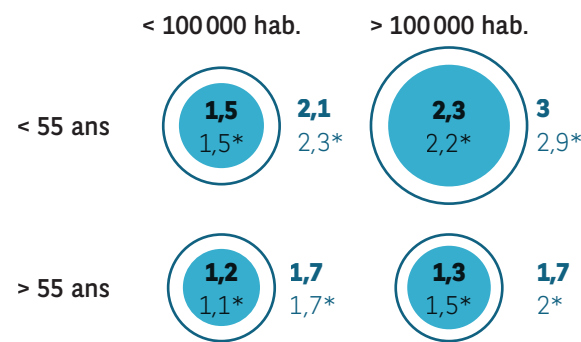
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Denses, très urbanisés et de petite taille, les Pays-Bas n'affichent pas un taux de motorisation parmi les plus élevés au monde. Pour autant leur attachement à la voiture est au niveau moyen du reste du monde et ils sont relativement moins nombreux à s'imaginer une vie sans voiture, légèrement plus chez les jeunes, mais avec une belle homogénéité par catégories de revenus et de sexe. Le marché des ventes de voitures neuves a plutôt bien performé ces dernières années et on observe en 2019 une régression des volumes immatriculés qui devrait se confirmer en 2020.

## Pologne

## Les Polonais et la voiture

### LA POLOGNE ET LA VOITURE

Les Polonais ont légèrement moins recours à l'autopartage et au covoiturage que le reste des pays couverts par l'Observatoire. De fait, leurs scores de nouveaux usages de l'automobile sont légèrement inférieurs à la moyenne mondiale dans les zones les plus peuplées, supérieurs dans les zones peu denses. La situation ne devrait pas évoluer d'après les indicateurs de potentiel des nouveaux usages.

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 0,53 | 2019: 0,54 | 2020: 0,53

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
698 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

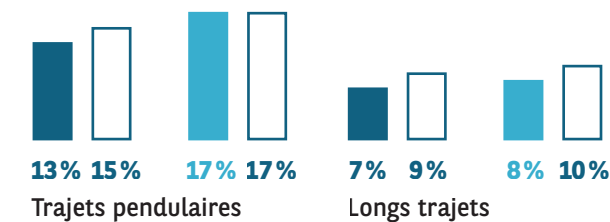
• **91% attachés à leur voiture (80% monde)**

• **53% se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

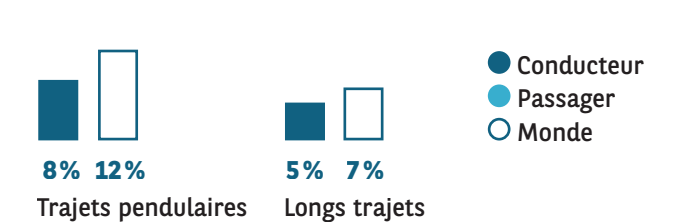
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 48%	Faibles 52%	Hommes 56%	< 55 ans 51%
> 100 000 60%	Forts 54%	Femmes 49%	> 55 ans 56%

### LES POLONAIS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

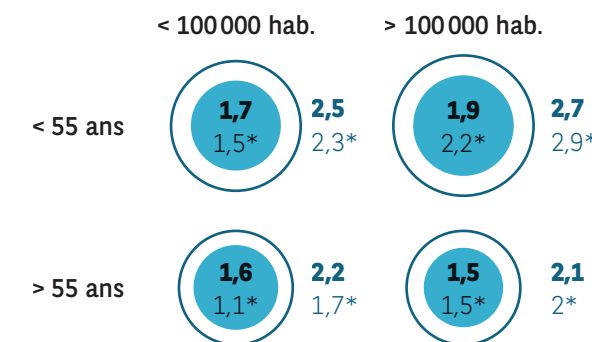
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Les Polonais se distinguent par un attachement très élevé à leur voiture. Leur taux d'équipement automobile, parmi les plus élevés en Europe, en est clairement la preuve. De même, ils sont relativement peu nombreux à s'accorder à l'idée de vivre sans voiture, notamment dans les campagnes, chez les jeunes et chez les femmes. Partant d'un bon niveau historique en 2018, les ventes ont continué d'augmenter en 2019. On s'attend désormais à un reflux des volumes d'immatriculations pour l'année 2020.

## Portugal

### LE PORTUGAL ET LA VOITURE

Qu'il s'agisse d'autopartage ou de covoiturage, les Portugais ne se déplacent que rarement dans un véhicule qui ne leur appartient pas. Leurs indicateurs de nouveaux usages automobiles sont parmi les plus faibles du monde et ils ne montrent pas en potentiel d'importants gisements de croissance. Jeunes et anciens affichent par ailleurs les mêmes scores.

## Les Portugais et la voiture

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 0,23 | 2019: 0,22 | 2020: 0,21

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
611 véhicules pour 1 000 habitants (515 monde)

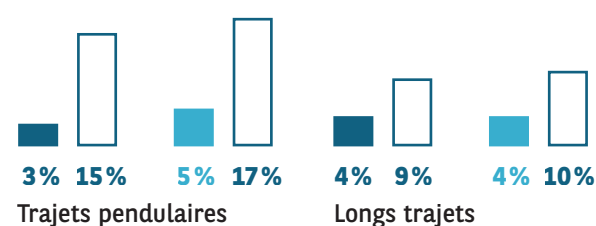
• **75 % attachés à leur voiture (80 % monde)**

• **53 % se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58 % monde) selon la répartition suivante:

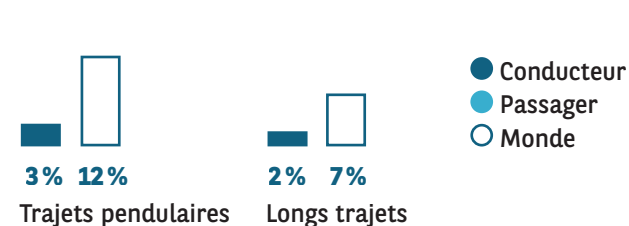
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>49%</b>	Faibles <b>55%</b>	Hommes <b>54%</b>	< 55 ans <b>50%</b>
> 100 000 <b>60%</b>	Forts <b>50%</b>	Femmes <b>52%</b>	> 55 ans <b>56%</b>

### LES PORTUGAIS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

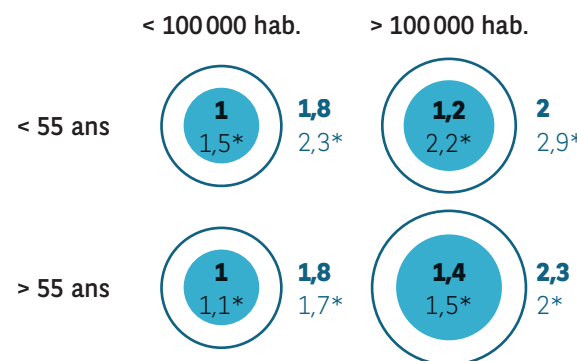
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Sans être au niveau de l'Italie ou de la Pologne, les Portugais affichent un taux de motorisation plutôt élevé en comparaison avec les autres pays d'Europe. Plutôt moins attachés à leur voiture que la moyenne, ils sont en revanche relativement peu nombreux à projeter une vie en renonçant à la voiture. Et d'autant peu nombreux qu'ils sont jeunes ou vivant à la campagne. La conjoncture n'est actuellement pas excellente sur le marché automobile portugais. On table sur un repli des ventes cette année 2019 et l'an prochain également.

## Royaume-Uni

### LE ROYAUME-UNI ET LA VOITURE

Les Britanniques pratiquent le covoiturage et l'autopartage, notamment pour les courtes distances.

Qu'ils s'agisse de la situation actuelle ou de son évolution future, on observe des indicateurs d'usage des nouvelles formes d'automobilité beaucoup plus élevés pour les jeunes générations (au-dessus de la moyenne mondiale) que pour les plus anciennes (en deça).

## Les Britanniques et la voiture

• **Prévision de marché** (VP neufs en millions):  
2018: 2,4 | 2019: 2,3 | 2020: 2,2

• **Taux d'équipement automobile 2018:**  
617 véhicules pour 1 000 habitants (515 monde)

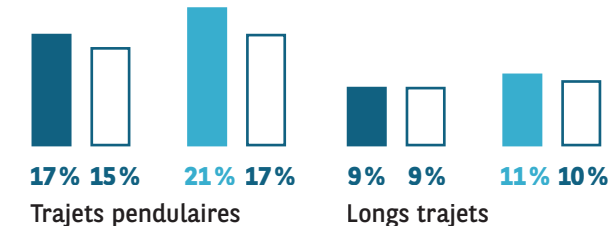
• **75 % attachés à leur voiture (80 % monde)**

• **66 % se déclarent prêts** à ne pas/plus posséder de voiture (58 % monde) selon la répartition suivante:

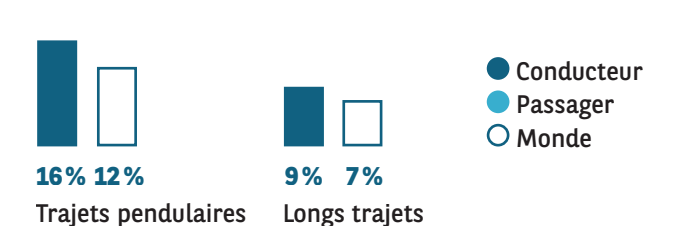
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000 <b>64%</b>	Faibles <b>71%</b>	Hommes <b>68%</b>	< 55 ans <b>65%</b>
> 100 000 <b>71%</b>	Forts <b>65%</b>	Femmes <b>65%</b>	> 55 ans <b>68%</b>

### LES BRITANNIQUES ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

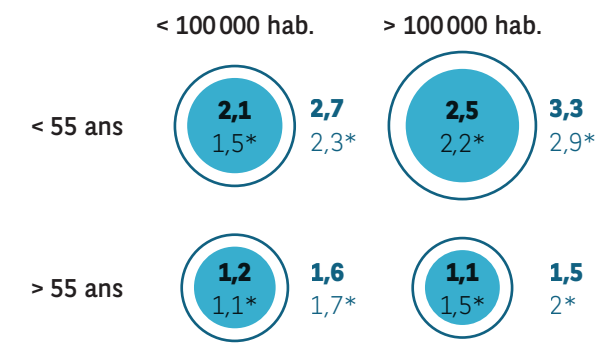
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

Si leur taux d'équipement se situe légèrement au-dessus de la moyenne européenne, les Britanniques n'affichent pas un attachement à la voiture supérieur à celui de leurs voisins européens. Ils déclarent même pour les deux tiers imaginer une vie sans voiture. Ce score étant particulièrement élevé pour les catégories de revenus inférieurs. Jusqu'ici les ventes automobiles avaient plutôt bien résisté au ralentissement économique et à l'anticipation du Brexit. Néanmoins, les dernières performances indiquent clairement une baisse des ventes en 2019 comme en 2020.



## Turquie

## Les Turcs et la voiture

### LA TURQUIE ET LA VOITURE

Limités dans leur équipement, les Turcs pratiquent en nombre l'autopartage et plus encore le covoiturage, en longue comme en courte distance. Leurs indicateurs de recours aux nouveaux usages de la voiture sont élevés. Comme souvent, ils sont élevés chez les jeunes. Ils sont aussi, et c'est plus rare, plus élevés dans les zones peu peuplées.

### • Prédiction de marché (VP neufs en millions):

2018: 0,49 | 2019: 0,32 | 2020: 0,32

### • Taux d'équipement automobile 2018:

195 véhicules pour 1000 habitants (515 monde)

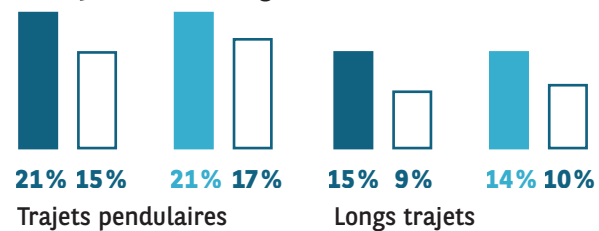
### • ❤️ 77% attachés à leur voiture (80% monde)

### • 61% se déclarent prêts à ne pas/plus posséder de voiture (58% monde) selon la répartition suivante:

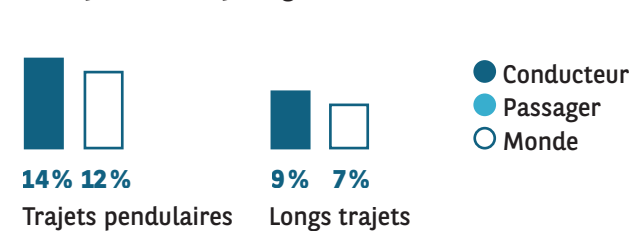
Habitants	Revenus	Genre	Âge
< 100 000	Faibles	Hommes	< 55 ans
60%	69%	58%	59%
> 100 000	Forts	Femmes	> 55 ans
61%	53%	63%	66%

### LES TURCS ET LES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES

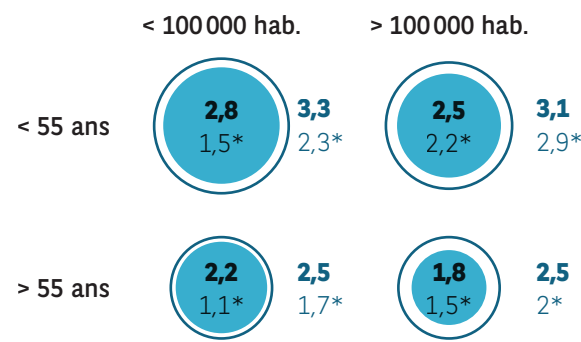
#### Pratique du covoiturage



#### Pratique de l'autopartage



### INDICATEUR CETELEM D'ADOPTION DES NOUVEAUX USAGES AUTOMOBILES



\* Chiffre monde

#### ● Adoption actuelle:

Fréquence des déplacements en autopartage, covoiturage, VTC, possession d'un abonnement covoiturage et autopartage, adoption des pratiques permettant de réduire le coût de son automobile en intégrant les réponses «Je le fais déjà et souhaite poursuivre».

#### ○ Potentiel d'adoption:

Mêmes variables que l'indicateur d'«adoption actuelle» mais intégrant les réponses «Je ne le fait pas encore mais je souhaite le faire».

### EN SYNTHÈSE

À moins de 200 véhicules pour 1000 habitants, le potentiel d'équipement et de croissance du parc automobile reste très élevé en Turquie.

Le niveau d'attachement à la voiture y est légèrement inférieur à celui du reste du monde et la proportion de personnes interrogées déclarant imaginer une vie sans voiture y est plus élevée. Notamment chez les femmes et les plus âgés.

La situation économique dégradée obère le développement du marché qui affichera une forte correction en 2019. Correction qui devrait se poursuivre en 2020.

# L'OBSERVATOIRE CETELEM

Créé en 1985, L'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique du groupe BNP Paribas Personal Finance, dirigée par Flavien Neuvy.

Dans une période de transformation profonde du commerce et des modes de consommation, L'Observatoire Cetelem a pour vocation de comprendre les mutations de la consommation. Pour répondre à cette exigence, L'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif d'observation et d'analyse fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec:

- **Les Observatoires**: 2 études de référence grand public annuelles menées au niveau international, l'une portant sur le marché automobile, l'autre sur la consommation, sur un périmètre de 15 pays chacune.
- **L'Œil**, les nouveaux faits de consommation à la loupe, repère les micro-faits qui préfigurent les innovations et mutations marquantes en matière de consommation.
- **Les zOOMs**, les modes de vie en vue, propose d'explorer un grand thème (l'habitat, le sport, l'éducation, la culture, le corps...) en 3 temps, sollicitant l'avis des Français au travers de 3 vagues de sondage.

[www.observatoirecetelem.com](http://www.observatoirecetelem.com) | @obs\_cetelem

# #PROSPECTIVE

**OBSERVATOIRE**  
Cetelem

