



Communiqué de presse - octobre 2026

Pneus toutes saisons : 72 % des Français interrogés les ont déjà adoptés, en phase avec leurs usages

Paris, 12 octobre 2026 - Le changement de pneus à anticiper deux fois par an est une contrainte pour beaucoup d'automobilistes qui cherchent avant tout une solution adaptée à leur quotidien. Les pneus toutes saisons semblent y répondre : c'est ce que révèle la dernière étude réalisée par Bridgestone et OpinionWay, qui dresse un état des lieux des pratiques, des freins et des attentes des automobilistes face au changement de saison.

Face à la météo, les pneus au cœur de la sécurité

Pour 79 % des automobilistes interrogés, la météo influence le sentiment de sécurité au volant, et 27 % se disent même beaucoup influencés par les conditions météorologiques. Cette préoccupation est particulièrement forte chez les plus jeunes : 47 % des 18-24 ans, contre 17 % des 65 ans et plus. Des conducteurs attentifs aux conditions de route, et donc à l'équipement qui les relie à celle-ci : leurs pneus.

Changer de pneus deux fois par an : une contrainte que beaucoup de français préfèrent éviter

Adapter ses pneus aux saisons n'a rien d'évident. Pour 73 % des Français interrogés, le changement saisonnier (été/hiver) représente une contrainte importante en temps, en coût du service ou en stockage. Chez les automobilistes ayant déjà roulé avec des pneus inadaptés à la saison, le coût est la première raison citée (78 %), devant le manque de place pour stocker un second jeu de pneus. Dans les faits, 58 % des automobilistes roulent toute l'année avec le même jeu de pneus.

Les pneus toutes saisons : une solution connue, déjà largement adoptée

C'est dans ce contexte que les pneus toutes saisons ont trouvé leur place. 95 % des Français interrogés en ont entendu parler, et 72 % des automobilistes les ont déjà adoptés : 56 % en sont aujourd'hui équipés et 16 % l'ont été par le passé.

Une adoption qui s'appuie sur la confiance

Cette adoption repose sur un sentiment de sécurité : 91 % des Français interrogés font confiance aux pneus toutes saisons pour assurer leur sécurité toute l'année, dont 38 % « tout à fait ». 66 % jugent leur niveau de sécurité équivalent à celui des pneus été/hiver dédiés et 16 % le jugent supérieur.

Le marquage 3PMSF, un repère déjà identifié par plus de 4 Français interrogés sur 10

Cette confiance s'appuie aussi sur un repère concret : le marquage 3PMSF (flocon de neige à l'intérieur d'une montagne à trois pics), qui certifie qu'un pneu toutes saisons est homologué pour un usage hivernal. 43 % des Français interrogés en ont déjà conscience et 20 % l'ont même vérifié lors d'un achat de pneus.

Des pneus pensés pour les usages du quotidien

Au-delà de la sécurité, c'est l'usage qui fait la différence : 88 % des Français interrogés estiment que les pneus toutes saisons sont une solution plus pratique au quotidien que les pneus saisonniers, et 86 % qu'elle correspond davantage à leurs usages.

Une dynamique appelée à se poursuivre

La suite s'annonce dans la continuité : 73 % des automobilistes interrogés ont l'intention d'équiper leur véhicule de pneus toutes saisons (dont 39 % « certainement »). Les 18-24 ans, qui sont aussi les plus sensibles à l'influence de la météo, sont les plus déterminés (80 %). Les pneus toutes saisons s'inscrivent durablement dans les habitudes et le quotidien des automobilistes.

Méthodologie

Étude OpinionWay pour Bridgestone réalisée par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI) du 30 septembre au 2 octobre 2026 auprès de 1 002 personnes, représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus et possesseur d'automobile. Échantillon constitué selon la méthode des quotas (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, catégorie d'agglomération, région).

À propos de Bridgestone

Bridgestone en Europe, au Moyen-Orient, et en Afrique (Bridgestone EMEA) est l'unité commerciale stratégique régionale de Bridgestone Corporation, un leader mondial des pneumatiques et des solutions de mobilité durable. Basée à Tokyo, Bridgestone EMEA emploie plus de 116 000 personnes à travers le monde et exerce ses activités dans plus de 150 pays et territoires. La vision de l'entreprise est de fournir une valeur sociale et client en tant qu'entreprise de solutions durables. L'initiative E8 de Bridgestone est un vaste engagement mondial de l'entreprise qui définit clairement la valeur que l'entreprise promet d'apporter à la société, aux clients et aux générations futures dans huit priorités : Énergie (Energy), Écologie (Ecology), Efficacité (Efficiency), Extension (Extension), Économie (Economy), Émotion (Emotion), Facilité (Ease) et Responsabilisation (Empowerment). Ces priorités sont une orientation pour guider les priorités stratégiques, la prise de décision et les actions dans tous les secteurs de l'entreprise.