



POUR ALLER PLUS LOIN

« L'avenir de la voiture est électrique, mais la voiture n'est pas l'avenir de notre mobilité » comme le déclare le chercheur Aurélien Bigo.

Une voiture 100 % électrique émet 2 à 6 fois moins de gaz à effet de serre qu'un véhicule thermique sur tout son cycle de vie, de la production au recyclage, 5 fois moins environ en France grâce à une production d'électricité décarbonée à 95% (Source Ministère de la Transition Écologique, 2025).

Aucune autre énergie ou technologie n'est disponible à court terme et à grande échelle pour remplacer le pétrole. L'électrification des voitures est donc un levier essentiel de la transition des transports, mais c'est loin d'être le seul! En plus du développement d'alternatives adaptées comme le vélo et les transports collectifs, des mesures de sobriété doivent être envisagées: véhicules légers pour les trajets quotidiens, baisse de la vitesse sur les routes, autopartage...

C'est aussi l'aménagement du territoire qui est à réimaginer : maintenir services et emplois proches des zones d'habitat et réduire la place de la route dans l'espace public au profit d'autres usages.



Coin lecture

Sociologie de l'automobile, de Y. Demoli et P. Lannoy.

Pour comprendre pourquoi on ne projette pas notre vie sans voiture.

Voitures:
fake or not,
d'A.Bigo.

Une super référence pour affûter son discours.



ÇA EXISTE!

Les VElis (véhicules légers intermédiaires), pour remplacer la voiture y compris en zones rurales et de montagne. L'association In'VD, en Aveyron, propose aux habitants des prototypes légers et peu polluants mis à disposition par des concepteurs: une bonne manière de les tester en conditions réelles tout en faisant évoluer les comportements.

La prime à la demotorisation: dans le cadre de la mise en place de la ZFE, le Syndicat Mixte des Mobilités de l'aire grenobloise propose aux ménages les moins aisés qui renoncent à leur voiture une aide d'un montant équivalent au bonus écologique de rachat d'un véhicule (3000 € sur 3 ans, à consommer en abonnements transport et en équipement vélo notamment).

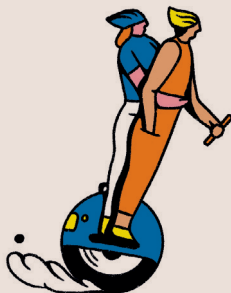
Les Services Express Régionaux Métropolitains (SERM), un réseau maillant RER, lignes express de car, de covoiturage et de vélo pour remplacer la voiture individuelle sur les trajets quotidiens de plus de 10 km, avec l'idée que les offres se renforcent mutuellement en termes de capacité et de fréquence. Un pari fait par les agglomérations de Lyon ou Toulouse.

La collection Fléchette vise à affûter nos discours écolos pour continuer de faire progresser les grands enjeux de notre époque au sein de la population.

Fabriquée avec grand soin par Parlons Climat en collaboration avec des experts, communicants et militants, elle permet de tout comprendre aux enjeux de communication et d'opinion sur un sujet précis. Rusée et didactique, la Fléchette est un outil en libre accès à retrouver et imprimer sur parlonsclimat.org.

Conception Parlons Climat
Illustration Antoine Baillargeau - Bengal Studio
Graphisme Emilie Coquard

Parlons Climat



Sources de données mobilisées dans cette édition :

- Baromètre des représentations sociales du changement climatique /Opinionway et ADEME, 2025
- L'industrie automobile française: analyses et statistiques /CCFA, 2023
- Émissions de gaz à effet de serre et mobilité des français: 25 ans d'évolutions /ADEME, 2025
- Baromètre Sobriété et Mode de Vie des Français /ADEME, 2025
- Mobilités du quotidien: tendances et enseignements /Les synthèses du CEREMA, 2025
- Mobilités et transition: comment faire bouger les Français? /Destin Commun, 2023
- Observatoire des mobilités émergentes /OBSOCO, 2023

COLLECTION FLÉCHETTE

→ LA BAGNOLE ←



ATTEINDRE LES CŒURS NON-ÉCOLOS EN 3 ÉTAPES :

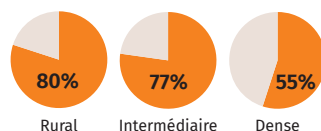
- 1 REPÉRAGE PRENDRE DE LA HAUTEUR SUR LE SUJET
- 2 TACTIQUE AFFINER SA STRATÉGIE ET SON DISCOURS
- 3 CIBLAGE REPÉRER ET TOUCHER SES AUDIENCES CLÉS

**Parlons
Climat**

1 REPÉRAGE PRENDRE DE LA HAUTEUR SUR LE SUJET

L'essor de la bagnole date de l'après-guerre: 1,7 M de véhicules circulaient en 1946, contre dix fois plus en 1975. Elle a modelé la société, offrant une liberté de déplacement inédite et élargissant nos horizons professionnels et personnels, tout en devenant un marqueur d'autonomie et de statut social. Avec le développement urbain des années 1970-80, les distances parcourues au quotidien ont augmenté et son usage s'est accru, passant de moins de la moitié des déplacements en 1982 à 63 % en 1994, un chiffre qui a peu évolué depuis.

Part des déplacements réalisés en voiture sur les trajets de 1 à 10 km selon la densité de territoire:



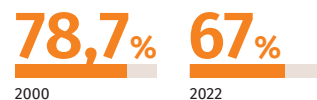
Source : SDES, 2019

Si 72% des français se disent inquiets face au changement climatique (Baromètre Ademe 2025), il leur est plus difficile de passer à l'acte et de "lâcher"

leur bagnole. Les politiques réglementant l'usage de la voiture individuelle (ZFE, taxes...) sont peu soutenues par l'opinion publique car perçues comme inéquitable, liberticides et déconnectées de la réalité de nombreux français. La transformation des mobilités touche à notre quotidien, donc à l'intime, ce qui explique les résistances.

Pour autant, depuis 2010, des signes d'évolution sont là: essor du covoiturage, développement des transports collectifs, pistes cyclables et modes de vie plus

Part des véhicules utilisés tous les jours ou presque



Source : CCFA 2023

actifs, ont permis aux usagers de s'emparer des alternatives. La voiture est moins utilisée systématiquement, surtout dans les grands centres urbains où la crise COVID a joué le rôle d'accélérateur (merci les "corona

pistes"). En milieu périurbain et rural, prendre sa bagnole reste encore la norme: l'étalement urbain et l'élargissement des bassins d'emploi en sont les raisons majeures, avec une augmentation des "longs" trajets (plus de 10 km), pour lesquels la voiture est privilégiée à plus de 85%.

Autre fait marquant: les moins de 35 ans l'utilisent moins que leurs aînés au même âge, sur toutes les typologies de territoires. Un signal encourageant pour l'avenir et peut-être l'émergence d'une génération vraiment multimodale.

+30%
de fréquentation des TER entre 2019 et 2024

Source : Autorité de régulation des transports.

11,3 M
de trajets réalisés sur les plateformes de covoiturage en 2024 (x6 en 5 ans)

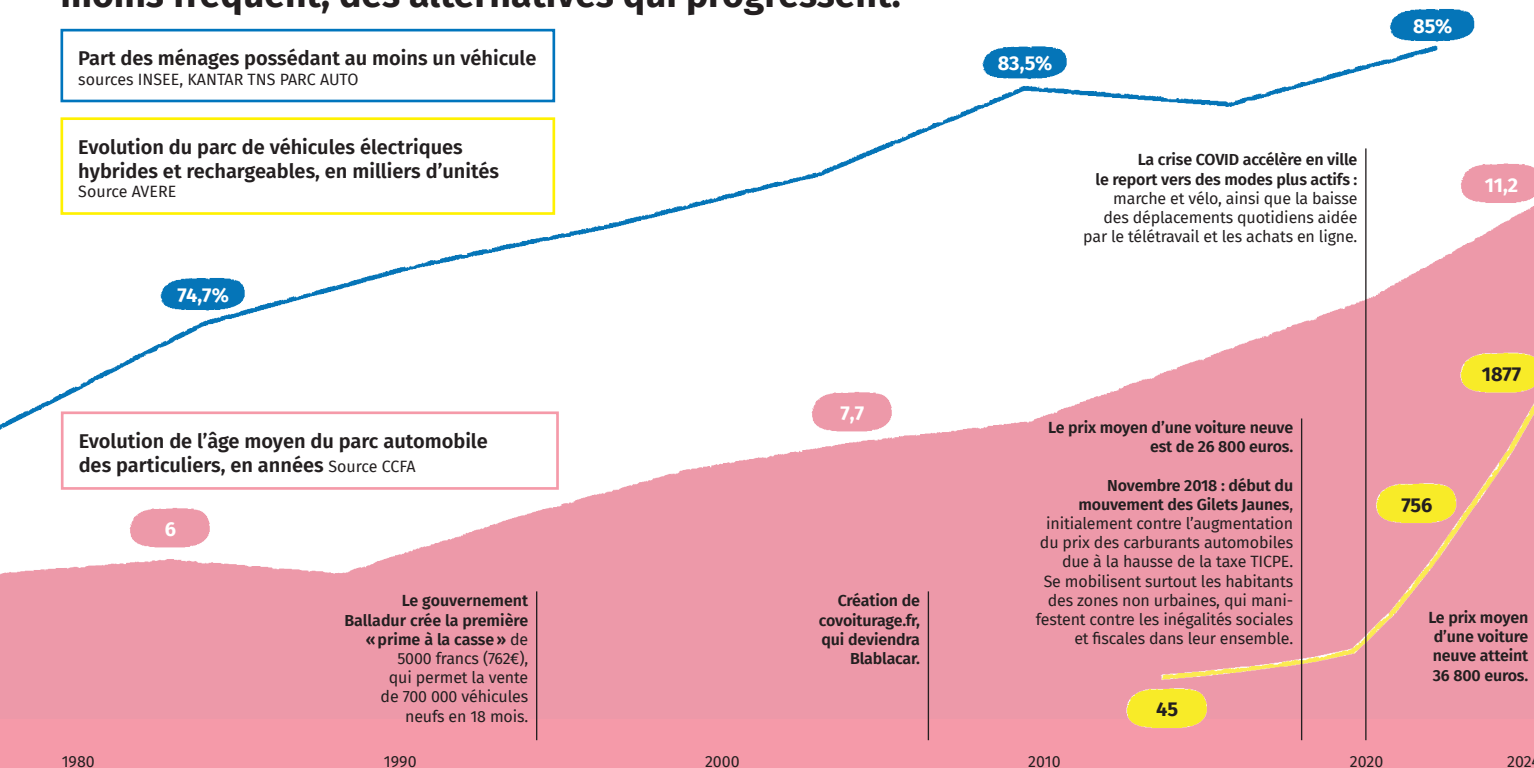
Source : Observatoire du covoiturage.

Un taux d'équipement à maturité et un renouvellement moins fréquent, des alternatives qui progressent.

Part des ménages possédant au moins un véhicule
sources INSEE, KANTAR TNS PARC AUTO

Evolution du parc de véhicules électriques hybrides et rechargeables, en milliers d'unités
Source AVERE

Evolution de l'âge moyen du parc automobile des particuliers, en années Source CCFA



La crise COVID accélère en ville le report vers des modes plus actifs: marche et vélo, ainsi que la baisse des déplacements quotidiens aidée par le télétravail et les achats en ligne.

Le prix moyen d'une voiture neuve est de 26 800 euros.

Novembre 2018: début du mouvement des Gilets Jaunes, initialement contre l'augmentation du prix des carburants automobiles due à la hausse de la taxe TICPE. Se mobilisent surtout les habitants des zones non urbaines, qui manifestent contre les inégalités sociales et fiscales dans leur ensemble.

Création de covoiturage.fr, qui deviendra Blablacar.

Le gouvernement Balladur crée la première « prime à la casse » de 5000 francs (762€), qui permet la vente de 700 000 véhicules neufs en 18 mois.

Les freins au changement

POURQUOI ÇA BLOQUE



Le « système automobile »: la bagnole façonne nos modes de vie. Aménagement du territoire autour de la route, élargissement des bassins d'emploi, représentations sociales...L'usage de la voiture individuelle imprègne notre quotidien, il est difficile de se projeter dans une autre réalité.



L'absence d'alternatives satisfaisantes: l'auto-dépendance. Sur de nombreux territoires, la voiture est la seule option valable: rareté voire absence de transports en commun, voiries non aménagées pour la marche ou le vélo, distances importantes à parcourir...



Le refus des contraintes: liberté, liberté chérie. Flexibilité, autonomie, libre arbitre... Conduire sa voiture, c'est se sentir libre, aux commandes de sa vie. Difficile d'y renoncer.



L'individualisme: ma voiture, mon espace privé. C'est la prolongation d'un "chez soi", un refuge après une journée de travail par exemple, et que l'on n'a pas forcément envie de partager avec d'autres.



La valorisation sociale: dis-moi avec quoi tu roules, je te dirai qui tu es. La voiture individuelle est un marqueur de réussite, mais aussi d'appartenance à un groupe social. Elle porte une charge affective forte et difficile à déconstruire.

2 TACTIQUE AFFINER SA STRATÉGIE ET SON DISCOURS

Depuis l'après-guerre, le discours public et les investissements massifs en communication (le secteur automobile figurant parmi les plus gros annonceurs) ont contribué à rendre la voiture incontournable. Bien qu'il soit désormais compris que les transports sont une source de pollution majeure, le débat public est centré sur l'électrification des véhicules, et peu sur l'évolution des usages. Les industriels et les pouvoirs publics y voient même une opportunité de relancer un marché qui décline, malgré les nombreuses incitations fiscales et primes. Il manque donc un récit structuré et largement partagé autour des alternatives à la voiture individuelle.

Anatomie du discours écolo (perçu)

CE QU'ON DIT ≠ CE QUI EST ENTENDU

terme technique non employé par une partie de la population. Placer au centre du discours la préoccupation pour les émissions, primant sur le quotidien, c'est irréaliste.

injonction culpabilisante, cela décrédibilise les autres actions, et de plus les ordres de grandeur ne sont pas connus.

proposition radicale condamnant totalement la voiture, déconnectée des contraintes de ceux qui ne disposent pas d'alternative valable et de l'attachement viscéral des français à la voiture.

Les mesures mises en place (Zones à Faible Émissions, taxation des véhicules polluants, piétonisation...) reposent avant tout sur la restriction de la circulation automobile et suscitent peu d'adhésion, sauf chez les déjà convaincus.

Enfin, le discours écolo prônant l'abandon pur et simple de la voiture individuelle comme solution pour réduire son empreinte carbone est perçu comme hors sol, non adapté aux réalités d'une grande partie de la population vivant hors des centres-villes.

« Pour réduire son empreinte carbone la première chose à faire est de se passer de voiture »

« Si vous preniez le vélo plutôt que la voiture, vous feriez du bien à votre santé et à la planète »

alternative unique proposée comme une injonction, qui ne tient pas compte des situations de chacun (absence de services ou d'aménagements, problèmes de santé...).

essaie de montrer le bénéfice, mais culpabilise encore plus ceux pour qui c'est impossible.

terme flou, assimilé à un discours écolo naïf et déconnecté du réel.

Affiner son discours sur le bagnole

STIGMATISATION DE LA VOITURE THERMIQUE

VALORISATION D'UNE MOBILITÉ FLEXIBLE

Cadrage: ce qui est souhaitable ce n'est pas la fin de la voiture mais la fin du "tout voiture"

Pour gagner les cœurs, le discours doit arrêter de culpabiliser ceux qui n'ont pas d'alternatives concrètes.

• Suggérer que la liberté ne se trouve pas uniquement dans la voiture, mais dans la possibilité de choisir le mode de déplacement le plus adapté à ses besoins.

• Arrêter de condamner l'usage systématique de la voiture pour inciter à aller vers une mobilité mixte.

• Présenter la transition vers un véhicule électrique comme une option, à partir du moment où il est plus léger, hybride, mutualisé...

Angles: reconnaître les contraintes et présenter un panel de solutions adaptées aux situations de chacun

Inciter à changer de mode de déplacement pour certains trajets en valorisant les bénéfices, par exemple:

- marcher pour les trajets de moins de 1km (simplicité, santé)
- combiner voiture + train pour le domicile-travail (temps utile, stationnement assuré)
- utiliser le vélo deux fois par semaine l'été (plaisir plutôt que contrainte)

Promouvoir l'intermodalité (voiture+train, voiture+covoit, etc) comme une option fûtée et valorisante.

Proposer des solutions très concrètes et tenant compte des réalités locales: zones rurales ou périurbaines, initiatives existantes (ou pas)...

Opportunités: s'appuyer sur la préoccupation sur le pouvoir d'achat

Depuis 2022, la hausse des prix est la première inquiétude des Français. Le prix moyen d'une voiture neuve a augmenté de 10 000€ entre 2020 et 2024 (Source AAA Data). Une bonne raison pour faire durer et utiliser son véhicule de façon plus modérée.

Affiner ses arguments en fonction de sa cible

LES GRANDS ARGUMENTS À MOBILISER

●●● **Pouvoir d'achat**
« La voiture coûte cher, moins rouler, la faire durer, partager les trajets avec des proches/voisins permet de faire des économies. »

●●● **Environnement (pollution et CO2)**
« L'usage de la voiture thermique est une des principales sources de pollution de l'air, et impacte le réchauffement de l'atmosphère. Réduisons fortement nos usages. »

●● **Santé**
« Marcher ou pédaler c'est top, ça permet de prendre l'air et de rester en forme! »

●●● **Plaisir et temps pour soi**
« Le temps dans les transports collectifs, c'est un temps libre pour rêver, dormir, lire, travailler... »

●● **Liberté**
« La vraie liberté c'est de ne pas être dépendant de sa bagnole. Pour certains trajets je choisis de ne pas la prendre car l'option marche+bus est bien plus pratique. »

●● **Souveraineté**
« Moins rouler et/ou passer à l'électrique, c'est être moins dépendants des importations de pétrole. »

Des alternatives du quotidien à valoriser de manière ciblée:

Marche
trajets < 2km, notamment dans les centres urbains où l'espace est sécurisé.

Vélo
trajets < 10km et dans les zones équipées d'itinéraires cyclables.

Transports collectifs (bus, métro, TER)
trajets > 10km, notamment entre le périurbain et les centres.

Covoiturage structuré ou informel
dans les zones où peu d'alternatives existent.

Autopartage
dans les grandes agglomérations.

3 CIBLAGE REPÉRER ET TOUCHER SES AUDIENCES CLÉS

Publics cibles: prendre conscience de l'attachement affectif et matériel à la voiture

Part d'individus pour qui la voiture est leur premier moyen de transport au quotidien et part de ceux pour qui être propriétaire de sa voiture est important.

Cette segmentation s'appuie sur les 6 familles de valeurs identifiées par le think tank Destin Commun.

Retrouvez leur rapport spécifique au climat pour chacune d'elle sur lesfrancaisparlentclimat.org



* Sources: Autorité de Régulation des Transports 2019, Baromètre Sobriété et mode de vie des français ADEME 2025