

Communiqué de presse

Contact: Isabel Box
Title: Marketing & Communications Manager
Tel: +32 (0)2 302 25 51
Mobile: +32 (0)485 31 79 63
Email: ibox@deloitte.com

La prochaine voiture d'un Belge sur deux sera électrique ou hybride

Toutefois, près de la moitié des Belges qui envisagent d'acheter un véhicule entièrement électrique ou hybride reconsidèreraient leur décision d'achat si la hausse du prix de l'électricité dépassait celle du prix des combustibles fossiles.

- Un nombre croissant de Belges (48 %) envisage d'acheter un véhicule électrique ou hybride. 10 % choisiront une voiture entièrement électrique, 35 % une voiture hybride et 3 % des alternatives telles que l'hydrogène
- Le facteur le plus important dans le choix d'un véhicule électrique est le coût du carburant (64 %)
- 58% des personnes interrogées citent le changement climatique comme motivation principale pour choisir un VE
- 86% préfèrent acheter une voiture dans un magasin physique

Bruxelles, le 27 janvier 2022

Alors que 48 % des consommateurs belges prévoient que leur prochaine voiture sera un véhicule électrique, contre 33 % l'année dernière, seuls 10 % préfèrent un véhicule entièrement électrique, révèle l'étude Global Automotive Consumer Study 2022 de Deloitte, qui porte sur les propriétaires de voitures privées. Trente-cinq pour cent recherchent un véhicule hybride et 3 % envisagent des alternatives comme l'hydrogène. Cependant, 46 % des Belges qui envisagent d'acquérir un véhicule électrique disent qu'ils reconsidèreraient cette décision si le prix de l'électricité était similaire à celui des carburants fossiles. Cela montre que le prix reste le principal facteur de décision d'achat, plutôt que les préoccupations liées au changement climatique.

L'éducation à la mobilité électrique demeure nécessaire car 45 % des Belges ne sont pas encore convaincus que le passage aux véhicules électriques à batterie a un impact positif sur l'environnement. La voiture reste la solution de mobilité personnelle préférée, et s'achète de préférence en magasin (86 %) plutôt qu'en ligne.

"La mobilité durable gagne rapidement du terrain, comme l'indique le fait qu'en Europe, on a vendu plus de véhicules électriques que de véhicules diesel pour la première fois au troisième trimestre 2021, alors que les consommateurs belges préfèrent toujours les véhicules équipés de moteurs conventionnels. Seuls 10% prévoient de passer au tout électrique; 35% préfèrent un véhicule hybride, et plus de la moitié préfèrent encore un moteur entièrement à essence ou diesel. Cela pose la question de savoir si nous nous éloignons aussi rapidement que nécessaire du moteur à combustion traditionnel et si nous nous dirigeons vers un écosystème automobile plus durable. D'autres travaux sont nécessaires pour répondre aux préoccupations des consommateurs concernant l'infrastructure de recharge et la prime coût/prix", explique Aled Walker, Automotive Leader chez Deloitte Belgique.

Le choix de la mobilité électrique - BEV (électrique à batterie), PHEV (électrique hybride rechargeable) et HEV (électrique hybride) - n'est pas motivé par le souci de l'environnement.

Si l'étude confirme qu'un nombre croissant de consommateurs (un sur deux, contre un sur trois l'année dernière) est à la recherche d'un VE, les véhicules hybrides restent les plus populaires : 35 % choisissent un véhicule électrique hybride (HEV) ou un véhicule électrique hybride rechargeable (PHEV), et seulement 10 % un véhicule électrique fonctionnant uniquement sur batterie (BEV). Le facteur le plus important dans le choix d'un VE est le coût du carburant (64%) tandis que les principaux détracteurs avancent comme arguments non seulement le prix de l'électricité, mais aussi le prix élevé du véhicule (25% contre 28% en 2021) et l'autonomie (21% contre 27% en 2021). Les consommateurs s'attendent à une autonomie de 626 km avec un VEB entièrement chargé. Ce chiffre est conforme aux attentes des pays voisins, 688 km en France et 616 km en Allemagne. 58 % mentionnent le changement climatique et 37 % les préoccupations de santé personnelle comme principales motivations. 39% considèrent les taxes supplémentaires sur les moteurs à combustion interne (ICE) et 29 % les programmes d'incitation gouvernementaux comme une motivation pour passer au VE.

La recharge à domicile est privilégiée par 58 % des personnes interrogées, alors qu'un nombre nettement inférieur, mais en augmentation, de personnes déclarent vouloir utiliser l'infrastructure de recharge publique (28 %). Ces chiffres étaient respectivement de 64 % et 19 % en 2021. Il existe trois obstacles courants à la recharge à domicile : le manque de possibilité d'installer un chargeur de VE (35 % des 35 à 54 ans), le coût de l'installation (50 % des 18 à 34 ans) et le manque de connaissances sur la façon d'installer un chargeur de VE (42 % des 55 ans et plus).

"L'éducation à la mobilité électrique est un must car 45% des Belges ne sont pas encore convaincus que le passage aux véhicules entièrement électriques (BEV) a un impact positif sur l'environnement. Il est également possible de fournir des solutions de recharge améliorées pour les 58 % de consommateurs qui préfèrent recharger à domicile. Parmi ces consommateurs, 40 % se connecteraient au réseau électrique ordinaire, tandis que 23 % utiliseraient une source d'énergie alternative comme l'énergie solaire, ce qui est nettement plus élevé que dans les pays voisins comme la France (14 %), l'Allemagne (17 %) et le Royaume-Uni (7 %)", a déclaré Aled Walker.

La voiture, indétrônable

La voiture personnelle reste le moyen de transport préféré de la plupart des consommateurs belges, seuls 7% déclarant ne jamais utiliser de voiture. Le COVID-19 a eu un impact légèrement plus important sur le comportement d'achat des jeunes consommateurs, 51% des 18-34 ans déclarant qu'en raison du COVID-19, ils achèteraient une voiture pour éviter l'utilisation des transports publics.

"La mobilité multimodale, c'est-à-dire l'utilisation de plusieurs moyens de transport au cours d'un même déplacement, est émergente mais ne fait pas encore totalement partie des habitudes. Six consommateurs sur 10 disent opter pour elle au moins quelques fois par an, tandis que 4% seulement l'utilisent quotidiennement. La mobilité multimodale est évidemment plus fréquemment adoptée dans un environnement urbain où il existe une plus grande densité de scooters, de vélos et de voitures partagés pour compléter le réseau de transport public", explique Aled Walker.

Acheter en magasin plutôt qu'en ligne

Quatre-vingt-six pour cent des personnes interrogées préfèrent acheter une voiture dans un magasin physique plutôt qu'en ligne. Même lors d'un achat en ligne, les concessionnaires agréés (50%) sont considérés comme le partenaire privilégié. Pour les voitures d'occasion, les détaillants tiers (35%) constituent un canal important. Dans le cas d'un achat virtuel (seulement 12%), la commodité (35% contre 33% en 2021), la rapidité de la transaction (25% contre 32% en 2021) et la facilité d'utilisation (21% contre 11% en 2021) sont considérées comme les principales raisons. Alors qu'en 2021 20% citaient des raisons de santé comme l'une des motivations d'un achat en ligne, ce chiffre tombe à seulement 10% en 2022.

"La principale raison de ne pas vouloir acheter un véhicule en ligne est le facteur humain, notamment le désir de négocier le prix (48%), la possibilité de poser des questions à une vraie personne (39%) et le contact personnel au cas où quelque chose pourrait mal tourner (37%). Cependant, la perception d'une commodité et d'une facilité d'utilisation accrues soutiendra probablement la croissance continue des processus d'achat en ligne", a déclaré Aled Walker.

Données personnelles, applications de mobilité et véhicules en tant que services (VLS)

Même si les consommateurs sont de plus en plus prudents quant au partage de leurs données personnelles, lorsqu'ils considèrent les avantages d'avoir un véhicule connecté, six personnes sur dix se disent prêtes à partager leurs données personnelles avec le constructeur ou un tiers si cela aide à l'entretien du véhicule, à la sécurité routière ou lorsque cela permet de gagner du temps en suggérant des itinéraires alternatifs en cas d'embouteillages.

Les applications de cartographie et de calcul d'itinéraires sont plus fréquemment utilisées, une personne sur cinq les utilisant au moins deux fois par semaine. L'adoption des applications de transport public, des applications de service de mobilité unique et des applications multimodales est encore assez faible. Trente-trois pour cent des personnes interrogées déclarent ne jamais utiliser d'application de transport public et la moitié d'entre elles déclarent ne jamais utiliser d'application de service de mobilité unique ou multimodale. Les fournisseurs d'applications de mobilité peuvent fidéliser leurs clients en améliorant leur offre de services dans la même application, car seuls 10 % des répondants ne souhaitent pas disposer de plusieurs services différents dans une même application. Tous les utilisateurs d'applications de mobilité, tous groupes d'âge confondus, indiquent toutefois que le prix et la facilité d'utilisation sont les critères les plus importants pour utiliser le service.

L'intérêt pour un service d'abonnement qui offrirait la commodité et la flexibilité d'opter périodiquement pour un véhicule différent est plus élevé parmi la jeune génération (30% des 18-34 ans), à condition qu'il soit moins cher (52%) que le leasing standard.

A propos de cette étude

L'étude mondiale sur l'automobile de Deloitte est une enquête annuelle menée depuis plus de 10 ans ; elle analyse les comportements de mobilité des consommateurs et leur impact sur le secteur automobile mondial. Pour l'édition 2022, plus de 26 000 consommateurs dans 25 pays ont été interrogés, dont 1 057 Belges également répartis dans des zones urbaines (31%), suburbaines (32%) ou rurales (37%).

Pour plus d'informations, cliquez ici: <https://www2.deloitte.com/be/automotive-consumer-study>

Deloitte en Belgique

Deloitte, cabinet d'audit et de conseil de premier plan en Belgique, offre des services à haute valeur ajoutée en matière d'audit, d'expertise comptable, de conseil fiscal et juridique, de consultance, de financial advisory services et risk advisory services.

Plus de 5 100 collaborateurs répartis dans 11 bureaux à travers le pays conseillent des entreprises nationales et internationales, des PME ainsi que des institutions publiques et des ASBL. Le chiffre d'affaires pour l'exercice fiscal 2021 s'élève à 635 millions d'euros.

Deloitte Belgium SRL est la société affiliée belge de Deloitte NSE LLP, une entreprise membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte concentre ses efforts sur son service à la clientèle à travers une stratégie mondiale menée au niveau local dans plus de 150 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 345 000 personnes dans le monde, nos sociétés membres (incluant les sociétés affiliées) fournissent des services dans les principaux domaines professionnels couvrant l'audit, la fiscalité, la consultance et le conseil financier. Nos sociétés membres assurent ces services pour plus de la moitié des plus grandes enseignes internationales et de grandes entreprises nationales, institutions publiques et organisations prospères en plein essor opérant à l'échelle mondiale. Le groupe Deloitte Touche Tohmatsu Limited a réalisé un chiffre d'affaires de 50,2 milliards de dollars pour l'année fiscale 2021.

Deloitte fait référence à un cabinet membre de Deloitte, une ou plusieurs sociétés liées, ou Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société à responsabilité limitée par garantie au Royaume-Uni (« private company limited by guarantee ») (« DTTL »). DTTL et chacun de ses cabinets membres sont constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. DTTL (également appelé « Deloitte Global ») ne fournit pas de services à des clients. Pour en savoir plus sur la structure légale de DTTL et de ses cabinets membres, consultez <http://www.deloitte.com/about>.