

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25/09/2026

PNEUMATIQUES : UN MARCHÉ STABLE À UN NIVEAU BAS AU 1ER SEMESTRE 2026, LE 4 SAISONS POURSUIT SA PERCÉE

Le Syndicat du Pneu publie son bilan du marché français du pneumatique au premier semestre 2026, ainsi que les résultats de l'étude GiPA 2026 menée auprès de plus de 2000 automobilistes.

Après le décrochage de 2025, le marché Tourisme-Camionnette-4x4 SUV (TC4) ne progresse pas (-0,2 % en sell-in, -0,9 % en sell-out) et le rattrapage des achats reportés n'a pas eu lieu. Le pneu 4 saisons s'apprête à devenir majoritaire en Tourisme, tandis que le marché poids lourds affiche une dynamique inverse : sell-in en rebond, sell-out en recul.

MARCHÉ TC4 : STABILITÉ EN VOLUME, RECOMPOSITION EN PROFONDEUR

Des volumes stables à un niveau bas

Au premier semestre 2026, les fabricants ont livré 14,6 millions de pneus TC4 sur le marché français (sell-in Europool, -0,2 %). Dans les canaux de détaillants panélisés (centres auto, pneumaticiens, pure players), 9,99 millions de pneus ont été vendus aux automobilistes (sell-out, -0,9 %). Le Tourisme, qui pèse 85 % des ventes, revient à l'équilibre (-0,3 %) après deux semestres de baisse. De multiples achats ont été reportés en raison de la hausse des prix. Les reports ne se cumulent plus mais ne sont pas rattrapés.

4x4 SUV et reports d'achat

Le 4x4 SUV continue de progresser mais faiblement, chez les fabricants (+1,5 %). Il recule nettement dans les canaux panélisés (-8,9 %). L'écart entre sell-in et sell-out atteint 10,4 points, contre 4,6 points un an plus tôt.

Sur ce segment où les hausses de prix ont été les plus difficiles à négocier pour les ménages, ce décalage traduit un phénomène de reports d'achats plus nombreux dans certains canaux de distribution que dans d'autres. En effet, la première rechange après l'achat d'un véhicule neuf s'effectue traditionnellement dans les canaux des réseaux constructeurs (non panélisés). Il fait actuellement l'objet de moins de reports. À l'inverse, les rechanges suivantes sur des véhicules d'occasion et/ou plus anciens s'effectuent dans les canaux panélisés. Les reports d'achats y sont nettement plus nombreux.

Un marché Tourisme polarisé

Le Premium résiste (47 % des volumes, +1,1 %) tandis que les Marques B reculent fortement (-6,7 %). Les marques Budget, qui représentent un quart des ventes, stagnent (-0,3 %). Le Tradebrand, fabriqué en Europe, devient le niveau de gamme le plus dynamique (+7,5 %). En trois ans, l'écart de prix entre Premium et Budget est passé de 64 € à 69 €.

Le 4 saisons bientôt majoritaire

En Tourisme, les ventes de pneus 4 saisons progressent de 15,7 % et représentent 46 % des volumes, contre 49 % pour le pneu été (-12 %). En trois ans, le 4 saisons a progressé de 50 % et l'été a reculé de 24 %. Au rythme actuel, le 4 saisons devrait devenir majoritaire en Tourisme sur l'année 2026.

Les centres auto et les sites des réseaux tirent leur épingle du jeu. Les centres auto sont le seul canal en progression (+2,6 % en volume TC4) et le seul canal où les marques budget continuent de progresser (+4%). Les pneumaticiens reculent (-4,3 %) mais restent la référence sur le Premium (57 % de leurs ventes Tourisme). Les ventes en ligne, qui représentent un tiers des volumes, progressent de 1,9 % alors que les pure players reculent de 1,8 % : la croissance du digital profite aux sites des réseaux.

POIDS LOURDS : LES FABRICANTS EUROPÉENS REGAGNENT DU TERRAIN DANS UN MARCHÉ EN REPLI

Les livraisons de pneus poids lourds neufs rebondissent de 7,6 % au premier semestre 2026, à 515.600 unités. Elles restent toutefois 20 % en dessous du niveau du premier semestre 2022 (649 000 pneus). Le sell-out recule de 7,4 %, à 710 900 pneus : -6,2 % pour les pneus neufs et -10,8 % pour les pneus rechapés.

Cette hausse du sell-in ne traduit pas une reprise de la demande. Le rapport entre ventes de pneus neufs et livraisons des fabricants européens revient à 105 %, contre 121 % un an plus tôt : les fabricants européens regagneraient donc du terrain face aux importations. Un stockage anticipant d'éventuelles hausses de coûts liées au pétrole est également plausible.

Le repli du sell-out et des ventes aux transporteurs est cohérent avec celui du fret routier : l'activité intérieure du pavillon français a reculé de 1,1 % au premier trimestre 2026, à son plus bas niveau depuis fin 2023. Après le pic inflationniste de 2022, les prix continuent de se normaliser : 587,5 € HT pour un pneu neuf (-1,4 %) et 484,5 € HT pour un pneu rechapé (-1,9 %).

ÉTUDE GIPA 2026 : LE GARAGE RESTE LE PREMIER LIEU D'ACHAT, L'IA FAIT DOUCEMENT SON ENTRÉE

Réalisée en juin 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 2.035 conducteurs en charge de l'entretien de leur véhicule, l'étude GiPA pour le Syndicat du Pneu éclaire les comportements d'achat des automobilistes.

- ★ **Le garage reste dominant.** 63 % des conducteurs achètent leurs pneus dans un garage, jusqu'à 77 % chez les 65 ans et plus. Le digital pèse un tiers des achats, capté pour moitié par les sites des réseaux (19 %), devant les sites spécialisés (17 %).
- ★ **Le prix d'abord, la fluidité ensuite.** Les bons prix et promotions sont la première attente (66 %), devant la prise de rendez-vous rapide (55 %) et la compétence du professionnel (50 %). Même parmi les acheteurs en ligne, 89 % jugent importante la compétence du monteur.
- ★ **L'IA, un nouveau prescripteur.** 8 % des automobilistes ont utilisé un outil d'intelligence artificielle lors de leur dernier changement de pneus, 20 % chez les 18-24 ans et 21 % dans l'agglomération parisienne. 96 % l'ont jugé utile, et l'IA oriente d'abord vers l'achat en ligne : apparaître dans ses réponses devient un enjeu pour les réseaux physiques.
- ★ **Un besoin de pédagogie sur les gammes.** 82 % des automobilistes accordent de l'importance au niveau de gamme (Premium vs Budget), mais 36 % jugent les différences peu ou pas claires. Autre enseignement : le « Made in UE » (pays de fabrication) motive peu le changement de marque

(4 % en atelier, 11 % en ligne), ... tout comme le respect de l'environnement (respectivement 3% et 11%)

- ★ **Loi Montagne : une loi connue et approuvée, un équipement qui plafonne.** 84% des conducteurs connaissent la loi et 93 % d'entre eux l'approuvent. Pourtant, 48% n'ont jamais vu le panneau d'entrée de zone et seuls 49 % sont équipés ou prévoient de l'être. Le principal frein (72%) est le sentiment de ne pas être concerné.

Marge d'erreur d'environ 2,2 points sur l'échantillon global ; environ 8 points sur les utilisateurs d'IA (environ 160 répondants).

PERSPECTIVES : UN SECOND SEMESTRE SOUS DROITS ANTIDUMPING DÉFINITIFS

Les données du premier semestre ne montrent aucun effet d'anticipation de la taxation des pneus chinois. Le règlement définitif (UE) 2026/1540, adopté en juillet 2026, fait du second semestre le premier semestre complet sous droits définitifs. La bascule déjà amorcée des marques Budget vers le Tradebrand fabriqué en Europe devrait s'accroître. L'effet du pic pétrolier sur les coûts de fabrication devrait lui aussi se lire au cours des prochains mois.

« Le marché du pneu reste stable mais à un niveau bas. Les reports d'achats ont cessé de se cumuler mais n'ont pas été rattrapés. Le 4 saisons s'impose, les automobilistes arbitrent entre les gammes et le second semestre sera le premier test grandeur nature des droits antidumping. Notre profession doit plus que jamais expliquer la valeur d'un bon pneu et d'un montage par un professionnel compétent. »
Dominique Stempf, Président du Syndicat du Pneu

Sources : sell-in Europool (déclarations Tyres Europe, fabrication majoritairement européenne) ; sell-out panel GfK / Syndicat du Pneu (centres auto, pneumaticiens, pure players) ; étude GiPA 2026 pour le Syndicat du Pneu.

À propos du Syndicat du pneu

Le Syndicat du Pneu existe depuis 1929 et compte plus de 1500 groupes et sociétés membres. L'organisation regroupe les pneumaticiens, les acteurs internet spécialisés, les manufacturiers, les importateurs et les grossistes ainsi que de nombreux fabricants d'équipements et prestataires de services impliqués sur le secteur du pneumatique. Il représente l'ensemble des acteurs de la filière pneumatique en France.

