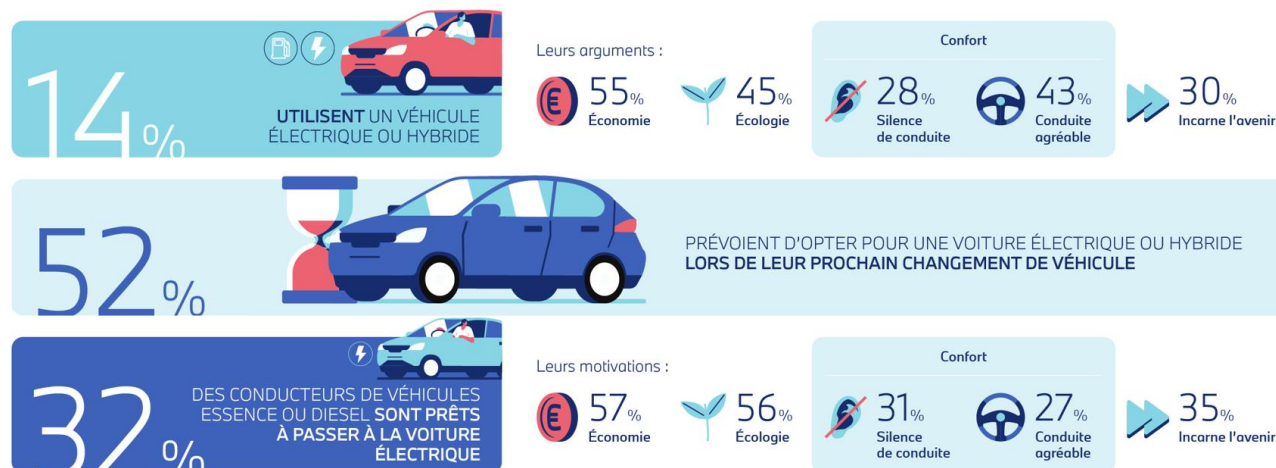


Voiture électrique : un actif français sur deux envisage de franchir le pas

Baromètre Alphabet France x Ifop | Édition 2025

Pour la 9^{ème} année consécutive, Alphabet France, le spécialiste des solutions et services de mobilité à destination des entreprises et de leurs collaborateurs, s'est penché sur les trajets domicile-travail des actifs français, et notamment sur l'adoption des véhicules électrifiés. Le premier constat est sans équivoque : la mobilité électrique poursuit son essor.

TRAJETS DOMICILE-TRAVAIL EN VOITURE ÉLECTRIQUE : OÙ EN EST-ON ?



Trajets domicile-travail : l'électromobilité gagne du terrain

En 2025, 75 % des actifs utilisent une voiture pour se rendre au travail. Parmi eux, **14% utilisent un véhicule électrifié** (100 % électriques, hybrides simples ou hybrides rechargeables, **en hausse constante par rapport à 2024 (11 %) et 2023 (9 %)**). En région parisienne, cette proportion atteint 26 % (contre 17 % en 2024).

Par ailleurs, **52 % des personnes interrogées** (47 % en 2024) **déclarent envisager d'opter pour une motorisation électrique ou hybride lors de leur prochain changement de véhicule**.

En parallèle, la part d'actifs qui utilisent un véhicule thermique diminue : elle est de 86 % en 2025 contre 88 % en 2024 et 90 % en 2023. Dans le détail, ces motorisations thermiques se

répartissent pour 41 % en motorisation essence (38 % en 2024) et 45 % en motorisation diesel (50 % en 2024).

Les utilisateurs de voitures électriques ou hybrides mettent en avant trois bénéfices majeurs de plus en plus reconnus : l'économie, l'écologie et le confort.

- **Le critère économique reste l'argument principal pour 55 %** des utilisateurs. Bien qu'en recul par rapport à 2024 (69 %), il demeure une motivation centrale.
- **L'argument écologique progresse significativement : 45 %** des conducteurs électrifiés le citent en 2025, contre 39 % l'année précédente.
- **Le confort gagne également du terrain : 43 %** des utilisateurs jugent la conduite plus agréable (33 % en 2024), et 28 % mettent en avant le silence du véhicule (16 % en 2024).

Ces tendances traduisent une meilleure appropriation de la conduite électrique au quotidien.

À ces éléments s'ajoutent des facteurs plus prospectifs : **30 % des utilisateurs estiment que ces motorisations incarnent l'avenir (18 % en 2024)** et 7 % déclarent qu'ils n'auront bientôt plus d'autre choix. Enfin, **6 % expliquent que leur entreprise met ce type de véhicule à leur disposition.**

Du côté des conducteurs de véhicules thermiques, 32 % se disent prêts à passer à la voiture électrique. Là aussi, les trois mêmes leviers expliquent cette intention :

- **L'économie**, citée par 57 % des répondants, en nette progression par rapport à 2024 (48 %), conforte la **perception d'un coût d'usage plus avantageux.**
- **L'écologie**, mentionnée par 56 % des personnes interrogées (contre 50 % en 2024), confirme une **prise de conscience environnementale croissante.**
- **Le confort séduit de plus en plus** : 31 % apprécient le silence de conduite et 27 % jugent l'expérience de conduite plus agréable.
- 35 % des conducteurs considèrent que la voiture électrique représente l'avenir (29 % en 2024), et 21 % précisent qu'ils n'auront bientôt plus d'autre alternative (28 % en 2024).

Des freins qui relèvent davantage de la perception que de la réalité.

68 % des conducteurs de véhicule thermique **déclarent ne pas être prêts à passer à l'électrique.**

Parmi les freins évoqués, beaucoup font référence à une situation passée mais qui reste ancrée dans les esprits. En effet, les progrès technologiques, le développement des infrastructures de recharge et de l'offre de véhicules électriques montrent que ce type de motorisation est désormais adapté à la majorité des déplacements.

- Le **coût d'achat** reste le frein le plus souvent cité (64 %), bien qu'il soit de plus en plus relativisé par ceux qui sont déjà passés à l'électrique : ces derniers placent aujourd'hui l'argument économique en tête de leurs motivations (55 %), preuve d'un **retour d'expérience plus favorable.**

- L'**autonomie** est également perçue comme un obstacle pour 37 % des conducteurs, alors que **la distance des trajets domicile-travail est en moyenne de 18 kilomètres, largement compatible avec l'autonomie actuelle des véhicules électriques.**
- 40 % des répondants estiment que le temps de recharge est encore trop long. Or, **le nombre de bornes publiques ultra-rapides** (150 à 350 kW) permettant de recharger un véhicule compatible en moins de 30 minutes est en forte progression.
- On note que le manque de **bornes publiques** est de moins en moins cité : 29 % en 2025, contre 40 % en 2024. **Cette forte baisse s'explique par l'accélération du déploiement du réseau**, qui compte au 30 septembre 2025 près de 180 000 bornes accessibles au public en France, soit une progression de 20 % en un an¹.
- 37 % des conducteurs évoquent l'impossibilité de **se recharger à leur domicile ou sur leur lieu de travail**. Là encore, **la tendance évolue positivement**. Avec près de **938 000 points de charge** comptabilisés à la fin du second trimestre 2025², les entreprises affichent un engagement fort en faveur de la mobilité électrique en déployant massivement des solutions de recharge, au bureau comme à domicile, pour accompagner leurs salariés dans leur transition vers l'électrique.

Par ailleurs, **58 % des répondants indiquent que la borne de recharge la plus proche de leur domicile se situe à moins de 20 kilomètres**, et seuls 7 % évoquent une distance supérieure. Ces données confirment une meilleure accessibilité globale, bien que 35 % des répondants déclarent ne pas connaître la distance exacte.

- Enfin, de moins en moins de conducteurs de véhicules thermiques expriment encore des doutes sur le réel **bénéfice écologique** des véhicules électriques, (42 % en 2025 contre 49 % en 2024). **Cette évolution témoigne d'une meilleure information et d'une prise de conscience progressive des avantages environnementaux de cette motorisation.**

Les entreprises, moteurs de la transition vers l'électrique

10 % des actifs disposent d'un véhicule de fonction ou de service mis à disposition par leur employeur. Parmi eux, **27 % sont équipés d'un modèle électrique ou hybride, contre 21 % en 2024 : une progression significative.**

- Parmi ces utilisateurs de véhicules électrifiés, **86 % ont accès à une solution de recharge fournie par leur entreprise** : 62 % peuvent recharger leur véhicule sur leur lieu de travail (contre 78 % en 2024), 35 % à leur domicile (17 % en 2024) et 25 % disposent d'une carte leur permettant de se brancher sur des bornes publiques (plusieurs de ces solutions peuvent être combinées).

¹ <https://www.avere-france.org/publication/barometre-179-876-points-de-recharge-ouverts-au-public-fin-septembre-2025/>

² <https://data.enedis.fr/explore/dataset/nombre-de-points-de-charge-par-typologie>

- **66 % déclarent avoir bénéficié d'un accompagnement spécifique pour faciliter la prise en main de leur véhicule électrifié.** Parmi eux, 31 % ont suivi une **formation complète** en présentiel et/ou en ligne, incluant parfois des mises en situation ou des démonstrations, et 48 % ont reçu un **support d'information ou de sensibilisation** (guide, tutoriel, livret ou vidéo explicative). Certains ont eu accès aux deux formats. À l'inverse, 34 % n'ont pas été accompagnés par leur entreprise : 30 % estiment ne pas en avoir eu besoin, tandis que **4 % auraient souhaité un accompagnement** mais indiquent qu'aucune solution ne leur a été proposée.

Méthodologie | Étude en ligne réalisée par l'IFOP pour Alphabet France du 16 au 23 juin 2025 auprès de 1002 Français actifs de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'individu, région et taille de l'agglomération).

À propos d'Alphabet

Chaque jour, les équipes Alphabet s'investissent auprès des responsables d'entreprise pour trouver, mettre en place et maintenir les solutions de mobilité les mieux adaptées à leur organisation et à leurs collaborateurs. Leur volonté est de leur apporter un regard complet sur la mobilité de leur entreprise prenant en compte les aspects financiers, économiques et fiscaux, la réglementation et ses évolutions, la RSE, la sécurité, le bien-être de leurs salariés, leur marque employeur. Leur ambition est de s'inscrire avec chacun de leurs partenaires dans une démarche qualitative de partenariat solide et durable.

Filiale du BMW Group, Alphabet est présent dans 38 pays et accompagne quotidiennement 760 000 conducteurs de véhicules particuliers et utilitaires légers de toutes marques, dont 108 000 en France.

Pour suivre les actualités d'Alphabet France en temps réel : [site internet](#) · [LinkedIn](#) · [Facebook](#) · [Instagram](#)