

KANTAR

Baromètre Kantar Adoption de l'IA dans les foyers français

Focus IA & Mobilité - Automobile
Mai 2026

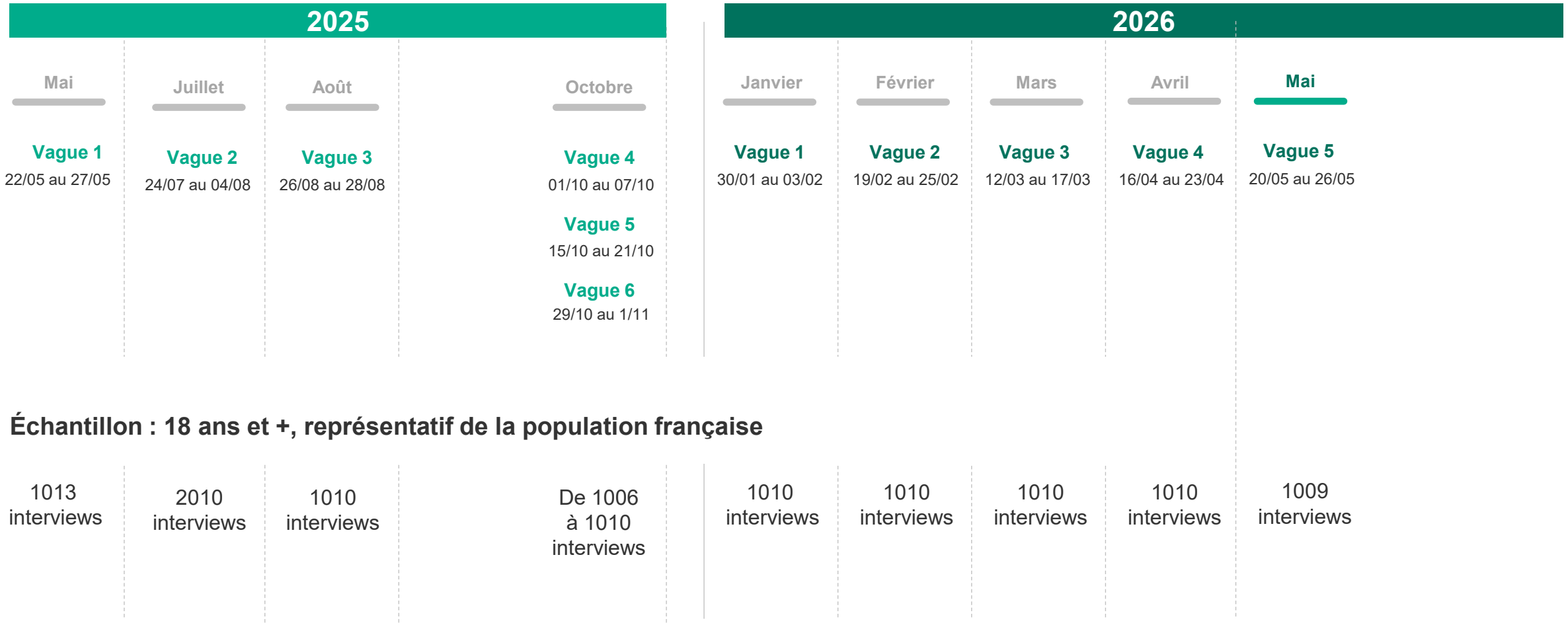


Maryline Guillaume maryline.Guillaume@kantar.com

Rachel Lebouteiller Rachel.Lebouteiller@kantar.com

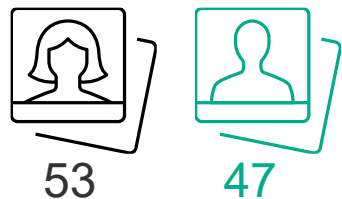
Dispositif barométrique « Adoption de l'IA par les foyers français »

En 2026, le baromètre devient mensuel, le questionnaire est enrichi de nombreuses questions dont “ des questions du mois ” en fonction de l'actualité

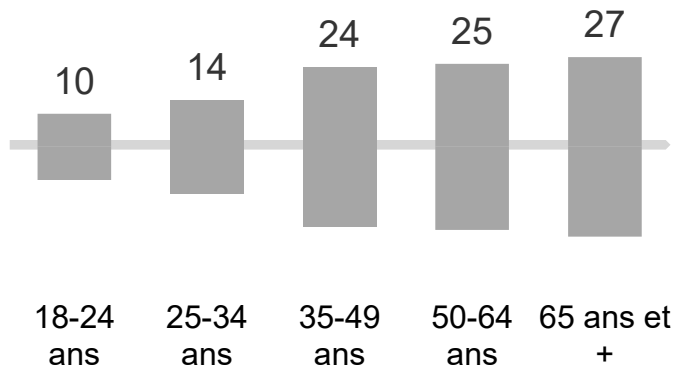


Nos analyses sont basées sur un échantillon national représentatif

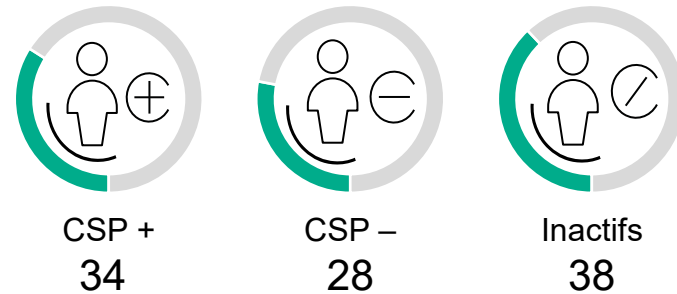
SEXE (%)



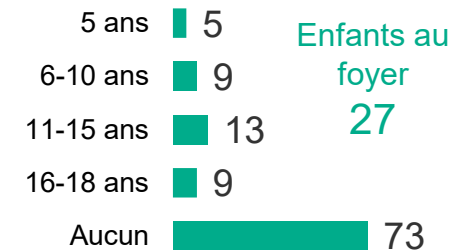
AGE (%)



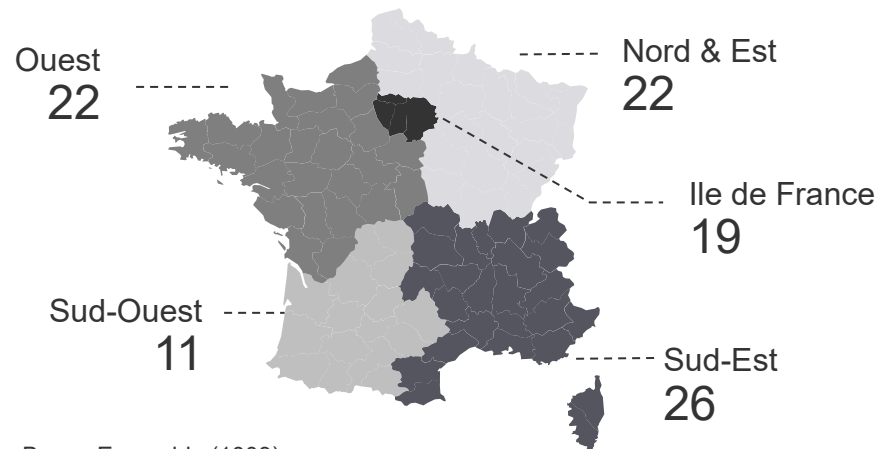
PCS (%)



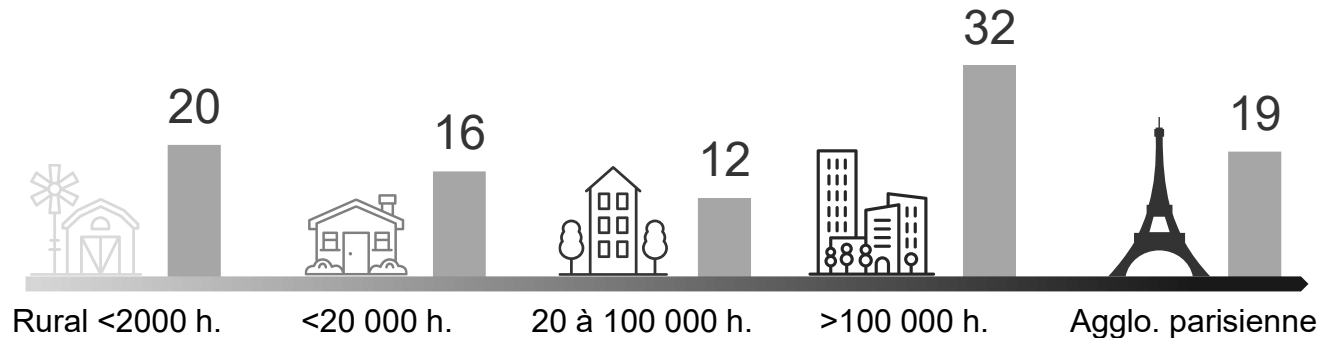
ENFANTS (%)



RÉGION (%)



TAILLE D'AGGLOMÉRATION (%)



Base : Ensemble (1003)

Et sont complétées par un focus sectoriel

BAROMETRE

Questions à propos de l'adoption de l'IA par les Français(es)

Parlons de l'intelligence artificielle, et plus précisément de l'intelligence artificielle Générative (IA), c'est-à-dire les outils qui peuvent répondre à toutes vos questions, faire des recherches ou générer du contenu (texte, image ou vidéo).

Posé à tous (1009 individus)

FOCUS MENSUEL IA & Mobilité-Auto

Parlons maintenant l'IA dans le cadre des secteurs de la mobilité et de l'automobile

Posé à tous (1009 individus)

KANTAR

IA & Mobilité-Auto

Les résultats du
focus mensuel



Principaux enseignements

IA : ÉMERGENTE MAIS PROMETTEUSE DANS LA MOBILITÉ ET L'AUTOMOBILE

Dans la mobilité et l'automobile,

- 12% des Français ont déjà utilisé l'IA, principalement pour se renseigner.
- 27% l'ont déjà fait ou pourraient envisager de le faire, ne serait-ce que pour s'informer, davantage quand il s'agit d'achat de billets (avion, train, bus/métro...) que de véhicule.

Dans les usages mobilité plus spécifiquement,

- Les apps restent n°1 (25% des préférences), plébiscitées pour la recherche d'itinéraires optimisés et la résolution de problèmes.
- Mais l'IA démontre son potentiel notamment auprès des 18-25 ans, multimodaux par nature : 38% envisagent d'utiliser l'IA (vs 23% en moyenne).

AUTOMOBILE : IA, BUDGET ET MARQUE AU CŒUR DU PARCOURS D'ACHAT

- Pour les acheteurs potentiels de voitures, l'IA intervient à toutes les étapes : en amont pour comparer (60%), s'informer (60%) et analyser le budget (47%), et en aval, sur l'usage et le SAV (24%).
- En amont, la demande n°1 à l'IA relève du budget (75%) de la consommation, du prix d'achat, de l'entretien, suivie de la fiabilité et des caractéristiques techniques.
- 80% des prompts précisent une marque, contre 70% toutes catégories confondues, un signe positif pour les constructeurs qui construisent la préférence de marque.

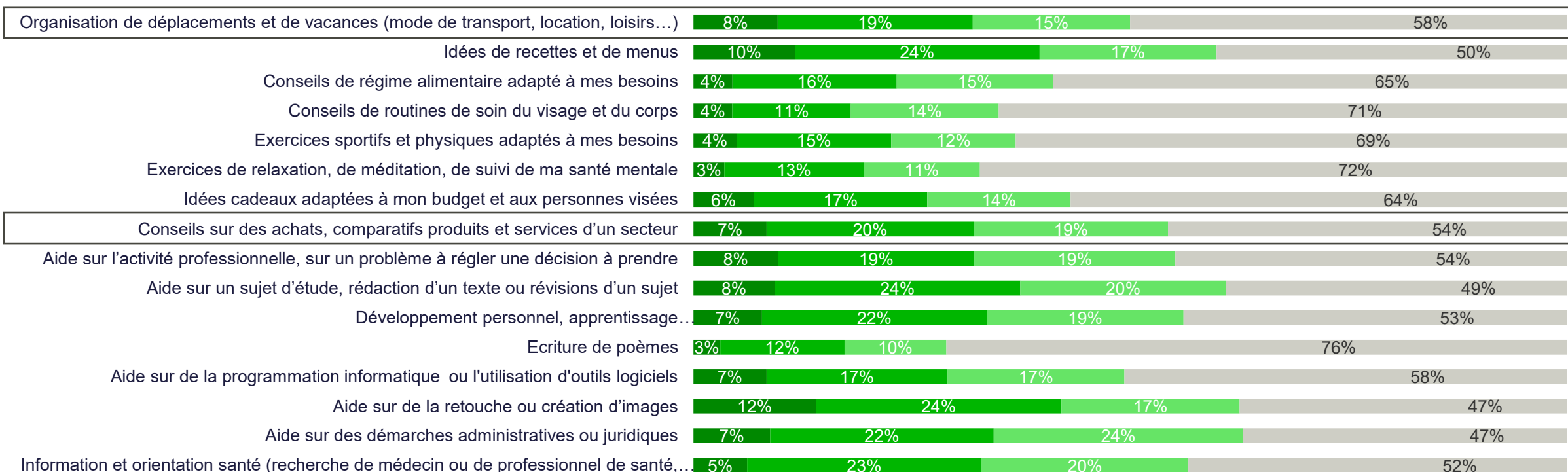
VERS UN FUTUR ENTRE VIRTUEL ET TANGIBLE

- Les usages préventifs de l'IA dans l'automobile sont plébiscités : maintenance prédictive (43% positif), détection de fatigue (40%), diagnostic automatique (36%).
- Dans le même temps, les réponses expriment le besoin de contact humain (conseiller IA virtuel sans vendeur 53% négatif) et d'expérience tangible (test virtuel 55%).

Dans un contexte où 42% des utilisateurs d'IA s'en sont déjà servie pour organiser leurs déplacements ou leurs vacances et que 46% l'ont déjà utilisée pour préparer leurs achats de produits ou services

Avez-vous déjà utilisé un outil d'IA pour un de ces usages ?

■ Oui régulièrement ■ Oui de temps en temps ■ Oui rarement ■ Non jamais



1

Mobilité & Automobile

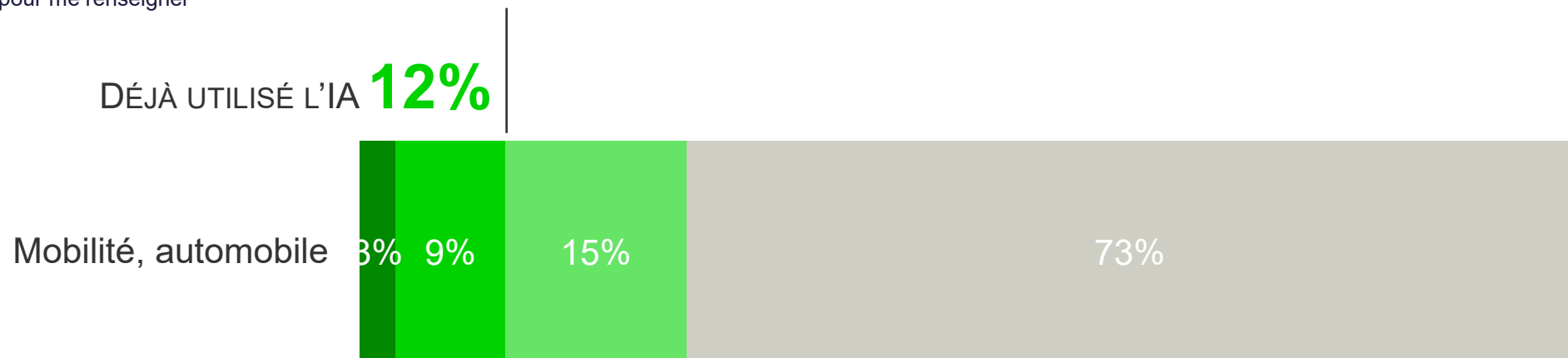




12% de la population française a déjà utilisé l'IA dans le cadre de la mobilité ou de l'automobile, souvent pour se renseigner, parfois pour acheter

Avez-vous déjà utilisé l'IA ou l'intention de l'utiliser pour acheter les produits suivants ?

- Oui déjà acheté en utilisant l'IA
- Me suis renseigné(e) avec l'IA mais pas acheté
- Pas encore renseigné(e) avec l'IA mais intention de le faire
- Pas l'intention d'utiliser l'IA pour me renseigner

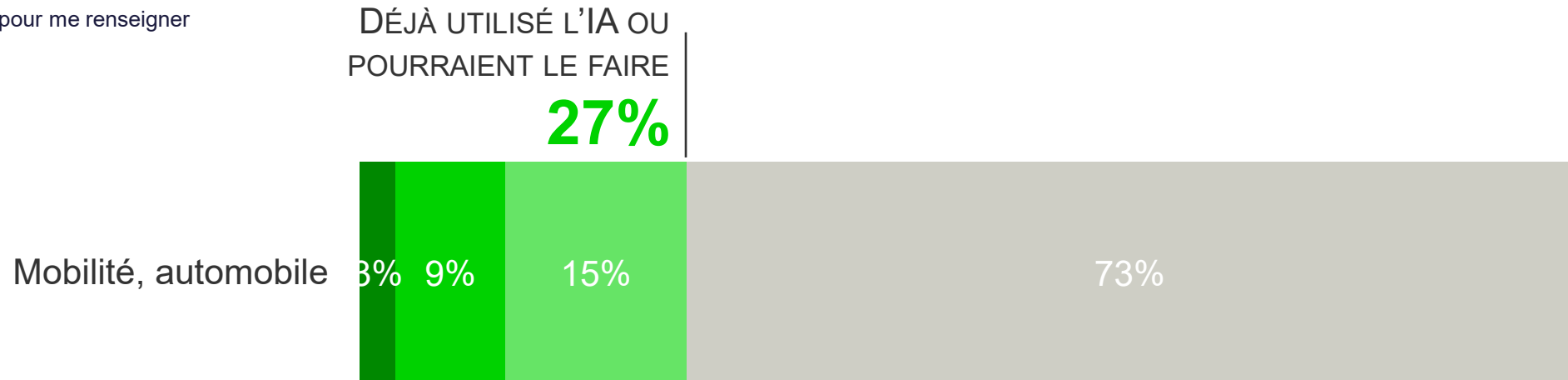




27% l'ont déjà fait ou pourraient envisager de le faire, ne serait-ce que pour se renseigner

Avez-vous déjà utilisé l'IA ou l'intention de l'utiliser pour acheter les produits suivants ?

- Oui déjà acheté en utilisant l'IA
- Me suis renseigné(e) avec l'IA mais pas acheté
- Pas encore renseigné(e) avec l'IA mais intention de le faire
- Pas l'intention d'utiliser l'IA pour me renseigner

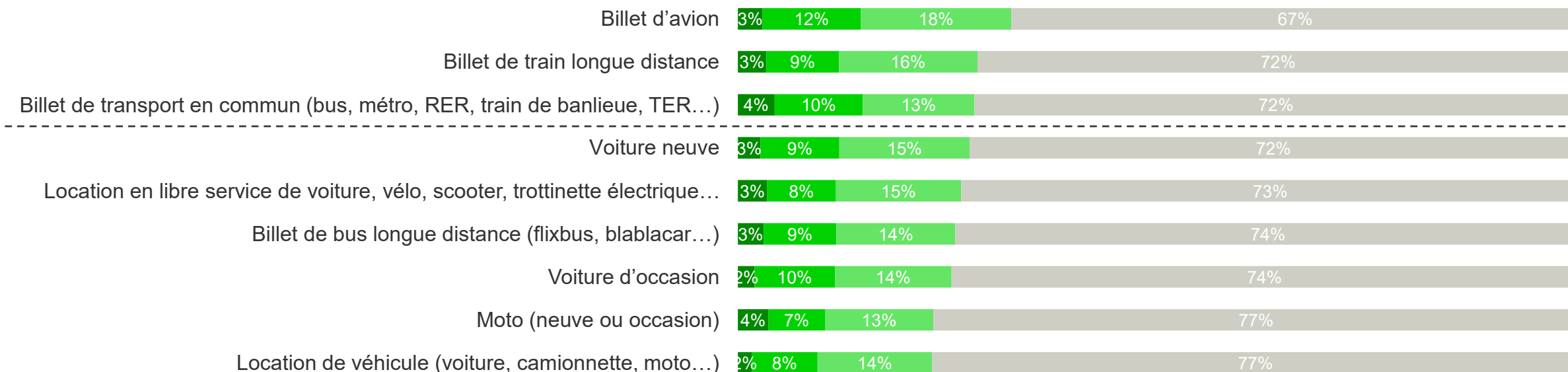




Cela varie selon le type de mobilité, les Français étant logiquement plus enclins à utiliser l'IA quand il s'agit d'achat de billets que d'un achat ou d'une location de véhicule

Avez-vous déjà utilisé l'IA ou l'intention de l'utiliser pour acheter les produits suivants ?

- Oui déjà acheté en utilisant l'IA
- Me suis renseigné(e) avec l'IA mais pas acheté
- Pas encore renseigné(e) avec l'IA mais intention de le faire
- Pas l'intention d'utiliser l'IA pour me renseigner



2

Mobilité

2

87 3108 648 -5 E-SN



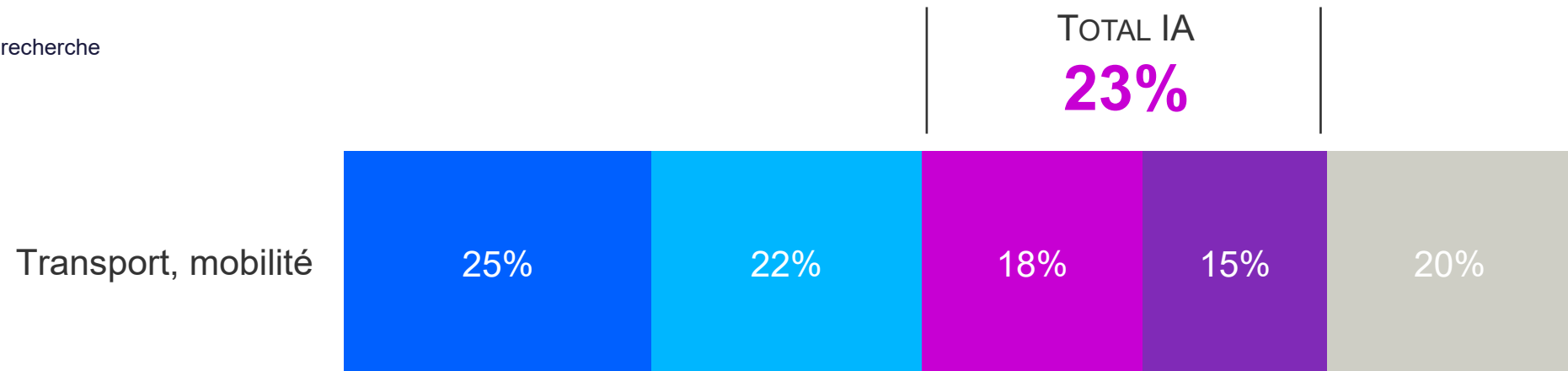


Pour la mobilité, les apps conservent la préférence, suivi des moteurs de recherche ; 23% pourraient envisager d'utiliser l'IA, en premier choix ou bien dans les mêmes proportions que les autres solutions

Parlons du secteur des transports et de la mobilité. Pour chacun des usages ou besoins suivants liés à vos déplacements ou choix de mobilité, quel type d'outil utilisez-vous ou envisagez-vous d'utiliser le plus souvent ?

- Applications de mobilité (Maps, SNCF, Uber, RATP...)
- Moteurs de recherche (Google, Bing...)
- Outils d'IA (ChatGPT, Gemini, Copilot...)
- Autant les 3
- Je ne fais pas ce type de recherche

TOUS ÂGES



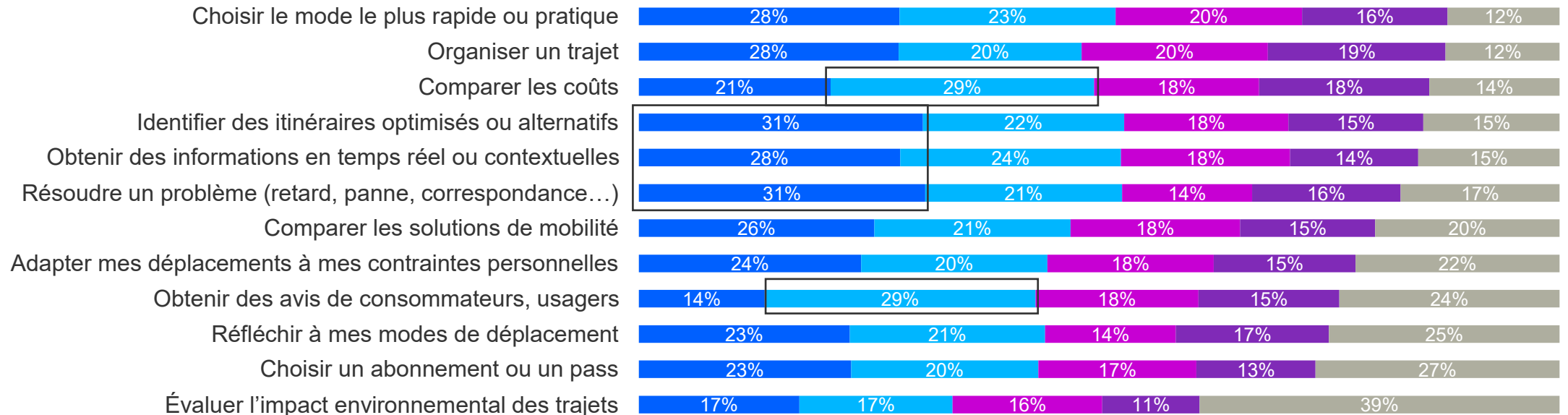


Chaque outil a son utilisation dédiée : les apps pour les itinéraires et trouver une solution en cas de problème, les moteurs de recherche pour comparer les coûts et avoir des avis

Parlons du secteur des transports et de la mobilité. Pour chacun des usages ou besoins suivants liés à vos déplacements ou choix de mobilité, quel type d'outil utilisez-vous ou envisagez-vous d'utiliser le plus souvent ?

- Applications de mobilité (Maps, SNCF, Uber, RATP...)
- Moteurs de recherche (Google, Bing...)
- Outils d'IA (ChatGPT, Gemini, Copilot...)
- Autant les 3
- Je ne fais pas ce type de recherche

TOUS ÂGES



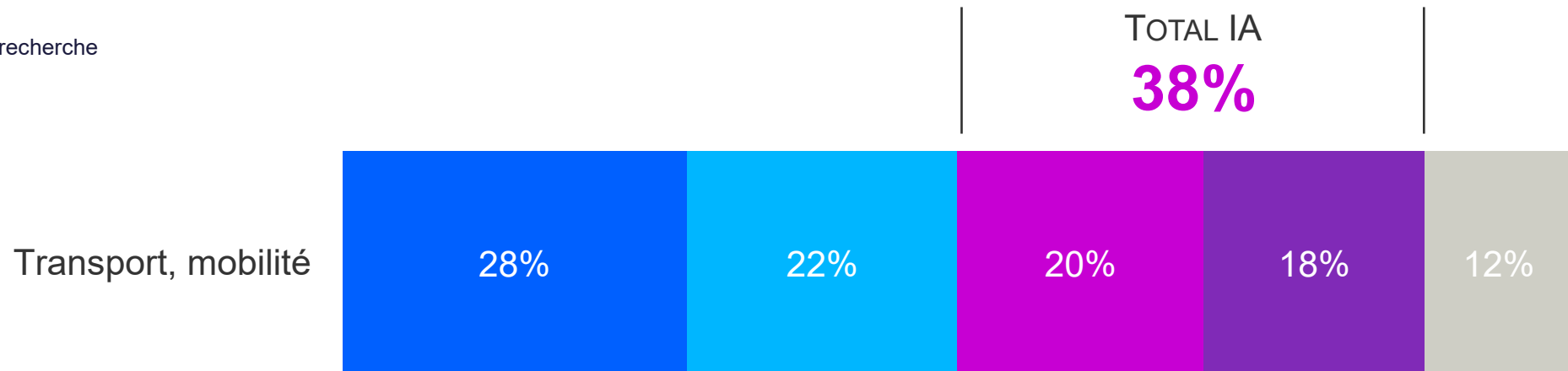


Déjà multimodaux, les 18-34 sont également multiusages : l'avantage des apps et moteurs de recherche est réduit vs l'IA, avec 38% qui pourraient envisager de l'utiliser pour des usages mobilité

Parlons du secteur des transports et de la mobilité. Pour chacun des usages ou besoins suivants liés à vos déplacements ou choix de mobilité, quel type d'outil utilisez-vous ou envisagez-vous d'utiliser le plus souvent ?

- Applications de mobilité (Maps, SNCF, Uber, RATP...)
- Moteurs de recherche (Google, Bing...)
- Outils d'IA (ChatGPT, Gemini, Copilot...)
- Autant les 3
- Je ne fais pas ce type de recherche

18-34 ANS



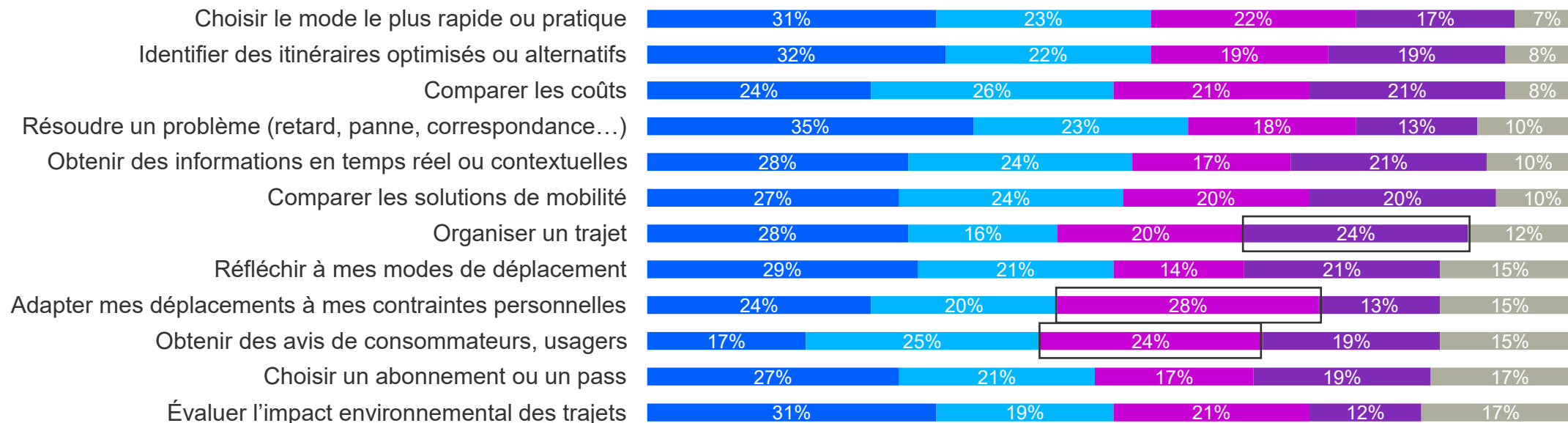


Pour les 18-34 ans, l'IA est déjà une option clé pour adapter ses déplacements à ses contraintes, organiser un trajet ou réunir des avis

Parlons du secteur des transports et de la mobilité. Pour chacun des usages ou besoins suivants liés à vos déplacements ou choix de mobilité, quel type d'outil utilisez-vous ou envisagez-vous d'utiliser le plus souvent ?

- Applications de mobilité (Maps, SNCF, Uber, RATP...)
- Moteurs de recherche (Google, Bing...)
- Outils d'IA (ChatGPT, Gemini, Copilot...)
- Autant les 3
- Je ne fais pas ce type de recherche

18-34 ANS



3

Automobile





En ce qui concerne l'automobile, un vaste champ d'usages possibles pour l'IA tout au long du parcours : en amont pour comparer, réunir des informations ou des avis et analyser le budget, en aval sur l'usage / l'entretien et le SAV

À quelles étapes de votre parcours d'achat de voiture avez-vous utilisé ou envisagez-vous d'utiliser l'IA ?

Comparer **60%**

Comparer plusieurs véhicules **41%**

Comparer plusieurs marques **31%**

Informations **60%**

Vérifier les avis ou défauts connus **30%**

Découvrir des modèles **27%**

Comprendre les motorisations (thermique, hybride, électrique...) **19%**

Budget **47%**

Vérifier les prix **29%**

Analyser les coûts (entretien, consommation, etc.) **29%**

Après achat **24%**

Gérer l'après-achat (entretien, usage) **16%**

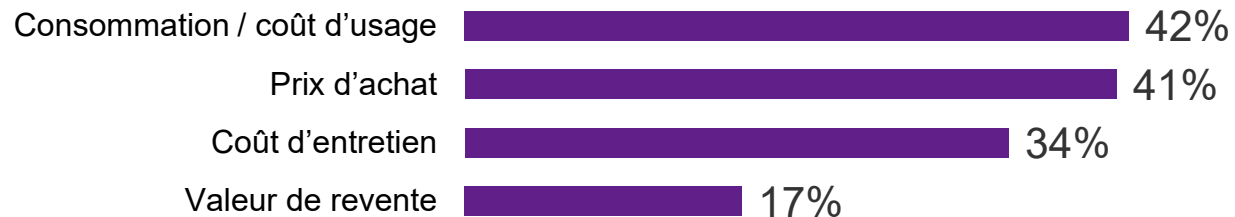
Résoudre un problème ou une panne **10%**



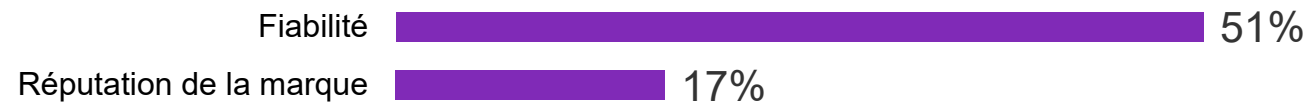
En amont, l'IA pourrait aider à trouver un véhicule qui réponde à un certain budget (autant les coûts d'usage que le prix d'achat), qui leur donne confiance (principalement via la fiabilité) et qui possède certaines caractéristiques (motorisation et équipements / options)

Quels critères avez-vous demandé ou demanderiez-vous à l'IA pour choisir une voiture ?

Budget **75%**



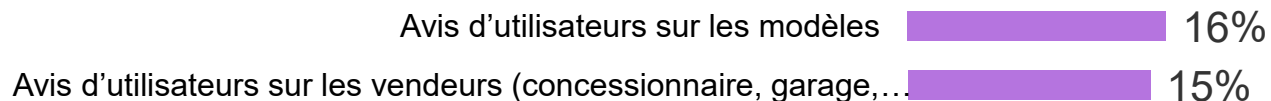
Confiance **59%**



Caractéristiques **48%**



Avis **29%**



Impact **12%**





À cet égard, la plupart intégreraient une marque, voire pour une marque ET un modèle à leur prompt : les recherches ouvertes via IA sont plus limitées que pour d'autres catégories, preuve que les constructeurs travaillent efficacement les prédispositions

Lorsque vous utilisez (ou envisageriez d'utiliser) un outil d'IA pour un achat d'une voiture, comment formulez-vous (ou formulerez-vous) votre demande ?

MODELE + MARQUE

Je mentionne (rai) à la fois
une marque et un modèle

31%

SANS PRECISION

Je ne mentionne (rai) ni marque
ni modèle (recherche générale
par besoin ou type de véhicule)

20%

Toutes catégories

SANS PRECISION

Je ne précise jamais les
marques, je ne mentionne que
la catégorie de produit

30%

MARQUE

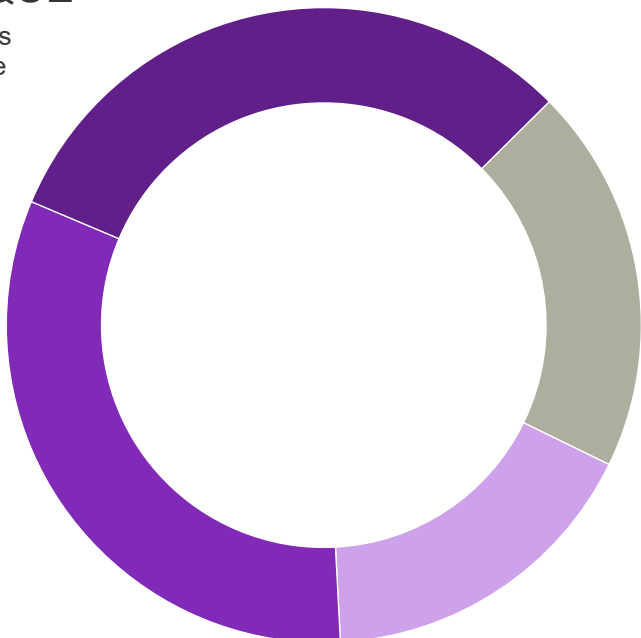
Je mentionne (rai)
uniquement une ou
plusieurs marque(s),
sans préciser de modèle

32%

MODELE

Je mentionne (rai)
uniquement un ou plusieurs
modèle(s), sans faire
référence à une marque

17%



Base : 356 individus – utilisent un outil IA, non concernés exclus Q18New - Lorsque vous vous adressez à l'IA pour un projet d'achat, que faites-vous le plus souvent ?



Quand ils se projettent, les Français se montrent réceptifs aux usages préventifs IA liés à l'entretien et à la sécurité, mais souhaitent conserver le caractère tangible d'un vendeur et d'un test réel

Parmi les services suivants utilisant une technologie IA dans les voitures, lesquels pourraient vous intéresser ?

Si vous n'avez pas le permis, vous pouvez répondre en tant que passager.

■ Négatif (1-3) ■ Neutre ■ Positif (5-7) ■ Déjà équipé(e) de ce service ■ Non concerné(e)

