

Communiqué de presse

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

Les Belges préfèrent toujours les véhicules à moteur à combustion interne

L'étude de Deloitte indique que les Belges ne sont pas encore séduits par les véhicules électriques et qu'une question sur trois nécessite de posséder personnellement un véhicule.

Bruxelles, Belgique – 21 février 2024

Aujourd'hui, Deloitte présente la dernière édition de son étude *Global Automotive Consumer Study*, une enquête menée auprès de plus de 25 000 consommateurs dans plus de 25 pays, dont 1 000 Belges, sur une variété de questions ayant un impact sur le secteur automobile. L'étude révèle que malgré le nombre croissant de véhicules électriques, les consommateurs privés en Belgique préfèrent toujours les moteurs à combustion interne qui leur est familier. Les principaux obstacles pour les consommateurs restent le prix d'achat élevé et l'autonomie. Le rapport montre également que plus d'un tiers des consommateurs s'interrogent sur la nécessité de posséder un véhicule, en raison de l'utilisation de modes de transport partagés.

Seuls 12 % des consommateurs opteraient pour un véhicule électrique à batterie pour leur prochaine voiture

Le transition vers des véhicules à zéro émission reste un défi important pour le parc automobile belge. Si le nombre de véhicules électriques continue d'augmenter, c'est surtout le fait du marché des entreprises. L'étude indique que le moteur à combustion interne reste privilégié par les consommateurs privés. L'an dernier, 39 % des personnes interrogées ont exprimé une préférence pour un véhicule à essence ou diesel comme prochaine voiture ; cette année, ce chiffre est passé à 41 %, soit une légère augmentation de 2 %. Seuls 12 % choisiraient un véhicule électrique à batterie (BEV). Les véhicules hybrides (17 %) s'en sortent mieux, tandis que les hybrides rechargeables (10 %) sont moins populaires.

« Alors que le marché des véhicules de société se tourne vers la mobilité électrique, les consommateurs privés ne sont pas encore convaincus. Le prix d'achat initial élevé des BEV est le principal obstacle pour eux, plus que dans n'importe quel autre pays d'Europe. 70 % des consommateurs qui prévoient d'acheter une voiture à essence/diesel s'attendent à payer moins de 30 000 euros, alors que seulement 48 % de ceux qui achètent un BEV peuvent en dire autant. Aujourd'hui, il n'y a encore qu'un nombre limité de modèles disponibles dans cette gamme de prix, dont la majorité est fabriquée par une marque non européenne, et les consommateurs attendent le lancement d'une gamme plus large de BEV au cours de l'année prochaine », déclare **Aled Walker, Automotive Leader, Deloitte Belgium**.

« Les BEV doivent devenir plus abordables afin de convaincre le consommateur de changer de véhicule. Des incitations accrues ou des offres flexibles de financement privé et d'abonnement pourraient aider. Seuls 24 % des consommateurs belges citent les incitations gouvernementales, les subventions et les programmes de relance comme un facteur clé dans leur décision d'acquérir un BEV, ce qui est inférieur à tous les marchés européens, à l'exception du Royaume-Uni (21 %). À titre de comparaison, ce chiffre est de 32 % en France et de 30 % en Allemagne. En outre, près de la moitié des consommateurs belges prévoient de financer leur prochain véhicule au moyen d'un prêt ou d'un contrat de location, avec un intérêt marqué pour les durées plus longues afin de maîtriser les paiements mensuels », poursuit **Aled Walker**.

Les Belges veulent une autonomie d'au moins 400 km et la possibilité de recharger leur véhicule à la maison

Le nombre de bornes de recharge publiques augmente chaque année, et avec lui, la volonté de les utiliser. Mais il est frappant de constater que les personnes qui envisagent d'acheter un VE prévoient principalement de le recharger à la maison, à hauteur de 65 %. Un groupe plus restreint de 16 % prévoit de le recharger principalement sur le lieu de travail et 18 % à des stations de recharge publiques.

Les consommateurs belges sont assez pragmatiques lorsqu'il s'agit de trouver une borne de recharge publique. 43 % d'entre eux sont satisfaits de n'importe quelle borne de recharge publique tant qu'ils peuvent trouver un chargeur lorsqu'ils en ont besoin, tandis que 15 % préfèrent le stationnement dans la rue, ce qui est plus élevé que dans tout autre marché européen.

Interrogés sur l'aspect le plus important de l'expérience de recharge, une majorité (31 %) d'entre eux s'accordent à dire qu'une vitesse de recharge élevée est particulièrement importante. En outre, l'emplacement doit être facile à trouver (18 %) et les stations de recharge simples à utiliser (14 %). De manière assez surprenante, les commodités disponibles (toilettes, café, nourriture, etc.) arrivent en dernière position (2 %).

Parmi les conducteurs de véhicules non électriques, après le prix d'achat élevé, l'anxiété de l'autonomie joue un rôle important. La moitié des personnes interrogées déclarent que l'autonomie est leur principale préoccupation lorsqu'elles optent pour un véhicule électrique. Seulement 1 personne sur 4 considérerait un BEV avec une autonomie inférieure à 400 km comme une option viable pour son prochain véhicule.

La durabilité devient également de plus en plus importante pour les consommateurs automobiles belges : 44 % d'entre eux déclarent que l'environnement est un facteur clé dans le choix de leur prochain véhicule, tandis que trois personnes sur quatre sont préoccupées par l'impact environnemental de bout en bout de la batterie d'un véhicule électrique. Cela met en évidence le besoin continu de stratégies de durabilité clairement définies tout au long de la chaîne de valeur de l'automobile.

Un Belge sur trois doute de la nécessité de posséder une voiture

Un tiers des consommateurs belges s'interrogent s'il est encore utile de posséder une voiture, compte tenu de l'essor des options de mobilité partagée. Toutefois, cela ne se traduit pas encore par un changement significatif des comportements d'achat sur le marché. Plus de la moitié des consommateurs reconnaissent que, même si le passage à diverses solutions de mobilité en Belgique peut s'avérer difficile, il est acceptable s'il permet de réduire la durée des trajets.

La tendance à reconsidérer la possession d'une voiture est encore renforcée par le fait que près d'un consommateur sur cinq (18 %), en particulier les jeunes, se montre intéressé par un abonnement à un service automobile. La maîtrise des coûts (42 %), la facilité d'utilisation (42 %) et la flexibilité (32 %) sont les principales motivations. En revanche, la disponibilité des véhicules (45 %), l'absence de sentiment de propriété (35 %) et la crainte d'une augmentation des coûts (34 %) sont les principales préoccupations des consommateurs à l'égard des services d'autopartage.

« Il est clair que le modèle traditionnel de la propriété automobile est de plus en plus remis en question. Plus d'un tiers des consommateurs se demandent sur la nécessité de posséder un véhicule à l'avenir, compte tenu de l'utilisation qu'ils font des modes de transport partagés. Un consommateur sur quatre âgé de moins de 34 ans pourrait être intéressé par l'abandon total de la propriété d'un véhicule en échange d'un abonnement à un véhicule. La volonté de reconsidérer la possession d'un véhicule reflète un changement plus profond dans l'attitude des consommateurs, qui accordent désormais plus de valeur à la flexibilité. Il appartient à l'industrie de suivre le rythme de cette évolution, mais aussi de la faciliter en proposant des services de mobilité sur mesure qui répondent aux nouveaux besoins des consommateurs », a déclaré Aled Walker.

Global Automotive Consumer Study: www.deloitte.com/be/automotive-consumer

A propos de Deloitte's Global Automotive Consumer Study

L'étude mondiale de Deloitte, *Global Automotive Consumer Study*, est une enquête annuelle, menée en octobre 2023, auprès de plus de 25 000 consommateurs dans plus de 25 pays, dont 1 000 Belges. L'étude fournit des informations clés sur le comportement des consommateurs en matière de mobilité et son impact sur le secteur automobile mondial. Visitez : www.deloitte.com/be/automotive-consumer

Deloitte en Belgique

Avec plus de 5 900 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 2023, un chiffre d'affaires de 786 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 457 000 professionnels est disponible sur tous les continents. Pour l'exercice 2023, le chiffre d'affaires du groupe Deloitte Touche Tohmatsu Limited s'est élevé à plus de 64,9 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.