COMMUNIQUE DE PRESSE

Grand sondage « Les Français et l'écomobilité » réalisé par l'Institut Harris Interactive pour Auto Evolution et le Salon Automobile de Lyon

Révélations : Les Français sont de plus en plus sensibles à la préservation de l'environnement lors de l'acquisition d'un nouveau véhicule !

Paris — 1 octobre 2009 — SOUS EMBARGO JUSQU'AU 2 OCTOBRE 2009, 15h —

Les résultats de ce sondage démontrent que :

- **Près de 80% des Français considèrent l'impact écologique de leur futur véhicule comme un critère de choix important**. Ce sont majoritairement les femmes qui lui accordent de l'importance (84% de femmes contre 75% d'hommes). Par ailleurs, un Français sur deux se dit prêt à payer plus cher sa prochaine voiture pour tenir cet engagement.
- **On note un attrait grandissant chez les Français pour les voitures à motorisation hybride (13% des intentions d'achat)**, tandis que l'intérêt pour les voitures électriques commence à frémir….
- **Les Français plébiscitent Toyota comme étant le constructeur automobile qui symbolise le mieux l'engagement sur la voie du développement durable…**

Ces résultats seront présentés par Harris Interactive, le jeudi 2 octobre à 15h lors de la journée presse, sur le Salon Automobile de Lyon. Ils seront également disponibles dans Auto Evolution magazine à paraître le 2 octobre ainsi que sur le site **www.auto-evolution-magazine.com**

-

Méthodologie

Ce sondage a été réalisé par Harris Interactive pour Auto Evolution magazine et le Salon Automobile de Lyon. Enquête réalisée en ligne du 9 au 16 septembre 2009, auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus. Les répondants ont été sélectionnés au sein de l'access panel d'Harris Interactive et gérés par quotas et redressements sur les critères de sexe, d'âge, de région, et de catégorie socioprofessionnelle.

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut, la taille de l'échantillon et les commanditaires de l'étude.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.
Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:
Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

©2009 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.