

Les Européens ne lâchent pas leur voiture : 8 sur 10 la jugent indispensable malgré la pression budgétaire

Pour sa 16e édition, le baromètre annuel d'Aramis Group prend une nouvelle dimension. Afin de donner tout son sens aux mutations du marché, de mettre en perspective la situation française et d'étendre ce travail aux autres géographies, le baromètre « Les Français et l'automobile » devient aujourd'hui « Les Européens et l'automobile ». Ce nouveau baromètre réalisé par OpinionWay auprès de plus de 7 000 automobilistes dans sept pays révèle une évolution structurelle : la voiture reste indispensable, mais devient de plus en plus difficile à financer. Dans ce contexte, les automobilistes recherchent des solutions plus accessibles, fiables et maîtrisées dans leur coût d'usage. Des attentes au cœur du positionnement d'Aramis Group, leader européen de la vente en ligne de voitures d'occasion reconditionnées.

La mobilité individuelle connaît aujourd'hui une transformation profonde à travers l'Europe. Entre pressions géopolitiques sur le carburant, débats sur l'avenir du véhicule thermique et contrainte budgétaire croissante des ménages, une même question s'impose d'un marché à l'autre : comment continuer à se déplacer quand le coût de la voiture pèse de plus en plus sur le budget des ménages ? Pour mesurer l'ampleur et les nuances de cette tension, Aramis Group, leader européen de la vente de voitures d'occasion reconditionnées, a confié à OpinionWay la réalisation d'un baromètre inédit en France, au Royaume-Uni, en Italie, en Belgique, en Allemagne, en Autriche et en Espagne.

Les résultats révèlent un paradoxe structurel partagé par les sept marchés : la voiture est à la fois indispensable, 88 % des Européens déclarent ne pas pouvoir s'en passer, et vécue comme un luxe par 80 % d'entre eux. C'est le signe d'une transformation structurelle du marché, déjà visible dans les comportements d'achat

Les chiffres clés de l'étude

- **95 %** des Européens estiment que se déplacer coûte de plus en plus cher, de 93 % au Royaume-Uni à 98 % en Italie
- **8 Européens sur 10** la jugent indispensable malgré la pression budgétaire
- **88 %** des Européens déclarent ne pas pouvoir se déplacer comme ils le souhaitent sans voiture
- **92 %** sont favorables à un bouclier tarifaire pour limiter la hausse du prix du carburant
- **64 %** ont déjà réduit leurs déplacements non essentiels ; **38 %** ont renoncé à changer de voiture
- **60 %** envisageraient un véhicule électrique ou hybride pour leur prochain achat, mais **61 %** jugent positivement le renoncement à l'interdiction du thermique neuf en 2035

Vitale et sous pression, le paradoxe automobile traverse toute l'Europe

Dans les sept pays interrogés, la voiture reste l'outil central de l'autonomie individuelle. Mais elle est désormais vécue comme un coût subi, au même titre que le logement, l'énergie ou l'alimentation. 95% des Européens estiment que se déplacer coûte de plus en plus cher, tandis que 57 % considèrent la voiture comme le premier poste de dépense de leur budget. Ce chiffre atteint 62 % au Royaume-Uni et tombe à 49 % en Autriche, révélant des niveaux de pression très différents selon les pays.

La dépendance au carburant amplifie encore cette tension. 95 % des Européens pensent que les tensions internationales auront un impact durable sur les prix à la pompe, et 92 % réclament un bouclier tarifaire, jusqu'à 96 % en Espagne. Ce soutien quasi-unanime dévoile que la mobilité est désormais perçue comme un besoin essentiel, au même titre que l'énergie ou l'alimentation, et non plus comme un simple choix de consommation.

La contrainte budgétaire accélère les arbitrages automobiles

La contrainte budgétaire ne reste pas au stade des perceptions : elle transforme les comportements. En Europe, 64 % des automobilistes ont réduit leurs déplacements non essentiels, 38 % ont renoncé à changer de voiture et 30 % ont décalé des entretiens faute de budget. Cette évolution ne touche pas seulement l'achat, elle redéfinit aussi l'usage au quotidien.

Les disparités de budget entre pays éclairent l'ampleur des écarts. Le montant mensuel que les automobilistes déclarent pouvoir consacrer au financement d'un nouveau véhicule va de 283 € en France, le plus bas de l'étude, à 443 € en Autriche. Ces 160 euros d'écart reflètent des niveaux très différents de pression fiscale, de coût d'usage et d'incertitude économique selon les marchés.

L'achat de raison a remplacé l'achat de désir

Face à ces contraintes, l'acte d'achat automobile change de nature partout en Europe. Les automobilistes ne viennent plus chercher une voiture qui leur plaît, ils cherchent une voiture qu'ils peuvent assumer. Le prix reste central, mais il est désormais regardé avec la mensualité, la consommation, l'entretien, la fiabilité et la garantie. Ce faisceau de critères devance systématiquement la marque, l'esthétique ou la technologie embarquée.

C'est précisément ce à quoi Aramis Group répond : une mobilité plus abordable, plus transparente, plus fiable, partout en Europe.

La transition voulue, mais pas à n'importe quel prix

Les automobilistes européens ne rejettent pas la transition automobile, ils en questionnent les conditions. 60 % envisageraient un véhicule électrique ou hybride s'ils devaient acheter demain, avec de forts écarts entre l'Espagne en tête (70 %) et l'Autriche en retrait (50 %).

Mais cette ouverture cohabite avec une demande de réalisme : 61 % des Européens jugent positivement le renoncement à l'interdiction du thermique neuf à partir de 2035. Ce chiffre culmine à 75 % au Royaume-Uni et descend à 53 % en Belgique. Ce n'est pas un rejet de l'électrification, c'est une exigence de conditions : accessibilité financière, disponibilité des véhicules, infrastructure adaptée.

Le reconditionné : de l'alternative au choix assumé

En France, marché pionnier du reconditionné en Europe, la notoriété du concept a progressé de 10 points en quatre ans, passant de 63 % en 2022 à 73 % en 2026. Cette progression confirme que la rationalisation de l'achat automobile est déjà à l'œuvre et que le reconditionné en est l'un des premiers bénéficiaires. Il n'est plus perçu comme un second choix, mais comme une réponse directe aux nouvelles priorités d'achat. En France, parmi ceux qui le connaissent, 86 % estiment qu'il est moins cher qu'un neuf, 72 % qu'il offre des garanties plus fiables que l'occasion classique, et 77 % qu'il devrait faire l'objet d'une aide publique.

Nicolas Chartier et Guillaume Paoli, co-fondateurs¹ d'Aramis Group, déclarent : « Ce baromètre dit quelque chose de précis sur le moment que nous traversons. Les Européens ne rejettent ni la voiture, ni la transition, ni l'innovation. Ils demandent simplement que tout cela redevienne compatible avec leur réalité économique. C'est une exigence légitime, et c'est précisément ce à quoi nous répondons, partout en Europe. »

À propos d'Aramis Group – www.aramis.group

Aramis Group est le leader européen de la vente en ligne de voitures d'occasion aux particuliers. Le Groupe est présent dans six pays. Groupe de croissance, expert du e-commerce et pionnier du reconditionnement automobile, Aramis Group agit au quotidien pour une mobilité plus durable avec une offre inscrite dans l'économie circulaire. Créé en 2001, il révolutionne depuis 25 ans son marché, en mettant au centre de son action la satisfaction de ses clients et en capitalisant sur la technologie et l'engagement de ses collaborateurs au service de la création de valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes. Avec un chiffre d'affaires annuel supérieur à 2,3 milliards d'euros, Aramis Group vend plus de 119 000 véhicules annuellement à des particuliers et accueille chaque année plus de 70 millions de visiteurs sur l'ensemble de ses plateformes digitales. Le Groupe emploie plus de 2 400 collaborateurs et dispose de neuf centres de reconditionnement industriel à travers l'Europe. Aramis Group est coté sur le compartiment B du marché réglementé d'Euronext Paris (Ticker : ARAMI – ISIN : FROO14003U94).

Contact Investisseurs

investor@aramis.group

¹ Nicolas Chartier est Président Directeur général de la Société, et Guillaume Paoli est Directeur général délégué, sur la base d'une rotation tous les 2 ans