

Persbericht

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

Interesse in elektrische wagens neemt toe bij Belgische consument

29% van de Belgische consumenten wil in hun nieuwe wagen een hybride elektrische motor en 9% kiest voor een volledig elektrisch aangedreven wagen. Belgische consumenten blijven echter bezorgd over geconnecteerde en zelfrijdende wagens volgens de Deloitte Global Automotive Consumer Study 2020.

Brussel, België – 16 januari 2020

- In 2020 wil **29%** van de Belgische consumenten dat hun nieuwe wagen een hybride elektrische wagen is, wat een stijging inhoudt ten opzichte van 23% in 2018. **9%** van de Belgische consumenten zou zelfs een volledig elektrisch aangedreven wagen kiezen.
- De keuze voor een auto op benzine/diesel daalde van 64% in 2018 naar **52%** in 2020.
- **De helft** van de Belgische consumenten (**50%**) is ervan overtuigd dat zelfrijdende wagens **onveilig** zullen zijn ten opzichte van 43% in 2019.
- Belgische consumenten houden zich eerder afzijdig wat betreft multimodale mobiliteit (bv. combinatie trein-fiets). Slechts een kwart van de consumenten (**25%**) legt wekelijks multimodale trajecten af.
- Een verontrustend aantal Belgische consumenten (30 tot 49% naargelang de technologie) is **niet bereid om extra te betalen voor een wagen met geavanceerde connectiviteitstechnologieën**, ondanks dat de veiligheid verbeterd wordt.
- Belgische consumenten maken zich **zorgen over privacy en gegevensbescherming** in geconnecteerde wagens; consumenten zijn het meest bezorgd over apps die data verspreiden (bv. smartphone-apps) en de verzameling van biometrische gegevens (bv. hartslag).

Vraag naar elektrische wagens versnelt

Traditionele diesel- en benzinewagens beginnen plaats te maken voor hybride elektrische wagens (hybrid electric vehicles of HEV) en volledig elektrisch aangedreven wagens (battery-powered electric vehicles of BEV). In België daalde de interesse in diesel/benzine van 64% in 2018 naar 52% in 2020, terwijl de interesse in HEV steeg van 23% in 2018 naar 29% in 2020. De interesse in volledig elektrisch aangedreven wagens bedraagt 9%.

De meeste consumenten vinden dat een volledig elektrisch aangedreven auto een bereik van meer dan 320 km moet hebben. Jongeren kunnen zich echter beter vinden in een geringer bereik dan oudere generaties. Verder zijn Belgische consumenten bereid om maximaal één uur te wachten tot hun BEV weer volledig is opgeladen. Slechts 14% van de Belgische consumenten verwacht een batterij te kunnen opladen in 10 minuten.

38% van de Belgische consumenten die van plan zijn een elektrische wagen aan te kopen, citeerde lagere emissies en gebruikskosten als de hoofdredenen voor hun plannen. Het bereik en gebrek aan laadinfrastructuur blijven de grootste bezorgdheden.

Interesse in zelfrijdende wagens daalt in meeste landen

De perceptie van de Belgische consument als het gaat om de veiligheid van zelfrijdende wagens, is sinds vorig jaar gestagneerd waarbij in sommige landen de tendens zelfs daalt. Zo is in India het percentage van consumenten die het ermee eens zijn dat zelfrijdende wagens niet veilig zullen zijn, gestegen van 47% in 2018 naar 58% in 2020. In China steeg dit percentage van 26% in 2018 naar 35% in 2020. In België meent 50% van de consumenten dat zelfrijdende wagens niet veilig zullen zijn ten opzichte van 43% in 2019. Er is ook een groeiende vraag naar overheidstoezicht wat betreft zelfrijdende technologieën (57% in 2020 vergeleken met 42% in 2017) en ook merkvertrouwen blijft erg belangrijk.

Het consumentenvertrouwen is nu bijna gelijkmatig verdeeld tussen traditionele autofabrikanten, traditionele technologiebedrijven en nieuwe specialisten in zelfrijdende wagens, wat laat vermoeden dat tot dusver niemand erin is geslaagd om met een echt overtuigend voorstel voor de dag te komen.

Eric Desomer, Automotive Leader voor Deloitte België: *"Technologieën op het vlak van alternatieve aandrijfsystemen lijken te evolueren tot op een punt waarop ze enkele van de bezwaren hebben weerlegd die we in het voorbije decennium hebben vastgesteld. Maar om de acceptatie van geavanceerde autotechnologieën door de consument te stimuleren, heeft het ecosysteem van de autosector nog veel werk voor de boeg. Ze moeten elektrische wagens even makkelijk en handig maken als verbrandingsmotoren, hun kostprijs verlagen en bepalen wie de laadinfrastructuur moet bouwen en betalen. Ondanks het feit dat de Belgen in toenemende mate voorstanders zijn van elektrische wagens, nopen hun bekommernissen omtrent geconnecteerde en zelfrijdende wagens de Belgische autosector tot extra inspanningen om de verdere acceptatie van geavanceerde autotechnologieën in de hand te werken. De inachtneming van de bezorgdheden van de consumenten bij het vastleggen van investeringen op lange termijn kan het verschil betekenen tussen falen en succes boeken."*

Belgische consumenten houden zich afzijdig wat betreft multimodale mobiliteit

Een betere toegang tot het openbaar vervoer wordt gezien als de beste manier om files in het verkeer op te lossen. Tegelijkertijd blijft het concept van de combinatie van verschillende vervoersmiddelen in het kader van één traject nog grotendeels occasioneel gedrag. Slechts een kwart van de consumenten (25%) maakt wekelijks multimodale reizen, terwijl 50% zelden gebruikmaakt van multimodaal transport.

Blijvende zorgen over autoconnectiviteit, privacy en gegevensbescherming

Als het gaat om de voordelen van meer connectiviteit in wagens, zijn consumenten verdeeld over de vraag of dat al dan niet de moeite is. Nagenoeg de helft van de Belgische consumenten maakt zich zorgen over apps die data verspreiden en de verzameling van biometrische gegevens (bv. hartslag) in geconnecteerde wagens. Ze zijn eerder voorstander van het delen van sensorgegevens over de mechanische status van de wagen.

Hoewel traditionele autofabrikanten (original equipment manufacturers of OEM's) een duidelijk voordeel lijken te hebben als het gaat om het creëren van vertrouwen, wil 20% van de consumenten niet dat iemand de data beheert die worden gegenereerd door hun auto.

Verder is het merendeel van de Belgische consumenten bereid om niet meer dan €1.200 te betalen voor connectiviteit. Daarbij komt dat een zorgwekkend aantal consumenten (30 tot 49% naargelang de geconnecteerde technologie) niet bereid is om extra te betalen voor een wagen met geavanceerde connectiviteitstechnologieën, zelfs als de veiligheid erdoor wordt vergroot.

Onderzoek en ontwikkeling gaat door, maar bereidheid Belgische consument om te betalen ontbreekt

Traditionele autofabrikanten blijven miljarden spenderen aan onderzoek en ontwikkeling in geavanceerde autofuncties vanuit de veronderstelling dat consumenten een hogere prijs zullen betalen om toegang te krijgen tot die geavanceerde technologieën wanneer ze op de markt komen. Deloitte's 2020 Global Automotive Consumer Study versterkt echter bevindingen uit het verleden dat het realiseren van een rendement op het geïnvesteerde kapitaal voor nieuwe technologieën wel eens moeilijker zou kunnen blijken dan sommige autofabrikanten denken. 30 tot 49% van de Belgische consument - naargelang de geconnecteerde technologie - is niet bereid om extra te betalen voor een wagen met geavanceerde connectiviteitstechnologieën, zelfs als de veiligheid erdoor wordt vergroot. Het segment van de consumenten die wel willen betalen, dekt niet de kosten die nodig zijn om de technologie te ontwikkelen en op de markt te brengen.

Eric Desomer: *"Belanghebbenden in de hele autosector krijgen momenteel te maken met uitdagingen op het vlak van bedrijfsmodellen en productgamma's. Ze worden immers verplicht om hun investeringen op lange termijn te herzien en moeten erop toezien dat ze niet achterop hinken. De basis van deze massale onderzoek - en ontwikkelingsinvesteringen is de aanname dat consumenten daadwerkelijk zullen betalen voor geavanceerde autotechnologieën wanneer die op de markt komen. Maar het scepticisme bij de consument wint aan momentum en hun wens om nieuwe technologieën aan te kopen blijft afnemen. Autofabrikanten moeten de rendementen op geïnvesteerd kapitaal rationaliseren om winstgevend te blijven en moeten snel omschakelen naar de realiteit van de elektrische wagen."*

Over het rapport

Van september tot oktober 2019 voerde Deloitte een enquête uit bij meer dan 35.000 consumenten in 20 landen, onder wie 1.286 Belgen, om te peilen naar meningen over uiteenlopende cruciale thema's die van invloed zijn op de autosector, waaronder de ontwikkeling van geavanceerde technologieën.

Deloitte in België

Deloitte is met meer dan 4.400 medewerkers en 12 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting, financial advisory services en risk advisory services.

Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2019 werd een omzet gerealiseerd van 565 miljoen euro.

Deloitte Belgium CVBA is de Belgische verbonden onderneming van Deloitte NSE LLP, een lid van Deloitte Touche Tohmatsu Limited die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan 312.000 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2019 bedroeg de omzet meer dan 46.2 miljard US-dollar.

Deloitte verwijst naar een Deloitte member firm, één of meerdere verbonden vennootschappen, of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK ("DTTL") DTTL en haar member firms zijn elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid. DTTL (ook wel "Deloitte Global" genoemd) levert geen diensten aan cliënten. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van DTTL en haar member firms.

