leboncoin auto

Communiqué de presse
Paris, le 12 octobre 2026

Mondial de l'Auto 2026 : les Français veulent rêver et acheter au juste prix

La Chine attire, le made in Europe rassure

leboncoin croise les données de ses études récentes sur les attentes des Français à l'occasion du Mondial de l'Auto qui ouvrira ses portes le 12 octobre 2026. Entre envie de rêver, curiosité pour les nouveaux entrants et pragmatisme financier, les réponses dessinent les contours d'une transition du marché toujours plus électrique et technologique, mais sous forte contrainte budgétaire.

À retenir :

- **95 % des visiteurs voient le Mondial comme un lieu pour rêver, tandis que 60 % s'y rendent aussi pour préparer ou décider leur prochain achat.**
- Le prix est le premier facteur d'attractivité des nouvelles marques (71 %) et la principale attente adressée aux constructeurs.
- **63 % seraient prêts à acheter une voiture d'une marque qu'ils ne connaissaient pas deux ans auparavant,** si elle proposait un meilleur rapport qualité-prix.
- **La hausse des prix du carburant renforce encore l'intérêt pour l'électrique** : 58 % des répondants s'intéressent à l'achat d'un VE.
- Les marques chinoises séduisent par leur prix et leur innovation, mais les marques françaises gardent l'ascendant : **2 consommateurs sur 3 se disent prêts à payer plus cher pour une voiture française.**

Le Mondial reste un lieu de découverte, de rêve… et de projection vers le prochain achat

Premier enseignement : le Mondial conserve toute sa dimension aspirationnelle.

Les innovations technologiques (20 %) et les nouveautés (17 %) arrivent en tête des raisons de s'y rendre, devant les voitures de rêve (15 %). La passion n'exclut toutefois pas l'achat : si 95 % considèrent le Mondial avant tout comme un lieu pour rêver, 60% y viennent aussi pour préparer et décider leur prochain achat.

L'arrivée de nouveaux constructeurs ne laisse pas les automobilistes indifférents : 61 % des répondants se déclarent intéressés par les nouvelles marques. Les modèles chinois créent de l'attente avec l'arrivée de nouveaux modèles sur le marché et un prix attractif.

leboncoin auto

Cette stratégie commerciale répond aux arguments tangibles que soulignent les personnes intéressées : le prix est en effet de très loin le premier facteur d'attractivité (71 %), devant la technologie (57 %), la curiosité (41 %) et l'équipement (38 %).

"*Les automobilistes veulent pouvoir mieux anticiper le budget global de leur véhicule, de son achat à son utilisation au quotidien, sans laisser de côté l'innovation encore fortement incarnée par le secteur automobile.*" **déclare Marc Chaperon, Directeur Stratégie pour leboncoin auto**

Surtout, plus de la moitié des consommateurs (63 %) seraient certainement ou probablement prêts à acheter une voiture d'une marque qu'ils ne connaissaient pas deux ans auparavant si celle-ci proposait un rapport prix-équipement plus favorable.

L'innovation incarne encore la voiture du futur mais doit d'abord être accessible

Face aux innovations automobiles, dans un contexte de hausse et de volatilité des prix, les attentes restent pragmatiques : l'électrification doit être à la fois pratique et sobre.

59 % souhaitent en priorité découvrir des technologies permettant de réduire la consommation, devant l'amélioration de l'autonomie (39 %), la recharge ultra-rapide (33 %) et les batteries de nouvelle génération (32 %).

Cette recherche d'efficacité se retrouve au moment de l'achat : le prix arrive en tête des critères de choix (26 %), devant la fiabilité (21 %), le coût d'utilisation (14 %) et la consommation (12 %). La hausse du prix du carburant pousse également 58 % des répondants à considérer davantage l'achat d'un véhicule électrique.

Les attentes envers les constructeurs présents au Mondial sont tout aussi claires : 44 % réclament avant tout des voitures moins chères, loin devant des technologies réellement utiles (16 %). Si l'impact environnemental progresse dans leurs préoccupations, le coût reste le premier déterminant dans les choix.

Percée chinoise VS préférence européenne

La recherche du meilleur compromis économique et technologique favorise la percée des marques chinoises sur le marché du neuf alors que leur présence en occasion reste pour le moment plus discrète.

Si les voitures chinoises ne représentent encore que moins de 1% de l'offre globale d'occasion sur leboncoin, cette proportion a néanmoins doublé sur 1 an, reflet de leur engouement sur le neuf. Par ailleurs, cette proportion grimpe à plus de 3 % sur les motorisations hybrides (y compris rechargeables) et dépasse les 5 % sur le 100 % électrique.

Malgré cet attrait, un besoin de réassurance persiste. Au-delà de leur avantage perçu en matière de prix et d'innovation, les marques chinoises doivent donc encore convaincre sur la fiabilité, la durabilité et le service client : 50 % restent réticents à l'idée d'acheter un modèle fabriqué en Chine.

Les critères de fiabilité, de durabilité et de service client demeurent l'apanage des marques nationales, pour lesquelles plus de 60 % des consommateurs se disent prêts à payer plus cher. Pour autant, 54 % des Français attribuent aux marques chinoises un bon rapport qualité/prix et 43 % reconnaissent leur capacité d'innovation.

Côté modèles, la marque MG profite de son antériorité en France pour représenter plus de 70 % des voitures d'occasion chinoises. Suivent BYD, Jaecoo et Xpeng, avec des volumes beaucoup plus faibles mais en progression rapide, à l'image de leur trajectoire sur le marché du neuf.

« *Bien que leur part reste encore faible, nous observons sur leboncoin la progression rapide des marques chinoises sur le marché de l'occasion* », **confirme Olivier Flavier, Directeur Général du marché automobile chez leboncoin.** « *Certaines commencent déjà à bousculer les équilibres, surtout parmi les motorisations électrifiées. Et leur présence massive au Mondial va accentuer l'intérêt des acheteurs à leur égard.* »

À propos des études

Enquête exclusive « Mondial de l'Auto » réalisée par leboncoin auto auprès de 1 415 utilisateurs leboncoin âgés de 18 ans et plus, représentatifs de l'audience leboncoin ayant un intérêt pour le secteur automobile via son panel propriétaire "La bonne communauté". Enquête administrée en ligne du 14 au 21 septembre 2026. Étude « Marques chinoises » réalisée en mai 2026 auprès de 1 892 utilisateurs leboncoin, complétée par l'analyse des annonces de la plateforme au 17 septembre 2026.

À propos du boncoin :

leboncoin, première plateforme de vente entre particuliers en France, est leader sur les marchés de l'immobilier, de l'automobile, et acteur clé de la location de vacances et de l'emploi. Plébiscité chaque mois par plus de 31 millions de visiteurs uniques (1), il est 2e au classement des plateformes e-commerce (2). Il est Marque Préférée des Français (3) pour les catégories site immobilier, site de vente de véhicules et site de seconde main.

leboncoin est également présent à travers les plateformes spécialisées Agriaffaires (matériel agricole), MachineryZone (B.T.P) et Truckscorner (Poids lourds). La Cote Argus, marque du boncoin depuis 2019, est la référence et le leader de la valorisation automobile en France, auprès des particuliers comme des professionnels.

1- Médiamétrie NetRatings 2- Fevad 3 - Marque Préférée des Français

Contacts presse
Agence Sergeant Paper

Astrid Sergeant : 07 77 70 71 73 - asergeant@agence-sergeantpaper.fr
Stéphane Chevalier : 06 03 03 29 47 - schevalier@agence-sergeantpaper.fr