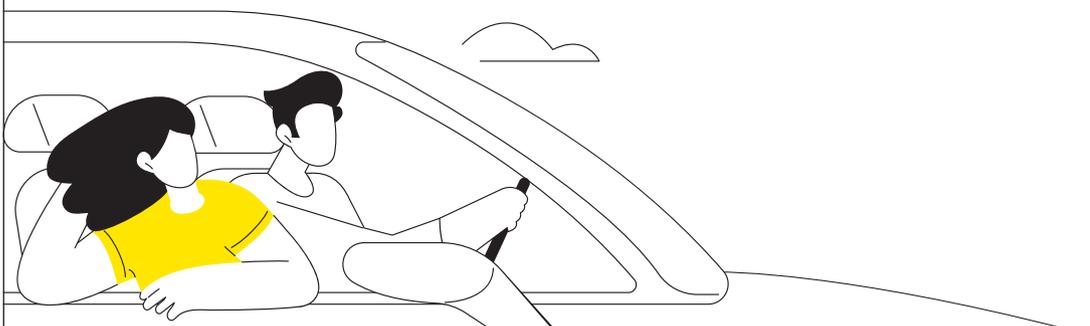


2025

AUTO

L'automobile : une éternelle jeunesse ?

—
Une étude internationale réalisée dans 14 pays



OBSERVATOIRE
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 

ÉDITO

À l'Observatoire Cetelem, nous avons l'habitude de prendre à intervalles réguliers le pouls d'un secteur d'activité, d'un produit, d'une innovation ou d'une génération, pour savoir s'il bat toujours aussi fort.

En 2011, notre intérêt s'était porté sur les moins de 30 ans qu'on n'appelait pas encore millenials. On parlait alors de génération Y. Près de 15 ans plus tard, nous nous intéressons à nouveau à cette même classe d'âge, classée désormais Z, pour évaluer son rapport à l'automobile. A-t-il évolué, et si oui, comment, alors que le secteur a changé de paradigme avec l'émergence de l'électrique comme futur horizon, pour ne pas dire future planche de salut.

Recueillir ce que disent et ce que pensent les moins de 30 ans à propos de l'automobile est d'autant plus essentiel qu'ils constituent les forces vives de la clientèle automobile de demain. Un enjeu donc crucial pour les marques. Si le désintérêt mis en avant parfois est tangible, elles ont du souci à se faire. Si tel n'est pas le cas, il existe alors un potentiel qui ne semble pas ou mal exploité.

Sans révéler les détails de cette nouvelle édition de l'Observatoire Cetelem, nous pouvons affirmer avoir été nous-mêmes relativement surpris par les témoignages des moins de 30 ans. Pour faire simple et direct, ils aiment l'automobile et ils ne sont pas prêts et n'ont surtout aucune envie de s'en passer. Entre les deux éditions de 2011 et 2025, ils sont même désormais plus nombreux à lui prévoir une situation meilleure que celle d'aujourd'hui. À condition que l'automobile s'intègre dans un écosystème de mobilité qui fait plus de place aux mobilités douces notamment dans les grandes métropoles.

La jeunesse serait-elle vraiment l'âge de toutes les surprises ? Au sujet de la voiture, objet annuel de notre attention, c'est apparemment le cas.

Flavien Neuvy

Directeur de l'Observatoire Cetelem

SOMMAIRE

Préambule 06

1

Portrait-robot du jeune conducteur 07

1. Une envie de conduire manifeste 08

1.1 Permis de conduire, un besoin précoce...

1.2 ... Achat de sa première voiture, une suite logique

2. Mais une contrainte financière toujours très forte 10

2.1 Un achat principalement d'occasion

2.2 Le prix, principal frein à l'achat

2.3 Des intentions d'achat pas vraiment électriques

3. La voiture en mode positif 13

3.1 Conduire, c'est un plaisir

3.2 Une image de la voiture qui s'améliore

3.3 Une vie sans voiture inimaginable

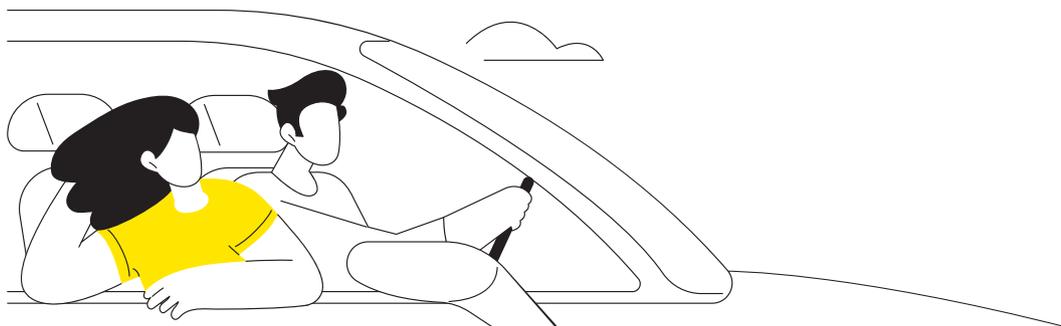
4. Les jeunes mobilisés pour les mobilités 14

4.1 Une mobilité plurielle

4.2 Pour les sans-voiture, des déplacements
quand même en voiture

4.3 La marche marque (un peu) le pas chez les jeunes

Les chiffres-clés 17



2

De bonnes raisons d'être attaché à sa voiture 18

1. Un rapport sentimental 19

- 1.1 Un attachement très fort à la voiture
- 1.2 La voiture, créatrice des souvenirs futurs

2. Savoir raison garder 21

- 2.1 Indispensable au quotidien
- 2.2 Des critères d'achat rationnels
- 2.3 Sécurité, praticité et liberté : une devise généralisée
- 2.4 Des reproches partagés

3. Un rapport contrasté avec les marques 23

- 3.1 Signes extérieurs de personnalité
- 3.2 Un avis qui compte
- 3.3 Sur la bonne voie

Les chiffres-clés 24

3

Le futur s'annonce électrique 25

1. L'image environnementale de l'automobile en question 26

- 1.1 Une voiture plutôt coupable vis-à-vis de l'environnement...
- 1.2 ... Et pas toujours bienvenue

2. La voiture électrique synonyme de progrès 28

- 2.1 La voiture électrique, à la croisée de l'innovation et du progrès
- 2.2 L'électricité, source d'un futur meilleur

3. La voiture, surtout électrique, encore plus présente demain 29

- 3.1 L'avenir rime avec voiture
- 3.2 Un règne électrique annoncé

Les chiffres-clés 30

Conclusion 31

L'œil de la recherche économique de BNP Paribas 32

Chiffres du marché 33

PRÉAMBULE

Un principe affirmé circule au sujet de la jeunesse. Celle-ci montrerait une appétence relative envers l'automobile pour lui préférer une écomobilité responsable et durable, dans l'air du temps. En 2011, alors que son édito parlait encore de « voiture propre », opposée à la voiture thermique, l'Observatoire Cetelem se demandait déjà si les jeunes aimaient encore l'automobile ou pouvaient s'en passer pour toujours.

Près de 15 ans plus tard, tandis que les motorisations électriques ambitionnent de devenir le nouvel horizon automobile, nous avons souhaité savoir ce qu'il en était d'un potentiel intérêt des jeunes pour la voiture.

Comme pour le millésime 2011, nous définissons les jeunes, notion floue, par la catégorie des personnes âgées de moins de 30 ans. Et de même, nous considérerons les seniors comme les personnes âgées de plus de 50 ans.

1

Portrait-robot du jeune conducteur



Les jeunes seraient-ils déconnectés de l'automobile ?

Pas vraiment, bien au contraire. Dès qu'ils en ont la possibilité légale, ils n'ont qu'une hâte, se mettre au volant avec un plaisir non dissimulé, tout en tenant compte de contraintes financières plus ou moins fortes.

Pièce principale de leur patchwork mobilité, la voiture est essentielle à leur quotidien, qu'il se conjugue au présent ou au futur.

Une envie de conduire manifeste

PERMIS DE CONDUIRE, UN BESOIN PRÉCOCE...

Eu égard à son prix et à sa taille, la voiture ne saurait être considérée comme un bien dont l'achat apporterait en soi une totale satisfaction. L'acheter c'est bien, l'utiliser c'est mieux. Encore faut-il pouvoir disposer de l'indispensable sésame qui le permette : le permis de conduire.

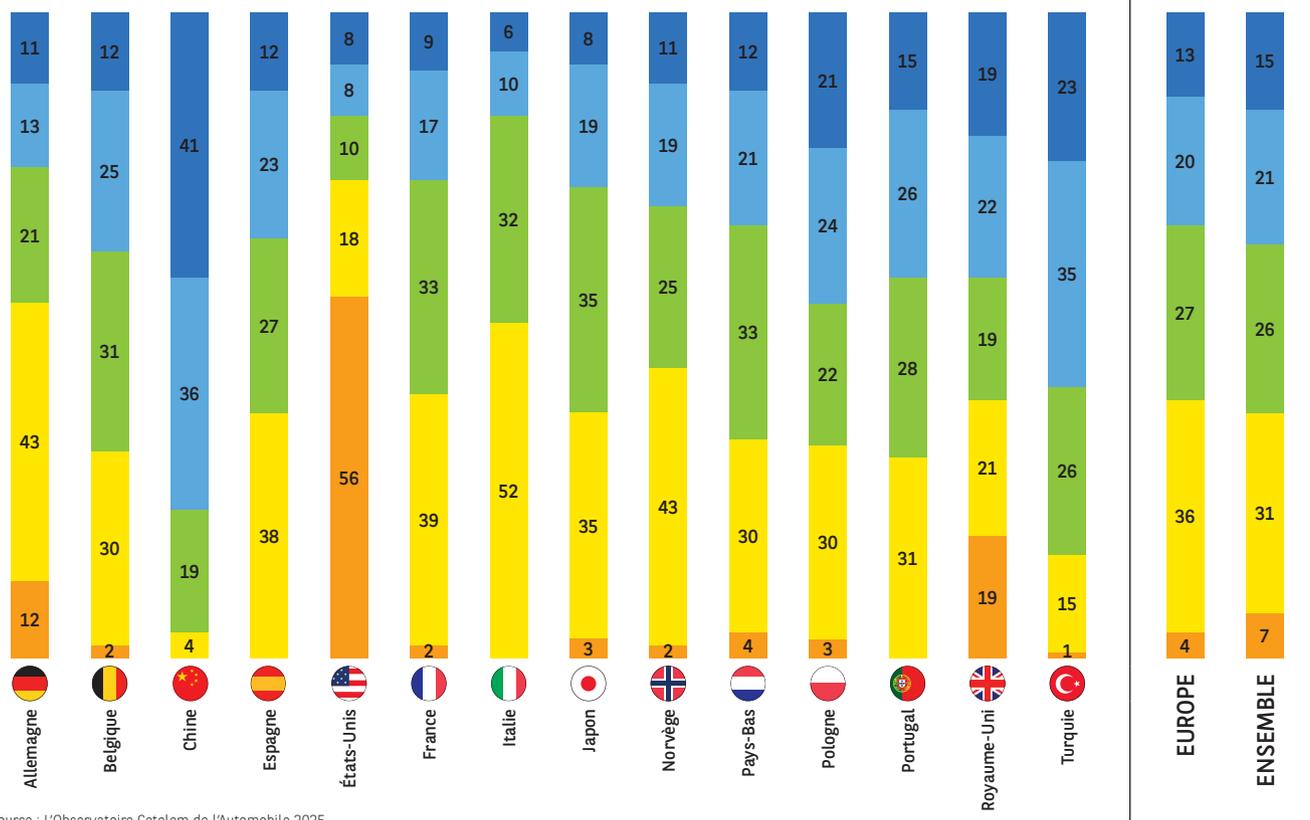
À ce sujet, les jeunes n'attendent pas de ne plus l'être pour obtenir leur permis de conduire. 85 % d'entre eux l'obtiennent avant 25 ans. Dans la catégorie des tardifs, les Chinois prennent leur temps, 4 sur 10 en disposent passés 25 ans. À l'opposé, les Britanniques, et plus encore les Américains, affolent les compteurs pour passer au plus vite leur permis. Plus de la moitié de ces derniers l'obtiennent avant 18 ans (**Fig. 1**).

Fig. 1

À quel âge avez-vous eu votre permis de conduire ?

À ceux qui disposent du permis.

Avant 18 ans 18 ans De 19 à 20 ans De 21 à 25 ans À plus de 25 ans

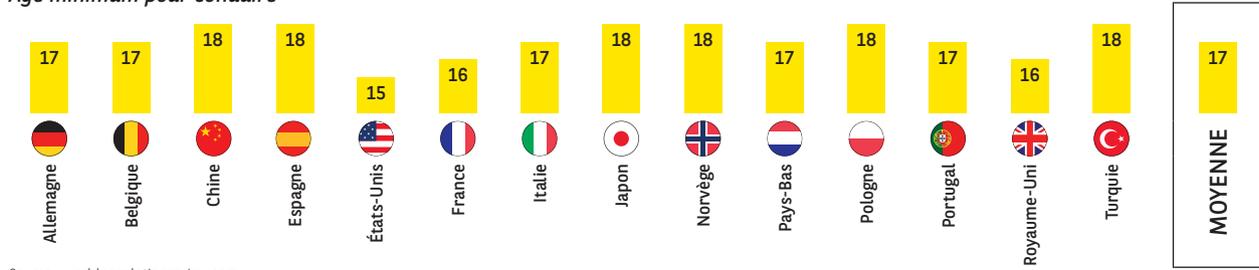


Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

ÉCLAIRAGE | Fig. 2

Ces résultats ne reposent pas sur des comportements ou des attentes différents selon les caractéristiques socio-culturelles, mais avant tout sur le cadre légal qui prévaut dans chaque pays. Les Américains sont les plus nombreux à passer tôt leur permis car ils peuvent le faire dès l'âge de 15 ans. En Chine et dans une moindre mesure en Turquie, couple qui se distinguera souvent au cours de l'étude, cette possibilité est offerte à 18 ans. En France, l'opportunité de la conduite accompagnée à partir de 16 ans séduit seulement 2 % des automobilistes.

Âge minimum pour conduire



Source : worldpopulationreview.com.

ACHAT DE SA PREMIÈRE VOITURE, UNE SUITE LOGIQUE

En toute logique, plus on obtient précocement son permis de conduire, plus vite on achètera son premier véhicule, avec les mêmes automobilistes pour manifester leur désir de se mettre rapidement au volant. Près de 7 Américains sur 10 acquièrent leur premier véhicule entre 16 et 20 ans. Français, Allemands et Italiens sont 1 sur 2 à faire de même.

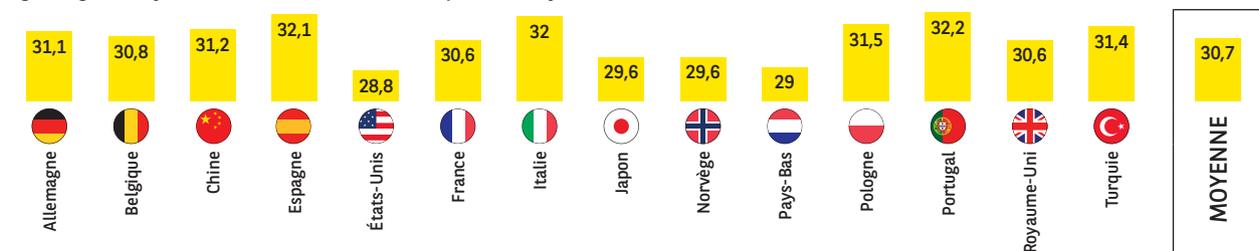
À l'opposé, 1 Japonais ou Chinois sur 3 attend de souffler ses 25 bougies pour acheter une voiture.

Si le fait d'être en couple ne constitue pas, en moyenne, un facteur décisif, la situation géographique pèse d'un tout autre poids. 1 jeune sur 2 âgé de moins de 20 ans habitant une ville de moins de 20000 habitants a déjà acquis un véhicule.

ÉCLAIRAGE | Fig. 3

Le croisement entre l'âge moyen d'une femme à la naissance de son premier enfant et l'achat d'un premier véhicule permet de mettre en évidence une certaine convergence. C'est ainsi aux États-Unis que les scores atteints par ces deux items sont les plus élevés. On retrouve également une certaine concordance en France ou encore aux Pays-Bas.

Âge moyen des femmes à la naissance de leur premier enfant



Source : diverses sources institutionnelles référencées par wikipedia.org.

Mais une contrainte financière toujours très forte

UN ACHAT PRINCIPALEMENT D'OCCASION

Dans leur ensemble, les jeunes semblent partagés entre neuf et occasion pour l'achat de leur première voiture, alors qu'en 2011 ils s'orientaient davantage vers l'occasion (63 % vs 51 % cette année). Les séniors sont quant à eux plus portés vers l'achat d'une voiture neuve (59 %) (Fig. 4). Pour autant, les écarts sont saisissants entre les différents pays.

En Chine, le neuf est plébiscité par 9 jeunes sur 10. Les Japonais sont près de 8 sur 10 à faire de même. Italiens et Espagnols complètent ce quatuor de tête. Ce tropisme pour l'achat neuf dans les pays asiatiques et méditerranéens est

une tendance établie depuis longtemps ; cet Observatoire Cetelem vient donc confirmer qu'elle concerne aussi les jeunes. Soulignons également qu'en Chine, le marché de l'occasion est très peu développé.

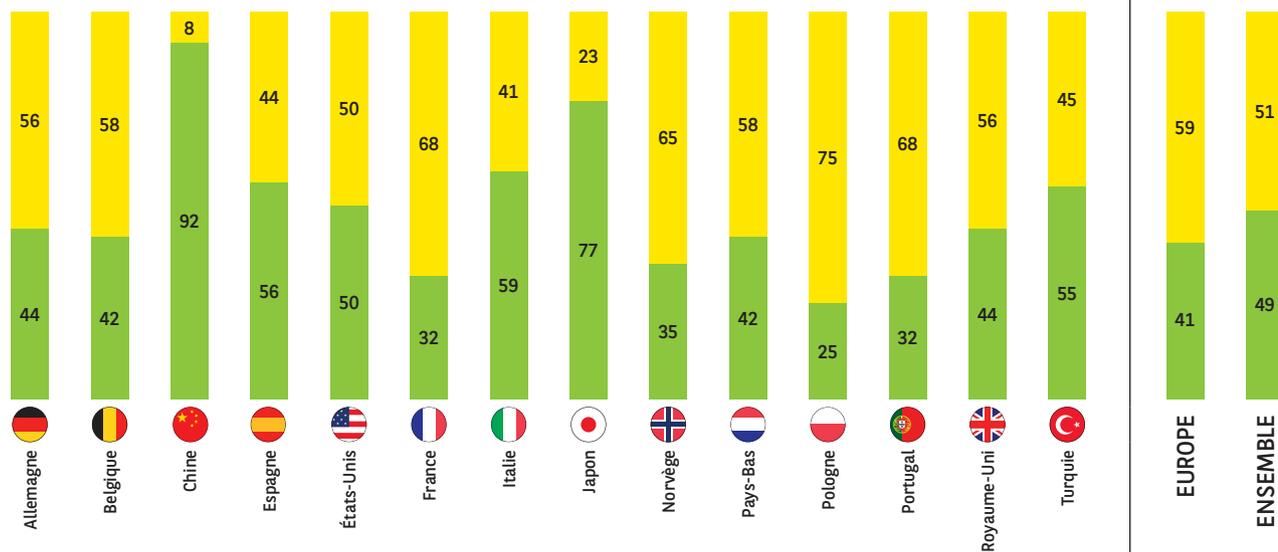
Il faut se rendre en Pologne, au Portugal et en France pour rencontrer les champions de l'occasion. Concernant ce dernier pays, on se trouve dans une situation inverse à celle de la Chine avec un marché de l'occasion très développé.

Fig. 4

Cette voiture, l'avez-vous acquise... ?

Aux jeunes (- de 30 ans) qui ont au moins une voiture dans leur foyer.

■ Neuve ■ D'occasion

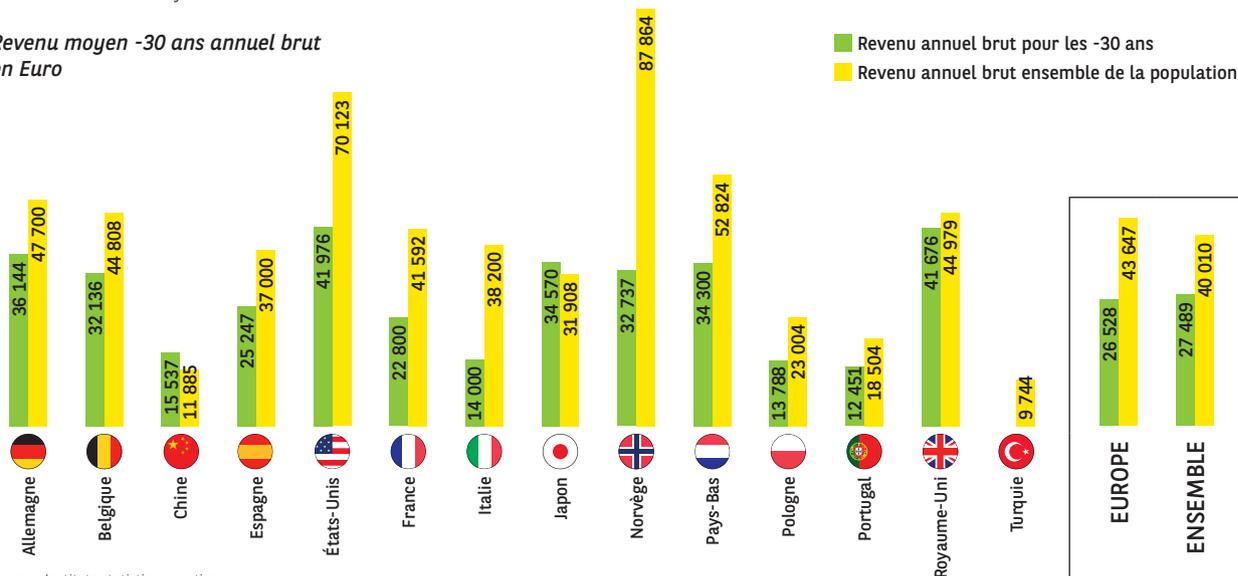


Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

ÉCLAIRAGE | Fig. 5

L'analyse des revenus des jeunes, comparés à ceux de l'ensemble de la population, apporte un autre éclairage sur le choix entre neuf et occasion. En Chine et au Japon, deux pays où le neuf est privilégié, les jeunes gagnent en moyenne plus que leurs aînés et ont donc davantage les moyens de concrétiser leur aspiration. À l'inverse, en Italie, la faiblesse des revenus des jeunes ne constitue pas un frein au plaisir d'acheter neuf.

Revenu moyen -30 ans annuel brut en Euro



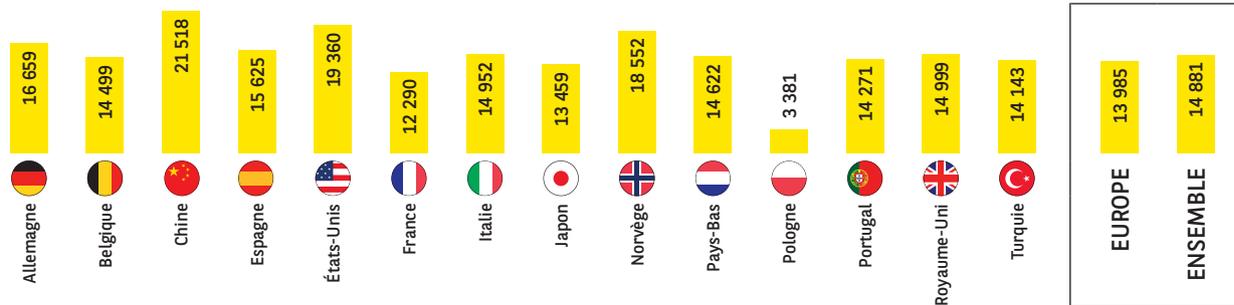
Source : Instituts statistiques nationaux.

ÉCLAIRAGE | Fig. 6

D'un pays à l'autre, le prix d'achat moyen d'un véhicule par les jeunes affiche une grande disparité. En Chine ou encore en Italie, il corrobore la priorité accordée à l'achat d'un modèle neuf, en faisant abstraction d'un revenu moyen plutôt faible.

À quel prix avez-vous acquis ce véhicule ? En Euro (moyenne)

Aux jeunes (- de 30 ans) qui ont au moins une voiture dans leur foyer.



Source : L'Observatoire Cetelem de L'Automobile 2025.

LE COÛT, PRINCIPAL FREIN À L'ACHAT

L'aspect financier, dans sa dimension contraignante, se révèle prépondérant pour les jeunes possesseurs du permis, mais qui n'ont pas de voitures. 6 sur 10 estiment que cela coûte trop cher, un score très sensiblement supérieur à celui des seniors. Cette contrainte est particulièrement ressentie aux États-Unis, en Turquie et au Portugal, alors qu'au Japon elle pèse d'un faible poids. Si le manque d'utilité est évoqué en deuxième position, ce sont cette fois les seniors qui en font le plus état, 4 sur 10 affirmant ne pas avoir besoin d'un véhicule. Pour les jeunes avec permis et sans voiture, le manque d'utilité d'un véhicule est plus relatif. Un peu plus du quart avancement cet argument (**Fig. 7**).

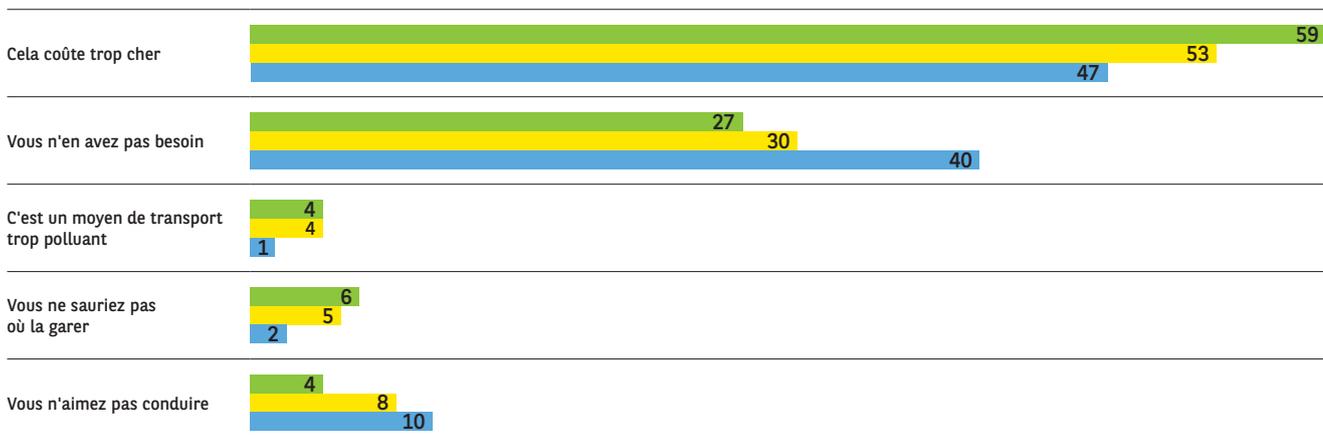
Fig. 7

Pour quelle raison principale n'avez-vous pas de voiture ?

Une seule réponse possible.

À ceux qui ont le permis mais pas de voiture.

■ 18-29 ans ■ 30-49 ans ■ 50 ans et plus



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

DES INTENTIONS D'ACHAT PAS VRAIMENT ÉLECTRIQUES

Les intentions d'achat des jeunes à court terme marquent toujours une préférence pour la voiture d'occasion pour une bonne moitié d'entre eux. Le choix de la motorisation place l'électrique en seconde position, devancée par l'essence, mais précède le diesel alors qu'elle en arrive en première position pour les 30-49 ans. La relative étroitesse du marché de l'électrique explique pour partie ce résultat.

Une fois n'est pas coutume, le prix ne constitue pas la principale source de blocage pour passer à l'électrique. Les jeunes pointent en premier les difficultés potentielles de recharge (32 % vs 31 %). Une forme « d'entrave » à la liberté de se déplacer, précieuse à leurs yeux, sur laquelle nous reviendrons. L'autonomie des véhicules est citée comme troisième contrainte.

Les seniors insistent davantage sur le prix (50 %), tout en mettant en avant aussi les deux autres facteurs.

La voiture en mode positif

CONDUIRE, C'EST UN PLAISIR

La dimension utilitariste de la voiture n'efface pas le plaisir de la conduire, bien au contraire. 7 jeunes sur 10 l'affirment alors qu'ils sont seulement à peine 2 sur 10 pour dire que c'est une corvée (**Fig. 8**). Un plaisir qui dure dans le temps, puisque qu'en 2011, 8 jeunes sur 10 affirmaient adorer conduire. Chinois et Turcs s'imposent comme les plus extatiques, tout le contraire des Japonais qui boudent leur plaisir.

Les hommes, les habitants des grandes villes, les couples avec enfants et les conducteurs de voitures électriques se rejoignent autour de cette passion automobile.

UNE IMAGE DE LA VOITURE QUI S'AMÉLIORE

La voiture est donc source de plaisir, mais est également porteuse d'une image positive. Résultat parmi les plus surprenants de cette étude, eu égard au cliché accolé au

couple voiture-jeunesse, 1 personne sur 2 âgée de moins de 30 ans estime que l'image qu'elle a de l'automobile s'est améliorée ces cinq dernières années. Seulement 14 % constatent sa détérioration. Le contraste est saisissant avec les opinions exprimées par les seniors, ceux-ci plaidant pour une image stable pour la moitié d'entre eux (**Fig. 9**).

Autre constat en apparence surprenant, cette amélioration de l'image est davantage ressentie en ville qu'à la campagne, sans doute en raison du poids grandissant des véhicules électriques et hybrides et des contraintes liées à la circulation.

Au plan géographique, une fois encore Chinois et Turcs s'enthousiasment, tandis que les Français font partie des plus réservés.

Fig. 8

Pour vous, conduire c'est :

À ceux qui ont le permis.

■ La plupart du temps un plaisir ■ La plupart du temps une corvée
■ Cela me laisse indifférent(e)



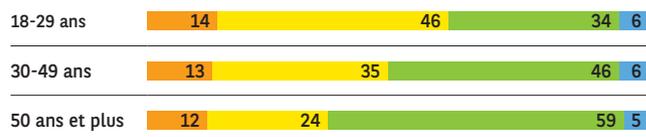
Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

Fig. 9

Au cours des 5 dernières années, diriez-vous que l'image que vous avez de la voiture... ?

À tous.

■ S'est dégradée ■ S'est améliorée ■ N'a pas changé ■ Je ne sais pas



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

UNE VIE SANS VOITURE INIMAGINABLE

Alors, vivre sa vie sans voiture ? Pas vraiment possible pour les jeunes. 6 sur 10 se sentent incapables de l'envisager. Notons que ce résultat est significativement en baisse comparé à celui enregistré en 2011. Mais il est légèrement inférieur aux opinions exprimées par les seniors (**Fig. 10**).

Français et Américains se montrent les plus allergiques à cette idée. Paradoxalement, Chinois et Turcs, et aussi Polonais, y sont assez sensibles.

Plus logiquement, cette perspective d'une vie sans voiture séduit davantage les urbains que les ruraux.

Fig. 10

Pourriez-vous imaginer vivre toute votre vie sans voiture ?

À tous.

■ Oui ■ Non



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

Les jeunes mobilisés pour les mobilités

UNE MOBILITÉ PLURIELLE

L'auto n'est pourtant pas tout. Pour les jeunes, il n'existe pas une, mais des façons de se déplacer.

En premier lieu, le vélo s'est imposé auprès de 7 Jeunes sur 10 (**Fig. 11**). Un succès indépendant du lieu où l'on habite, les habitants d'agglomérations de toutes tailles s'y adonnant dans un même élan. Avoir des enfants incite davantage à la pratique de la bicyclette. Le développement du vélo électrique, utilisé pour emmener ses enfants à l'école, surtout en ville, n'y est sans doute pas étranger.

Géographiquement, les Pays-Bas, nation-reine revendiquée du vélo, et de façon plus surprenante la Pologne, s'imposent comme les deux pays les plus pro-deux roues. Du côté des réfractaires, on compte le Portugal, les États-Unis et le Royaume-Uni. Une question de climat ?

Le covoiturage occupe la deuxième place du classement des mobilités alternatives avec un score supérieur à 50 % chez les jeunes, deux fois plus important que celui des seniors. Si l'on compare avec les résultats enregistrés en 2011, il s'agit là d'un résultat particulièrement spectaculaire puisque seulement 30 % des jeunes déclaraient s'y adonner à l'époque. Les Japonais et les Italiens sont les plus nombreux, et de loin, à ne pas y goûter. Les Chinois et les Turcs sont une fois encore les plus assidus en la matière.

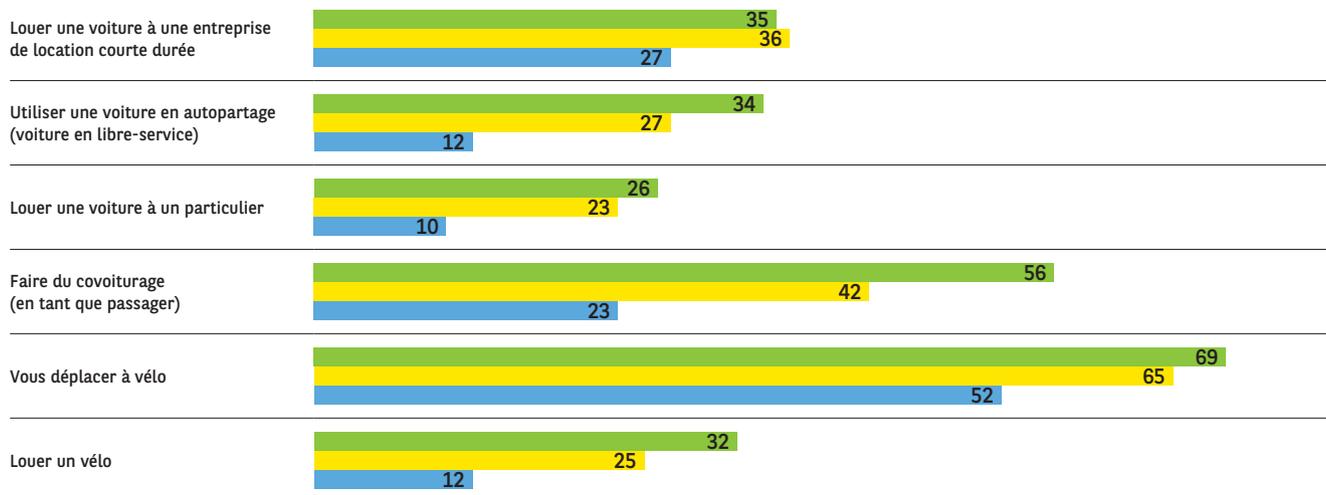
Soulignons que la location séduit dans des proportions très proches, qu'il s'agisse de celle d'une voiture ou d'un vélo, avec plus ou moins 1 jeune sur 3 à y souscrire.

Fig. 11

Vous arrive-t-il de ...

À tous.

■ 18-29 ans ■ 30-49 ans ■ 50 ans et plus



Source : L'Observatoire Cetelem de L'Automobile 2025.

POUR LES SANS-VOITURE, DES DÉPLACEMENTS QUAND MÊME EN VOITURE

Ne pas posséder de voiture n'exclurait pas cependant de délaisser totalement l'automobile. Une fois encore, les jeunes s'orienteraient vers le covoiturage pour pallier ce manque. C'est le seul item, avec l'autopartage, pour lequel la différence entre cette génération et celle des seniors est aussi marquée (Fig. 12).

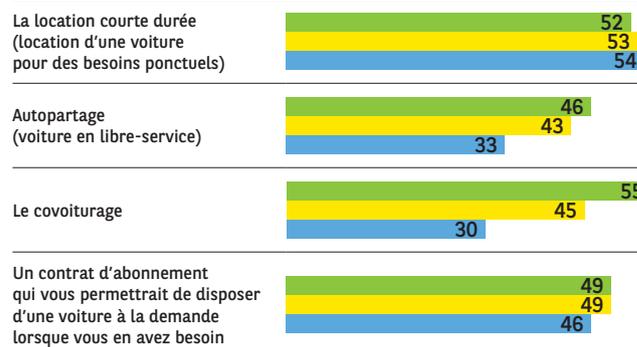
La location, plus ancienne dans sa pratique, et la souscription d'un abonnement recueilleraient des intentions convergentes pour environ 1 jeune ou sénior sur 2.

Fig. 12

Si vous n'aviez pas de voiture, quelles autres solutions choisiriez-vous ?

À ceux qui ont au moins une voiture dans leur foyer.

■ 18-29 ans ■ 30-49 ans ■ 50 ans et plus



Source : L'Observatoire Cetelem de L'Automobile 2025.

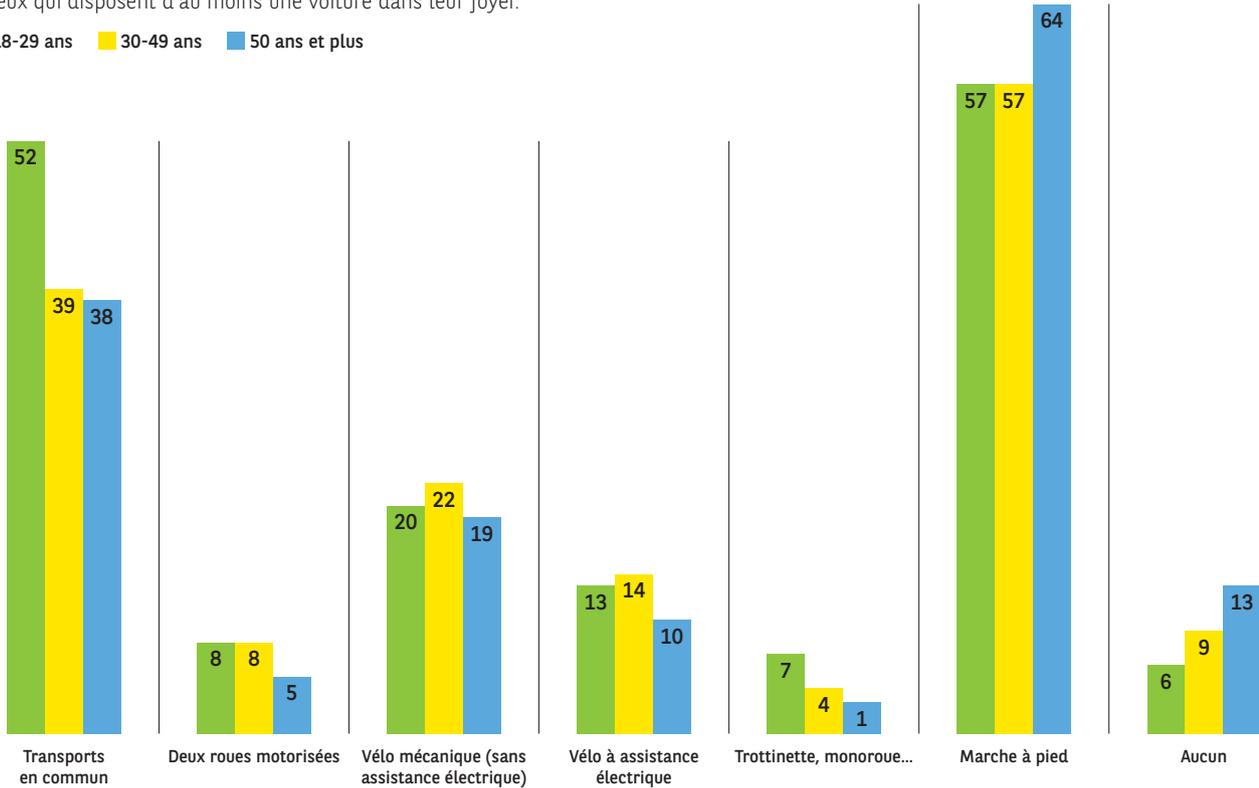
Fig. 13

En dehors de votre voiture, quels autres moyens de transport utilisez-vous principalement pour vos trajets du quotidien ?

2 réponses possibles.

À ceux qui disposent d'au moins une voiture dans leur foyer.

■ 18-29 ans ■ 30-49 ans ■ 50 ans et plus



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

LA MARCHÉ MARQUE (UN PEU) LE PAS CHEZ LES JEUNES

Au quotidien, en-dehors de la conduite, les jeunes choisissent d'emprunter les transports en commun, naturellement surtout s'ils habitent en ville. De leur côté, sans doute dans l'optique de se maintenir en forme, les seniors privilégieront la marche à pied, sans pour autant que les jeunes dédaignent cette très saine activité (**Fig. 13**).

LES CHIFFRES-CLÉS

85 %

des jeunes passent le permis avant 25 ans

1 sur 2

constate une amélioration de l'image de l'automobile ces 5 dernières années

1 sur 2

achète sa voiture d'occasion

4 %

des jeunes qui n'ont pas de voiture, considèrent que c'est un moyen de transport trop polluant

7 sur 10

prennent plaisir à conduire



1 sur 2

ne peuvent pas envisager une vie sans voiture

2

De bonnes raisons d'être attaché à sa voiture



Des films comme *Christine*, *Crash*, *Titane*, ou encore *La fureur de vivre* nous ont montré que les êtres humains pouvaient entretenir des liens aussi singuliers qu'étroits avec leur voiture, érigée au rang d'individu. Dans un registre éminemment plus soft, les jeunes nous confirment qu'elle n'est pas un bien de consommation comme les autres. Porteuse de valeurs et d'émotions, comme la liberté et les souvenirs, elle évolue dans un registre où raison et sentiments entretiennent un dialogue permanent, avec les marques comme principales conseillères et confidentes.

Un rapport sentimental

UN ATTACHEMENT TRÈS FORT À LA VOITURE

Si la voiture peut être vue comme un simple objet de consommation, elle se différencie par le rapport qu'entretient son propriétaire avec elle. Rapport qui lui confère une personnalité à part.

Ainsi en est-il de l'attachement qu'elle génère. Plus de 8 jeunes sur 10 en font état (**Fig. 14**). C'est même une véritable love-affair qui éclate en Chine avec le score stratosphérique

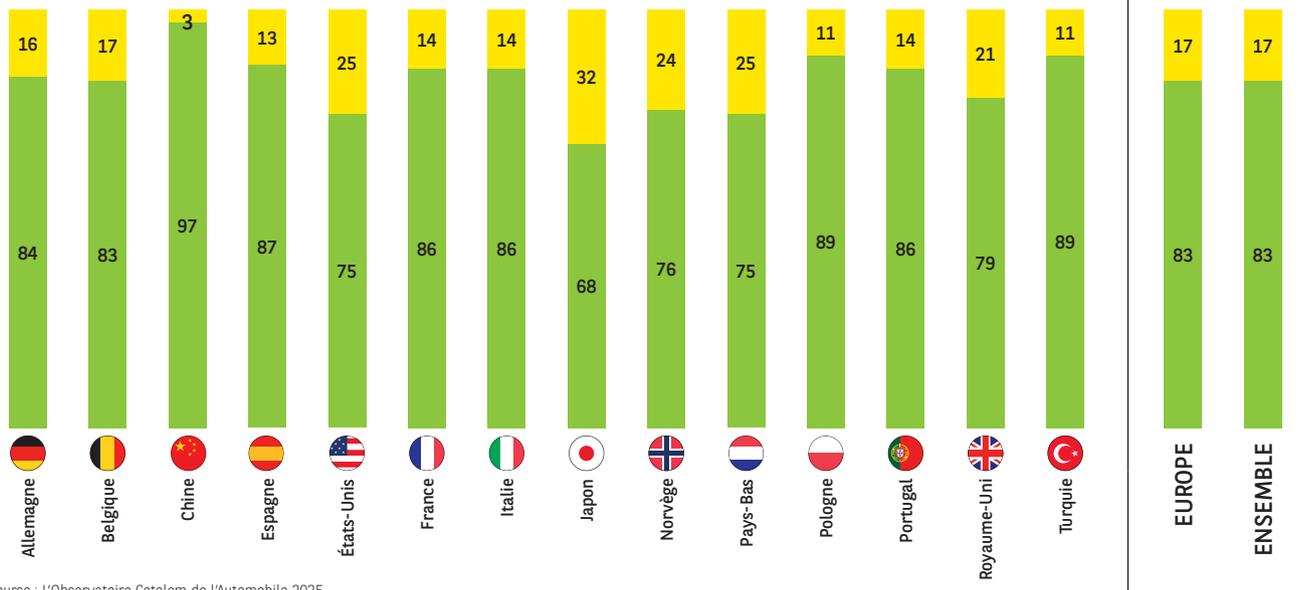
de 97 % d'accros. Turcs, Polonais et Italiens font preuve d'un élan quasi comparable tandis qu'au pays du vélo, les Néerlandais se montrent relativement plus pudiques dans leurs sentiments (70 %). Dans les grandes villes, la passion automobile est aussi fortement contagieuse tout comme chez les couples avec enfants.

Fig. 14

Êtes-vous attaché(e) à votre voiture ?

Aux jeunes (- de 30 ans) qui disposent d'au moins une voiture dans leur foyer.

Oui Non



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

LA VOITURE, CRÉATRICE DES SOUVENIRS FUTURS

Cet attachement n'est pas seulement full sentimental. Pour 45 % des jeunes, il réside dans le fait que la voiture rend d'abord service, point de vue le plus adapté par des Français cartésiens (58 %) au contraire des romantiques Portugais (32 %).

L'automobile fait aussi briller les yeux puisque 33 % des jeunes la considèrent comme un objet de valeur. Les Portugais et les Américains sont les plus nombreux à le considérer (48 % et 42 %) alors que les Japonais dédaignent massivement ce matérialisme clinquant (12 %).

On sait depuis Retour vers le futur que l'automobile est une merveilleuse machine à remonter le temps. La NextGen ne moquera pas les boomers à ce sujet. Pour 30 % d'entre eux, c'est le lieu par excellence où se forment les souvenirs, c'est dire si elle a de l'avenir. Des souvenirs qui naîtront en vacances, lors de sorties en groupe ou en balades familiales avec son premier enfant. Allemands et à nouveau Portugais se projettent avec gourmandise dans ces souvenirs automobiles.

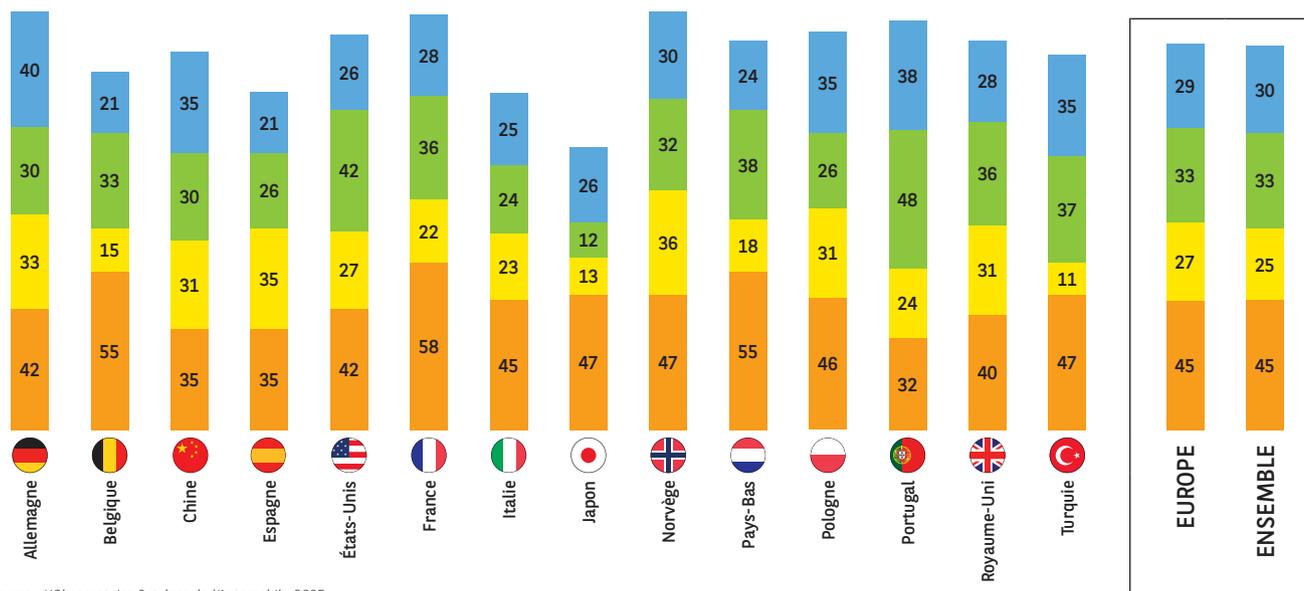
L'incarnation de la voiture se traduit ensuite par les rencontres et les échanges qu'elle suscite (25 %) (**Fig. 15**).

Fig. 15

Pourquoi êtes-vous attaché(e) à votre voiture ?

Aux jeunes (- 30ans) qui sont attachés à leur voiture. Plusieurs réponses possibles.

■ Elle rend service ■ Elle facilite les rencontres et les échanges ■ C'est un objet de valeur ■ Vous avez plein de souvenirs avec elle



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

Savoir raison garder

INDISPENSABLE AU QUOTIDIEN

Si ne pas avoir de voiture fait douter de son utilité, le sentiment contraire s'impose à tous ceux qui en possèdent une. Près de 8 jeunes sur 10 déclarent que leur voiture est indispensable au quotidien, un score sensiblement supérieur à celui des seniors. Il faut se rendre en Norvège et au Royaume-Uni pour recueillir des opinions plus tempérées, tandis qu'en Asie l'utilitarisme est fortement souligné.

Si le fait d'habiter en ville ou à la campagne ne met pas en évidence des opinions contraires, les couples avec enfants souligneront davantage le côté indispensable de la voiture dans la vie de tous les jours. Pour emmener les enfants à l'école ou à leurs activités extra-scolaires, faire les courses, le vélo-cargo n'a pas encore supplanté l'automobile (**Fig. 16**).

DES CRITÈRES D'ACHAT RATIONNELS

La rationalité est aussi au rendez-vous à propos des critères d'achat. Les Observatoire Cetelem ne cessent de le répéter au fil de leurs éditions successives : le prix constitue la principale boussole d'achat d'un bien. Et quand les jeunes investissent dans un véhicule, c'est là encore ce qu'ils considèrent en premier. Cependant, avec un différentiel de près de 10 points, ce critère est moins important à leurs yeux qu'à ceux des seniors. Le duo sino-turc est à nouveau, et de loin, le moins sensible à cette dimension, alors que pour les habitants des villes de moins de 20000 habitants, il s'avère très important.

Les deux générations sont à nouveau d'accord pour considérer la sécurité comme deuxième critère d'achat, les seniors étant à nouveau un peu plus sensibilisés à ce sujet. En revanche, si le kilométrage arrive en troisième position pour les jeunes, achat d'un véhicule d'occasion oblige, c'est le coût d'utilisation qui occupe la troisième marche du podium des seniors (**Fig. 17**).

Fig. 16

Votre voiture vous est-elle indispensable au quotidien ?

À ceux qui disposent d'au moins une voiture dans leur foyer.

■ Oui ■ Non



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

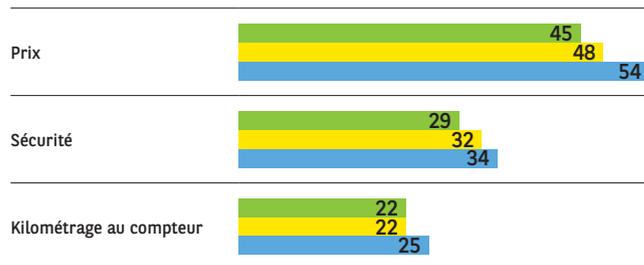
Fig. 17

Parmi la liste de critères suivante, quels sont ceux que vous prendriez le plus en compte lors de l'achat d'une voiture ?

3 réponses possibles.

À ceux qui disposent d'au moins une voiture dans leur foyer.

■ 18-29 ans ■ 30-49 ans ■ 50 ans et plus



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

SÉCURITÉ, PRATICITÉ ET LIBERTÉ : UNE DEVISE GÉNÉRALISÉE

Si l'on pousse la métaphore d'une automobile comparable à une personne, on en arrive à lui accoler des qualités et des défauts.

Au sujet des premières, un trio se détache assez nettement pour définir une voiture sûre, pratique et symbole de liberté. Trois qualités mises en avant à la fois par les jeunes et les seniors, mais dans des proportions qui varient.

Ainsi, 30 % des jeunes jugent que la sécurité distingue en premier une voiture alors que 43 % des seniors l'affirment. L'écart commence à se réduire pour placer la praticité en deuxième position. Si 27 % des jeunes le pensent, 38 % des seniors le confirment. Enfin, sur le thème de la liberté, jeunes et seniors voient leurs points de vue davantage converger, avec respectivement 27 % et 32 % (Fig. 18).

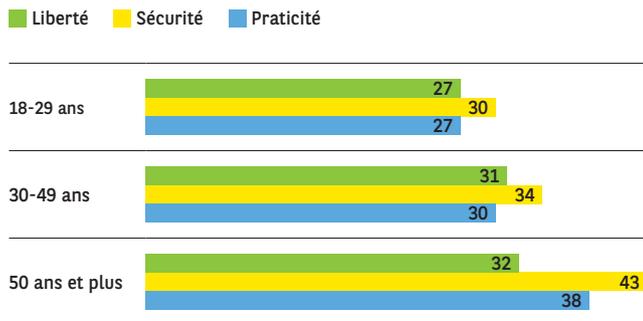
Soulignons que juste après ce trio, la vitesse et le plaisir sont mis en avant par les jeunes, la première étant très peu évoquée par les seniors.

Fig. 18

Parmi cette liste de caractéristiques, quelles sont celles qui s'appliquent le mieux à la voiture ?

3 réponses possibles.

À ceux qui disposent d'au moins une voiture dans leur foyer.



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

DES REPROCHES PARTAGÉS

Côté « défauts », jeunes et seniors s'accordent à nouveau sur un trio identique avec, cette fois, des opinions particulièrement proches.

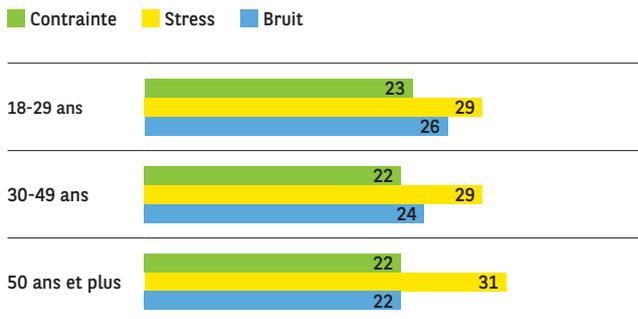
Le stress généré par la voiture est pointé en premier par 3 personnes sur 10 dans les deux catégories d'âge. Une voiture qui est ensuite assimilée à une contrainte dans des proportions quasiment identiques (23 % pour les jeunes et 22 % pour les seniors). Le troisième « défaut » est plus singulier, au sens où il distingue une pollution souvent sous-estimée par rapport à celle du CO₂, mais particulièrement sensible en milieu urbain. C'est en effet le bruit qui est rejeté, davantage par les jeunes, pour un quart d'entre eux (Fig. 19).

Fig. 19

Parmi cette liste de caractéristiques, quelles sont celles qui s'appliquent le moins bien à la voiture ?

3 réponses possibles.

À ceux qui disposent d'au moins une voiture dans leur foyer.



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

Un rapport contrasté avec les marques

SIGNES EXTÉRIEURS DE PERSONNALITÉ

Le rapport à l'image automobile, qui met à contribution directement les marques, souligne des différences générationnelles. Quand il s'agit de décliner les facteurs qui incitent à acheter un véhicule, les jeunes insistent sur le style, le design et la puissance. À cet âge, on croit donc encore aux voitures qui ont de la personnalité. En revanche, parmi les critères qui seraient le moins pris en compte par les jeunes, la marque, après le pays de production, est beaucoup moins considérée que par les seniors. Aurait-elle donc perdu de son éclat et de son influence ? Pas si simple...

UN AVIS QUI COMPTE

En effet, quand les jeunes sont sur le point d'acheter une voiture, ils vont se tourner de préférence vers les marques, leur accordant leur confiance plus qu'aux distributeurs.

De même, après l'essai du véhicule, ce sont les informations délivrées par les marques qui pourront emporter leur décision, près de 9 jeunes sur 10 accordant de l'importance à ces critères. Notons qu'Internet n'est pas une source qui s'impose en priorité comme on aurait été tenté de le penser pour cette génération (**Fig. 20**).

SUR LA BONNE VOIE

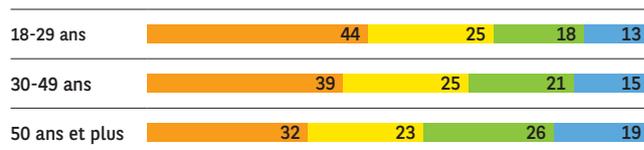
Loin de vilipender les marques, les jeunes semblent donc leur décerner un certain satisfecit. C'est aussi le cas, de façon plus surprenante, à propos de l'environnement. Environ 1 jeune sur 2 estime qu'elles déploient des efforts suffisants pour créer des véhicules respectueux de l'environnement. Derrière ce résultat, il faut sans doute voir la réussite d'une production toujours plus nombreuse de véhicules électriques et l'impact positif d'un marketing qui met en avant les nouvelles vertus des constructeurs. À noter aussi que dans tous les pays de l'étude le total des « oui » est supérieur à celui des « non ».

Fig. 20

Si vous étiez sur le point d'acheter un véhicule, à qui feriez-vous le plus confiance pour vous accompagner lors de l'achat ?

À tous.

- Aux marques qui conçoivent et produisent les voitures
- Aux distributeurs qui vous les vendent
- Ni l'un, ni l'autre
- Je ne sais pas



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

LES CHIFFRES-CLÉS

8 jeunes sur 10

sont attachés à leur voiture

3 sur 10

la voient comme une source de souvenirs

8 sur 10

la jugent indispensable au quotidien

45%

considèrent d'abord le prix
avant d'acheter

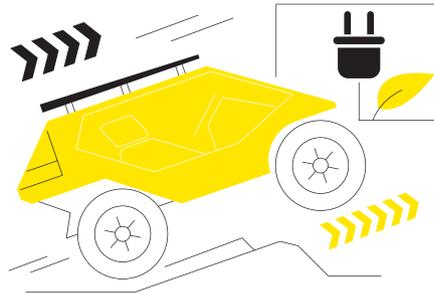
9 sur 10

accordent de l'importance
aux informations des marques
avant d'acheter



3

Le futur s'annonce électrique



Difficile d'avoir des certitudes sur ce que sera le monde dans 30 ans.

Difficile, mais pas impossible, nous disent les jeunes. Selon eux, la voiture aura une place aussi, voire plus importante qu'aujourd'hui.

Dans sa version électrique, elle s'impose même comme un symbole d'un progrès placé sous le signe de l'innovation.

L'image environnementale de l'automobile en question

UNE VOITURE PLUTÔT COUPABLE VIS-À-VIS DE L'ENVIRONNEMENT...

Évoquer l'environnement, c'est inévitablement convoquer le sujet de l'automobile à la barre. Alors coupable ou non coupable ?

À ce sujet, les jeunes se montrent moins indulgents que leurs aînés. Près de la moitié d'entre eux estiment qu'elle est la source principale du réchauffement climatique quand seulement 3 seniors sur 10 le pensent. Notons que quelles que soient les tranches d'âge, il ne se dégage aucune majorité pour affirmer que l'automobile est la source essentielle du réchauffement climatique.

Cette question révèle des disparités majeures entre la Chine, le Japon et la Turquie où la voiture est rendue coupable autour de 60 %, à l'inverse de tous les autres pays de l'étude. Les habitants des villes se montrent également plus suspicieux à son égard.

La voiture est aussi montrée du doigt comme première source de pollution en ville davantage par les jeunes, avec cependant un écart moins grand. 64 % la désignent comme telle, contre seulement 58 % des seniors.

Derrière ces résultats, il faut sans doute voir la plus grande maturité environnementale des jeunes, plus informés que leurs aînés et pour lesquels cette question engage leur avenir (**Fig. 21**).

Fig. 21

Diriez-vous que la voiture est...?

À tous.

- Source principale du réchauffement climatique
- Cause principale de la pollution en ville



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

ET PAS TOUJOURS BIENVENUE

Les différences d'opinion générationnelles se manifestent à nouveau quand il s'agit d'envisager l'interdiction à la vente des voitures thermiques. Là encore, quelle que soit la tranche d'âge, aucune majorité ne prône cette décision. Seulement 39 % des jeunes s'y opposent contre 46 % des seniors.

Les opposants sont deux fois plus nombreux en ville qu'à la campagne, ainsi que dans la plupart des pays européens.

Les jeunes se montrent aussi un peu moins indulgents à propos des normes environnementales imposées à la voiture. Seuls 24 % les estiment insuffisantes, les seniors étant 21 % à l'affirmer. La moitié estime que les normes existantes suffisent. Comme on pouvait s'attendre, c'est en ville que le regard est le plus critique. Une fois encore la « culture » environnementale des jeunes, qui repose sur une meilleure information, peut expliquer ce résultat (**Fig. 22**).

Fig. 22

Selon vous, les normes environnementales imposées à la voiture et à son usage sont... ?

À tous.

■ Insuffisantes ■ Suffisantes ■ Excessives ■ Je ne sais pas



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

La voiture électrique synonyme de progrès

LA VOITURE ÉLECTRIQUE, À LA CROISÉE DE L'INNOVATION ET DU PROGRÈS

Certains résultats de l'Observatoire Cetelem de l'an dernier apportent un éclairage complémentaire. Ils mettent en évidence que 84 % des jeunes pensent que les progrès technologiques amélioreront le bilan environnemental de l'automobile. Ce point de vue est identique pour toutes les générations (**Fig. 23**).

Fig. 23

Pensez-vous que les progrès technologiques pourront améliorer le bilan environnemental de l'automobile ?

À tous.

Oui Non



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2024.

Mieux encore, et davantage que leurs aînés, les jeunes estiment que la voiture électrique est l'incarnation même de ce progrès dans le domaine de l'innovation (**Fig. 24**).

Fig. 24

Pensez-vous que la voiture électrique puisse incarner ce progrès technologique ?

À tous.

Oui Non



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2024.

L'ÉLECTRICITÉ, SOURCE D'UN FUTUR MEILLEUR

Comparativement à sa cousine thermique, la voiture électrique est parée d'encore plus de vertu. 1 jeune sur 2 affirme qu'elle est plus respectueuse de l'environnement, contre seulement 4 seniors sur 10.

Entre ville et campagne, les différences d'opinion sont saisissantes ; deux fois plus d'urbains croient en une voiture électrique vertueuse que d'habitants des campagnes. Pour trouver le plus grand nombre de sceptiques, rendez-vous en Allemagne et en France.

La voiture, surtout électrique, encore plus présente demain

L'AVENIR RIME AVEC VOITURE

Ce futur alimenté par un fort élan électrique rend les jeunes particulièrement optimistes concernant la place de l'automobile dans l'avenir.

En 2011, 29 % des jeunes interrogés estimaient que cette place serait plus importante dans la société 30 ans plus tard, 45 % jugeant qu'elle serait identique. En l'espace de 13 ans, l'évolution est saisissante puisque, aujourd'hui, ces deux scores sont quasiment inversés. 47 % prédisent à l'automobile une place plus importante, un résultat en hausse dans tous les pays, 33 % identiques.

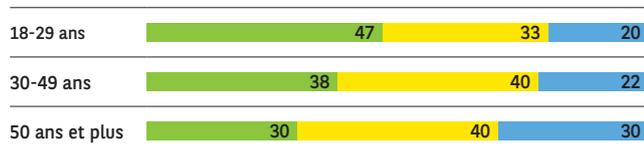
Cet enthousiasme est d'autant plus frappant si on le compare à celui des seniors, plus tempérés. Pour ces derniers, le statu quo l'emporte (30 % pour plus important ou moins important) (Fig. 25).

Fig. 25

Pour vous, dans 30 ans, la place de l'automobile dans notre société sera :

À tous.

- Plus importante qu'aujourd'hui
- La même qu'aujourd'hui
- Moins importante qu'aujourd'hui



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

UN RÈGNE ÉLECTRIQUE ANNONCÉ

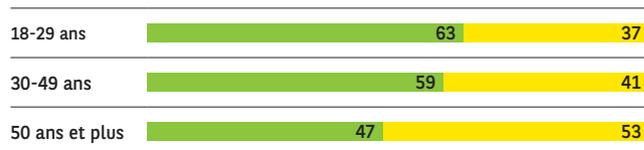
En toute logique, qui dit voiture toujours plus présente dans la société, dit aussi motorisation électrique pour la propulser vers l'avenir. À ce sujet, les jeunes affichent encore une fois leurs convictions par rapport aux seniors. 6 sur 10 estiment que la voiture électrique remplacera la voiture thermique, la moitié de leurs aînés l'envisageant également. De quoi conforter les marques dans leur choix de s'être résolument engagées dans cette voie (Fig. 26).

Fig. 26

Pensez-vous que la voiture électrique va à terme complètement remplacer la voiture thermique ?

À tous.

- Oui
- Non



Source : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2025.

LES CHIFFRES-CLÉS

1 jeune sur 2

juge la voiture comme source principale
du réchauffement climatique

1 sur 2

envisage une place plus importante
de la voiture dans 30 ans

1 sur 2

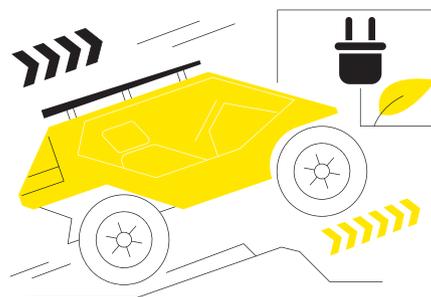
pense que les mesures contraignantes
sont suffisantes

6 sur 10

voient la voiture électrique remplacer
à l'avenir son équivalent thermique

1 sur 2

estime la voiture électrique
plus respectueuse de l'environnement
que la thermique



CONCLUSION

Les séniors, ce sont des jeunes qui ont de l'avenir. Dit autrement, les jeunes sont les futurs séniors. Ce destin biologique leur octroie une importance économique cruciale. Celle de personnes qui auront plus de revenus, plus de patrimoine, dans une ou deux générations. Les placer dès aujourd'hui dans les meilleures dispositions d'esprit augure une traduction future en espèces sonnantes et trébuchantes. Exprimé de façon triviale, les jeunes constituent un investissement de premier ordre, l'un des meilleurs qui soient.

Ainsi, les marques et les distributeurs ne peuvent-ils que se réjouir des enseignements tirés de ce nouvel Observatoire Cetelem consacré aux moins de 30 ans. De façon quelque peu contre-intuitive, ils affirment un grand attachement à l'automobile tout en lui prédisant, en lui souhaitant même, un bel avenir. La voiture, ils l'aiment, aujourd'hui et pour longtemps. Exprimant les attentes de leur génération, qui se teintent aussi d'une certaine inquiétude, ils se projettent dans une automobile respectueuse de l'environnement.

Dans ce contexte, les marques, qui disposent auprès des jeunes d'une relative crédibilité comme en témoigne cette étude, ont de belles cartes en mains. À elles de ne pas les gaspiller. Leur réussite future passe par un dialogue constant et transparent, un engagement ferme et réel pour l'environnement, une insertion en douceur dans un paysage des mobilités polymorphe et aussi, et surtout, des prix qui rendent la voiture accessible à une génération qui ne demande que de rouler avec pour se créer un album de souvenirs irremplaçable.



L'œil de la recherche économique de BNP Paribas

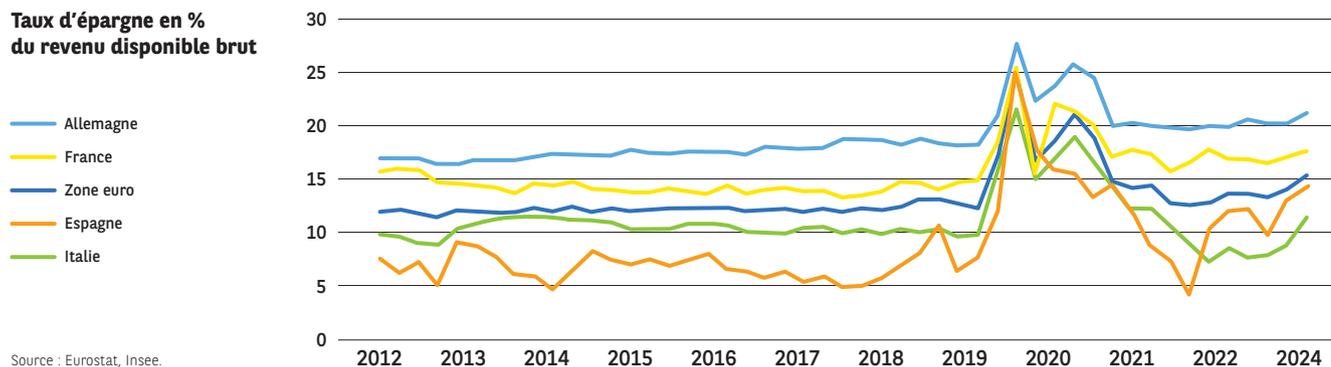
Toujours plus d'épargne et moins d'achats automobiles pour les ménages

Les ménages européens épargnent, beaucoup. Certes moins qu'en 2020 où, confinés, leurs dépenses en transport, restauration ou loisirs avaient mécaniquement diminué. Mais toujours nettement plus qu'en 2019, avec un taux d'épargne de près de 3 points au-dessus de celui de l'époque. Le pouvoir d'achat, sujet de préoccupation au plus fort de l'épisode inflationniste, rebondit désormais que celle-ci reflue. Toutefois, non seulement les ménages ne consomment pas ou peu, pour le moment, ce supplément de revenu disponible, mais ils ne l'investissent pas non plus dans leur logement (transactions dans l'ancien et construction neuve en berne). Ce supplément de revenu part donc principalement dans l'épargne financière des ménages : cette dernière et l'investissement représentent ainsi, chacun, près de la moitié de l'épargne totale des ménages, tant en France qu'en Allemagne. Concernant l'épargne financière, il s'agit d'une proportion totalement inédite (hors période de confinement). L'épargne est un moyen de financement, elle peut donc être vue comme préparant l'avenir (verre à moitié plein). Toutefois, on peut aussi l'interpréter comme le report d'une dépense (verre à moitié vide). On peut même pousser jusqu'à considérer qu'une partie de

cet effort d'économie soit structurelle, notamment s'agissant du reflux depuis 5 ans de la part du revenu disponible consacrée à toutes les formes d'achats de biens : alimentaire, énergie, non-alimentaire (textile, DPH), biens d'équipement et moyens de transport (dont l'automobile). Une partie de ces économies (près du tiers en France) s'est transformée en consommation de services (en partie substituable à celle de biens, par ex. la restauration à l'achat en magasin), mais la majeure partie de l'économie réalisée est allée grossir les rangs de l'épargne. Une attitude qui devrait se perpétuer selon les dernières enquêtes de conjoncture réalisées auprès des ménages : l'essentiel des économies effectuées sera donc pérenne. Si la baisse des taux d'intérêt, qui va aller en se renforçant, devrait inciter les ménages à dépenser un peu plus, leur taux d'épargne devrait rester fin 2025 encore près de 2 points au-dessus de son niveau de 2019, limitant ainsi les perspectives de rebond de la demande.

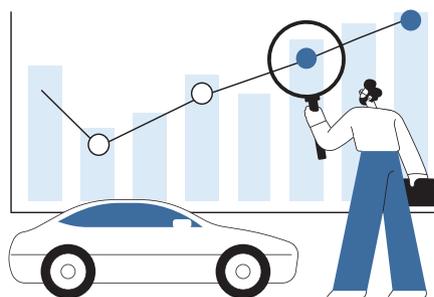
Stéphane Colliac

Taux d'épargne en % du revenu disponible brut



Source : Eurostat, Insee.

Chiffres du marché



Le marché des véhicules particuliers neufs (VPN)

	2021	2022	2023	Variation 2023 vs. 2022	2023 (7 mois)	2024 (7 mois)	Taux de croissance 7 mois 2024/2023	2024p	Variation 2024 vs. 2023	2025p	Variation 2025 vs. 2024
Allemagne	2 622 132	2 651 357	2 844 609	7%	1 641 504	1 709 900	4,2%	3 000 000	5%	3 100 000	3,3%
Belgique	383 123	366 578	476 675	30%	299 144	295 559	-1,2%	475 000	0%	480 000	1,1%
Chine	21 481 537	23 563 287	26 013 000	10%	13 368 000	13 974 000	4,5%	26 000 000	0%	27 000 000	3,8%
Espagne	859 476	813 396	949 360	17%	586 626	619 224	5,6%	1 010 000	6%	1 050 000	4,0%
Etats-Unis	14 946 971	13 754 300	14 297 755	4%	9 029 236	9 169 070	1,5%	14 600 000	2%	15 000 000	2,7%
France	1 659 005	1 529 185	1 774 772	16%	1 018 722	1 040 924	2,2%	1 800 000	1%	1 800 000	0,0%
Italie	1 456 674	1 316 700	1 598 787	21%	960 765	1 011 259	5,3%	1 690 000	6%	1 700 000	0,6%
Japon	3 675 698	3 448 298	4 436 866	29%	2 740 721	2 443 627	-10,8%	4 100 000	-8%	4 100 000	0,0%
Norvège	176 276	174 329	126 950	-27%	62 165	67 718	8,9%	140 000	10%	145 000	3,6%
Pays-Bas	324 336	312 129	371 972	19%	229 200	220 168	-3,9%	360 000	-3%	370 000	2,8%
Pologne	446 647	419 765	475 033	13%	275 062	320 099	16,4%	520 000	9%	520 000	0,0%
Portugal	149 740	156 304	186 447	19%	126 229	130 967	3,8%	195 000	5%	200 000	2,6%
Royaume-Uni	1 647 181	1 614 063	1 903 054	18%	1 093 641	1 154 280	5,5%	2 000 000	5%	2 100 000	5,0%
Turquie	561 853	592 660	961 339	62%	518 788	536 351	3,4%	970 000	1%	970 000	0,0%
TOTAL 14 PAYS	50 390 649	50 712 351	56 416 619	11%	31 949 803	32 693 146	2,3%	56 860 000	1%	58 535 000	2,9%

* Estimations et prévisions de l'Observatoire de l'Automobile 2025. Sources : L'observatoire de l'Automobile 2025, OICA, ACEA, C-ways.

Le marché mondial des véhicules légers (VL)

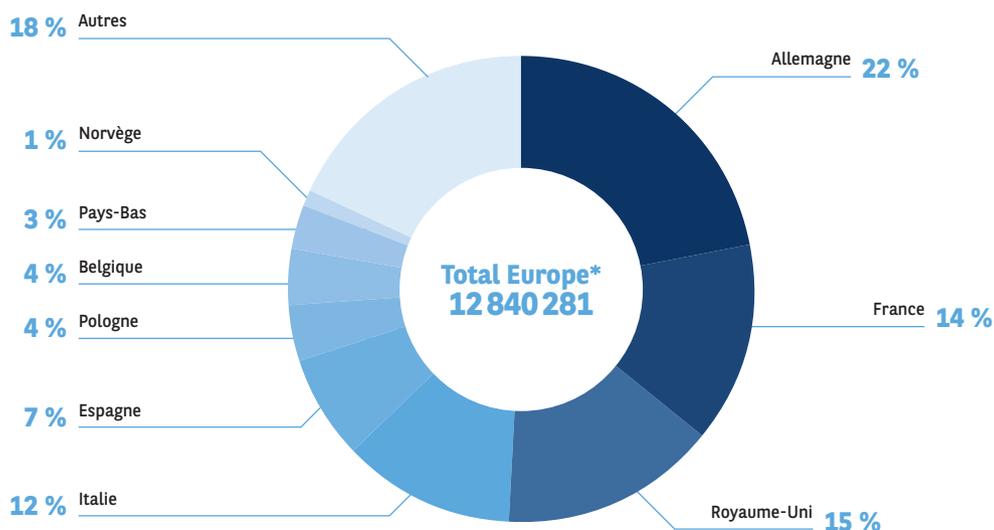
	2020	2021	2022	2023	2024*	2025	Variation 2024/2023	Variation 2025/2024
Ventes VL Monde en millions d'unités	77,8	80,7	85,3	87	89	92	2,3%	3,4%

Périmètre : tous pays du monde. * Estimations et prévisions de l'Observatoire Cetelem de l'Automobile. LMC Automotive, prévisions C-Ways.

Véhicules légers = véhicules particuliers (VP) + véhicules utilitaires légers (VUL).

* Estimations et prévisions de l'Observatoire Cetelem de l'Automobile.

Immatriculations de véhicules particuliers neufs en Europe* en 2023



* Europe 26 (hors Malte) + UK, Norvège, Suisse et Islande. Sources : ACEA.

Le taux d'achat des ménages dans 5 pays

Le calcul est effectué en retenant strictement les immatriculations à destination des ménages

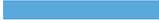
	Immatriculations particulières 2023, en milliers	Immatriculations totales VPN en 2023, en milliers	Part de particuliers	Part des sociétés	Nombre de ménages en million (2021)	Taux d'achat des ménages
Allemagne	933	2 845	33%	67%	41,2	2,3%
Espagne	448	949	47%	53%	18,8	2,4%
France	828	1 775	47%	53%	30,4	2,7%
Italie	957	1 599	60%	40%	25,8	3,7%
Royaume-Uni	891	1 903	47%	53%	29,5	3,0%
TOTAL	4 057	9 071	45%	55%	145,7	2,8%

Sources : Bureau nationaux de statistiques, Fédérations de constructeurs, C-Ways.

Les principales marques en Europe

Ventes annuelles en Europe en 2023, évolutions vs. 2022

En nombre d'unités

Volkswagen		1 149 741 (+ 11,8 %)
Toyota		686 705 (+ 8 %)
Renault		629 093 (+ 16,1 %)
BMW		589 682 (+ 16,8 %)
Mercedes		570 591 (+ 7,8 %)

Sources : ACEA.

Les principales groupes en Europe

Ventes annuelles en Europe en 2023, évolutions vs. 2022

En nombre d'unités.

Volkswagen Group		2 753 053 (+18 %)
Stellantis (PSA-FCA)		1 880 083 (+ 2,9 %)
Renault Group		1 152 230 (+ 16,9 %)
Hyundai-Kia		885 626 (+ 4,2 %)
Toyota Group		728 727 (+ 9,9 %)

Sources : ACEA.

Le marché du véhicule neuf en France

En nombre d'immatriculations

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VPN – Véhicule particulier neuf	1 795 885	1 917 226	2 015 177	2 110 748	2 173 518	2 214 428	1 650 118	1 659 146	1 529 185	1 774 772	1 800 000	1 800 000
VUL – Véhicule utilitaire léger	372 074	379 424	397 085	438 645	459 038	479 769	401 124	430 787	346 946	377 878	400 000	420 000

Sources : C-Ways d'après SIV.

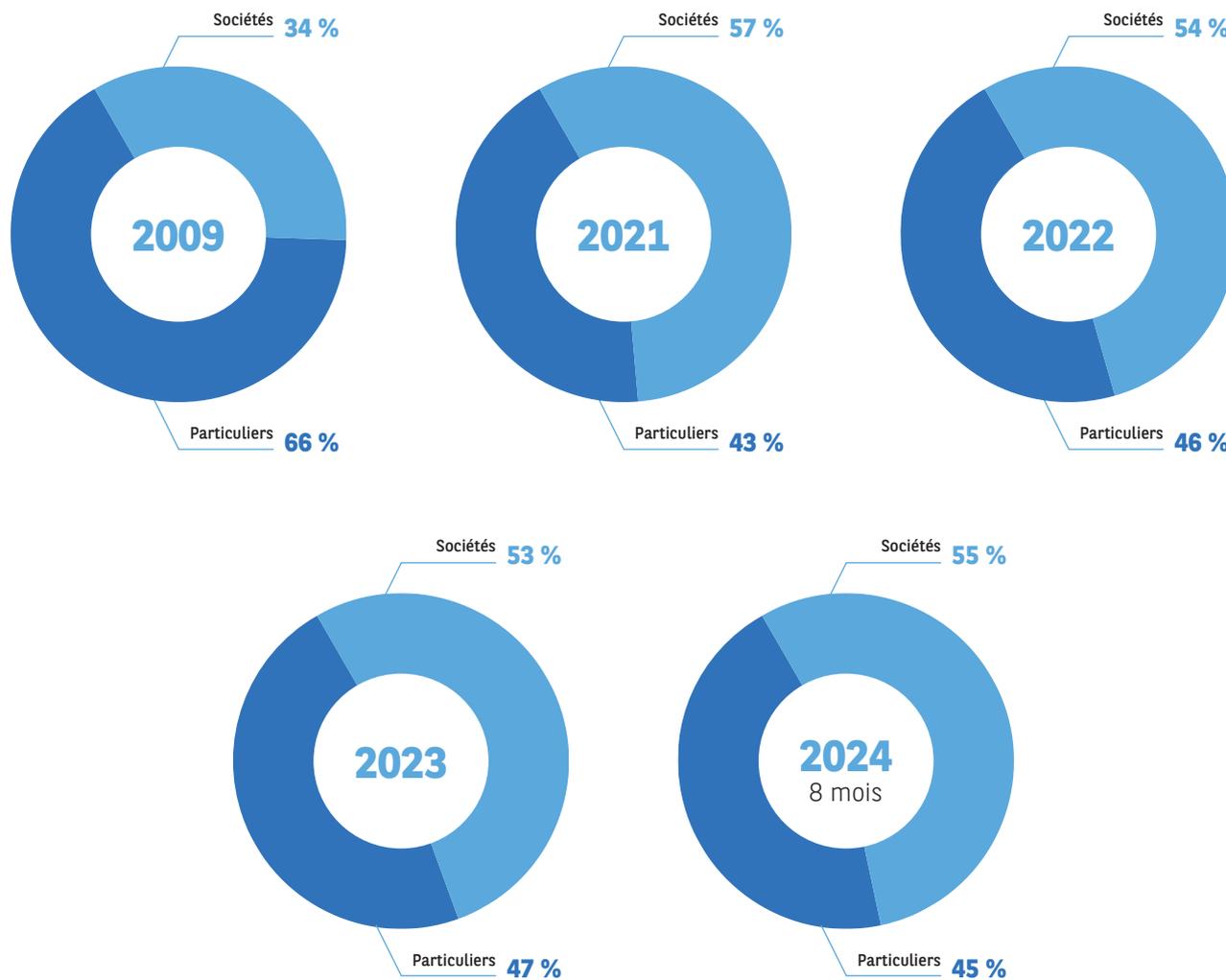
Part des véhicules électriques dans les nouvelles immatriculations de voitures

En %

	2015	2019	2022	2023
Allemagne	1	3	31	18
Belgique	1	3	26	20
Chine	1	5	29	24
Espagne	0	1	9	5
États-Unis	1	2	8	12
France	1	3	21	17
Italie	0	1	9	4
Japon	1	1	3	2
Norvège	22	56	88	82
Pays-Bas	10	15	35	31
Pologne	0	1	6	4
Portugal	1	6	22	18
Royaume-Uni	1	3	23	17
Turquie	0	0	1	0

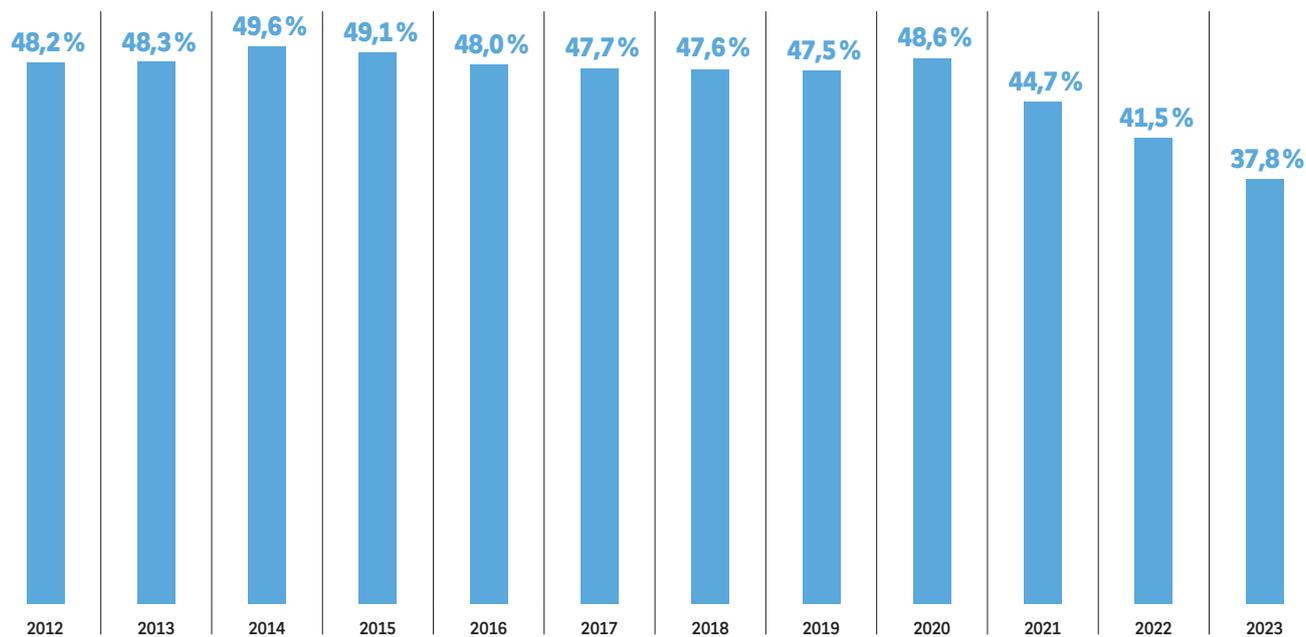
Sources : IAE, ACEA & Marklines.

La structure du marché du véhicule particulier neuf en France



Sources : Observatoire Cetelem de l'automobile, CCFA, C-Ways d'après SIV.

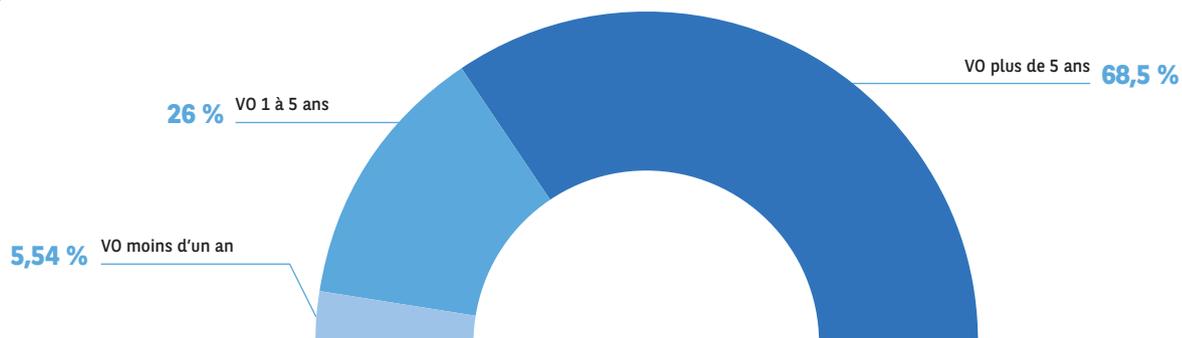
La part de marché des marques françaises* en France, sur le marché des VPN



*Marques françaises : Citroen, Peugeot, DS, Alpine et Renault. Sources : L'Observatoire Cetelem de l'Automobile, CCFA, C-Ways d'après SIV.

Le marché du véhicule particulier d'occasion en France en 2024

8 premiers mois de 2024



Sources : C-Ways d'après SIV.

MÉTHODOLOGIE



Les analyses économiques et marketing ainsi que les prévisions ont été réalisées en partenariat avec la société d'études et de conseil **C-Ways** spécialiste du Marketing d'Anticipation.

Les terrains de l'enquête consommateurs **quantitative** ont été conduits par **Harris Interactive** du 25 juin au 9 juillet 2024 dans 14 pays : Allemagne, Belgique, Chine, Espagne, États-Unis, France, Italie, Japon, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni et Turquie. Au total, **16000** personnes ont été interrogées en ligne (mode de recueil CAWI). Ces personnes âgées de 18 à 65 ans sont issues d'échantillons nationaux représentatifs de chaque pays. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge). 3000 interviews ont été réalisées en France et 1000 dans chacun des autres pays.

Direction de l'étude : Flavien Neuvy
Co-rédaction : Luc Charbonnier et C-Ways
Conception : © Altavia Disko
Illustrations : Altavia Disko, Adobe Stock

#PROSPECTIVE

Suivez l'actualité de l'Observatoire Cetelem sur :

www.observatoirecetelem.com



@obs_cetelem

LinkedIn  YouTube 

OBSERVATOIRE
Cetelem

