



Communiqué de presse

Étude : les Français attachés à leur “bagnole”, 8 sur 10 continuent de préférer les modèles thermiques

Le 3 avril 2025 - On connaissait le lien affectif qu'entretiennent les Français avec leur voiture. [Bip&Go](#), leader de la mobilité autoroutière, a questionné ses abonnés sur leurs habitudes au volant pour en savoir plus et lève le voile sur les paradoxes qui opposent parfois usages au quotidien et transition vers une mobilité plus responsable.

Une voiture, plus qu'un simple moyen de transport

La voiture reste pour beaucoup de Français un objet émotionnel. **En effet, 36% d'entre eux se remémorent cet achat comme un rêve accompli** et 21% y voient une “preuve de leur passage à la vie adulte”. On dénombre même 8% d'entre eux qui considèrent encore leur véhicule comme un véritable membre de la famille. Famille nombreuse donc, puisque plus de la moitié d'entre eux (52%) déclarent détenir au moins 2 véhicules.

Au-delà de l'affectif, on note qu'**une majorité (68%) de Français perçoit leur véhicule avant tout comme un outil essentiel à leur quotidien**, qu'ils entretiennent avec soin. Le lien émotionnel a laissé place à un rapport plus fonctionnel, où l'usage de la voiture reste incontournable, même face à des coûts d'entretien (53% déclarent ce poste comme l'une des principales préoccupations), de carburant (47%) de plus en plus élevés et face aux difficultés de stationnement (13%). En effet, plus de 8 Français sur 10 possèdent encore un véhicule thermique et 63% l'utilisent presque quotidiennement, que cela soit pour les loisirs (42%), le travail (19%) ou les courses (16%).

Cependant, bien que la voiture soit omniprésente, pour une petite part des Français (7%) elle est perçue comme une contrainte inévitable, synonyme de stress et de dépenses !

Une transition écologique freinée par un manque d'alternatives convaincantes

Malgré les appels vers une mobilité plus durable, ils ne sont que 4 sur 10 (42%) à être prêts à modifier leurs habitudes en matière de transport. Mais ces transformations ne sont pas sans conditions : parmi eux, 27% pensent qu'un meilleur accès aux transports en commun serait un vrai plus, 14% se laisseraient tenter par un passage à l'électrique si le prix du carburant grimpait encore, tandis que 13% estiment que des aménagements pour les mobilités douces (pistes cyclables, zones piétonnes) les encouragerait à réduire leur usage de la voiture.

Enfin, 9% estiment que des aides comme les primes mobilité ou les subventions pour les véhicules seraient le coup de pouce nécessaire, tandis que 7% attendent la mise en place de mesures limitantes (zones à faibles émissions, restrictions de circulation...) pour laisser leur voiture de côté. Et alors que l'électrification des flottes est une priorité à l'échelle européenne, ils ne sont que 6% à prévoir d'acheter un véhicule électrique dans les cinq prochaines années.

En attendant et dans ce contexte, 84% des Français prévoient de ne rien changer à leurs usages de la voiture. Seulement 7% d'entre eux envisagent d'utiliser davantage d'autres modes de transport, et

à peine 3% pensent à un mode de vie sans voiture à long terme. Et pour preuve : l'empreinte écologique reste encore une préoccupation mineure (6%), bien loin derrière les autres facteurs d'inquiétude des Français.

##

À propos de Bip&Go

Bip&Go est un acteur incontournable de la mobilité en France et en Europe. Notre mission est celle de simplifier le parcours routier de l'automobiliste, particulier comme professionnel, tout en favorisant une mobilité décarbonée. Nous veillons ainsi à la sérénité et au confort de tous nos clients afin qu'ils puissent se déplacer l'esprit libre. Bip&Go enrichit sans cesse ses services (télépéage, parking, recharge électrique, etc.) en mettant l'expérience client, l'innovation et le digital au cœur de sa stratégie afin de répondre le plus justement aux attentes de ses utilisateurs. Filiale du groupe Sanef créée en 2012, Bip&Go regroupe une centaine de collaborateurs entièrement engagés auprès de ses 2 millions de clients.

*Étude réalisée auprès d'un échantillon de 1181 clients Bip&Go, dispensé par questionnaire en ligne du samedi 15 mars au jeudi 20 mars.