



FESTIVAL AUTOMOBILE
INTERNATIONAL

Communiqué de presse
Jeudi 16 janvier 2020

Sondage ELABE : "Les Français et le design automobile"*

La voiture, objet de mobilité de plus en plus design pour les Français !

Le Festival Automobile International dévoile les résultats de son étude sur "les Français et le design automobile" réalisée par l'institut de sondage ELABE dans le cadre de l'exposition Concept Cars & Design Automobile qui se tiendra à Paris du 29 janvier au 2 février 2020.

SYNTHESE DE L'ETUDE

- La **voiture est associée à un imaginaire majoritairement positif**, constitué en premier lieu par 2 ancrages largement partagés : la **liberté** et la **praticité**.
- C'est chez les **jeunes** (18-34 ans) que l'on constate le plus **haut niveau d'attachement émotionnel** à la voiture.
- Les Français font le **constat d'une montée en puissance du design dans l'automobile** : 8 sur 10 remarquent que les constructeurs automobiles consacrent plus d'importance au design de leurs voitures et 74% trouvent les voitures d'aujourd'hui plus belles qu'il y a 10 ans.
- Parmi les dimensions associées au design d'une voiture, plus des 3/4 des Français affichent leur **sensibilité à la ligne d'ensemble du véhicule**.
- Le podium des pays qui produisent les plus belles voitures selon les Français : l'Allemagne, la France et l'Italie.

La voiture est associée à un imaginaire majoritairement positif

Ainsi, sur les 6 premiers mots que les Français choisissent pour décrire leur état d'esprit à l'égard de la voiture, 5 sont positifs.

Les 2 qui se détachent le plus fortement sont la **praticité et la liberté**, l'un ou l'autre étant cités en premier par plus de la moitié des Français.

43% des sondés citent la rapidité, 42% le confort et 33% le plaisir. Mais le mot "plaisir" suscite des réactions contrastées selon le sexe et la catégorie sociale. Il est en effet associé à la voiture par 40% des hommes mais seulement 27% des femmes, par 41% des ouvriers mais seulement 29% des professions intermédiaires et employés.

Les dépenses, seul mot négatif parmi le top 6 des mots associés à la voiture, est cité par 50% des Français, suivies de la pollution (28%), du danger (22%) et des embouteillages (20%).

Seuls 6% des Français (et seulement 12 % des non-automobilistes) se disent indifférents vis-à-vis de la voiture.

La voiture : un objet attachant pour 6 Français sur 10

Si pour 84% des Français, la voiture est un simple **moyen de transport**, ils lui attribuent aussi **d'autres atouts** : 63% pensent notamment qu'elle facilite le lien avec les autres, 62% qu'elle est un objet attachant et 49% qu'elle permet d'exprimer sa personnalité.

C'est chez les jeunes que l'on constate le plus haut niveau **d'attachement émotionnel** à la voiture. 77% des 18-25 ans et 76% des 25-34 ans la considèrent comme un objet attachant, contre 62% pour l'ensemble des Français. De même, près des deux tiers des jeunes la perçoivent comme une manière **d'exprimer sa personnalité**, contre 49% pour l'ensemble des sondés.

La voiture, plus design et plus belle qu'il y a 10 ans

80% des Français font le constat que les constructeurs automobiles attachent plus d'importance qu'avant au design de leurs voitures et 74% considèrent que les **voitures d'aujourd'hui sont plus belles qu'il y a 10 ans**.

Les Français très sensibles à la ligne des modèles !

Lorsque l'on demande aux Français à quelles dimensions concernant le design d'une voiture ils sont le plus **sensibles**, plus des trois quarts d'entre eux citent la **ligne d'ensemble du véhicule**. Viennent ensuite sa couleur (46%) et le design de son tableau de bord (40%).

Les jeunes (18-24 ans) sont plus attentifs que l'ensemble des Français au design des sièges (31% contre 23%), aux écrans digitaux (31% contre 21%) et au design de la calandre (21% contre 11%).

L'Allemagne, la France et l'Italie sont considérés comme les pays de production des plus belles voitures

Quand on demande aux Français quels sont les pays qui produisent les voitures avec le plus beau design, ils placent sur le podium 3 pays européens : en premier l'Allemagne (75% de citations dont 37% en premier), suivi de très près par la France (74% de citations dont 26% en premier) et enfin par l'Italie (47% de citations dont 15% en premier).

Les autres pays (Japon à 29%, Etats-Unis à 26%, Royaume-Uni à 19%, Corée du Sud à 13%, Suède à 10% et Chine à 7%) se situant loin derrière ce trio de tête.

"Pour les Français, la voiture n'est pas un objet comme les autres. Au-delà de sa fonction première de mobilité, elle répond à des besoins symboliques et émotionnels (liberté, plaisir, protection, lien avec les autres, expression de sa personnalité) pour lesquels le design peut jouer un rôle important" conclut Julien Bouchigny, directeur associé d'ELABE.

"Ce sondage démontre bien que la voiture demeure un objet de désir, de praticité et d'émotion. C'est exactement la philosophie du Festival Automobile International, de faire l'apologie d'une voiture passion de plus en plus intelligente, pour une industrie automobile souvent vilipendée mais néanmoins génératrice d'emplois, de liberté et de créativité" commente Rémi Depoix Président du Festival Automobile International.

**Etude ELABE menée du 3 au 6 décembre 2019 auprès d'un échantillon de 1006 personnes représentatif de la population française.*

A propos du Festival automobile international

La 35^{ème} édition de ce Festival mettra en lumière toute l'actualité du design automobile à travers un programme d'envergure et une exposition réunissant le plus grand nombre de concept cars au monde. Il sera marqué par 4 grands rendez-vous : l'Election de la plus belle voiture de l'année 2019, l'exposition Concept Cars et Design automobile, la cérémonie de remise des grands prix et le Paris Designer Lunch by Laurent Perrier.

