

« LET'S CELEBRATE* »

*Célébrons l'automobile

Mondial de l'Auto Paris 2024, une 90e édition record avec plus de 500 000 visiteurs en seulement 6 jours

Le Mondial de l'Auto avait promis une grande fête de l'automobile et a donné rendez-vous à tous les passionnés au Parc des expositions porte de Versailles, du 14 au 20 octobre. Cette édition a permis de célébrer haut et fort l'attachement indéfectible des français pour leur voiture avec un format enrichi pour correspondre aux envies du grand public et aux attentes des constructeurs et partenaires.



508 007 visiteurs réunis pour célébrer l'automobile

Le 14 octobre, la journée presse a accueilli plus de **4 000 journalistes (dont un quart de journalistes étrangers)** et **1 000 créateurs de contenu**, tous enthousiastes face au retour des grands constructeurs. Au total, **48 constructeurs** et **158 exposants et partenaires** ont occupé cinq pavillons du Parc des Expositions, mettant en avant leurs dernières innovations et modèles phares.

Avec une fréquentation qui atteint **508 007 visiteurs**, le Mondial de l'Auto confirme être l'un des **plus grands événements automobile au monde**, attirant amateurs, professionnels, familles et

passionnés de tous âges. À la clôture des portes le dimanche à 18h30, le nombre impressionnant de participants témoigne de l'attachement du public à l'univers automobile. Une étude Ipsos présentée à l'occasion de l'événement a notamment confirmé cet attachement persistant des Français à l'automobile puisque 81% se disent engagés émotionnellement avec leur automobile qui les « accompagne dans les différentes étapes de leur vie ».

En plus d'être un événement physique majeur, le Mondial de l'Auto s'est imposé comme un média puissant, touchant un public bien au-delà des murs du Parc des Expositions. Grâce à une stratégie digitale ambitieuse, le salon a généré une portée exceptionnelle sur les réseaux sociaux, avec près de **5 millions d'impressions durant le mois du salon**. Le site web a également généré plus de **3 millions de vues, près 1,5 millions de sessions et accueilli près de 800 000 visiteurs uniques**, faisant du Mondial de l'Auto une plateforme médiatique à part entière.

Serge Gachot, Directeur du Mondial, déclare : « *Avec plus de 500 000 visiteurs, c'est un succès qui démontre notre capacité à fédérer un public diversifié et plus jeune autour de l'automobile. Le Mondial de l'Auto n'est pas seulement un événement physique, c'est devenu un véritable média.* »

Autre indicateur et marqueur de cette édition : les essais routiers. Dimanche soir, le centre d'essai en partenariat avec la **Banque des territoires**, a réalisé **plus de 3 300 essais pour 10 marques différentes**. Parmi les personnes qui ont essayé les véhicules disponibles sur le centre, 60% ont un projet d'achat dans l'année. La majorité a déclaré qu'elle ne l'aurait pas essayé dans un autre contexte que le Mondial (63%), et pour 69% des personnes interrogées, l'essai aide à envisager un changement de véhicule.

Les constructeurs, quant à eux, se disent très satisfaits des retombées de l'événement. **Luca de Meo**, Directeur Général de Renault Group souligne *“L'automobile, c'est d'abord le produit et c'est l'émotion qui va avec. C'est pour cela que, pour moi, les événements comme le Mondial de Paris sont irremplaçables. Le Mondial, c'est l'opportunité de prendre le pouls du secteur mais aussi pour tous les passionnés, de voir et de toucher les voitures, de partager nos idées, de se retrouver, de s'inspirer des avancées de la concurrence. C'est pour cela que le succès de cette 90e édition du Mondial de Paris nous fait chaud au cœur chez Renault : malgré tout ce que l'on peut dire, l'automobile reste un moteur d'émotions et aussi de progrès. Merci au public et merci à toutes celles et ceux qui ont rendu possible cette nouvelle édition !”*

Une plateforme d'échange pour toute la filière

Cette 90ème édition du Mondial de l'Auto s'est affirmée comme un carrefour d'échanges incontournable pour l'industrie automobile à un tournant crucial de son histoire. Plus de 25 conférences dont 12 portées par **Google** et **BCG** ont offert aux professionnels, experts et décideurs une opportunité unique d'échanger sur le futur de l'automobile sur la scène officielle du salon. Ces discussions ont couvert un large éventail de sujets, de la transformation industrielle aux changements induits par le véhicule électrique, en passant par l'évolution des attentes des consommateurs..

Le Mondial de l'Auto se positionne désormais comme le lieu incontournable des échanges B2B de la filière avec le Paris Automotive Summit porté par **la PFA** au Dôme de Paris qui a rassemblé **3 100 professionnels**, le village B2B dans le hall 4 avec le soutien de **Mobis** et **BNP Paribas Mobility**. Lors de cette édition, le salon a accueilli de nombreuses rencontres entre acteurs de l'industrie, institutionnels et représentants politiques, parmi lesquels le Président de la République, 7 ministres de son nouveau gouvernement et plusieurs commissions parlementaires.

Un succès boosté par une programmation riche à destination de tous les publics.

Tout au long de la semaine, les visiteurs ont pu découvrir, en plus des nouveautés des constructeurs, des concept cars avant-gardistes, des voitures de collection emblématiques, ainsi que des simulateurs de course immersifs. Ils ont également eu la chance de rencontrer des personnalités inspirantes telles que GMK, Pierre Gasly, Antoine Dupont, Bigflo et Oli, Morgane Quetier, POG, Akram Junior, Franck Galiègue, Sébastien Loeb, Maeva Coucke, Nelson Monfort et bien d'autres..., qui ont partagé leur vision de l'automobile.

Pour s'immerger pleinement dans l'ambiance festive, les visiteurs ont participé à des animations spectaculaires avec 3 Laser Show, 30 DJ Sets en partenariat avec **Radio FG** et des concerts des musiciens de la Banda, qui ont rythmé chaque moment de leur visite.



Rendez-vous en 2026 pour une nouvelle édition

Le groupe Hopscotch et la PFA profitent de ce succès pour se donner rendez-vous dans deux ans, à la mi-octobre 2026. D'ici là, les échanges seront nombreux pour proposer aux exposants et aux visiteurs une nouvelle expérience permettant de valoriser et de célébrer l'industrie automobile. Les organisateurs souhaitent permettre au plus grand nombre de participer à l'événement en ajoutant un week-end supplémentaire en 2026. Des projets dès 2025 autour de la marque Mondial de l'Auto sont également à l'étude.

[TÉLÉCHARGEZ LES VISUELS EN CLIQUANT ICI](#)

Contacts presse

Mondial de l'Auto Paris 2024, Hopscotch Groupe

Stéphanie Hasson +33 6 21 77 03 72

Angélique Warain +33 6 85 54 36 33

presse-mondial@hopscotchgroupe.com

A propos du Mondial de l'Auto Paris 2024

Le Mondial de l'Auto Paris 2024 est l'un des premiers salons automobiles au monde de par sa fréquentation et sa longévité. L'événement a été créé en France en 1898 par les pionniers de l'automobile et a lieu tous les deux ans. Porté par la filière automobile, le Mondial de l'Auto se veut la vitrine d'une industrie à l'avant-garde d'innovations, qui dessinent la place centrale que jouera l'automobile dans la mobilité du futur. La PFA et Hopscotch sont associés, depuis 2019, pour son organisation.