

## Communiqué de presse

---

Contact : Isabel Box

Titre : Marketing & Communications Manager

Tél : +32 (0)2 302 25 51

Mobile : +32(+32) 0485 31 63

Email : [ibox@deloitte.com](mailto:ibox@deloitte.com)

---

## C'est le coût moindre du carburant et non le changement climatique qui stimule l'intérêt pour les véhicules électriques

2023 Global Automotive Consumer Study

Bruxelles, Belgique - 19 janvier 2023

- Si le nombre de Belges qui envisagent d'acquérir un véhicule à essence/diesel est en baisse, de 51 % l'année dernière à 47 % cette année, le nombre de ceux qui comptent acheter un véhicule hybride (35 %) ou tout électrique (13 %) s'affiche pour sa part à la hausse
- Le choix d'un véhicule électrique (VE) est principalement motivé par le coût du carburant
- Quelque 75 % des répondants désireux d'acquérir un VE prévoient la recharge à domicile, tandis que 35 % privilégieraient une source d'énergie alternative
- Ils sont 8 % seulement à compter sur un délai de recharge inférieur à 10 minutes, à l'encontre de l'idée reçue où l'enjeu est d'égaliser la durée de plein dans une station d'essence/diesel

Selon la 2023 Global Automotive Consumer Study de Deloitte, l'intérêt croissant des consommateurs belges pour les véhicules électriques est aiguillonné par le coût moindre du carburant, l'entretien réduit, la fiscalité accrue frappant les moteurs traditionnels, les incitants gouvernementaux et une meilleure expérience de conduite. Nombre d'obstacles se dressent toutefois sur la route, dont l'accessibilité financière, les craintes quant à l'autonomie, le temps de recharge et la disponibilité d'infrastructures de recharge.

Aled Walker, Automotive Leader chez Deloitte Belgique, déclare à ce propos : *"L'avenir est à la mobilité électrique, notamment pour les voitures de société, mais reste à savoir si nous parviendrons à atteindre en temps utile les objectifs ambitieux fixés en matière de réduction des émissions de carbone. Qu'il s'agisse de coût ou de bornes de recharge, encore faut-il que les fournisseurs convainquent le consommateur belge privé des avantages de l'option électrique, pour lui-même comme pour l'environnement."*

### Les véhicules électriques gagnent du terrain, mais des défis subsistent

Si le consommateur belge opte pour un véhicule électrique, c'est majoritairement en raison du coût moindre du carburant, de l'entretien réduit et de la fiscalité accrue appliquée aux véhicules traditionnels à moteur à combustion.

Vingt-sept pour cent des consommateurs s'inquiètent de la valeur de revente du véhicule au vu des interrogations relatives à l'état/santé de la batterie à long terme. C'est particulièrement vrai pour ceux qui envisagent l'achat d'un VEB (véhicule électrique à batterie) d'occasion (35 %) au lieu d'un VEB neuf (24 %).

*"L'image d'un coût largement moindre du carburant pèse bien plus lourd dans la décision du passage à l'électrique que les préoccupations liées au changement climatique. Signe d'un possible risque d'accessibilité financière, la majorité des candidats acheteurs de véhicules à moteur à combustion et électriques comptent déboursier moins de 50 000 euros pour leur prochain véhicule. La crise financière actuelle impacte manifestement les décisions des consommateurs",* explique M. Walker. *"Avec la plupart des véhicules électriques affichés au-delà de 50 000 €, le fossé entre les nantis et les autres ne peut qu'aller en s'élargissant."*

Parmi les personnes que rebute l'achat d'un VEB, sept sur dix exigeraient une autonomie d'au moins 400 km pour envisager l'option électrique pour leur prochain véhicule. Le prix d'achat initial représente le principal obstacle à la pénétration des VEB de l'avis de six

consommateurs sur dix, ce qui met en lumière non seulement l'impérieuse nécessité de se pencher sur la question des prix élevés, mais aussi l'opportunité ainsi offerte aux fournisseurs de services de mobilité de proposer les VEB par le biais de formules de leasing ou d'abonnement. Trois des cinq principaux sujets de préoccupation sont directement liés à la recharge, indiquant ainsi que le consommateur nourrit toujours des craintes quant à l'autonomie et voit dans l'infrastructure de recharge un problème majeur auquel les fournisseurs de mobilité devront s'atteler à l'avenir.

Il est intéressant de noter que plus de 4 personnes interrogées sur 10 reconsidéreraient leur décision d'acheter un VE dès lors qu'un carburant de combustion synthétique et durable serait disponible.

## **En matière de recharge, la facilité est reine**

La plupart des personnes interrogées (75 %) prévoient une recharge de leur véhicule à domicile, tandis que 31 % prévoient de recourir au réseau électrique conventionnel. Quelque 35 % donnent la préférence à une source d'énergie alternative (contre 29 % en Allemagne et 13 % aux Pays-Bas), tandis que 21 % optent pour un mix d'énergie conventionnelle et alternative. Les personnes qui n'envisagent pas la recharge à domicile invoquent les coûts d'installation élevés.

La moitié des consommateurs belges préféreraient payer la recharge publique des VE par carte de crédit/débit (41 % des 18-34 ans ; 44 % des 35-54 ans ; 63 % des 55 ans ou plus), ce qui traduit le besoin d'une infrastructure de recharge normalisée qui optimise le service et la commodité. Cette priorité à la commodité vaut aussi pour le site de recharge public, où la majorité des consommateurs apprécieraient de disposer d'installations telles que des toilettes, une connexion Wi-Fi et des distributeurs de boissons.

Cinquante-cinq pour cent des répondants belges sont disposés à attendre entre 10 et 40 minutes pour une recharge de 0 à 80% de leur véhicule dans une station de recharge publique.

*"Il est intéressant de noter que seuls 8 % des Belges comptent sur un délai de recharge inférieur à 10 minutes dans un lieu public, à l'encontre donc de l'idée reçue où l'enjeu est d'égaliser le délai de plein dans une station essence/diesel", constate M. Walker.*

## **Véhicules neufs ou d'occasion**

Un consommateur belge sur trois compte acquérir un véhicule d'occasion la prochaine fois, principalement parce qu'il n'a pas les moyens d'acheter un véhicule neuf (41 %) ou parce qu'il y voit un meilleur rapport qualité-prix (31 %). Quarante-neuf pour cent - contre 39 % dans nos pays voisins - envisagent d'acheter un nouveau véhicule, citant la fiabilité (31 %) comme le critère prépondérant.

La majorité des consommateurs belges (7 sur 10) qui ont acheté leur voiture actuelle à l'état neuf ont l'intention d'acheter à nouveau un véhicule neuf, en raison de la fiabilité et de la garantie du constructeur, alors que seulement 2 personnes sur 10 ayant acquis un véhicule d'occasion partagent cette intention.

Certaines choses ne changent jamais : les consommateurs sont toujours à l'affût d'une bonne affaire (60 %), de prix transparents (52 %) et d'une réponse satisfaisante à leurs attentes (41 %) lorsqu'ils achètent un véhicule.

## **Confiance maximale pour les concessionnaires**

Lorsqu'on leur demande à qui va principalement leur confiance, 79 % des consommateurs belges citent leur concessionnaire de vente ou de service, soulignant ainsi le rôle important que jouent les concessionnaires au sein de la chaîne de valeur automobile. Plus de 7 consommateurs sur 10 ayant acheté un véhicule neuf confient systématiquement le service ou l'entretien à leur concessionnaire, alors que seulement 34 % des propriétaires de véhicules d'occasion font de même. La confiance à l'égard des concessionnaires (service ou vente) est similaire dans nos pays voisins.

## **Le défi des données**

D'un côté, les consommateurs belges font principalement confiance aux concessionnaires (19%) et aux constructeurs automobiles (17%) pour la gestion des données générées par leur véhicule. De l'autre côté, 28% ne font confiance à personne. Pourtant, ils sont prêts à partager des informations personnelles identifiables si cela permet d'améliorer le trafic/la sécurité routière, les coûts de maintenance et les mises à jour, et contribue à réduire les frais d'entretien. Le partage des données de localisation du véhicule, des services connectés et des données biométriques est une source de préoccupation pour 4 Belges sur 10.

*"Les véhicules connectés peuvent améliorer l'expérience de la mobilité, mais plus d'un consommateur belge sur quatre ne fait confiance à personne pour ses données. Dans un marché mondial sans cesse plus concurrentiel, ceux qui parviendront à gagner cette confiance*

*bénéficieront d'un avantage décisif qui leur permettra de proposer de nouveaux services numériques aux consommateurs", conclut M. Aled Walker.*

###

## **À propos de la Global Automotive Consumer Study**

De septembre à octobre 2022, Deloitte a interrogé plus de 26 000 consommateurs dans 24 pays, dont 1 019 en Belgique, en vue de récolter leurs avis concernant une série de questions majeures relatives au secteur automobile. La 2023 Global Automotive Consumer Study 2023, 13e rapport annuel du nom, fourmille d'informations intéressantes susceptibles d'aider les entreprises à prioriser et mieux cibler leurs stratégies commerciales et leurs investissements au cours de l'année à venir.

## **Deloitte en Belgique**

Avec plus de 6 000 collaborateurs et 11 bureaux en Belgique, Deloitte est la plus grande organisation dans le domaine de l'audit, de la comptabilité, du conseil juridique et fiscal, de la consultance, du conseil financier et du conseil en gestion des risques.

Deloitte Belgique s'adresse aux plus grandes entreprises nationales et internationales ainsi qu'aux PME, au secteur public et aux organisations sans but lucratif. Deloitte Belgique est une organisation indépendante et autonome et un cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Pour l'exercice 2022, un chiffre d'affaires de 704 millions d'EUR a été réalisé.

Deloitte Belgium SRL est la filiale belge de Deloitte NSE LLP, un cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited qui vise la qualité la plus élevée en matière de prestation de services et de conseils professionnels. Ses services reposent sur une stratégie mondiale couvrant plus de 150 pays. À cette fin, l'expertise de plus de 415 000 professionnels est disponible sur tous les continents. Pour l'exercice 2022, le chiffre d'affaires du groupe Deloitte Touche Tohmatsu Limited s'est élevé à plus de 59,3 milliards d'USD.

Deloitte fait référence à un cabinet membre de Deloitte, à une ou plusieurs entreprises associées ou à Deloitte Touche Tohmatsu Limited, qui est une société privée à responsabilité limitée au Royaume-Uni (« DTTL »). DTTL et ses cabinets membres sont chacun des entités juridiquement distinctes et indépendantes. DTTL (également connu sous le nom de "Deloitte Global") ne fournit pas de services aux clients. Veuillez consulter le site <http://www.deloitte.com/about> pour une description plus détaillée de la structure juridique de DTTL et de ses cabinets membres.